

Mayka Castellano
É jornalista, mestre pela
Escola de Comunicação
da UFRJ e doutoranda
em Comunicação e
Cultura pela Universi-
dade Federal do Rio de
Janeiro. Brasil.
E-mail: maykacastella-
no@gmail.com.

**Distinção pelo “mau gosto” e
estética trash: quando adorar o
lixo confere status** **153**

**Distinction by the “bad taste”
and trash aesthetics: when love
of garbage provides status**

**Distinción por el “mal gusto” y
la estética trash: cuando adorar
la basura aporta estatus**

RESUMO

Este artigo propõe-se a analisar as práticas e as 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 no exercício metodológico da netnografia e de entrevistas em profundidade, e com o apoio de conceitos e argumentações teóricas formuladas no âmbito dos estudos culturais, investigo a busca por autenticidade e distinção social entre os consumidores de produtos identificados com o mais baixo estrato da cultura de massa, por meio de um processo ao qual chamo de "reciclagem cultural".

Palavras-chave: Cultura *trash*; distinção; consumo cultural.

ABSTRACT

This study aims at examining the practices and social motivations of fans of trash culture (artifacts of the cultural industry that do not meet the moral standards and/or canon of dominant technical and artistic quality). Based on the methodological practice of netnography, in-depth interviews, and with the support of theoretical concepts and arguments formulated in the context of Cultural Studies, I investigate the search for authenticity and social distinction through the consumption of products identified with the lowest stratum of mass culture, through a process I call "cultural recycling".

Keywords: Trash culture; distinction; cultural consumption.

RESUMEN

Este artículo tiene como objetivo analizar las prácticas y las motivaciones sociales de los aficionados de la cultura *trash* (artefactos de la industria cultural que no cumplen con los estándares morales y/o normas de calidad técnica y artística dominantes). Con base en el ejercicio metodológico de la netnografía y en entrevistas en profundidad, y con el apoyo de los conceptos y argumentos teóricos formulados en el contexto de los Estudios Culturales, investigo la búsqueda de autenticidad y distinción social entre los consumidores de productos identificados con el estrato más bajo de la cultura de masa, a través de un proceso que llamo de "reciclaje cultural".

Palabras-clave: Cultura *trash*; distinción; consumo cultural.

Introdução

Neste artigo, analiso o processo de reciclagem cultural, realizado por uma parcela da audiência, que consiste basicamente na transformação de 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 do consumo de produtos de baixa qualidade artística e, sim, do consumo associado à consciência da má qualidade.

Para isso, investigo o comportamento dos fãs de cultura *trash*. Um produto pode ser considerado *trash* por seu amadorismo ou pelo fato de ser considerado “horrrível”, o que passa por um julgamento estético. Normalmente, tornam-se engraçados por causa de uma peculiaridade, amiúde associada à má qualidade técnica ou à discrepância das normas do “bom gosto”.

Como essas definições são um tanto vagas, trabalho com a ideia de cultura *trash* associada ao conceito de *paracinema*, desenvolvido por Sconce (1995). Para o autor, *paracinema* não é apenas um grupo distinto de filmes, mas, principalmente, uma forma específica de leitura de determinadas produções audiovisuais, uma outra sensibilidade estética e subcultural, que valoriza todo tipo de “lixo”.

Sconce (1995) cita como possíveis exemplos a ficção científica e “seu gêmeo diabólico”, o terror – tipos clássicos de *trash* – além de produções como uma campanha governamental de higiene, um vídeo caseiro sobre as férias em família, um pornô sadomasoquista, um *striptease* com grávidas, documentários sobre necrofilia ou zoofilia, um filme japonês de monstros, musicais adolescentes sobre festas na praia, cinebiografias de celebridades como Elvis, um vídeo de treinamento para funcionários do McDonald’s etc.

O senso comum classificaria a maioria desses filmes como de gosto duvidoso, ou, de maneira mais direta, toscos, bizarros, horríveis, asquerosos, assustadores. Pelo menos é essa a ideia presente no discurso dos próprios fãs. Imaginar que o público *mainstream* não aprova tais filmes é o elemento-chave para que estes possam ser cultuados.

Ou seja, a ideologia subcultural de construção de um gosto diferente do apresentado pelo público *mainstream* sustenta a existência dessa comunidade de fãs que celebram o “inassistível” – desagradável ou inacessível para a maioria do público. A forma de fruição percebida nesse tipo de consumo está muito próxima ao *camp*, sensibilidade estética que tenta dar conta da sensação de que algo pode ser bom justamente por ser muito ruim (JANCOVICH, 2002; SONTAG, 1987).

Com a intenção de analisar possíveis formas de apropriação, deparei-me com a necessidade de buscar um grupo de consumidores que materializasse a abstrata ideia de “pessoas que gostam de coisas ruins”. A solução para esse problema metodológico veio com a descoberta de uma comunidade muito articulada de entusiastas do “lixo cultural”: os fãs de filmes de horror

e seus diversos subgêneros. Com o objeto delimitado, pude aprofundar-me nas características desse público, que pode ser definido, em linhas gerais, como jovem, de classe média e do sexo masculino.

A sociologia do gosto

Até a ascensão da chamada pós-modernidade, a forma de distinção mais valorizada passava necessariamente pela fruição e conhecimento das formas elevadas de cultura, ou, de acordo com os conceitos desenvolvidos por Bourdieu (2007), pela acumulação de capital cultural.

O gosto aparece aqui como palavra-chave que ajuda a entender de que forma podem ser criadas hierarquias culturais e mesmo econômicas dentro da sociedade. Em *A distinção: crítica social do juízo* ([1979] 2007) o autor, com base em dados levantados por pesquisas empíricas sobre padrões de consumo na França, nas décadas de 1960 e 1970, desenvolve uma complexa tese que salienta a centralidade do consumo nas práticas sociais.

Bourdieu relativiza a importância das propriedades 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. O autor argumenta 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, constituído a partir das relações sociais que um indivíduo mantém. Neste caso, o que interessa é quem são as pessoas com quem ele convive, *quem ele conhece*,

por quem é conhecido e quais são os círculos que frequenta na sociedade (BOURDIEU, 2007).

A terceira forma do capital seria o capital cultural, que se manifesta pelo conhecimento acumulado por meio 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 apreensão intelectual adquirida durante toda a vida, funciona como o mais eficaz delimitador de status e posições. Bourdieu salienta que, apesar deste tipo de capital estar diretamente relacionado com a posse de capital econômico, o acesso aos bens materiais, por si só, não garante o capital cultural.

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.

O capital subcultural

O conceito capital subcultural, desenvolvido pela autora americana Sarah Thornton (1995), funciona da mesma forma que o cultural, porém é aplicado em situações diferentes, em que 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*, categoria imaginada, abstrata, que serve para, por oposição, dar sentido ao grupo. A posse de capital subcultural se dá pela indumentária, pelo corte de cabelo, pelos modos de dançar, falar, pelo vocabulário empregado (que evidencia o uso, ou não, das

gírias correntes dentro de determinada subcultura). Todos esses elementos estão intimamente relacionados tanto aos objetos culturais quanto à forma como são consumidos.

Esses conceitos são de extrema importância para a compreensão das práticas que ocorrem no interior da cultura *trash*, onde coexistem duas tácticas de distinção que passam, necessariamente, pela posse e exibição tanto de capital subcultural quanto de capital cultural. A participação ativa em uma comunidade de gosto como essa depende fundamentalmente de conhecimentos relativos aos produtos cultuados pelo grupo – tais como os principais filmes, os gêneros e suas definições e hierarquias, os diretores, os clássicos, as novidades, os eventos, os melhores *sites*, *blogs*, listas de discussão, comunidades do Orkut, as mais ativas produtoras independentes e seus membros etc.

O diferencial desse grupo, creio, passa pela utilização da outra forma de capital simbólico, o cultural, cunhado por Bourdieu, e da manifestação do capital subcultural associada à sensibilidade *camp*. O que se tornou patente nas entrevistas que realizei¹ e na análise que empreendi dos modos de interação entre os aficionados é que, a despeito de terem sido alçados por diversos pesquisadores à categoria de super-heróis das quebras de hierarquia na cultura, os fãs de *trash* apresentam limites muito claros de quem pode e quem não pode se entregar aos prazeres do “lixo cultural”, e, também, dos próprios

¹ Para elaborar essas questões, foram feitas 28 entrevistas em profundidade, realizadas pessoalmente, por telefone, MSN e outros mecanismos *online*, com pessoas que se identificavam como “fãs de *trash*” (encontradas, principalmente, em grupos articulados pela internet).

artefatos que podem, ou não, passar pelo processo de reciclagem cultural.

Quando iniciei essa pesquisa, ao procurar um objeto adequado ao emprego da teoria sobre "mau gosto" que tanto me interessava, realizei os primeiros contatos com indivíduos que se autointitulavam "fãs de *trash*". Para captar o que eles entendiam por "cultura *trash*", comecei a formular questões elementares, que me ajudaram na construção dessa definição. "O programa do Ratinho é *trash*?", perguntei a vários entrevistados. Na maioria das respostas, eu percebia certo esforço na tradução de um sentimento que buscava expressar que aquele polêmico programa de auditório poderia, sim, ser considerado *trash* se o seu consumo estivesse associado à consciência do absurdo envolvido naquela produção. Ou seja, se ele não fosse "levado a sério", ideia bastante próxima à sensibilidade *camp*. O que transparecia, entretanto, é que "levar a sério" tal produto dependia, fundamentalmente de uma questão de inteligência, perspicácia e mesmo instrução, traduzida de forma bastante direta por André, 18 anos, carioca, estudante do ensino médio: "Quando eu assisto [o *programa do Ratinho*], é *trash*. Quando a minha empregada assiste, não".

Em outras palavras, para André, a "empregada" gostava *verdadeiramente* do programa do Ratinho, diferente dele, que o apreciava justamente por considerá-lo horrível.

O *camp* como libertação: o fã de *trash* é o dândi pós-moderno?

Dentro da comunidade de fãs do *trash*, o acúmulo de capital subcultural se dá por meio de um posicionamento diferenciado em relação aos mais

baixos estratos da cultura de massa. Assim, artefatos julgados pelo público *mainstream* como “ruins” são reapropriados por indivíduos capazes de retirar daquilo algum tipo de fruição distinta, que passa a ser não só aceitável, como meritória.

Quando falo em “posicionamento diferenciado”, “fruição distinta”, refiro-me a uma sensibilidade estética específica: o *camp*, que relativiza grande parte dos questionamentos feitos a respeito da cultura de massa, principalmente aos produtos considerados de “mau gosto”. Desta forma, o *camp* propõe uma revisão das formulações acadêmicas geradas no contexto da Escola de Frankfurt, em que a fronteira entre alta cultura e baixa cultura era bastante clara.

Em *Notas sobre o camp*, a ensaísta norte-americana Susan Sontag teoriza a respeito da sensibilidade que, desde então, permitiu à parcela mais ilustrada da população usufruir as tentações da indústria cultural sob o aval do sentimento de que algo poderia ser bom, justamente por ser demasiadamente ruim. Sua obra foi escrita nesse 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 é, na verdade, uma maneira bem-humorada e apolítica de encarar a indústria cultural, algo que valoriza a forma em detrimento do conteúdo, um “esteticismo acima de tudo”. Para a autora, o *camp* é a “resposta ao problema de ser um dândi na era da cultura de massa”. Ou seja, o “dândi pós-moderno”, em vez de cultivar o gosto pela alta cultura e manejar com familiaridade os símbolos da erudição, entrega-se aos prazeres da cultura de massa; todavia, como explica Sontag, “o simples

uso não corrompe os objetos de seu prazer, desde que ele aprenda a possuí-los de uma maneira rara" (1987, p. 333).

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. 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.

Em relação à cultura *trash*, o dândi pós-moderno seria identificado como aquele sujeito que possui capital cultural suficiente para transitar por esse consumo com um ar superior, de quem pode se dar ao luxo de consumir certas "porcarias", porque o faz de forma distinta. Ele pode, por exemplo, assistir a um filme péssimo e extrair disso uma sensação de superioridade em relação à massa de espectadores. Esse tipo de posicionamento o habilita a percorrer todas as esferas de cultura, sem correr o antigo risco de contaminação a que estavam expostos os cultivados do pré-modernismo. A supracitada discrepância entre as formas de assistir ao programa do Ratinho de André e de sua empregada é um bom exemplo disso. André pode se dar ao prazer de assistir Ratinho, pois, mesmo que inconscientemente, ele o faz com a sensibilidade *camp*. Ele tem a exata noção de quão "ruim" é aquele programa — ou, no mínimo, ele sabe que é assim que os árbitros do gosto o enxergam. Esse presumido discernimento torna a fruição de André diametralmente oposta à de sua empregada, que, "incauta", se entrega ao divertimento proporcionado por Ratinho sem a mediação de qualquer desculpa ou teorização.

As disputas simbólicas no consumo de *trash*

No consumo de cultura *trash*, o capital subcultural se manifesta quando fica claro que não é o fato de “gostar” de ou “assistir” a filmes alinhados com essa estética o que torna alguém diferente das audiências normais, mas a forma como isso é feito. Para que esse tipo de consumo se alinhe ao que é valorizado dentro do grupo, é preciso que fique explícita a intimidade com a estética, com os gêneros específicos e com os modos de fruição desejados.

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 figura do *outsider*, do sujeito que não possui conhecimentos suficientes sobre determinado assunto, mas que frequenta lugares onde esse tipo de conhecimento é valorizado. Dentro dessa comunidade, tal experiência pode ser comprovada pela reação das pessoas durante a exibição de um filme. Muitas vezes, os fãs relatam suas experiências no cinema (vale lembrar que o principal gênero apreciado por eles é o terror) e costumam se divertir muito com a reação alheia por meio de comentários do tipo: “uma mulher do meu lado nem olhava pra tela”, “várias pessoas saíram no meio do filme”, “o pessoal não entendeu nada quando a gente começou a rir durante as decapitações”...

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 exhibir 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, em seus movimentos... Quando existe familiaridade com os estilos e gêneros valorizados socialmente, os indivíduos podem manejá-los com desembaraço em qualquer oportunidade. Um indivíduo que ainda não se sente totalmente à vontade em uma subcultura age como se o seu gosto estivesse, o tempo inteiro, sendo colocado à prova. No caso de um consumo marcado por tantas especificidades como o *trash*, esse "relaxamento" típico de um *insider* é ainda mais difícil de ser alcançado.

Uma das formas encontradas pelos fãs para justificar o lado meritório do consumo *trash* passa pela identificação de um ideal subversivo nesses produtos, um modo de contestação dos valores difundidos pela cultura de massa. Essa noção surgiu em poucos momentos das entrevistas que realizei, mas pode ser vista claramente no depoimento de Bruno Garcia — 24 anos, jornalista, responsável pela produtora independente BRV E. Quando questionado sobre "o que é *trash*?", Bruno responde:

Quando a gente fala da linguagem, uma coisa é a *parada* ser uma babaquice, pega um gordo de 150 quilos, põe ele pra dançar sem camisa, tem um vídeo desses

aí rolando pela internet, uma parada ridícula e “ah, é o *trash!*”. Isso é uma questão estética da coisa, que é uma parada que eu gosto de pegar também. Agora, existe uma questão também da contestação ideológica [...], que é a questão “não está todo mundo feliz”... e aí entra uma questão contestadora no sentido assim “não estamos numa novela da Globo, não estamos todos aqui felizes, queremos que se foda tudo”.

A audiência *trash* gosta de se ver como uma força contestadora no mercado intelectual e cultural, o que faz parte de uma tendência atual de se enxergar resistência e transgressão nas mais variadas formas de consumo que se coloquem minimamente em desacordo com certos parâmetros

Em uma entrevista concedida ao *site* Brócolis², Bruno reafirma que deseja realizar uma crítica à sociedade com a produção de seus filmes:

As pessoas cada vez mais são imbecilizadas e massacradas pela comunicação em massa e pela indústria cultural. O resultado disso é que todos pensam de maneira uniforme, sendo necessária muita força para fazer algo diferente ou que fuja dos padrões.

“Só burro pra não gostar de ‘lixo’!”

Filmes realizados com o mínimo de recursos financeiros e técnicos e com o máximo de imaginação, os *trash-movies* não têm este nome (só) porque são ruins, mas porque foram feitos como se tivessem sido reciclados, com todo o material humano e físico que

² Entrevista disponível em: <http://brocolis.org/brocolisvhs/entrevista_bruno.htm>.

estava disponível. O resultado é uma mistura inusitada de filmes de terror com surrealismo e uma pitada de comédia de humor negro. Estes bravos cineastas (quase) anônimos deram um novo sentido às sessões da meia-noite nos *drive-ins* e adicionaram mistério, sangue e sexo aos filmes B, contribuindo com o cinema independente dos Estados Unidos e representando verdadeira revolução através de filmes deliciosamente limitados que devem ser vistos e revistos sem preconceito! Não se leve a sério e embarque nesta fantasia divertidíssima!

[Texto de divulgação do DVD duplo que contém os filmes: *Criatura sangrenta* (1959) e *O lobisomem no quarto das garotas* (1962).]

O título desta seção e a última frase da citação acima comportam ideias contraditórias em relação ao consumo do "lixo cultural". Contradição, no entanto, é uma das principais marcas do consumo realizado por essa subcultura. O texto de apresentação desses dois *clássicos* do cinema *trash* conclama: "Não se leve a sério". Apesar disso, o conteúdo das falas dos fãs, como a utilizada no entretítulo, muitas vezes expressa um julgamento aparentemente sem sentido, o de que as pessoas não gostam de filmes *trash* porque são ignorantes, burras, ou não suficientemente inteligentes para captar a "alma do negócio".

Um dos temas que mais movimentaram essa comunidade nos últimos anos foi *Grindhouse* (2007), uma homenagem que os cineastas Robert Rodriguez e Quentin Tarantino resolveram prestar aos *exploitation* dos anos 1970. O nome da produção é uma referência às salas de cinema da época, que exibiam as sessões duplas. Cada um dos diretores criou um

longa-metragem – Rodriguez foi o responsável pela trama que conta a invasão de zumbis em *Planeta terror*, e Tarantino dirigiu *À prova de morte*, em que um psicopata mata suas vítimas provocando espetaculares acidentes automobilísticos.

Além da temática típica dos filmes de baixo orçamento dos anos 1970, as produções de *Grindhouse* utilizam vários efeitos para causar a sensação típica das exhibições, como imagem desfocada, borrada, problemas no áudio, subtração de cenas devido a falsos problemas nos “rolos de negativo” etc. Essas especificidades geraram uma série de controvérsias dentro das comunidades dedicadas ao *trash* no Orkut. Antes mesmo de os filmes estrearem nos cinemas nacionais, os fãs – que já haviam visto versões baixadas na internet – imaginavam a reação que o público “em geral” teria e antecipavam suas críticas à conjecturada desaprovação:

Eu particularmente achei um ótimo filme! É uma pena muitas pessoas não terem inteligência suficiente para apreciar essa obra-prima como um todo!! (sic) (Rodrigo, 23 anos, modelo).

É uma pena mesmo que as pessoas não entendam. Vou colecionar bolas e ovários de quem for falar mal do filme por não entender. (sic)
(Juliana, 23 anos, estudante de marketing).

Muitas pessoas não têm a concepção de entender o verdadeiro valor da sétima arte!! Aqueles que a entendem sabem a grande obra que esse filme representa para o cinema moderno! (sic) (Anônimo).

Planet Terror é excelente, porém o que muitos, inclusive críticos cinéfilos, não entenderam é o propósito do filme: "ser *trash* e exagerado"! E faz uns 70 anos que o cinema *b* e *trash* não é visto com bons olhos por alguns críticos... não é de repente, só por que um cineasta renomado resolve homenagear o estilo, que de repente todo mundo falará bem deste tipo de filme (ainda bem, senão vira hype) (sic) ("Tom Juarez", homem, na faixa de 30 anos).

A frequência das especulações sobre a opinião dos "outros" pode ser verificada em praticamente todos os tópicos de filmes dessas comunidades. Não se trata, no entanto, de uma implicância gratuita. O desagrado alheio é uma condição de extrema importância para dar sentido à existência dessa subcultura, que se coloca, justamente, como defensora e entusiasta de uma estética à margem da produção massiva tradicional, e, conseqüentemente, do seu público. Em alguns momentos, é passada a impressão de que eles "lamentam" o fato de as "pessoas" não gostarem do filme; a aprovação irrestrita, todavia, iria se configurar como um sério problema; como acredita "Tom Juarez" ao declarar, no último comentário, que "ainda bem" que nem todo mundo vai falar bem do filme "senão vira hype". Ou seja, vira moda, passa a ser aceito pela audiência em geral, o que destruiria o ideal *underground* de autenticidade envolvido nesse consumo.

Felipe Guerra, crítico do portal *Boca do Inferno*³, e uma das opiniões mais respeitadas pelos fãs de *trash*, também antevia a desaprovação do público *mainstream*, em artigo⁴ publicado no *site*:

³ <www.bocadoinferno.com>.

⁴ Disponível em: <<http://www.bocadoinferno.com/romepeige/artigos/grindhouse.html>>.

GRINDHOUSE é uma brincadeira inspirada, mas unicamente para cinéfilos, e certamente não recomendada para todos os públicos. Nem todos vão comprar a idéia [...] Pior: espectadores desavisados não vão entender bulhufas em relação aos trailers falsos e certamente vão acreditar que as falhas propositais na projeção são culpa da sala de cinema que está exibindo o filme (hahahaha) [...], ainda mais esta garotada burra e sem cultura que infesta os cinemas de shopping nos dias atuais. (sic)

Curiosamente, no final do artigo, Felipe acusa alguns cinéfilos (“fãs de Lars Von Trier” e de “dramas iranianos de crianças que perderam a sandália”) de serem arrogantes por “execrarem” produções como *Grindhouse* e a matriz homenageada pela iniciativa:

De uma coisa eu tenho certeza: se GRINDHOUSE serviu para algo (além de divertir, óbvio), foi para dar o devido valor e reconhecimento a todas as produções vagabundas, mas muito divertidas, que encontravam nas velhas salas de cinema americanas um espaço nobre. Estas produções, não raras vezes, são execradas por cinéfilos arrogantes, ou mesmo classificadas de “lixo cultural”. É engraçado, mas nestes tempos pretensiosos de Lars Von Trier e dramas iranianos sobre crianças que perderam a sandália, ainda acho as produções bagaceiras dos anos 70 e 80 muito mais legais que muito vencedor do Oscar. (sic)

O posicionamento de Felipe, porém, também poderia ser considerado arrogante em relação ao público *mainstream*, que pode simplesmente não ter se divertido com a ideia proposta pelos filmes

de Rodriguez e Tarantino, da mesma forma que o crítico não foi tocado pelas obras "pretensiosas" citadas por ele.

A maior comunidade do Orkut criada para reunir fãs do diretor José Mojica, espécie de guru do cinema de terror nacional, é a "Zé do Caixão (Coffin Joe)". Em agosto de 2008, na ocasião do lançamento nacional de *Encarnação do demônio*, um dos membros lamentou, por meio de um *post*, o escasso público na cidade de Porto Alegre. Na verdade, o filme foi um verdadeiro fiasco de bilheteria em todo o País, levando apenas 5.600 pessoas ao cinema no fim de semana de estreia. Os produtores culpam o mau tempo e o início das Olimpíadas pelo fraco desempenho; os fãs, entretanto, tinham outras explicações:

PQP, povo mais fdp que o Brasil não existe. Brasileiro tem vergonha de si mesmo, complexo de inferioridade e pior: acha que vendo filmes americanóides estão presenciando a verdadeira sétima arte. Povinho mais FDP não há, pode pesquisar no Google, nem em Ruanda uma nação despreza tanto o maior cineasta brasileiro quanto aqui! (sic) (Negão Marinho, 26 anos, São Paulo)

Não é à toa que eu odeio ser brasileiro! O povo só quer ver novela e filme da Cameron Diaz! (sic) (D#, homem, 21 anos)

Este é o país da cultura fácil. Do riso fácil, da lágrima fácil. Nosso país se rende à cultura óbvia de Hollywood e da Rede Globo. Tudo aquilo que foge ao padrão tradicional é tido como, no mínimo, esquisito. Se nos resta um certo orgulho, é saber que tal cultura

não é para muitos, o que reduz o número de idiotas a falar mal de *feeling underground* neste país onde se mede qualidade pela vendagem (sic) (Roderic, 38 anos, professor de literatura, Fortaleza).

Aqui, por se tratar de uma produção nacional, a ideia de que “o filme não é pra qualquer um” e de que alguns não “percebem” a genialidade de Mojica aparece associada a outra noção, a de que o público brasileiro é “americanizado” e por isso não valoriza a obra do diretor. No final da discussão, um fã resolveu se manifestar no sentido contrário às dezenas de mensagens que se sucediam, alertando para um possível exagero presente na associação entre a aceitação do filme de Mojica e a valorização da cultura nacional:

Bom, eu concordo com a idéia do brasileiro ser mais americanizado, mas, pô, parem de reclamar sem fundamento. Assistir ao filme não é obrigação de ninguém e muito menos é o símbolo máximo de valorização da cultura nacional. “A cultura *underground* não tem espaço no Brasil.” Lógico, qualquer coisa *underground* que ganhe espaço não é mais *underground*. Depois fica um bando de fã cego reclamando que virou modinha, que se vendeu, que mimimi etc. (sic) (b, estudante de comunicação, paulista, cerca de 20 anos).

Parte do depoimento desse fã refere-se ao que foi analisado anteriormente, sobre a contradição dos fãs reclamarem da desaprovação do público, quando essa é uma condição para a existência dessa subcultura. Quando afirma “qualquer coisa *underground* que ganhe espaço não é mais *underground*. Depois

fica um bando de fã cego reclamando que virou modinha, que se vendeu, que mimimi etc.”, b. reconhece o comportamento quase esquizofrênico de parte desses consumidores, que se queixam e ao mesmo tempo se orgulham em venerar um tipo de arte “para poucos”.

Durante minhas entrevistas, muitos fãs também insistiram na ideia de que as pessoas não gostam de filmes *trash* porque “não entendem”. Normalmente, essa noção de “pessoas” coincidia com a imagem do público de produtos massivos, *blockbusters hollywoodianos*, novelas e demais programas da Rede Globo. Esse hábito de consumo cultural levaria os indivíduos a um estreitamento das possibilidades estéticas.

Considerações finais

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 tinha a oferecer, mantendo-se um posicionamento diferenciado em relação aos demais consumidores (ECO, 1979).

Acredito que o mesmo tipo de raciocínio pode ser feito em relação ao consumo de produtos *trash*. A adoção de um olhar irônico sobre o “lixo cultural” permite às parcelas mais instruídas da população entregar-se aos prazeres do mais baixo estrato da cultura massiva. Ao mesmo tempo, esses indivíduos procuram criar uma espécie de “cartilha de leitura”

para determinados produtos repleta de nuances como, por exemplo, a hora certa de rir ou de sentir medo.

Neste artigo, procurei demonstrar, baseada, principalmente, em minhas entrevistas e na utilização da *netnografia*, que existem diversas questões subjetivas envolvidas nas práticas dos fãs. Muitas passam por uma vontade de distinguir-se, ímpeto que, amiúde, leva a um discurso altamente classificador, preconceituoso e mesmo elitista, o que é intrigante se pensarmos que esses mesmos jovens são apontados como índice de um momento mais compreensivo em relação às hierarquias do gosto. Da mesma forma, as sutilezas do processo de "reciclagem cultural" mostram que o "lixo" devidamente processado pode se transformar, para alguns, em valioso capital.

Referências

ANDERSSON, M.; JANSSON, A. The blurring of distinctions: media use and the progressive cultural lifestyle. **Nordicom Review**, v. 2, p. 63-76, 1998.

BOLLON, P. **A moral da máscara**: merueilleux, zazous, dândis, punks, etc. Rio de Janeiro: Rocco, 1993.

BOURDIEU, P. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.

_____. A metamorfose dos gostos. In: **Questões de sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero, 1983. p. 127-135.

_____. **A distinção**: crítica social do julgamento. São Paulo/Porto Alegre: Edusp/Zouk, 2007.

ECO, U. Introdução. In: ÁRIAS, M. J. R. **Os movimentos pop**. Rio de Janeiro: Salvat, 1979. p. 7-14.

FISKE, J. The cultural economy of fandom. In: LEWIS, L. (Ed.). **The adoring audience**. London/New York: Routledge, 2001. p. 30-49.

FREIRE FILHO, J. **Reinvenções da resistência juvenil**: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

_____. Mídia, consumo cultural e estilo de vida na pós-modernidade. **ECO-PÓS**, v. 6, n. 1, p. 72-97, 2003.

JANCOVICH, M. Cult fictions: cult movies, subcultural capital and the production of cultural distinctions. **Cultural Studies**, v. 16, n. 2, p. 306-322, 2002.

JANCOVICH, M. et al. **Defining cult movies**: the cultural politics of oppositional taste. Manchester: Manchester University Press, 2003.

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

SCHAEFER, E. Dirty little secrets: scholars, archivists, and dirty movies. **The Moving Image**. v. 5, n. 2, p. 79-105, 2005.

SCONCE, J. "Trashing" the academy: taste, excess, and an emerging politics of cinematic style. **Screen**, v. 36, p. 371-393, 1995.

_____. (Ed.). **Sleaze artists**: cinema at the margins of taste, style, and politics. London: Duke University Press, 2007.

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

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

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