



O que vem de baixo nos atinge: intertextualidade, reconhecimento e prazer na cultura *digital trash*.¹

Fernando Israel Fontanella²
Universidade Católica de Pernambuco
Universidade Federal de Pernambuco

Resumo

O artigo tem por objetivo apresentar algumas hipóteses sobre o valor de entretenimento da cultura *digital trash*, partindo da premissa que a produção, compartilhamento e consumo dos textos dessa cultura é prazerosa e de que os mecanismos desse prazer são passíveis de serem descritos. Essa problematização do prazer, de caráter especulatório, reflete uma parte da fase exploratória de uma pesquisa de doutoramento que visa confrontar a produção e a recepção do *digital trash*, e que servirá para subsidiar em um segundo momento uma abordagem etnográfica dessa cultura.

Palavras-chave: cultura *digital trash*; cibercultura; intertextualidade; entretenimento; paródia.

Durante a cobertura realizada pelo do programa jornalístico *Jornal do Almoço* da Festa da Uva de 1998, e transmitida ao vivo pela RBS para o Rio Grande do Sul direto dos pavilhões do evento em Caxias do Sul, o apresentador Lasier Martins, conhecido comentarista da TV gaúcha, sofreu um acidente que acabou sendo transmitido ao vivo: enquanto acompanhava as explicações dadas por uma das rainhas da festa (vestida com os trajes oficiais) sobre os tipos de uva cultivados na região, Lasier leva um violento choque ao tocar um cacho que estava fixado em um painel, emitindo imediatamente um grito de dor e caindo de costas de forma a ser projetado para fora do enquadramento da câmera. Após uma correria das pessoas presentes, acompanhada de alguns gritos de susto e pedidos de ajuda, a transmissão corta para o estúdio, onde a âncora do programa (a jornalista Cristina Ranzolin) tenta ocultar o nervosismo enquanto anuncia as próximas atrações (a cobertura esportiva) e chama os comerciais.

O episódio poderia ter se limitado a ser apenas mais um caso folclórico que compõem os anais da televisão brasileira, e permanecer nas memórias apenas daqueles gaúchos que por acaso acompanhavam a transmissão ao vivo. No entanto, no ano de

¹ Trabalho apresentado no GP de Cibercultura, IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Professor do curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Católica de Pernambuco. Mestre em comunicação pela Universidade Federal de Pernambuco, e atualmente cursando o doutorado na mesma instituição. Email: ffontanella@uol.com.br



2006, oito anos depois da transmissão original, Lasier passa a tomar choques, não apenas nos televisores dos gaúchos mas em telas de computador pelo mundo inteiro. A partir do ato de um usuário do *YouTube* que fez o *upload* do vídeo com a cena do choque, ele passou a ser não só visto e revisto³, as atualizado na forma de um sem número de paródias e citações das mais diversas. Nelas, Lasier é colocado para contracenar com outros personagens do imaginário da cultura de massa, como monstros de seriados japoneses⁴, o personagem Homer do desenho *os Simpsons*⁵, o Seu Madruga do programa infantil mexicano *Chaves*⁶. Efeitos especiais sonoros e visuais que reproduzem raios elétricos são acrescentados à cena no momento do choque. E diversos jovens, utilizando câmeras de vídeo domésticas, fantasias toscas feitas com materiais encontrados em suas casas e utilizando seus quintais como cenário, divertem-se reencenando o acontecido em paródias registradas e compartilhadas na rede⁷. Essas apropriações do acidente televisionado, que continuam acontecendo até os dias atuais, representam um caso típico de replicação de um evento através dos métodos recursivos da cultura *digital trash* na pelos usuários brasileiros da Internet e uma experiência característica da cibercultura.

A proposta deste artigo é apresentar algumas das questões que estão sendo levantadas em uma pesquisa sobre essas apropriações realizadas pelo *digital trash* com foco em seu contexto de recepção. Ele expressa parte da problematização realizada até o momento, especialmente em relação à textualidade do fenômeno, mas já busca o direcionamento para o questionamento sobre elementos determinantes de decodificação, que serão abordados de forma mais específica através métodos etnográficos.

Qual é o *trash* do *digital trash*?

³ Mais de um milhão quatrocentos e cinquenta visualizações na sua postagem original até o mês de julho de 2009. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=U9CXtycJz_g>

⁴ São exemplos o vídeo *Gyoday vs. Lasier Martins* disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=w58QZ57GPwY> e *Lasier vs. Satan Goss*, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=FK90YYmXDN4>.

⁵ No vídeo *Homer – o causador do choque do Lasier*. Disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=Q0gBDlcUZ8Q>.

⁶ No vídeo *Seu Madruga tomando choque (Lasier Martins Cover)* <http://www.youtube.com/watch?v=XVC3udYyAjY>

⁷ Como nos vídeos *Lasier - choque da uva [cover]*, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=9UqXg5rL6c4> e *Choque do Lasier - Trash Remake*, disponível em <http://www.youtube.com/watch?v=kFoDI6o2cHs>.



Por *digital trash* entende-se o fenômeno típico da cibercultura que envolve as práticas produção, reprodução, compartilhamento e consumo de produções textuais, e audiovisuais fundamentadas em uma estética intencionalmente tosca, freqüentemente difundido de forma viral através de redes sociais. A adoção do termo se deu a partir da gíria dos usuários da Internet, e por logo ele não define exatamente uma categoria com limites muito claros ou formas absolutamente estáveis, embora a idéia geral que ele define seja facilmente compreendida por aqueles acostumados ao convívio no ambiente comunicacional criado pelas novas tecnologias de comunicação e informação. Parte-se aqui do princípio de que o *digital trash* possui uma textualidade específica, identificável pela valorização irônica daquilo que desafia determinadas hierarquias de qualidade técnica e estética culturalmente estabelecidos, o que é feito através celebração do “lixo cultural” e do excesso audiovisual produzido tanto nos meios de comunicação de massa tradicionais como no caldo cultural que se desenvolve no ciberespaço. Os exemplos são inúmeros: as paródias audiovisuais dos *spoofs*⁸ e disponibilizadas por portais como o *YouTube*; boa parte das *memes*⁹ engraçadas espalhadas através das mídias sociais da Internet; as imagens bizarras ou chocantes passadas através de listas de emails; os *funks* que realizam montagens sobre trechos de voz extraídos de eventos transmitidos pelas mídias de massa; as imagens alteradas, em que elementos visuais ou textuais (frequentemente em um idioma quebrado, como é o caso dos *lolcats*¹⁰); ou mesmo personagens falsos (*fake*) em redes sociais como o Orkut e o Twitter, onde as celebridades das mídias massivas são emuladas de forma caricatural. Ainda que esses exemplos representam apenas uma pequena parte da diversidade enorme de modalidades assumidas pelo *digital trash*, eles já dão uma idéia de sua abrangência.

Alguns autores já se dispuseram à tarefa nada fácil explorar o conceito. Alex Primo (2007) faz questão de assinalar que o “*digital trash* não é lixo”, buscando diferenciá-lo do conceito de *trash* tomado simplesmente como um produto midiático de baixa qualidade, de uma forma classificatória e freqüentemente moralista. Segundo

⁸ Termo utilizado na Internet, principalmente entre os falantes do inglês para se referir às paródias ou emulações irônicas de um vídeo. O caso dos *spoofs* é trabalhado de forma específica por Erick Felinto (2008)

⁹ Em uma síntese das definições dadas pelo website *Urban Dictionary*, pode-se definir a *meme* no contexto específico da cultura da Internet como uma idéia, crença, comportamento, texto ou jogo que se espalha através de sua replicação de forma viral. As definições estão disponível em <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=meme>. Para mais informações sobre a origem do termo no trabalho de Richard Dawkins e suas aplicações específicas no conceito da cibercultura, recomenda-se o artigo de Raquel Recuero (2006) sobre o assunto.

¹⁰ Disponíveis em <http://icanhascheezburger.com/>.

Primo, também as instituições de comunicação de massa identificam o *trash* como produtos tecnicamente inferiores, que fogem dos padrões e seriam produzidos por amadores, inferindo aos produtores uma autoridade cultural legitimada pela competência qualitativa. No entanto, as próprias indústrias culturais são sistematicamente criticadas por colocarem em circulação uma grande quantidade de lixo midiático sob a justificativa populista de estarem atendendo demandas da audiência. Primo assim se aproxima do tema a partir da tensão que ela estabelece com as hierarquias estéticas da cultura de massa como elemento de formação de um gênero próprio das mídias digitais.

Já André Lemos (2007a) associa o *digital trash* ao *cyberpunk* e a uma atitude "faça você mesmo" com fortes traços contraculturais, que se utiliza do excesso produzido pela apropriação social das tecnologias de comunicação, e que tende a ser vista como excesso e lixo desde dentro da perspectiva das indústrias culturais tradicionais. A mesma associação contracultural é feita por Vinicius Pereira e Andrea Hecsher, mas desta vez com referência no movimento dadaísta e na pop art (2008, p. 6 e 7). Nas duas análises, a abordagem do problema tende a enfatizar uma lógica resultante da democratização do acesso aos meios de produção culturais disponibilizados pelas novas tecnologias, e que inserem suas formações estéticas uma forma de comentário sobre as relações diferenciadas de acesso a esses meios estabelecidas pelo contexto de dominação da comunicação pelos conglomerados empresariais de entretenimento e informação que tende a uma valorização do especialista.

Erick Felinto (2008), ao comentar sobre o "lixo digital audiovisual" dos *spoofs* já relaciona o *digital trash* a tendências paródicas e dessacralizadoras do pós-modernismo, abordando o problema através de uma perspectiva de excesso:

"oferecendo "um 'espaço' de armazenagem virtualmente inesgotável e custos de manutenção relativamente acessíveis, a Internet tem se convertido no abrigo por excelência dos detritos culturais, dos restos, do inútil, do trivial" (Felinto, 2008, p. 2).

Felinto será mais enfático em relação ao método paródico de apropriação que caracteriza o *digital trash*, preocupando-se em associar a sua criatividade recursiva aos impactos cognitivos desse sobrecarregamento semiótico.

Por fim, Raquel Recuero (2007) se aproximou do tema a partir da geração de capital social na difusão das *memes* pelas redes sociais, identificando dois tipos distintos de capital envolvidos: um relacional, através do fortalecimento dos laços entre os



interagentes nos jogos desenvolvidos, e outro cognitivo, dado pelo incremento do apelo informacional das mensagens em uma interação. Dessa forma, o *digital trash* seria uma espécie de matéria prima para a formação do "tecido social" através das interações mediadas na Internet.

A partir dessa amostragem, é possível sintetizar algumas características do *digital trash* que são recorrentes. A primeira, e talvez a que mais desperte o interesse acadêmico no assunto, está na evidência que ele oferece de que os consumidores cada vez mais adotam uma postura ativa em sua relação com os meios de comunicação, compreendendo nisso a interação com as novas tecnologias envolvidas, com os outros consumidores e com o contexto da produção de conteúdos até então quase que exclusivamente controlada por conglomerados empresariais. O *digital trash* vem somar-se a outros objetos de estudo que oferecem perspectivas singulares sobre esse processo, e que por isso ganharam importância especial no campo dos estudos de comunicação, como o *fandom*, as mídias sociais e o conteúdo gerado ou editado pelos consumidores (LIVINGSTONE, 2004, p. 79-81).

Um segundo ponto é a tensão dos padrões de qualidade midiáticos colocada pelo lixo digital. Sobre isso, o fenômeno levanta uma série de questões que frequentemente demanda a contraposição problemática dos padrões da produção das indústrias culturais em comparação com a estética diversificada dos conteúdos gerados pela enorme quantidade de pequenos produtores, semi-profissionais ou amadores, que emerge a partir das facilidades de produção, armazenamento e distribuição de produtos culturais surgidas com as novas tecnologias. Isso coloca em questão não só o problema do gosto, mas também a fragilidade das hierarquias culturais tradicionais em um ambiente de excesso comunicacional.

Em terceiro lugar, é possível também perceber a presença de uma lógica de apropriação de conteúdos da cultura comum, e especialmente do repertório da associado à mídia de massa, por esses "pequenos produtores culturais". Embora ocorra frequentemente a citação ao material da própria cibercultura, a maior parte daquilo que se classifica como *digital trash* envolve de uma forma ou de outra a citação ou mesmo intervenção direta sobre algum repertório do imaginário da cultura de massa, que pode ser encarada a partir dos tipos de transtextualidade nos termos de Gérard Genette (1997, p. 1-5).

O aspecto subcultural do *digital trash* constitui uma quarta característica identificada nos trabalhos referenciados. Redes sociais são constantemente ativadas e



reforçadas através não só do resgate de repertórios realizado pelas paródias e pela circulação de jogos através das *memes*, mas principalmente grupos sociais podem se reconhecer e reafirmar seus valores e repertórios interpretativos compartilhados.

Todas essas características foram levantadas de forma extremamente resumida, e seria praticamente impossível dar conta de todas elas de forma plenamente satisfatória neste espaço. A proposta a partir daqui é desenvolver um quinto aspecto, de várias formas integrado aos quatro anteriores e que, apesar de subentendido em alguns dos trabalhos citados, ainda demanda uma abordagem mais aprofundada: o caráter de *entretenimento* envolvido na cultura *digital trash*.

Colocar em foco o prazer envolvido nas interações mediadas pelas novas tecnologias é mais do que uma opção por um objeto específico de investigação, pois trata-se de uma decisão que envolve uma tradição teórica preocupada em estudar os meios de comunicação do ponto de vista da audiência. Em um campo onde de debate teórico onde é mais fácil do que parece cair em um determinismo tecnológico, esse esforço é ainda pertinente, pois coloca em evidência os sentidos dados às inovações na vida cotidiana das pessoas comuns.

A contextualização do *digital trash* na atual transição midiática é relevante para entender os processos sociais e repertórios que são colocados em jogo, mas ainda não responde uma questão crucial: por que as pessoas ativamente produzem e fazem circular o *digital trash*? Certamente não se trata de uma ação que resulta simplesmente de uma atitude racional de oposição ao poder hegemônico representado pela concentração de poder nas indústrias culturais, ou apenas um desejo de explorar as potencialidades de liberdade e expressão políticas surgidas com as novas redes de comunicação por parte dos usuários. Mesmo quando a estética *trash* represente mesmo uma tomada de posição política, deve-se dar conta não só de reconhecer em um nível cultural a fruição envolvida nas suas práticas, mas também os parâmetros textuais e sócio-culturais desse prazer (ANG, 1996, p. 135).

Sonia Livingstone bem faz o alerta de que as pessoas são ativas na construção da cultura das mídias (2004, p. 79), em que os aparelhos e seus usos são tanto instrumentos como produtos dessa construção (Lievrouw e Livingstone, 2006, p. 8). Em termos metodológicos, partir desse princípio envolve de alguma forma preocupar-se com os interesses e motivações dos consumidores de mídias, encarados como agentes sociais e culturais, e abandonar a perspectiva de uma audiência passiva, perguntando não mais o que as mídias fazem com as pessoas, mas sim o que elas fazem com a mídia, o que nos



estudos culturais já tem sido uma proposta sistemática pelo menos desde a “virada etnológica” dos estudos de recepção sobre a televisão (Morley, 1992, 51).

A opção de fazer essa aproximação desde a perspectiva do entretenimento traz consigo duas premissas: 1. os indivíduos praticantes do *digital trash* consideram essa atividade prazerosa e 2. é possível identificar nas práticas de produção, compartilhamento e consumo do *digital trash* um conjunto de *mecanismos* operantes através dos quais o prazer emerge. Assim, esse artigo apresenta os resultados de uma especulação que visa subsidiar uma pesquisa empírica sobre as práticas de indivíduos participantes dessa subcultura, e muitas das análises apresentadas aqui só poderão ser realmente validadas após essa confrontação.

Prazer na (ciber)cultura popular

Se considerarmos os aspectos de apropriação e criatividade frequentemente associados à cultura *digital trash*, um primeiro caminho para exploração do prazer envolvido nessa produção pode ser oferecido pela obra de John Fiske sobre a cultura popular. Para o autor:

Everyday life is constituted by the practices of popular culture, and is characterized by the creativity of the weak in using the resources provided by a disempowering system while refusing finally to submit to that power (1994, p. 47).

Encarando a cultura como um espaço de conflitos e negociações entre os poderes hegemônicos e os grupos sociais em condição de subalternidade, Fiske busca entender a motivação das classes populares em suas práticas culturais em termos de um prazer obtido através de uma ação evasiva ou produtiva de resistência à submissão absoluta (1994, 49-55). Por um lado, a ênfase é colocada assim nas atividades prazerosas que, centradas no corpo, escapam à ordenação da vida pelos poderes disciplinadores desde uma posição subordinada. Por outro, Fiske aponta para o prazer em subverter os sentidos de um texto hegemônico para inscrever sobre eles novos sentidos que sejam mais relevantes e funcionais em suas vidas cotidianas (1994, p. 57).

Embora essa perspectiva otimista tenha sido vista com certa suspeita dentro mesmo do campo dos estudos culturais de recepção (ANG, 1996, 178-179; MORLEY, 1992, 178-179), esse debate ainda ocorria em torno dos sistemas de comunicação de massa tradicionais, principalmente sobre a audiência televisiva. No entanto, confrontarmos a análise de Fiske com diversas questões sobre a atividade dos consumidores levantadas novas mídias de comunicação (Livingstone, 2004, p. 78-79).



Resgatando a análise de Fiske, as novas tecnologias de comunicação serviriam assim como intensificadoras assim as possibilidades de exploração prazerosa dessa “resistência”. O gosto do *digital trash* pelo grotesco pelo bizarro no lixo digital, com fortes referências ao abjeto e ao baixo corporal (BAKHTIN, 2002), aponta para a tendência evasiva. Mas é no caráter produtivo que a relação fica ainda mais forte, por a apropriação de textos da cultura de massa de forma irônica parece estar imbuída da reação às relações de poder desiguais problematizadas por Fiske. O autor britânico trabalhava com a perspectiva de Michel de Certeau (1994, p. 39) de uma cultura que opera em um nível tático e emerge dos usos que as pessoas fazem de materiais culturais que, além de subterrânea, não se concretiza em produtos próprios; no entanto, o *digital trash* se localiza em um momento em que algumas dessas práticas efetivamente se materializam em palimpsestos que podem ser compartilhados.

Essa atualização das questões levantadas por Fiske e de Certeau ganha eco na observação de André Lemos (2007, p. 106-108) de que a democratização das novas tecnologias comunicacionais põe em evidência o seu uso como ferramentas de criatividade, prazer e de convívio, mais precisamente quando os indivíduos desviam da funcionalidade racional e homogeneização dos usos e passam a, em um nível *tático* e de certa forma *subversivo*, se apropriar das novas tecnologias a partir de seus interesses particulares de identificação (2007, p. 138). Através do *digital trash*, a banalidade do consumo passivo de mídias de entretenimento é desmontada e remontada em outra experiência que incorpora o envolvimento singular de cada sujeito com um texto.

Intertextualidade *trash*

No ambiente de mídia convergentes que se desenvolve atualmente, os consumidores cada vez mais transitam entre diversos canais, buscando os conteúdos de seu interesse onde quer que eles possam ser encontrados, o que faz Sonia Livingstone apontar para o desafio da crescente intertextualidade da cultura das novas mídias (2004, p. 81 e 82): não só os textos são multimodais e hipertextuais, mas o enfraquecimento das fronteiras entre os diferentes sistemas de comunicação vigentes estimula que as pessoas privilegiem os conteúdos em detrimento das formas ou veículos utilizados.

Henry Jenkins (2008, p. 187) sustenta que no processo de transição entre culturas fundamentadas em diferentes sistemas midiáticos, a cultura da convergência que emerge está sendo construída sobre as referências dos diversos conglomerados de mídia. Jenkins justifica essa apropriação na necessidade de uma “cultura comum”



(2008, p. 276): ou seja, seria improvável que de uma hora para outra uma cultura surgiria completamente “de baixo para cima” sem se aproveitar dos repertórios compartilhados pela sociedade; e no caso da cultura de massa, esse repertório é mediado majoritariamente pelas indústrias culturais.

Como foi colocado anteriormente, não é difícil constatar o caráter intertextual do *digital trash*, especialmente na sua atitude antropofágica em relação à cultura de massa. No entanto, dentro da proposta apresentada, é preciso encontrar como essa intertextualidade atua na produção de entretenimento. Erick Felinto (2008, p. 5), partindo da obra de Linda Hutcheon, aponta o caminho para isso ao problematizar a tendência paródica e irônica dessa estética.

Para Linda Hutcheon, a paródia é uma forma de imitação caracterizada por uma inversão irônica que marca uma distância crítica em relação ao texto parodiado (2000, p. 6). Para ela, essa ironia pode ou não direcionar-se contra texto parodiado; pode-se direcionar sua virulência para outros aspectos da vida social e cultural, e muitas paródias citam um determinado texto como forma de homenageá-lo, enquanto outras se aproveitam da relevância de textos do repertório de uma comunidade para gerar interesse em sua mensagem.

Encontra-se aqui um aspecto que se aproxima do prazer produtivo de Fiske, pois a paródia dá vazão a essa produtividade de sentido na recepção ao interpelar os indivíduos para uma ação interpretativa e avaliadora do texto parodiado (Hutcheon, 2000, p. 53-55). No entanto, no caso do *digital trash*, podemos acrescentar que existe uma segunda ação interpretativa: a da relação entre as novas e velhas mídias, de sua transição e trocas de repertórios, nos termos da transição mencionada por Jenkins.

Hutcheon afirma que o prazer da ironia que se apresenta na paródia não deriva do humor em particular, mas do grau de engajamento do leitor no salto intertextual entre cumplicidade e distância (2000, p. 32). Duas possibilidades se abrem para esse prazer irônico no *digital trash*. A primeira está na possibilidade de realizar uma “homenagem” aos repertórios da cultura comum, sobre os quais os indivíduos realizam na sua experiência de consumo uma série de investimentos emocionais, mantendo no entanto uma posição que permite afirmar uma liberdade crítica. Como exemplo, uma recorrência frequente nos *spoofs* é o universo da série *Guerra nas Estrelas*, cuja citação é realizada por jovens que são fãs dos filmes e reverentes em maior ou menor grau ao seu imaginário, mas que no entanto se permitem brincar com ele como forma de romper com uma sacralização normalmente associada à *fandom*.



Uma segunda possibilidade está na possibilidade de aproximar os fãs de seus objetos de adoração, antes distanciados pela manutenção dos privilégios do especialista na cultura pop na forma dos artistas celebrados. Se a paródia pós-moderna serviu para desmistificar o papel do autor e da origem dos textos (HUTCHEON, 2000, p. 5), a paródia do *digital trash* estende essa ação para os espaços privilegiados da mídia tradicional e sua suposta excelência técnica que exclui a produção do usuário comum de seus padrões de exigência. No *digital trash* o autor está ainda mais próximo do nível do leitor, não só porque qualquer um pode produzir seu próprio *spoof* ou versão para uma *meme*, mas porque se revelam os mecanismos de uma comunidade interpretativa formada por criadores e consumidores que interagem entre si e criam uma nova dinâmica de relevância para os textos que consomem (JENKINS, 2008, p. 44-45).

Por outro lado, muitas vezes o *digital trash* age no sentido de valorizar o lixo. Em um processo de contestação de autoridades culturais, a auto-ironia e a auto-depreciação muitas vezes presente nas paródias assume um caráter defensivo importante, ao conter em si mesmas seu próprio comentário crítico (HUTCHEON, 2000, p. 72). O “lixo midiático”, o nível mais baixo da produção cultural contemporânea, transforma-se em um lugar estratégico a partir de onde é possível construir posicionamentos culturais de guerrilha, que podem ser críticos às hierarquias culturais enquanto reforçam distinções. No caso dos *funks* paródicos, criados a partir de montagens com falas de personagens ou celebridades da mídia, o ridículo se investe de um virulento poder de inversão política de sentido.

Mas ao invés de atacar as hierarquias culturais, essa tática pode revelar na verdade uma tentativa de fortalecer distinções de elitismo cultural e de classe, uma vez que o “lixo” valorizado se refere frequentemente a formas subalternas de expressão, como a música popular. Ou mesmo assumir um comentário explicitamente preconceituoso em relação aos grupos subalternos que não se encaixam harmonicamente na idealização que alguns fazem da cibercultura. Nesses casos, a valor de entretenimento ainda pode ser localizada na produção e inscrição de sentidos sobre um texto, mas um outro tipo de prazer surge, resultado de uma prática cultural que fortalece as distinções hegemônicas, ou seja, que é mais de conformidade do que de subversão. Um exemplo disso está em sítios como o *Pérolas do Orkut*¹¹, onde grande

¹¹ Disponível em <http://www.perolasdoorkut.com.br/>.

parte dos perfis ironizados e dos comentários realizados pelos usuários realiza abertamente a ridicularização da “inclusão digital” de grupos sociais menos favorecidos.

Repertórios interpretativos e o senso de comunidade

Jonathan Culler destaca que a significância de uma discussão é determinada por sua relação intertextual com um corpo de discursos (1981, p. 100). Dessa forma, ele defende que o estudo da intertextualidade deve ser orientado menos para a identificação dos textos que estão presentes em uma obra do que para o posicionamento desta dentro de um espaço discursivo da cultura.

O problema da relevância, que determina por que alguns textos são parodiados (e não outros) pode ser abordado a partir do valor social que a cultura *digital trash* dá a eles. Trata-se de uma comunidade interpretativa que, operando através de repertórios compartilhados (JENSEN, 1995, p. 91-93), reforça em seus jogos intertextuais os laços entre os seus membros, gerando assim um prazer possibilitado pela negociação entre a identificação entre seus membros e a individualidade de cada um deles. Erick Felinto define bem essa interface

É fato que já não tenho com esse outro que me fascina uma relação de reverência e distância. Defino-me através dele, mas buscando nessa relação algum elemento que possa me individualizar (minha “paródia” de suas construções identitárias; meu humor como índice de minha individualidade). Sinto-me conectado a ele, já que posso responder ao que ele me apresenta, dialogar com sua “fala”. O fascínio move minha imitação; o fascínio me aproxima do Outro; o fascínio me oferece instrumentos de identificação (2008, p. 10).

Essa interface que permite trabalhar recursivamente aquilo que é experimentado ao mesmo tempo coletivamente e individualmente pode ser vista em *memes* fundamentadas na repetição de uma intervenção em diversas imagens que retratam eventos do imaginário coletivo, como nos casos do *meme* conhecida como *Tourist Guy* ou *Tourist of Death*¹², em que uma fotomontagem que representava um suposto turista segundos antes do impacto de um avião com o World Trade Center, durante os trágicos eventos de onze de setembro de 2001. A imagem apareceu começou a ser difundida pela Internet dias após o incidente, e causou choque em muitas pessoas que acreditaram que ela era real, obtida a partir de uma câmera achada nos escombros. À medida em que se provou ser uma falsificação, começaram a surgir outras imagens brincando com a idéia de um turista que estaria presente em todos os eventos sinistros registrados na história,

¹² Disponível em <http://www.touristofdeath.com>.



como a queda de Roma, o afundamento do Titanic ou um ataque fictício de *Godzilla* a Tóquio. Essa brincadeira se incorpora ao imaginário essencialmente negativo em torno desses fatos, e especialmente no caso dos ataques terroristas a Nova York, constituiu uma produção criativa que de certa forma auxiliou na sua assimilação de uma experiência trágica por parte das pessoas no fluxo da vida cotidiana que se seguiu.

Como Jenkins (2008, p. 28) coloca, na cultura de convergência os sujeitos constroem suas próprias “mitologias pessoais” a partir da apropriação de fragmentos do fluxo midiático. A convivência de um repertório comum com a possibilidade de expressão individual ampliada estimula a troca de experiências sobre o consumo cultural, e assim a produção de um prazer tanto coletivo e comunitário quanto particular.

A importância dessa conexão com os outros através da mediação de um repertório comum fica mais evidente se for mantida em vista a ansiedade produzida pela efemeridade e pelo sobrecarregamento informacional, que causam a perda da noção de tempo e espaço e inviabilizam a coesão ideológica de qualquer *Zeitgeist* (COLLINS, p. 6-8). É essencial que os indivíduos sejam capazes de encontrar textualidades flexíveis o bastante para negociar sua conexão em um mundo onde cada vez é mais difícil encontrar uma referência estável.

É útil aqui o conceito de modularidade das novas mídias identificado por Lev Manovich (2001, p. 51-52). Segundo esse princípio, os elementos que compõem uma mídia são representados como uma coleção de pequenas amostras, que mesmo quando combinadas em objetos maiores continuam mantendo suas identidades separadas. A partir disso, Manovich estabelece uma distinção entre a paródia e o pastiche pós-moderno do século XX, caracterizadas pelo autor como montagens, e as composições características da cultura dos meios digitais: embora as duas realizem a seleção e associação de elementos da cultura geral, a primeira tem por objetivo criar dissonância entre os elementos, enquanto a segunda tenta mesclá-las em um todo integrado (2001, p. 134-137). É interessante perceber que o *digital trash* combina repertórios sem muita coerência, muitas vezes até valorizando o absoluto da combinação, o que a princípio o colocaria dentro da lógica cultural da montagem. No entanto, não só essas paródias abrem o espaço para uma quebra de hierarquias culturais que permite o trânsito contínuo dos consumidores entre diferentes repertórios, mas também o faz de forma aberta, já que as “obras” do *digital trash* nunca estão acabadas. Os repertórios e temas apropriados não se apresentam como fragmentos, mas como uma infinidade de



universos temáticos inter cruzados a serem explorados em um processo que nunca inacabado. Assim, a efemeridade dos textos da cultura de massa é contraposta à permanência causada pelo armazenamento sem localização precisa de tudo o que já foi registrado e transmitido, e as fronteiras culturais são constantemente ignoradas à medida em que os repertórios interpretativos são tornados comuns a um número cada vez maior de pessoas. A cultura *digital trash* permite uma interface legítima e organiza as práticas de consumo heterogêneas dentro de grupos distintos.

A paródia demanda do leitor a competência para decodificar a sobreposição de textos implicada na paródia - nesse caso, isso significa conseguir identificar os textos e convenções citados pela obra parodística (HUTCHEON, 2000, p. 94-96), o que cria o risco de uma separação do público entre os que entendem ou não a brincadeira. Ou seja, a audiência precisa ser co-criadora do texto paródico na medida em que dela é exigida a compreensão não só das referências utilizadas, mas da própria intenção paródica. O caráter comunitário do *digital trash* é evidenciado pelo fato de que o prazer da brincadeira depende do compartilhamento de códigos.

As *memes* são uma espécie de projeto coletivo informal: à medida que cada versão para um vídeo ou imagem de paródia é realizada e a brincadeira vai ganhando evidência através de sua transmissão viral, mais as pessoas se sentem estimuladas a participar e a criar suas próprias interpretações na forma de novas versões. As *memes* por natureza não pertencem a ninguém, nem mesmo às pessoas ou grupos que a iniciaram¹³. Também de forma geral não exigem uma habilidade exclusiva ou informação privilegiada para sua elaboração. No momento em que a posse de um conhecimento se torna secundária- e nesse caso, considera-se também a capacidade técnica para a produção profissional de um vídeo, por exemplo - a consequência pode ser uma menor valorização do rebuscamento e um maior apelo ao que Recuero definiu como capital social relacional (2007, p. 7). A estética do *trash* na verdade traduz a pouca importância que a qualidade técnica tem nesse jogo em relação à sensação de participar de uma corrente, modificando um texto ou simplesmente passando-o adiante para sua lista de amigos através de email, Twitter, MSN ou qualquer outra rede, com o objetivo de partilhar as risadas que dadas quando ele foi recebido.

Conclusão

¹³ Embora cada vez mais apareça quem se preocupe em registrar as origens das *memes*, quase que como um esforço de registro histórico.



O *digital trash* se desenvolve na domesticação das novas mídias no seu processo de difusão no cotidiano das pessoas, e media suas implicações mercadológicas, sociais e políticas (LIVINGSTONE, 1999, p. 61-63). Trata-se de uma estética que engloba um conjunto diversificado de práticas culturais, exploradas de forma desigual pelos diferentes agentes envolvidos, e apropriando-se simbolicamente da tecnologia como também oferecendo uma interface entre os diferentes imaginários em rota de colisão pela convergência entre velhos e novos sistemas de comunicação.

Em meio imensa possibilidade de problematizações teóricas e metodológicas surgidas com a cibercultura, vista pela crescente fecundidade e proficuidade acadêmica de trabalhos realizados nesse campo, é preciso manter em evidência a perspectiva dos usuários comuns, sob o risco de orientar o debate para uma abordagem elitista, adaptada aos interesses de uma agenda acadêmica e pessoal dos pesquisadores desconectada das formas pelas quais essas novas tecnologias são apropriadas socialmente pelo seu uso real.

A proposta de trabalhar um dos aspectos dessa apropriação, o seu uso como forma de entretenimento frívolo, fica portanto em aberto, e demandará um maior conjunto de trabalhos que permita subsidiar a abordagem da emergência do prazer nas formas culturais, especialmente quando houver a preocupação de confrontação com dados obtidos diretamente da observação da recepção e dos sentidos dados a ela pelo público.

Referências bibliográficas

ANG, Ien. **Living Room Wars: Rethinking media audiences for a postmodern world.** Londres e Nova York: Routledge, 1996.

BAKHTIN, Mikhail. **A Cultura Popular na Idade Média e No Renascimento: O Contexto de François Rabelais.** 5ª Ed. São Paulo: Hucitec e Annablume, 2002.

CERTEAU, Michel de. **A Invenção do Cotidiano: 1. Artes de fazer.** Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

COLLINS, Jim. **Architectures of excess: cultural life in the informational age.** New York: Routledge, 1995.

CULLER, Jonathan. **CULLER, Jonathan. The Pursuit of Signs: Semiotics, Literature, Deconstruction.** Londres: Routledge and Kegan Paul; Ithaca: Cornell University Press, 1981.

FELINTO, Erick. Videotrash: O YouTube a Cultura do “Spoof” na Internet. In: XVI COMPÓS, 2007, Curitiba. **Anais da XVI Compós,** Curitiba, 2007.

FISKE, John. **Understanding Popular Culture.** Londres e Nova York: Routledge, 1989.



GENETTE, Gérard. **Palimpsests: Literature in the Second Degree**. Lincoln, Estados Unidos: University of Nebraska Press, 1997.

HUTCHEON, Linda. **A Theory of Parody: The Teachings of Twentieth-Century Art Forms**. Urbana e Chigago: University of Illinois Press, 2000.

JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JENSEN, Klaus Bruhn. **The Social Semioics of Mass Communications**. Londres: Sage, 1995.

LEMOS, André. **Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. 3a ed. Porto Alegre: Sulina, 2007.

_____. Lixo ou Luxo na Cibercultura? Origens e atualidades da cultura "digital trash". In PEREIRA, Vinícius A, (org.), **Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos e Desafios**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2007a, p. 142-8

LIEVROUW, Leah A. e LIVINGSTONE. Sonia. The Social Shaping and Consequences of ICTs. In LIEVROUW, Leah A. e LIVINGSTONE. Sonia (eds.). **The Handbook of New Media: Updated Student Edition**. Londres: SAGE, 2006.

LIVINGSTONE, Sonia. New Media, New Audiences? **New Media & Society**, Londres, n. 1, p. 59-66, 1999.

_____. The Challenge of Changing Audiences: Or, What is the Audience Researcher to Do in the Age of the Internet? **European Journal of Communication** Londres, n.19, p. 75-86, 2004.

MANOVICH, Lev. *Principles of New Media* In: MANOVICH, Lev. *The language of new media*. Disponível em: <http://www.manovich.net/LNM/Manovich.pdf> . Acesso em 2 de maio de 2009.

MORLEY, David. **Television, audiences and cultural studies**. London: Routledge, 1992.

PEREIRA, Vinicius Andrade e HECKSHER, Andrea Dantas. Economia da Atenção e Mensagens Publicitárias na Cultura Digital Trash. INTERCOM 2008 - XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2008, Natal. **Anais do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Natal : INTERCOM / UFRN, 2008.

PRIMO, Alex . Digital trash e lixo midiático: A cauda longa da micromídia digital. In: Vinicius Andrade Pereira. (Org.). **Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos, Entretenimento e Consumo**. Rio de Janeiro: e- Papers, 2007, p. 77-93.

RECUERO, Raquel . Memes em Weblogs: Proposta de uma Taxonomia. In: XV COMPÓS, 2006, Bauru. **Anais da XV Compós**, Bauru, 2006.

_____. O Digital Trash como Mainstream: Considerações sobre a difusão de informações em redes sociais na Internet. In: In PEREIRA, Vinícius A, (org.), **Cultura Digital Trash: Linguagens, Comportamentos e Desafios**. Rio de Janeiro, E-Papers, 2007a, p. 94-112.