

“É bom porque é ruim!”

Considerações sobre produção e consumo de cultura *trash* no Brasil

Mayka Castellano

RESUMO

Neste artigo, apresento um panorama do circuito de produção e consumo de cultura *trash*. Amparada em entrevistas em profundidade com fãs/produtores e na realização de uma etnografia virtual em sites de relacionamento, analiso a importância da mídia digital como base para a criação de uma articulada comunidade que cultua artefatos culturais considerados “ruins”. Oriundos tanto da cultura massiva quanto da produção amadora, tais produtos contam com uma dedicada fruição por parte de jovens que usam a diversão como principal justificativa para o engendramento dessa crescente rede de trocas culturais.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura *Trash*. Estudos culturais. Consumo jovem. Fãs-produtores.

1 Introdução

Em 18 de dezembro de 2006, importantes pesquisadores da área de comunicação, ligados principalmente à cibercultura, reuniram-se no auditório da Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM) do Rio de Janeiro para debater a Cultura Digital *Trash*. A despeito do sol escaldante e da proximidade com as festas de fim de ano, dezenas de ouvintes permaneceram no auditório durante as quase dez horas de evento. Entre os temas apresentados, estavam a cibercultura *punk*, a “cauda longa” na Web 2.0, o estilo de música *noise*¹, os limites do formato mp3, a nova geração de games e a cultura do *spoof* na Internet.

A mistura aparentemente caótica de temas e abordagens tem uma explicação: o *trash*, como cultura, ou subcultura, não possui conceituação definitiva, dando margens a diferentes apropriações, que, apesar de divergentes, não são equivocadas. No caso deste evento, cada um dos pesquisadores buscou uma aproximação do tema com o seu objeto de estudo, tendo em vista as práticas possibilitadas pelas novas ferramentas da comunicação. Ou seja, analisaram o avanço das plataformas digitais que permite maior produção, divulgação, consumo e compartilhamento de uma cultura antes relegada à margem do *mainstream*³ — o “lixo cultural”.

A grande questão é que se o chamado “lixo cultural” é tudo aquilo que está à margem da cultura *mainstream*, e, ao mesmo tempo, também não é alta cultura, diversos tipos de artefatos podem ser considerados *trash*. Este artigo é uma tentativa de compilação de algumas conclusões obtidas em minha pesquisa de mestrado, finalizada em 2009, em que meu objetivo foi pesquisar o consumo de um tipo específico de “lixo”: os filmes *trash*.

A ideia de pesquisar sobre esse objeto surgiu a partir de um interesse pela discussão acadêmica acerca do gosto e, especificamente, do *mau gosto*. Ao entrar em contato com a teoria que Susan Sontag desenvolveu a respeito da sensibilidade *camp*, senti-me atraída por estudar esse tipo de sensação sintetizada pela máxima “é tão ruim que é bom”. Quando falo em *camp*⁴ refiro-me a uma sensibilidade estética específica, que relativiza grande parte dos questionamentos feitos a respeito do kitsch⁵, um tipo de arte caracterizado como de “mau gosto”, fortemente associado ao surgimento das indústrias culturais e de um novo público consumidor, ávido por produtos de fácil acesso. O *camp* aparece no momento de ascensão da crítica pós-moderna da cultura de massa, que 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.

Aplicado ao estudo de bens culturais, o conceito *camp* contribui para a compreensão do porquê de alguns artefatos consi-

¹ Estilo musical caracterizado por sons considerados, em circunstâncias comuns, desconfortáveis ou irritantes, executados, normalmente, em volume alto.

² *Spoof* é a tendência de surgimento, no ambiente virtual, de “infinitas” versões paródicas de produtos midiáticos de grande circulação. Para uma análise completa desse fenômeno, ver FELINTO, 2007.

³ Nesse contexto, *mainstream* refere-se, basicamente, à cultura massiva.

⁴ Sensibilidade diferenciada, onde a estetização, o estilo, o exagero e o artifício são supervalorizados, em um “hedonismo audacioso que sucede ao bom gosto” (SONTAG, 1987; FREIRE FILHO, 2003).

⁵ Apesar da rica e vasta literatura sobre o *kitsch*, optei por não me aprofundar nessa questão, sob o risco de desviar o foco do meu objeto, ou seja, a cultura *trash*. Até porque, o principal ponto em comum entre os dois conceitos é justamente a forma diferenciada, e divertida, de fruição, ou seja, a sensibilidade *camp*. Referências sobre o *kitsch* podem ser encontradas em: MOLES, 2001; SANTOS, 2001; ROSENBERG, 1974; PIGNATARI, 1970; OLALQUIAGA, 1998; MERQUIOR, 1974; MIRA, 1995; GREENBERG, 1989 e SÊGA, 2009.

■
6 O termo “brega” é bastante identificado com o *trash*, no entanto, ele é mais característico da cultura *trash* musical. Para uma discussão a respeito do mau gosto e da proximidade entre os termos *kitsch* e *brega*, ver FREIRE FILHO, 2003 e FONTANELLA, 2005. O termo “brega” é bastante identificado com o *trash*, no entanto, ele é mais característico da cultura *trash* musical. Para uma discussão a respeito do mau gosto e da proximidade entre os termos *kitsch* e *brega*, ver FREIRE FILHO, 2003 e FONTANELLA, 2005.

■
7 A metodologia empregada nesta pesquisa contou, principalmente, com a etnografia virtual em comunidades de fãs no Orkut e entrevistas em profundidade. As principais comunidades acompanhadas foram: “*Trash*, *gore* e *terror* em geral”, com cerca de 13 mil membros e a “Filmes *trash* caseiros”, com mais de 5 mil. Criada em maio de 2004, a “*Trash*, *gore* e *terror* em geral” é a maior comunidade do Orkut dedicada ao cinema *trash* e nela se reúnem principalmente os fãs dos subgêneros mais violentos do *terror*. Na “Filmes *trash* caseiros” (criada um mês depois), a ideia é agrupar fãs que produzem seus próprios filmes. Para poder ter acesso a todo o conteúdo trocado nessas comunidades, tornei-me membro de ambas no final de 2006. A seleção das pessoas que seriam entrevistadas funcionou da seguinte forma: enviei cerca de 60 questionários (com perguntas básicas sobre o apego ao *trash*, além do pedido de um breve perfil social), por e-mail, para participantes das comunidades. A partir das respostas recebidas, pude escolher os indivíduos que se mostraram mais dispostos a compartilhar suas experiências, o que resultou em um total de 28 entrevistas em profundidade, realizadas pessoalmente, por telefone, *skype*, MSN, *gtalk* (mecanismo de conversa online da *Google*) e mesmo por interações via Orkut (*scraps*, depoimentos e mensagens). Todas as entrevistas seguiram um roteiro previamente preparado, mas que, em muitos casos, sofreu modificações de acordo com as respostas fornecidas.

■
8 Cabe pontuar que, na maior parte dos casos, tal consenso nunca será alcançado e todas as tentativas de criar rótulos muito precisos para estilos e gêneros serão fracassadas. Portanto, a busca por uma definição precisa e duradoura para o *trash* nunca se configurou como objetivo de minha pesquisa.

derados “péssimos”, “bregas”⁶, “horrorosos”, “toscos”, “nojentos” pelo público em geral serem alçados a elementos de culto por uma minoria devota. Como minha intenção, desde o princípio, não era estudar especificamente a produção e os objetos, mas as possíveis formas de apropriação, deparei-me com a necessidade de buscar um grupo de consumidores que realizasse a fruição do *trash* de forma sistemática. Ou seja, um grupo de fãs que existisse na vida real e 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 público⁷, que pode ser definido, em linhas gerais, como jovem (neste trabalho, considereirei como jovem a faixa etária de 14 a 30 anos), de classe média e do sexo masculino.

A chave para compreendermos esse tipo de fruição está na constatação de que, ao consumirem tais produtos, esses indivíduos realizam um processo de **reciclagem cultural**, 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 social. Não se trata simplesmente do consumo de produtos de baixa qualidade artística, e sim do consumo associado à consciência da má qualidade, sendo observada nessa atitude algo de meritório, a partir do que construirão seus estilos de vida e signos de diferenciação.

Assim, meu objeto de análise são as motivações e as práticas sociais dos fãs de filmes *trash*. De maneira geral, tais filmes contam com baixo orçamento e produções, direções e atuações que, na maioria dos casos, não atendem aos padrões canônicos e às normas convencionadas de qualidade técnica, artística e valores morais. Apesar de não haver consenso sobre a definição⁸, 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; realizados de forma amadora, com exagero de efeitos especiais de pouca qualidade (“defeitos especiais”), com mortes violentas e mal encenadas, excesso de sangue etc.

A má qualidade técnica é, sem dúvida, um fator importante na 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” do ponto de vista artístico. Desta forma, em vez de buscar uma definição somente através de elementos, optei por pensar no conceito de *trash* como uma forma específica de se fazer e assistir cinema. Ou seja, opções disparatadas, recursos sem cabimento, narrativas que buscam a inverossimilhança, que-

bras de expectativa através do *nonsense*, do exagero, do artifício, soluções incautas, uso de efeitos especiais descontextualizados, atuações ridículas, situações propositalmente apelativas, humor involuntário (ou deliberado), violência descabida que resultem em um produto final que atenda às expectativas de um determinado grupo de espectadores, em detrimento da aprovação do senso comum e das esferas tradicionais de legitimação cinematográfica.

A utilização de uma abordagem que privilegie os efeitos na conceituação do que é *trash* parece nortear, também, o trabalho de Sconce (1995, 2007), autor que cunhou a expressão **paracinema**, responsável por tirar das costas de diversos pesquisadores do “lixo audiovisual” o fardo de definir “cinema *trash*”, “cinema extremo”, “cinema bagaceiro” etc. Para o autor, **paracinema** não é apenas um grupo distinto de filmes, mas, principalmente, um tipo de leitura diferenciada de determinados produtos audiovisuais, uma outra sensibilidade estética e subcultural, que valoriza todo o tipo de “lixo”. O autor cita como possíveis exemplos de **paracinema** os seguintes tipos de produções: ficção científica e terror — tipos clássicos de *trash* —, campanha governamental de higiene, vídeo caseiro sobre as férias em família, pornô sadomasoquista, um vídeo de *strip-tease* com grávidas, documentários sobre necrofilia ou zoofilia, filme japonês de monstros, musicais adolescentes sobre festas na praia, cinebiografias de celebridades como Elvis, vídeo de treinamento para funcionários do Mc Donald’s etc (SCONCE, 1995, p. 372). A despeito da enorme diversidade, todas essas produções compartilham uma possível leitura irônica, divertida, debochada, tipicamente praticada pelos fãs de *trash*.

No início, nos anos 1950, muitos eram realizados de maneira séria e o humor que provocavam era involuntário. Hoje, a maioria é conduzida por essa estética de maneira consciente⁹, e, para isso, contribui, de maneira fundamental, o papel do fã, tanto como gerador de uma demanda específica dentro do mercado cinematográfico, quanto como realizador de seus próprios filmes, passando à condição de produtor cultural (JANCOVICH, 2002; SCONCE, 1995).

2 O Consumo *trash* entre os jovens

“A fina arte de um filme magnificamente ruim não é assunto sério para qualquer um”, afirma um fã. Os adeptos a isso são poucos, porém fanáticos. A apreciação da má-qualidade é um gosto que se alcança, e o mais refinado! (apud SCONCE, 1995, p. 382)

No Brasil, o gênero *trash* começou a ganhar mais destaque nos anos 1980, com o início da popularização dos aparelhos de videocassete, que permitiram uma apreciação mais detalhada dos filmes. Tornou-se possível, com isso, a criação de grupos de aficionados que promoviam sessões de exibição. Tais grupos eram

⁹ Apesar disso, ainda podem ser encontrados filmes que provocam o humor involuntariamente. *Cinderela baiana*, de 1998, 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*. Parte do *nonsense* dessa produção pode ser vista em uma cena disponível no YouTube onde, imediatamente após fazer um libelo contra a miséria infantil e a falta de perspectivas para a juventude, a protagonista dança, animadamente, uma música com a sugestiva letra “pau que nasce torto nunca se endireita...” No Orkut, há uma comunidade com 843 membros só para “homenagear” essa cena. (<http://www.youtube.com/watch?v=6HDvaLOq-6Y> cena do filme) (<http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=21200751> comunidade do Orkut).

normalmente ligados a colecionadores e locadoras especializadas. Foi com a chegada dessa tecnologia que começou a ser possível, também, que os fãs se aventurassem na confecção de suas próprias obras. De acordo com Piedade (2008), o próprio estilo preferido na realização de vídeos amadores (o horror associado à comédia) deve-se, em parte, à presença desse tipo de equipamento:

O vídeo chegou relativamente cedo ao Brasil, já no final da década de 60, pouco depois de ter sido lançado comercialmente no exterior, os primeiros modelos portáteis de *video tape* aportaram por aqui. A nova tecnologia evoluiu rapidamente, se popularizando no início dos anos 90, quando se tornaram mais acessíveis as *camcorders*, câmeras de tamanho menor e com fita embutida destinadas ao uso doméstico e profissional [...] Outro fator que podemos destacar nesse direcionamento rumo a um horror mais debochado e gráfico, exagerado na representação da escatologia e da violência, foi a moda *trash* na primeira metade dos anos 90. Reflexo de um movimento de resgate e valorização dos filmes baratos, considerados de mau gosto e desprezados, que começara nos Estados Unidos na década anterior e a decorrente criação de uma subcultura a eles devotada. O que não só fomentou a edição dessas obras em *home video* como incentivou novas produções (2008, p. 102-104).

A disseminação da Internet se configura como o segundo marco importante na consolidação e articulação dessa comunidade. Hoje, os fãs de *trash* contam com uma enorme quantidade de *websites* dedicados ao assunto, como o “Boca do Inferno”¹⁰ e o “Putrescine”¹¹, onde podem participar de fóruns de discussão, nos quais, além de informações, são trocados e comercializados vídeos. Com a expansão da mídia digital, filmes raros que eram restritos a poucos colecionadores passam a estar disponíveis na rede.

O mundo virtual tem grande relevância dentro do campo que decidi estudar. O universo de fãs de cultura *trash* é formado por pessoas que demonstram muita intimidade com as novas tecnologias da comunicação. Assim, o contato presencial entre os próprios fãs foi diminuído, e os fóruns de debate pela Internet cresceram. *Online*, eles trocam vídeos, assistem e fazem seus comentários. Os eventos são situações mais festivas, para reunir os fãs em torno de algum acontecimento, como uma convenção, o lançamento de algum filme ou uma festa temática. A Internet provocou um rearranjo na forma de comunicação entre os fãs, e é através dela que eles criaram e mantêm uma extensa e ativa rede de sociabilidade mediada por computadores.

Ao entrar em contato com os fãs de *trash* a partir de ferramentas como o Orkut e os demais fóruns de discussão na Internet, pude constatar uma série de características que ajudam a definir o perfil desses indivíduos. A primeira é que o público do *trash* é formado, basicamente, por jovens. A faixa etária dos meus entrevistados, por exemplo, variou entre 14 e 31 anos. A forma de abordagem dos entrevistados (uso de mecanismos *online*) levou a um grupo pertencente exclusivamente à classe média.

A comunidade, também, é majoritariamente masculina.

■
¹⁰ www.bocadoinferno.com

■
¹¹ www.putrescine.com.br

A proporção verificada nos fóruns de discussão revela que a participação feminina se restringe a cerca de vinte por cento dos membros. 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 mulheres como as que não aprovam o tipo de filme, principalmente mães, namoradas 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 (CASTELLANO, 2008).

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”, assistindo a um filme pela televisão ou pela Internet. Como normalmente são pessoas familiarizadas com o ambiente virtual, procuram mais informações sobre os filmes e buscam outros títulos através de sites especializados. Todos afirmaram possuir amigos com quem compartilham a preferência, e a sensação de compartilhamento parece constituir uma etapa fundamental nesse tipo de consumo. A maioria declarou buscar através de mecanismos da rede contato com outros fãs que moram em diferentes partes do país e do mundo.

Quando indagados sobre de que forma familiares e colegas 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. O estudante Ricardo, de 14 anos, morador de Jundiaí (SP), que além de fã é produtor de filmes *trash*, disse que a família considera-o “meio maluco” por gostar desse tipo de produto. Contudo, ele se aproveita das reuniões em casa para exibir os vídeos que ele mesmo produz com os amigos, o que acaba rendendo momentos de diversão entre o grupo. Depois da ceia natalina, por exemplo, já é uma tradição a família de classe média/alta se reunir em torno do telão colocado na sala para apreciar as obras do jovem cineasta: “a cada exibição, mais um primo quer participar”, afirma.

3 O Papel do fã-produtor

A história dos trabalhos acadêmicos sobre as práticas dos fãs pode ser dividida basicamente em duas épocas bastante 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 tal fenômeno tendia, muitas vezes, a uma associação entre este comportamento e uma atitude patológica.

O segundo momento acontece a partir da década de 1970. Com o advento dos Estudos Culturais britânicos — especialmente 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 que possibilitou uma espécie de “absolvição” dos estudos sobre fãs, que começam a ser desenvolvidos, principalmente nos Estados Unidos.

Na década de 1990, 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 afastavam da visão estereotipada do fã, e o consumo passa a ser visto como uma etapa fundamental no processo de socialização e formação identitária dos jovens.

Outrora um emblema gritante de problemáticos legados da modernidade, o fã ressurge, na ribalta acadêmica, como um consumidor astuto, capaz de processar criativamente os sentidos de produtos de circulação massiva, elaborando, a partir deles, um conjunto variado de práticas, identidades e novos artefatos (FREIRE FILHO, 2007, p. 82).

De ávidos consumidores, alguns fãs foram se transformando, também, em produtores em potencial, não apenas de sentidos, mas de objetos inseridos no campo cultural e que circulavam quase exclusivamente dentro da própria comunidade de fãs, fato que contribuiu de maneira decisiva para a nova abordagem de suas práticas e dos circuitos culturais dos quais fazem parte. A verdade é que os fãs sempre criaram produtos a partir de elementos do objeto (ou pessoa) alvo de adoração: *fanzines*, desenhos, músicas, poesias, colagens etc. A diferença é que, se antes esses artefatos ficavam guardados dentro de gavetas ou à mostra unicamente para os outros fãs com quem se mantinha contato presencial, agora, através de mecanismos disponibilizados pela Internet, os fãs podem divulgar seus feitos em plataformas de grande alcance de público.

Hoje, boa parte dos vídeos *trash* que são cultuados por fãs são escritos, produzidos e estrelados por eles mesmos. Durante as entrevistas que realizei, era muito comum ouvir frases como “eu também faço os meus *trashinhos*, você quer ver?”, dita por Renato, de 15 anos, estudante de São Bernardo do Campo. O uso no diminutivo normalmente estava associado à despreensão com que lidam com a própria obra. Em um dos contatos que eu tive com Renato, perguntei se ele havia visto algum filme interessante nos últimos tempos e a resposta veio em pequenas sinopses das atrações que o agradaram. Como eu não reconheci nenhuma das histórias, perguntei que filmes eram aqueles, ao que ele respondeu: “Uns caras aí que fizeram, eles fazem vários, vê lá no YouTube”. Quando está com vontade de assistir um filme, em vez de ir ao cinema, Renato vai ao YouTube. E, invariavelmente, vê *trash* amador, feito por jovens como ele.

O tipo de estética buscada por essas produções facilita a inserção do fã no papel de agente cultural. Seguindo a máxima

de “fazer da necessidade uma virtude”, os fãs se aproveitam da limitação técnica, dos poucos recursos financeiros, e da precariedade de uma maneira geral, para produzir filmes que fazem um enorme sucesso junto a esse público, muitas vezes justamente por serem ruins.

Tem gente que faz uns filmes mais sérios com uma estrutura amadora, tentando fazer um filme sério, mas ficam uns filmes ruins. A gente já sabia disso e aí já puxa logo pro *trash*, porque sabe que vai ficar ruim (Luis Felipe, 23 anos, da produtora Pepa Filmes, Rio de Janeiro, depoimento no filme *Trash in Rio*)

Você acha que um bando de moleques juntos, de bobeira, sei lá, do nada, vão fazer alguma coisa boa de verdade? A gente não quer ser zoado. Imagina se eu chego na escola e falo que fiz um filme? Os caras vão rir de mim, né? Aí eu falo que fiz um *trash*, o pessoal vê e acha maneiro [risos]. Dá certo porque dá errado, né? (Leonardo, 17 anos, estudante do Rio de Janeiro)

Há, no Orkut, uma comunidade criada com o objetivo de reunir esses fãs que resolveram criar suas próprias produções: a “Filmes Trash Caseiros”, que já reúne mais de 5.000 membros desde a sua criação, em junho de 2004:

Você sabe a fórmula do sangue falso? É capaz de transformar um lençol velho num “chroma key” perfeito? Acha que seu monstrinho 3D com meia dúzia de polígonos pode funcionar tão bem quanto o T-rex do Spielberg? Aqui é sua comunidade! Conte sua idéia. Mostre seu roteiro. Resolva problemas técnicos. Troque dicas e experiências. Forme sua equipe campeã. FAÇA SEU PRÓPRIO FILME TRASH! (descrição, na página inicial da comunidade¹²)

A comunidade se transformou em um importante lugar de encontro, onde eles trocam experiência, divulgam seus filmes, debatem as subseqüentes críticas e buscam ajuda em questões técnicas. A troca de informações entre os membros é bastante intensa. De acordo com o que foi desenvolvido por Recuero (2005), tendo em vista o tipo de comportamento observado na maioria das comunidades do Orkut, é possível afirmar que há, na “Filmes Trash Caseiros”, uma boa-vontade por parte dos participantes em gerar capital social¹³ relacional — possibilidade de conhecer mais pessoas com interesses em comum — e cognitivo — obtenção de informações de qualidade e debates relevantes, o que não é verificado na maioria dos grupos do site.

Grande parte dos tópicos de discussão é dedicada à resolução de problemas do tipo “como fazer mão falsa”, “como fazer cortes, machucados” ou sobre o manejo de *softwares*. Tais refinamentos técnicos só são possíveis, hoje, graças à evolução e posterior expansão da mídia digital. As filmadoras portáteis de uso caseiro, com as quais famílias filmavam seus eventos já existem há algumas décadas, no entanto, além do fato de que a qualidade da imagem deixava 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

¹² <http://www.orkut.com.br/Main#Community.aspx?cmm=87381>

¹³ “Definindo o capital social como o conjunto de recursos resultante do conteúdo das trocas sociais na rede, que possui aspectos coletivo e individual de modo simultâneo, ele também é diretamente relacionado à capacidade de interação social de um grupo e de seus laços sociais” (RECUERO, 2005, p.15).

ser sequer comparadas às exibidas no cinema, feitas através de técnicas muito caras como a filmagem em película.

Apesar da expressiva informalidade que marca a produção *trash* amadora, alguns grupos de jovens cineastas se organizam a ponto de ganhar nome, elaborar projetos grandiosos e angariar prestígio dentro da comunidade de fãs: assim surgem as produtoras independentes, responsáveis pelos principais filmes *trash* amadores que circulam na ativa rede de entusiastas do “lixo cultural” (CASTELLANO, 2009).

A sociabilidade criada em torno do consumo e da produção do *trash* é parte fundamental da explicação de por que esses jovens dedicam tanto tempo de suas vidas a esse tipo de bem cultural. Segundo a maioria dos meus entrevistados, não é muito fácil encontrar alguém que goste realmente de assistir ou realizar um filme *trash*, por isso, quando esses encontros acontecem, eles costumam ser muito proveitosos. Há o que pode ser chamado de cumplicidade diante de um olhar não tão receptivo dos outros. Se a formação de grupos com interesses em comum é bastante frequente entre a população jovem em geral, a constituição de grupos que cultivam um gosto *exótico* do ponto de vista *mainstream* torna-se ainda mais importante.

4 A Internet como facilitadora e como ameaça

Ao longo de minha pesquisa, tornou-se evidente a importância que a Internet tem na articulação desse grupo. No entanto, ao mesmo tempo em que ajuda a dar forma a essa comunidade que compartilha o gosto pelo “lixo cultural”, a rede ameaça, com o que Thornton chama de “acessibilidade obscena da cultura de massa”, o senso de raridade e exclusividade necessário à sobrevivência de uma subcultura (FISKE, 2001; THORNTON, 1995).

Na gênese das subculturas há a importante questão das práticas ocorrerem fora do ambiente doméstico, isto é, nas ruas, o que remonta ao ideal de não-massificação e pertencimento a grupos sociais que não se restringissem à imagem tradicional da família. Assim, o ambiente público era o de excelência para o desenvolvimento de práticas subculturais. No caso específico do *trash*, a tradição do consumo de filmes identificados com o que há de pior no cinema remonta à exibição das famosas *midnight movies*, ou seja, de sessões marcadas para a madrugada de filmes de baixo orçamento e temáticas “bizarras”, normalmente em cinemas obscuros de lugares remotos, que, em outros horários, também exibiam filmes pornôis, o que ajudou a criar em torno do cinema *trash* a aura de marginalidade, transgressão e distinção hoje celebrada pelos fãs.

A dificuldade de acesso e o “risco” envolvidos na ação de assistir a esses filmes estavam intimamente ligados ao ideal “un-

derground”, tão caro ao culto *trash* e a tantas outras formas sub-culturais. As transformações causadas pelo avanço da tecnologia no panorama dos filmes *trash* trouxeram problemáticas questões que envolvem, de maneira bastante incisiva, o ideal “subcultural” presente nesse consumo. Nesse sentido, o discurso de um aficionado, citado em um artigo de Jancovich, é bastante emblemático:

Todos aqueles filmes obscuros que eu arrisquei minha vida para ver (literalmente, em alguns cinemas) agora estão disponíveis na limpa locadora de vídeos perto da sua casa! Isso é irritante. Eu estou tentando, de todo coração, aguentar isso, mas eu ainda não estou acostumado com o fato de que os filmes que eu gastei toda minha vida tentando assistir, agora são itens de consumo. (JANCOVICH, 2002, p.320).

É interessante observarmos que esse depoimento faz referência às mudanças advindas com a expansão do uso de aparelhos de videocassete, o que ocorreu nos anos 1980. Muitas distribuidoras independentes percorriam salas onde antes eram exibidas as *midnight movies* com o objetivo de encontrar filmes raros e lançá-los em VHS, tendo em vista o mercado de nicho que se abria, principalmente nos Estados Unidos. Atualmente, ocorre o mesmo fenômeno em relação ao DVD (SCONCE, 2007). O que diria esse fã, então, hoje em dia, quando esses filmes passam a estar disponíveis não somente na locadora mais próxima, mas à distância de um clique?

Para Chris Berg, em resenha do livro *Sleaze artists*, organizado por Sconce (2007), “a imagem do balconista de locadora orgulhosamente escolado nos mais obscuros filmes de *exploitation*¹⁴ e horror é um clichê quase em extinção”. Ele foi substituído pelos fóruns *online* de discussão sobre filmes *trash* e pelos sites de busca que dispõem, em segundos, preciosas informações sobre os mais raros títulos. Por outro lado, foi essa transformação trazida pela mídia digital e pela Internet que permitiu a formação de uma comunidade de fãs tão articulada em lugares como o Brasil, que não possuem uma tradição de culto ao *trash* tão forte quanto a verificada em países como os Estados Unidos.

5 Considerações finais

Durante o supracitado Seminário *Cultura Digital Trash*, o pesquisador André Lemos, em sua fala inicial, afirmou que na cultura massiva nós consumíamos o “lixo” dos outros, e que agora, na cibercultura, nós produzimos nosso próprio “lixo”. Acredito que esse raciocínio pode ser ampliado: é possível afirmar que, hoje, além de continuarmos consumindo o “lixo” alheio, disponível em larga escala e em uma variedade nunca antes vista, podemos, realmente, criá-lo e lançá-lo ao mundo através de mecanismos da rede.

A Internet e os avanços da mídia digital são os grandes res-

¹⁴ Inicialmente, os filmes classificados como *exploitation* eram aqueles realizados com pouca ou nenhuma preocupação técnica ou artística, mas tendo em vista um lucro rápido, normalmente através da divulgação de algum aspecto sensacionalista da produção. Pode-se afirmar que as duas grandes temáticas envolvidas em filmes de *exploitation* são o sexo e a violência, que aparecem, não raro, juntas. (Ver: NOURMAND ; MARSH 2006)

■
15 Orçamento divulgado do projeto *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 narra uma invasão de zumbis em *Planeta terror*, e Tarantino dirigiu *À prova de morte*, em que um psicopata mata suas vítimas provocando espetaculares acidentes automobilísticos. A ideia inicial era que os filmes fossem exibidos juntos, o problema é que a iniciativa acabou se tornando inviável comercialmente, e a distribuidora resolveu lançá-los separadamente no resto do mundo, depois de uma estreia fraca nos EUA.

ponsáveis tanto pelo aumento da quantidade de “lixo”, quanto pelo expressivo desenvolvimento dessa comunidade de fãs. Esses mecanismos tornaram acessíveis, para um número cada vez maior de pessoas, as *maravilhas* da cultura *trash*, antes circunscritas aos aficionados mais dedicados, desbravadores do universo *off-mainstream* que, até então, não era entregue diariamente pela televisão, nem ficava em cartaz nos cinemas do chamado “circuitão”. Se hoje Quentin Tarantino e Robert Rodriguez dispõem de mais de 50 milhões de dólares¹⁵ para criar uma espécie de homenagem ao “cinema bagaceiro”, isso se deve à crescente articulação de uma subcultura que avançou, ganhou status no ambiente virtual, e se transformou em um interessantíssimo nicho de mercado.

Da mesma forma, o “lixo” amador despejado diariamente em sites como o YouTube é resultado de uma crescente quantidade de sujeitos com um celular que filma nas mãos e um computador conectado à rede. No entanto, se as técnicas se expandem em ritmo vertiginoso, o mesmo não se pode dizer dos mecanismos de adequação para se criar uma obra com valor artístico reconhecido canonicamente, daí a questão de se “fazer da necessidade uma virtude”. Não quero induzir, desse modo, a um pensamento determinista, que sugira a ideia de que o *trash* seja consequência direta de uma falta de talento generalizada associada à disponibilidade dos meios, e nem que as restrições impostas por técnicas portáteis e acessíveis como a filmagem por celular leve, *naturalmente*, ao *trash*. Acredito, sim, que tal rótulo serviu perfeitamente aos propósitos de uma geração de jovens produtores dispostos a se aventurarem no mundo da criação artística com um respaldo que os livra de uma série de constrangimentos e apreciações. Entendo, inclusive, que a realização de filmes *trash* amadores pode ser o início de uma trajetória que envolva a execução de obras dos mais diferentes estilos e que não estejam, necessariamente, vinculados à ideia de “má-qualidade”.

Casos em que os produtores diletantes manifestam vontade de seguir uma carreira de cineasta, porém, ainda representam a minoria, o que ficou patente nas falas dos fãs. O mundo da produção amadora de *trash* é um grande elogio ao entretenimento e à diversão, marcas indelévels do momento atual de nossa cultura. A questão que transforma esse fenômeno em atraente objeto de estudo é que essas práticas de distração estão interferindo diretamente no consumo cultural de uma parte considerável da população jovem, justamente a que se enquadra no modelo ideal de consumidor — ou seja, pertencente à classe média e com tempo e dinheiro suficientes para serem investidos no lazer.

“It’s good because it’s bad!” Considerations on the production and consumption of trash culture in Brazil

ABSTRACT

In this article, I present an overview of the production and consumption of trash culture. Supported by in-depth interviews with fans/producers and by a virtual ethnography of social networking sites, I analyze the importance of digital media as a basis for creating a coordinated community that cultivates cultural artifacts considered “bad”. Arising not only from mass culture but also from amateur production, such products rely on a dedicated fruition by young people who use fun as the main justification for engendering this growing network of cultural exchanges.

KEYWORDS: Trash culture. Cultural studies. Young consumption. Fans/producers.

“Es bueno porque es malo!” Consideraciones sobre la producción y el consumo de la cultura trash en Brasil

RESUMEN

En este artículo se presenta una visión general de la producción y el consumo de cultura *trash*. Apoyada en entrevistas con los fans/productores y con la aplicación de una etnografía virtual en sitios de redes sociales, analizo la importancia de los medios digitales como base para la creación de una comunidad que cultiva artefactos culturales considerados “malos”. Provenientes tanto de la cultura de masas, como de la producción de aficionados, esos productos tienen un dedicado consumo por los jóvenes que utilizan la diversión como la principal justificación para el engendramiento de esta red creciente de intercambios culturales.

PALABRAS CLAVE: Cultura *trash*. Estudios culturales. Consumo joven. Fans/productores.

Referências

CASTELLANO, M. Lixo é coisa de homem? As questões de gênero na subcultura cinematográfica do *trash*. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 31., 2008, Natal, RN. **Anais...** Natal, 2008.

_____. “Quero ser José Mojica”: o circuito de produção *trash* independente. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUDESTE, 14., 2009, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 2009.

FELINTO, E. Videotrash: o YouTube e a Cultura do “Spoof” na Internet. In: ENCONTRO DA COMPÓS, 16., 2007, Curitiba. **Anais...** Curitiba, 2007.

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

FONTANELLA, F. **A Estética do brega**: cultura de consumo e o corpo nas periferias do Recife. 2005. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE, 2005.

FREIRE FILHO, J. Mídia, consumo cultural e estilo de vida

na pós-modernidade. **Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 6, n.1, p. 72-97, 2003.

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

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

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

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

MIRA, M C. **Circo eletrônico**: Silvio Santos e o SBT. São Paulo: Loyola, 1995.

MOLES, A. **O Kitsch**: a arte da felicidade. São Paulo: Perspectiva, 2001.

NOURMAND, T; MARSH, G (Eds.). **Film posters**: exploitation. Köln: Taschen, 2006.

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

PIEIDADE, L. Eles comem sua carne: o filme escatológico-canibal de Petter Baiestorf. In: SANTANA, G. (Org.). **Cinema de bordas 2**, São Paulo: A lápis, 2008. P. 100-119.

PIGNATARI, D. **Informação, comunicação, linguagem**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

RECUERO, R. Um estudo do capital social gerado a partir de redes sociais no Orkut e nos Weblogs. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 28, p. 88-106, dez. 2005.

ROSENBERG, H. Cultura pop: a crítica kitsch. In: _____. **A Tradição do novo**. São Paulo: Perspectiva, 1974. P.191-198.

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

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

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

SÊGA, C. O Consumo da cultura kitsch. COLÓQUIO BINACIONAL BRASIL-MÉXICO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2., 2009, São Paulo. **Anais...** São Paulo, 2009.

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

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

Mayka Castellano

*Mestre em Comunicação e Cultura pela
Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ).
Doutoranda no Programa de Pós-Graduação da
Escola de Comunicação da Universidade Federal
do Rio de Janeiro (ECO/UFRJ).
E-mail: maykacastellano@gmail.com*

Recebido em: 01/09/2010

Aceito em: 09/11/2010