

PEDRO DE ARAÚJO LEITE

ADORNO E HORKHEIMER *VERSUS* BATMAN E ROBIN:

DA ESTÉTICA *CAMP* COMO POSSIBILIDADE DE SUPERAÇÃO DE ALGUMA COISA

Dissertação apresentada ao Instituto de Estudos da Linguagem, da Universidade Estadual de Campinas, para obtenção do Título de Mestre em Teoria Literária.

Orientador: Prof. Dr. Fábio Ackelrud Durão

Área de Concentração: Teoria e Crítica Literária

CAMPINAS
2011

Unidade BCEL
T/UNICAMP
Cutter L536a
V. 1 Ed. 1
Tombo BC 91509
Proc. 16P-130-11
C D
Preço 77,00
Data 20/06/11
Cód. tit. 794959

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca do IEL - Unicamp

L536a

Leite, Pedro de Araújo.

Adorno e Horkheimer versus Batman e Robin : da estética camp como possibilidade de superação de alguma coisa / Pedro de Araújo Leite. -- Campinas, SP : [s.n.], 2011.

Orientador : Fabio Akcelrud Durão.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Estudos da Linguagem.

1. Adorno, Theodor W., 1903-1969 – Crítica e interpretação. 2. Horkheimer, Max, 1895-1973 – Crítica e interpretação. 3. Industria cultural. 4. Cinema. 5. Televisão. I. Durão, Fabio Akcelrud. II. Universidade Estadual de Campinas. Instituto de Estudos da Linguagem. III. Título.

tjj/iel

Adorno & Horkheimer versus Batman & Robin: camp aesthetics as a way of doing something about it.

Keywords: Culture industry; Cinema; Television.

Área de concentração: Teoria e Crítica Literária ✓

Titulação: Mestre em Teoria e História Literária.

Banca examinadora: Prof. Dr. Fabio Akcelrud Durão (orientador), Prof. Dr. Arnaldo Franco Junior e Prof. Dr. Danielle dos Santos Corpas. Suplentes: Prof. Dr. Antonio Alcir Bernárdez Pécora e Prof. Dr. Alvaro Luiz Hattner.

Data da defesa: 05/04/2011. ✓

Programa de Pós-Graduação: Programa de Pós-Graduação em Teoria e História Literária. ✓

BANCA EXAMINADORA:

Fabio Akcelrud Durão

Fabio Durao

Arnaldo Franco Junior

Arnaldo Franco Jr

Danielle dos Santos Corpas

Danielle Corpas

Antonio Alcir Bernárdez Pécora

Alvaro Luiz Hattner

IEL/UNICAMP
2011

Para a humanidade

Agradecimentos

Gostaria de agradecer ao Prof. Fábio Durão pela orientação e aos colegas orientandos pela leitura atenta e crítica de vários trechos desta dissertação. A toda a minha família, sem exceções ou omissões, pelo apoio e amor incondicional.

Aos amigos: Sabrina pela paciência inesgotável, Rafael pelo apoio logístico e existencial, Amanda e Grazielle pelo normativismo pedagógico, Luisa pelo auxílio transatlântico, Túlio por incorporar tão completamente a utopia juvenil na qual ainda quero acreditar, Égon pelo contraste oferecido, Thiago Righi pelo companheirismo durante o mais audacioso dos trabalhos de campo e Thiago de Assis por me ensinar que, aconteça o que acontecer, o Estado sempre controlará o indivíduo.

Aos extra-acadêmicos, mas não menos queridos Didi, Juliana, Vítor, Ivan, Davi, Carlos, Rafael e Guilherme; Renato, Paulo, Daniel e Fábio.

À Natália, que um dia me fez esquecer, mesmo que só por alguns instantes, que a vida é uma merda.

Aos professores Renato Ortiz e Jeanne Marie, por me ensinarem muito do pouco que eu sei sobre Adorno, Horkheimer e afins.

À mistura, em partes iguais, de Akira e Led Zeppelin que um dia pensei ter encontrado aqui na Unicamp e que me fez assim, tão especial.

Esta tese tenta descrever em linhas gerais o conceito de *camp* e sua trajetória dentro da indústria cultural desde meados do século XX até hoje e apontar as mudanças em seu papel simbólico em uma possível reação a essa mesma indústria a partir de um consumo ironicamente passivo com fins tanto aristocráticos quanto satíricos, e para tanto usa como objetos de estudo o filme “Pink Flamingos”, dirigido por John Waters em 1972, e “Batman, the TV series”, seriado de TV produzido pela rede americana FOX entre os anos de 1966 e 1968.

The aim of the present work is to describe in general terms the concept of *camp* and its pathway inside cultural industry since the middle of the 20th century till nowadays. It also attempts to point out the main changes in the symbolic role played by this concept as a potential reaction to this same industry with regard to an ironically passive consuming serving both aristocratic and satirical purposes. For such intends, this investigation presents as study objects “Pink Flamingos”, a movie directed by John Waters and released in 1972, and “Batman, the TV series”, produced by the American broadcasting company FOX from 1966 to 1968.

SUMÁRIO

Introdução.....	1
<i>Pink Flamingos</i> e a gênese do <i>camp</i> cinematográfico.....	53
Batman e Robin <i>versus</i> Adorno e Horkheimer.....	93
<i>Generation X</i> e a mercadorização da ironia.....	119
Considerações finais.....	133
Referências.....	139

1. Introdução

Entre os teóricos da primeira geração da escola de Frankfurt, temos em Adorno o mais cético, pessimista e apocalíptico de todos. Se Walter Benjamin, armado com toda a sua prosa elegante e temática sofisticada nos garantia que apesar da morte da aura na obra de arte ainda havia espaço para a criatividade e a autonomia humana dentro dos contextos da sociedade industrial e da reprodutibilidade técnicas, Marcuse influenciava toda uma geração de estudantes parisienses a protestar e a curtir a vida, Adorno via um futuro muito mais tenebroso pela frente. A racionalidade técnica, explicitada e explicada em seu texto fundador “O conceito de iluminismo”, aliado a uma mentalidade mercantil aplicada à arte de maneira geral, teria suprimido a liberdade garantida até então para um possível resgate de individualidade justamente através da obra de arte (Marcuse, 1999). Quando se impõe uma lógica de mercado à produção cultural (no sentido de *Kultur*) fecha-se a única saída do indivíduo, que aqui é o burguês estereotipado da miséria da vida cotidiana. As mercadorias culturais (para utilizar um termo do próprio Adorno) oferecidas a essa pessoa serão regidas pelos mesmos princípios que governam o restante de sua vida, o seu plano de aposentadoria, o rendimento de sua aplicação financeira ou a política antisemita de seu governo.

A porta que dava para a salvação através da obra de arte, da alienação que redimia o indivíduo, portanto, se encontra trancada. As criancinhas da favela que aprenderam a tocar *Eine Kleine Nachtmusik* acompanhadas por uma bateria de escola de samba, portanto, ainda estão na mesma – Adorno teria o receio de dizer. Assim como toda música e também o cinema, todo o campo da indústria cultural – expressão criada justamente para soar como um oxímoro¹ – seria resultado de uma infeliz equação envolvendo expressões artísticas legítimas somadas a mentalidades capitalistas e claustrofobicamente herméticas em sua lógica, trazendo para o teoricamente sublime mundo da arte todo o ranço miserável e potencialmente totalitário do mundo do capital iluminado.

Levando em conta a posição pouco aberta a diálogos adotada por Adorno, fica fácil perceber que haverá um embate teórico bastante agudo sempre que houver uma defesa das

¹ Como explicitado por Robert Hullot-Kentor em seu artigo “Em que sentido exatamente a indústria cultural não mais existe” (citado por DURÃO, 2008).

ideias de Raymond Williams e seus estudos culturais, tão em moda hoje em dia. Williams, ao contrário de Adorno, vê reentrâncias e porosidades permeando tudo aquilo que chama de cultura hegemônica, o equivalente ao que Adorno, pouco habituado a nomear os fantasmas que assolavam a sua visão de mundo, chamava de indústria cultural. Para Williams, portanto, os indivíduos não seriam apenas consumidores reproduzindo a lógica do capital a cada ida ao cinema ou cada vez que ligassem o rádio (no caso da teorização frankfurtiana sobre o assunto, na época ainda não existia a televisão), mas seriam dotados de uma capacidade de dialogar com tudo aquilo que chegava até ele (Williams, 1979). Essa certa autonomia, negada por Adorno com a maior veemência possível em “O Iluminismo como mistificação das massas”, se torna necessária para o desenvolvimento de qualquer estudo que parte das ideias de Raymond Williams a fim de investigar algum fenômeno ocorrido fora do radar da cultura hegemônica. A única maneira de validar um estudo sobre culturas emergentes (é assim que Williams as chama), portanto, é levando em conta que elas são um modo relevante e real de reconhecimento social – posição contrária à de Adorno.

Não há sentido, para Adorno e a escola de Frankfurt de maneira geral, em se estudar qualquer visão “extra-oficial” da cultura, uma vez que até mesmo a rebeldia já estaria em perfeita harmonia com a ordem, como também disse Victor Turner em outro campo de atuação (Turner, 1974). A mentalidade técnica da modernidade (do esclarecimento?) constituiria, portanto, um sistema, e, como todo bom sistema, ele tenderia a ser totalizante, a abraçar até mesmo o seu contrário e a pretender uma visão definitiva sobre o modo como certas coisas são organizadas. Ao que parece, a visão de Raymond Williams a respeito do mesmo assunto tende a colocar as diferentes práticas e produções culturais convivendo, se não em harmonia, paralelamente, e aquiescendo a suas respectivas existências. Há, portanto, um embate, um diálogo, um confronto entre a cultura hegemônica, alienante (no sentido popular marxista do termo) e malvada, e as subculturas mais modestas operando abaixo do radar, borbulhando sem que a grande massa perceba, e torna-se relevante o estudo desse embate. A produção acadêmica, principalmente nos EUA, nos anos 90, parece ser herdeira dessa visão de Raymond Williams: a literatura pós-colonial, os estudos de gênero, os estudos culturais de maneira geral, tinham que, antes de qualquer coisa, se legitimar, demonstrando a sua relevância, e isso não poderia ser feito tomando como base a teoria adorniana sobre a indústria cultural. Os estudos culturais enxergam uma luz no fim

do túnel que Adorno se recusa a aceitar². Portanto, é de cabeça que essas duas linhas de pensamento vão bater sempre que houver uma discussão a respeito de arte e cultura dentro de um mundo pós-industrial sob a ótica marxista.

Posto isso, o presente texto expõe um caso que penso ser sintomático dessa diferença de abordagem entre as duas escolas marxistas, um caso que se encontra justamente no cerne da questão apresentada por Adorno: a constante oferta de mercadorias culturais produzidas através de uma lógica técnica aplicada à arte e a recepção pretensamente automática por parte da massa dessas mesmas mercadorias. Posteriormente pretendo tentar apaziguar a dialética resultante.

Há, em todo argumento pós-moderno sobre a cultura, ou em todo argumento sobre a cultura pós-moderna, uma ideia de que vivemos em uma era de abundância de signos, de mídias e novas tecnologias que se apresentam rápido demais para que possamos entendê-las antes de consumi-las, uma superprodução semiótica inédita³, que exige um novo tipo de entendimento caso não queiramos morrer sufocados com Lady Gaga e anúncios das Casas Bahia, entidades onipresentes em nossa vida cotidiana. Um certo ar de rococó do barroco parece pairar sobre nós: há muito de tudo, de molhos para salada a estilos de vida socialmente legitimados; somos exageradamente tentados, de modo que seria fisicamente impossível dar atenção a tudo, parar e refletir sobre toda e qualquer atração que nos é apresentada. Isso nos leva, consumidores, a desenvolver uma estratégia bastante prática para darmos conta de toda essa avalanche sem perder muito tempo: banalizando o objeto, bidimensionalizando-o e olhando tudo com ares de *Pop Art* (ou seja, enxergando apenas a sua aparência), nos inserimos na experiência pós-moderna, exagerada por natureza (não faria sentido tentar se esquivar, ou ser muito minuciosos em nossas escolhas – estaríamos perdendo o espírito [*Geist*] da coisa) numa posição muito confortável. Aí se encontra o primeiro golpe baixo contra Adorno: uma vez que há a reflexão a respeito da posição do indivíduo dentro da indústria cultural, uma vez que ele percebe o que está havendo a seu redor (exagero, absurdo) e toma uma posição a respeito (ironia distante), esse indivíduo não é mais aquele que Adorno esculachou em passagens como “O descaramento da pergunta

² Cabe-se notar que, no Brasil, a discussão sobre os chamados estudos culturais muitas vezes se encontra um tanto distanciada do resto do mundo, uma vez que a ideia de estudos culturais que aqui se imprimiu é bastante distorcida. Maria Elisa Cevalco em *Dez lições sobre estudos culturais*, por exemplo, defende Antônio Cândido e Roberto Schwarz como representantes dessa vertente acadêmica por aqui.

³ Cf. DURÃO, 2008.

retórica: ‘mas o que é que eles querem?’ consiste em dirigir-se às pessoas como sujeitos pensantes” (1985, p. 135). Um ponto para os estudos culturais, portanto.

Se podemos ressignificar tudo que nos é enfiado goela abaixo, não somos uma massa tão obscurecida de miseráveis como Adorno nos levou a crer durante tanto tempo. Vejamos então como se dá essa ressignificação, esse olhar distanciado e de nariz empinado ante a indústria cultural que acabo de afirmar que existe. Observando a arqueologia do campo de disputa de lugares simbólicos dentro do espectro da produção artística poderemos ver de onde veio essa atitude tangente que nos salva.

Bauman, teórico da pós-modernidade – um dos que a abraça com mais fervor e sem medo de possíveis tiros pela culatra, em seu capítulo sobre a impossibilidade de uma vanguarda nos dias de hoje em *O mal-estar da pós modernidade* –, vê nos movimentos artísticos modernos um padrão que se repete: uma tentativa de fuga por parte de uma elite (porta-voz da “cultura hegemônica”, para utilizarmos o léxico até agora usado) com o objetivo de se distinguir do “resto” (pequena burguesia cafona). O que sucede é que, cada vez que há um salto, uma estripulia estética por parte dessa vanguarda, um choque que afasta e separa as classes. Esse salto logo se torna antigo, e tudo que antes causava espanto e era tido como feio acaba por ser incorporado pelo senso comum, como é típico de uma economia de mercado (exemplo: Mondrian virou embalagem do xampu *Studio Line*, da *L’Oréal Paris*, no final dos anos 80). Há, portanto, uma necessidade constante de novos pulos conceituais por parte dessa elite em busca da distinção. Chega uma hora, no entanto, em que não há mais para onde ir, na qual até mesmo a mais tresloucada das excentricidades já é recebida com um bocejo até mesmo pelo mais caipira dos caipiras. Esse beco sem saída, o fim de uma linha cronológica de desvarios estéticos, acontece juntamente com a dissolução de uma crença no progresso diacrônico típico do pensamento pós-moderno (BAUMAN, 1998).

Mas se no âmbito sociológico não há ainda consenso nem ao menos sobre o estágio no qual atualmente nos encontramos, e muito menos a respeito de como sairemos desse buraco em que nos metemos com a falência do projeto antropocêntrico e racionalista da modernidade (implodido por Freud, Nietzsche e pela mecânica quântica), no que tange à arte e à indústria cultural houve, pelo menos paliativamente, uma solução para o problema; uma solução que se apresentou com a impossibilidade de continuar com uma vanguarda

puramente contrastiva: o distanciamento irônico disfarçado de paixão pelo feio que chamamos de *Camp*, que é o objeto do nosso estudo.

Essa visão de mundo ao mesmo tempo cínica (pois julga as coisas pelo valor que se sabe que essas coisas não têm) e séria (pois, mesmo sendo baseada na superficialidade, requer certo *know how*, certa disciplina metodológica), baseada numa atitude que superava o dilema pós-moderno da homogeneidade das classes (com todos de mãos dadas consumindo as mesmas coisas, e sendo identificados por esse consumo, como é próprio do capitalismo e, portanto, como iguais) acabou por se tornar, em determinados nichos de consumo, o novo lastro de elitismo que havia tanto se procurava. Uma vez acabadas as estripulias modernas a respeito da arte, nivelaram-se os gostos e não havia mais por que tentar escapar da cafonice pequeno burguesa através de extravagâncias como antes⁴. Nada mais fácil – e revolucionário, por que não? – portanto, que, em um cenário no qual até mesmo a reflexão crítica a respeito do *status quo* se tornou repetitiva e estéril, abraçar com o maior dos entusiasmos tudo que a sociedade de consumo oferecia e, sendo assim, reverter o sentido da marcha histórica em busca de um local simbólico de destaque. Não podendo mais se diferenciar por um bom gosto que havia sido teoricamente impossibilitado, decidiu-se por adotar o sentido contrário e reafirmar uma diferença (uma superioridade) através do mau gosto.

Na verdade me refiro aqui a um grupo heterogêneo no decorrer dos tempos. O início, porém, parece repousar no movimento gay americano, começando no pós-guerra e culminando no final dos anos 80 e inícios dos anos 90 e que, motivado justamente pelos movimentos pelos direitos civis, pela afirmação do reconhecimento através da estima social da qual fala Axel Honneth (2003), adquiriu voz ativa dentro da sociedade (americana, em um primeiro momento), utilizando a visão pejorativa de seu estilo de vida como meio de ressignificação. O exagero, o artifício e o superficial eram características celebradas.

Assim como o *Tao*, falar sobre o *camp* é deixar de entendê-lo, ou de certa maneira traí-lo, por se tratar de uma prática, de um olhar a respeito das coisas, que tem como objetivo separar-se, distinguir-se da maioria. É a partir desse *approach* negativo que Susan Sontag parte em seu breve tratado, sua descrição taxonômica do *camp*, em texto escrito em

⁴ As noções inovadoras que a literatura moderna tomou emprestadas da ciência, por exemplo, já faziam parte do senso comum. Todo o discurso subjetivo sobre o inconsciente, presente em diversas obras importantes do modernismo, já havia sido diluído e transformado em autoajuda para as massas.

1964, no qual tentava explicar o conceito sem maculá-lo completamente. É o mais perto que temos de uma definição didática do conceito, que geralmente é subentendido, é “sacado”, assim como o *tao*.

Notes on camp, de 1964, foi o ensaio que pela primeira vez trouxe ao mundo acadêmico o termo em questão (*camp*), que até então se via restrito ao seu uso cotidiano pelos poucos adeptos de sua prática então embrionária e com contornos imprecisos (além de uma breve menção em “*The world in the evening*”, de Christopher Isherwood, em 1954⁵). A relutância de Susan Sontag em cristalizar teoricamente essa prática – que além de lidar com objetos extracanônicos sempre se apresentou como trivial, e sempre tentou ao máximo parecer desinteressada – é clara já nos primeiros parágrafos do ensaio, nos quais ela quase pede desculpas por estar revelando o segredo da fechada panelinha *hipster* que detinha o monopólio da piada interna que é o *camp*, e podia rir de todo o resto da humanidade que não a entendia e se sentia ofendido por ela. Revelar esse segredo seria, portanto, de certa maneira, estragá-lo e ameaçar o sistema de valores estéticos do submundo *camp* com o gosto pequeno burguês que o macularia indelevelmente. “To talk about camp is therefore to betray it” (2009, p. 275)

Para não cometer tamanha atrocidade com algo por que sente uma forte atração, na mesma medida em que se sente ofendida (p. 276), Susan Sontag faz questão de localizar o *camp* no mundo das sensibilidades, que, segundo ela, se distinguiriam das ideias (das teorias) pelo fato de não poderem ser encaixadas em um sistema fechado, garantindo assim certa porosidade tanto teórica quanto temática para o conceito que estava prestes a introduzir ao mundo⁶.

⁵ Isherwood, considerado o inventor do termo (em *The world in the evening*, de 1954) pode ser colocado como interlocutor de Susan Sontag na definição de *camp*. Para ele, o conceito estava ligado à “montagem” das *drag queens* (a mais perfeita forma de *low camp*, segundo ele) e a formas superficiais de apreciação da arte canônica (balé, ou pintura, por exemplo. Aubrey Beardsley é citado como mestre nesse tipo de paródia: suas gravuras, através de técnica extremamente desenvolvida, tiravam sarro do imaginário artístico ocidental). Portanto, para Isherwood o *camp* estava intrinsecamente ligado às relações de gênero e à “grande arte”, enquanto Sontag, talvez por ter escrito a respeito do assunto dez anos depois, tem uma visão mais universal e democrática do termo.

⁶ Outra observação a ser feita a respeito da tentativa de afastamento de uma abordagem mais ortodoxa do assunto é feita pela própria Susan Sontag, quando diz que, ao lidar com algo tão etéreo quanto uma sensibilidade, a forma de pequenos apontamentos (pontuados por citações de Oscar Wilde) que escolheu usar acaba por ser mais eficaz, uma vez que o assunto não pode ser desenvolvido como argumento longo e linear.

Ao escrever sobre uma sensibilidade, portanto, Susan Sontag não teria que necessariamente se subscrever a diversos requisitos metodológicos com os quais não estava disposta a lidar para refletir algo tão frívolo. Porém, ao mesmo tempo em que se mostram mais livres do que um sistema fechado de idéias, as sensibilidades estéticas (o gosto) não estariam livres de seu papel no campo do poder simbólico. Susan Sontag sabe que ignorar tal fato seria um gesto inocente e imperdoável, que atiraria toda a discussão sobre o assunto para a irrelevância. “Most people think of sensibility or taste as the realm of purely subjective preferences (...) They allow that considerations of taste play a part in their reactions to people and to worlds of art” (p. 276). Deixar o gosto ser levado pelo que chamou de preferências puramente subjetivas, sem interferência da razão, é justamente o oposto do *camp*, é o que leva a um consumo automático e desinteressado e ao apodrecimento das liberdades estéticas de um indivíduo. Isso, segundo Sontag, seria um erro imperdoável. Tal posicionamento estratégico, não alçar o *camp* ao nível de sistema teórico bem definido e empiricamente comprovado (e nem delinear tão precisamente suas práticas e o perfil demográfico de seus praticantes, como veremos adiante), ao mesmo tempo em que confere a ele o papel importante, assim como o de toda sensibilidade, o de artifício marginal dotado da capacidade de governar boa parte da vida de uma pessoa, é o que possibilitou que *Notes on camp* pudesse fugir de certas armadilhas que, como a própria Sontag disse, faria com que o ensaio se tornasse ele mesmo um exemplo de um *camp* bastante ruim. E, ainda mais, ao entender o *camp* como algo mais que pura afetação, Sontag pode entendê-lo melhor do que muitos de seus adeptos, que insistiram em fixar uma ideia bastante clara em nossa consciência coletiva do *camp* como independente de qualquer outro fator infraestruturante. Não combina com o distanciamento *blasé* do *camp* nenhuma tomada de posição, ainda que ele próprio seja uma tomada de posição bastante clara. Se esse caminho mais autista conduziria o *camp* a um destino menos humilhante, não tenho como responder.

Após suas desculpas iniciais, Sontag passa a tentar definir, ao menos provisória e precariamente, o seu objeto de interpretação: o *camp*. Sua primeira investida é a afirmação definitiva de que “Indeed the essence of camp is its love for the unnatural: of artifice and exaggeration” (p. 275). Essa afirmação terá que ser levada em conta em tudo o que Susan Sontag e eu dissermos a partir de agora, uma vez que torna um tanto mais complexa a

relação entre o mau gosto bom e o mau gosto ruim que o adepto do *camp* tão minuciosamente se propõe a fazer. O *camp* é o amor pela superficialidade, pela redução até mesmo da maior das pretensões humanas a caricaturas unidimensionais. Portanto, ele é uma construção, uma busca pelo artificial. E a linha na qual ele caminha é ainda mais difícil de ser enxergada uma vez que observamos que apesar de ser algo exterior e artificial, proveniente de um esforço apaixonado de busca e descontextualização do ruim a fim de torná-lo “ruim” (e, conseqüentemente, bom), o *camp* faz de tudo para parecer natural e *cool*. Assim como Chet Baker cultivava a imagem de que não estava nem aí para sua imagem (o que o tornava, aos olhos dos outros, *cool*), o *camp* não pode parecer aos olhos de terceiros o fruto de um calculismo tão exagerado e rígido. Seu objetivo é parecer um amor natural pelo artificial. Se você se esforça para ser, você já não é.

Naturalmente, um amor exagerado e cômico pelo estilo e pela imagem (o exterior) conseqüentemente decorre de um desprezo igualmente grande pelo conteúdo⁷. Mais do que isso, é o abismo que se dá entre aparência e conteúdo que torna algo digno de ser considerado *camp*⁸. De onde viria essa qualidade *camp*, no entanto? Ele é, ao mesmo tempo, um olhar (a partir do qual o observador empresta ao objeto sua sensibilidade e recontextualiza-o de modo a ignorar seu conteúdo e ressaltar sua forma) e uma característica inerente do objeto. Ainda que tenha discorrido com uma firmeza impressionante a respeito de algo que ela mesma afirmava ser disforme e pouco nítido, Susan Sontag parece ficar um pouco em cima do muro e não responde se o *camp* é uma qualidade absoluta presente em objetos e obras culturais distintas ou se é fruto único e exclusivo de um olhar *campy*. Acaba se contentando em dizer que “It’s not all in the eye of the beholder” (p. 277), apontando para uma definição um pouco mais formal do conceito, que no final das contas não virá.

Quanto aos limites, Susan Sontag trata de deixar claro que nem tudo que é ruim é *camp*, ao mesmo tempo em que algumas obras que, de um ponto de vista “sério” podem ser consideradas bem sucedidas, também detêm um potencial *camp*. Quanto ao primeiro caso,

⁷ Aí Susan Sontag baixa a guarda e conclui que devido ao seu desprezo pelo conteúdo, o *camp* se torna apolítico. Sim, ele pode ser apolítico em seu conteúdo, mas não em sua forma (suas práticas).

⁸ O que, tornaria o desfile de escolas de samba no Brasil – se formos tomá-lo como um indicador – a maior concentração de *camp* do mundo, uma vez que os enredos das escolas se propõem a discutir temas históricos ou sociais utilizando carros de isopor com purpurina, mulheres nuas e fantasias de doze metros de altura repletas de milhões de penas de pavão.

a relutância em chamar tudo que é ruim de *camp* vem da popularidade da obra, sua localização no vasto campo de posições relativas a serem tomadas pelas diferentes subculturas que enxergam em cada um deles um afastamento no jogo de diferenças que é a estratificação social através da cultura – como Bordieu já dizia em *A distinção* (2007). Às vezes não vale à pena apreciar algo pelo espectro do *camp*, uma vez que aquela obra (um filme, por exemplo) ocupa um lugar desfavorável dentro do imaginário popular. O *camp*, de acordo com essa delimitação temática, teria que necessariamente possuir um status marginal, ou seja, ser apreciado por um pequeno grupo de pessoas e, não apenas isso, ser apreciado apaixonadamente por esse pequeno grupo de pessoas. Mais um indício do posicionamento de Susan Sontag em relação ao assunto: o *camp* seria algo essencialmente periférico, tangente, que consome tudo que lhe é apresentado e joga de volta sob a forma de sátira. Defender uma essência no objeto seria frustrante, uma vez que todo objeto, por mais marginal e/ou repugnante que seja, pode ser reivindicado pela indústria cultural, reempacotado e vendido como qualquer outro produto. Quanto à afirmação de que é possível ser muito bom para ser *camp*, esse afastamento se dá para evitar ser levado a sério pelas razões erradas. O exemplo dado no caso é o das óperas de Wagner que, apesar de exageradas e potencialmente conversíveis em pastiche, são bem sucedidas artisticamente, o suficiente para afugentar um olhar *camp*, que teria medo de ser tido pelo olhar do apreciador da ópera wagneriana. O *camp* não opera na grande área cinza do plausível; apesar de querer se passar por um apreço sério, ele faz questão de sublinhar sua mentira em cores berrantes, e uma escolha errada de objeto pode ser fatal para as pretensões de alguém. A obra de Wagner, além dos personagens míticos e dramas humanos barra pesada, tem qualidades equivalentes no que diz respeito à profundidade musical e temática, e não poderia ser facilmente convertida em caricatura. O que o *camp* faz é precarizar o gosto, reduzi-lo ao mínimo denominador comum do apelo visual multicolorido e exagerado.

Ainda que tenha inaugurado um novo modo de olhar para o *camp*, desprendendo-o de sua ligação embriônica com o movimento gay, Susan Sontag ainda retorna a essas origens de vez em quando em seu ensaio. Em um das poucas tentativas de psicologizar a sensibilidade *camp*, ela defende a tese de que, sendo o *camp* um afeto pelas coisas pelo que elas não são (mas parecem ser), é fácil entender como ele funciona dentro de um mundo no qual identidades sexuais e até mesmo corporais são constantemente questionadas, como

acontece no mundo gay. A androginia, o transvestismo e todo tipo de fantasia (literal) seriam os exemplos *camp* mais imediatos: versões idealizadas e exageradas (*drag queens*) de algo (o sexo feminino), ou, como ela mesma deixa claro, a atração sexual provocada por alguém justamente pelas características corporais que contradizem seu gênero cromossômico (homens afeminados e mulheres machonas) ou versões exageradas de seu próprio sexo (a hiperfeminilidade de Jessica Rabbit, ou a *supermacheza* do Rambo). E, antes de mais nada, tudo isso seria fruto de uma construção, ou de si mesmo, ou de um olhar exterior à coisa (ou à pessoa). Ninguém nasce *camp*. Nem mesmo Elke Maravilha.

Outro trunfo do argumento de Sontag é aliar o *camp* ao distanciamento, seja geográfico, social ou cronológico, do observador para o objeto. Nada mais propício para ser colocado entre aspas do que algo que lhe é estranho ou não lhe diz respeito. Uma fonte inesgotável de ideias preconcebidas e falta de reflexão crítica, pronto para ser transformado em paródia, é o passado, e é de lá que vem a maior parte do cânone *camp*.

O passado é por definição algo decantado e distante, onde o afeto desempenha papel tão ou mais importante que a memória. Ele não é factual e nem um pouco abrangente. O passado do qual estamos falando aqui é aquele que se verifica como categoria autônoma, e só o faz no presente. Não é o lugar pra onde olhamos quando queremos evidências históricas (para isso temos os livros de história e os documentos de antigamente, escritos quando o passado ainda era presente, e, portanto, de natureza completamente diferente), e é o lugar onde tudo se encontra sublinhado e legitimado pela nossa certeza, onde se encontram conceitos rasos, memórias distorcidas para caber em nossos desejos e simplificações sem culpa. Por isso mesmo Susan Sontag afirma que o *camp* tem uma relação tão afetiva com ele; são conceitos praticamente complementares – todo o caos geopolítico e produção intelectual e artística dos anos 80, por exemplo⁹, constantemente é resumido em uma imagem simbólica ou canção do Cazuza. A distância entre a forma e o conteúdo propostos se torna gritante, e a pretensão de um gesto grandiloquente, outra característica do *camp*, fica evidente. A apropriação desse tipo de passado geralmente resulta em algum exemplo muito bem construído de *camp*, no qual se nota a tentativa de se condensar o *Zeitgeist* de todo um século ou era geológica em poucas pinceladas de afetação multicolorida. Tal

⁹ Pois cada vez estamos consumindo o passado com mais rapidez, sem levar em conta que se trata, assim como os combustíveis fósseis, de um recurso não-renovável.

resgate paródico e supérfluo de um passado selecionado foi muito comum no *art nouveau* do início do século XX, principalmente na França, o que Susan Sontag inclui em sua tentativa, ainda que pouco rigorosa, de traçar uma cronologia (mais do que uma gênese. Ao mesmo tempo em que resgata artistas renascentistas preocupados com a elegância adornada de suas obras, não chega a chamá-las de *camp*, uma vez que sabe que ele só se torna uma categoria autônoma em uma sociedade na qual o mau gosto acaba por ser o último vestígio do refinamento, e não apenas sinal de excentricidade [como Caravaggio] ou falta de talento). Antes de passar a cortar as arestas do monstro conceitual que acabou de criar, Susan Sontag resume seu argumento inicial fazendo questão de ressaltar que o que está em jogo não se trata apenas de uma dualidade simples entre denotação e conotação (o ruim, e o “ruim”, este último tendo suas aspas conferidas não apenas pelo sucesso em sua ruindade [conteúdo, absoluto] como pelo posicionamento tangente que esta proporciona a quem confessa sua admiração por ele [forma, deslocamento]).

Tendo traçado em linhas gerais o que é o *camp*, Susan Sontag passa a esmiuçá-lo, dividindo-o em duas categorias básicas e facilmente identificáveis, que vai chamar de *camp* “inocente” (*naive*) e *camp* intencional, ou proposital (*deliberate*), sendo este último fruto de um segundo movimento, ocorrido quando o *camp* já se mostrava como categoria válida – ainda que pouco comum – de apreciação estética, e poderia legitimar tanto o artista quanto a obra com seu lastro aristocrático de vanguarda. Segundo Sontag, essa seria uma versão bem menos satisfatória do *camp*, uma vez que retira do observador a tarefa de abstrair a obra do contexto e tomá-la pra si, dotando-a de qualidades provenientes de seus erros e exageros. O consumo volta a ser passivo, e, para piorar, é o consumo de algo de baixa qualidade. Aí se põe uma das questões aqui levantadas: até onde o *camp* pode ser vir como estratégia de fuga da relação pouco vantajosa entre indústria e consumidor no campo da cultura? Quando se retira do indivíduo que tinha na sátira à sociedade de consumo a sua salvaguarda conceitual e que se pré-fabrica seu gesto rebelde, resta algo de potencialmente livre e genuinamente autônomo no *camp*? Por ser quase inteiramente relativo (ao senso comum, à sua época), o *camp* não se comporta bem quando é cristalizado e não tem espaço para respirar e se transformar em algo diferente quando achar necessário. Susan Sontag só aceita incluir o que chama de *camp* proposital no todo do *camp*, pois considera que há elementos constantes e ontológicos no conceito que, mesmo vilipendiados, encontram-se

presentes nessa tentativa posterior e ineficaz de se associar a algo essencialmente marginal. A diferença entre as duas categorias descritas por Susan Sontag pode ser colocada em termos dicotômicos (estratégia recorrente durante o ensaio) como a diferença entre inocência e atuação. Ainda segundo Sontag, é clara a diferença quando se procura criar uma peça de *camp* calculado, que acaba por revelar seu lado paródico e quebrar o encanto logo de cara, frustrando a todos¹⁰.

Já vimos, portanto, que não se trata de uma simples inversão de valores e que, além do bom e do ruim, há também, como nos ensinou Greimas (2008), o não-bom e o não-ruim, que muitas vezes orbitam a esfera do *camp*, mas, em uma observação um pouco mais demorada, são afastados de seu cânone. Ainda assim, seria muito estreito restringir o *camp* ao ruim, deixando de fora essas categorias complementares do não-bom e do não-ruim, o que quer que possam vir a ser, pois há a possibilidade de exemplos *camp* serem pinçados de todas essas quatro possibilidades apresentadas acima (como já foi dito anteriormente, o *camp* pode ser algo bom que, quando visto como “ruim”, vira *camp*; pode ser algo espetacular e indiscutivelmente ruim, que exige pouco ou nenhum esforço para ser visto como “ruim”; pode ser o não-bom, que do ponto de vista formal não chega a ter todas as cores do ruim, mas quando enxergado pela ótica *camp*, justamente por tentar tão apaixonadamente ser bom acaba sendo “ruim”, e pode, finalmente, ser o não-ruim, que justamente por querer ser ruim de propósito acaba sendo “ruim” em um nível totalmente metalinguístico). Há também, é claro, o contrário: uma obra cujos defeitos residem em larga escala na mediocridade de seu realizador nunca pode ser vista como *camp*, que celebra a pretensão de se reduzir o muito a um invólucro fosforescente de nada – o que esse tipo de fracasso artístico faz é simplesmente trocar de canal. O *camp*, por sua vez, dotado de um poder de síntese e choque muito maior, te faz ligar para os amigos e exigir que, por mais importantes que sejam as atividades que possam estar executando no momento, a vida de todos será infinitamente mais incrível se eles ligarem a TV e assistirem ao mesmo canal que você durante o tempo que durar o frescor da descoberta e da perplexidade diante de um

¹⁰ É o caso de dois filmes citados como exemplo no artigo: *The Maltese Falcon* (1941) e *Beat the Devil* (1953), ambos dirigidos por John Huston e protagonizados por Humphrey Bogart, com a diferença que o primeiro representava em sua atmosfera noir um *camp* espontâneo, e o segundo em suas atuações carregadas e históricas é um belo exemplo de um *camp* de segunda geração ou de, como coloca Sontag, o ator *campear* algo intencionalmente. O próprio John Huston afirmou que com *Beat the Devil* tentou parodiar o gênero com o qual havia feito fortuna na década anterior.

exemplo imediato do horrível não-cotidiano. A fleuma é característica essencial do adepto do *camp*, mas nunca do objeto de sua devoção; para que você pareça desinteressado e possa exercer suas poses repletas de bocejos e *ennui*, alguém tem que ter feito questão e chorado lágrimas de sangue. Como veremos mais adiante, o *camp* pode ter algo de cruel, como se a diferença entre o tédio de seu adepto e o melodrama de seu objeto legitimasse a soberania do primeiro sobre o segundo e reafirmasse uma ordem social até então desfocada pela democracia. A ambição, a seriedade e o exagero da obra satisfazem esse aspecto do *camp*. A fruição estética, menos diluída por uma tentativa de encenar o drama social, se dá no apreço do *camp* pelo glamour decadente, pela satisfação visual e imediata dos sentidos (aí, sim, presentes em grande parte nos shows de transvestismo, *drag queens* e mais restritas ao mundo gay¹¹)

Porém, qualquer tentativa de estabelecer a dinâmica da oposição *camp* e não *camp* (possivelmente expressada pela fórmula “*Camp/tudo menos camp*”) esbarra no obstáculo de tentar estabelecer relações definitivas para algo que é essencialmente não apenas relativo, mas também conotado. O *camp*, apesar de não ser só isso, é uma bola de conotação (daí vêm as aspas que utilizo para distinguir o ruim do “ruim”); é um signo completo ao qual adere um significado posterior, muito próximo da ideia de mito defendida por Barthes em *Mitologias* (2003). Teoricamente não há impossibilidades quanto ao número de camadas conotativas que podem ser aplicadas em um signo inicial, mas, uma vez que cada uma acaba por se tornar mais abstrata, uma vez que se encontra mais distante da realidade da coisa (deixando de lados todos os protocolos interpretativos e cavando um buraco bastante fundo do qual não se tem certeza se sairá com vida), creio que rapidamente as conotações deixam de servir tão prontamente como gesto de exclusivização da obra. Não há *camp* natural, e as razões de sua artificialização (que aqui é a conotação) obedecem sempre a demandas essencialmente políticas, já que distintivas, operando no campo da luta por reconhecimento. Nem Susan Sontag e nem mil *drag queens* flamejantes devem fazer com que pensemos o contrário.

Esse processo de separar e eleger para apenas depois celebrar a obra como tal, em toda a sua ruindade, e, mais do que isso, o ato de saber fazer isso, ser reconhecido como

¹¹ Me refiro aqui a um certo mundo gay mítico, pré *stonewall*, que povoa o imaginário popular; uma versão *camp* da realidade, podemos dizer.

alguém competente e imaculado o suficiente para conseguir fazê-lo, é talvez a principal razão de o fenômeno *camp* existir. É nesse momento que se dá a distinção; quando digo que o programa da Xuxa é *camp* e o da Ana Maria Braga não o é, apesar de igualmente horríveis, estou demonstrando irrefutavelmente a minha capacidade de me diferenciar de toda a massa restante que apenas define ambos os programas como horríveis. Quanto maior a minúcia com a qual consigo destilar uma obra *camp*, mais alta a minha patente nessa hierarquia do mau gosto¹².

A pretensão exagerada, assim como a sobriedade, como já disse, também pode assassinar uma obra potencialmente *camp*. A ironia que reveste o seu apreço deve ser apenas óbvia o suficiente para ser identificada; ninguém quer ser confundido com alguém que gosta de algo ruim, cafona e pretensioso, pois o objetivo não é ser tomado por alguém dotado de tamanho mau gosto, mas de alguém dotado de capacidades extra-sensoriais especiais suficientes para enxergar algo digno de ser apreciado no que os outros não enxergam. É por isso que no subgênero dos filmes mitológicos/históricos de leve temática homoerótica, datados e condenados ao ridículo futuro, podemos arquivar os protagonizados por Hércules e Maciste (coloridos artificialmente; geralmente exibidos pelo SBT durante nossa adolescência) na prateleira do *camp*, mas *300*, muito mais recente e pretensioso, não. Homens musculosos depilados besuntados de óleo que têm absoluta convicção de que estão incorporando a herança clássica de nossa civilização em um fundo gerado por computador, por mais ambiciosos que sejam, pecam por sua sisudez (e não por sua seriedade, cabe aqui notar a diferença). Já homens musculosos não-depilados lutando contra esqueletos em *stop motion* em um cenário feito em escala e colorido por computador proporcionam uma distância grande o suficiente para que se possa apreciá-los sem precisar sublinhar muito claramente a ironia que está operando. Sua dose exagerada de fantasia e artifício também contribui em larga escala para que esse tipo de filme seja visto como arquétipo essencial do *camp* cinematográfico, por possuir todos os elementos dos quais falamos até agora: um

¹² Assim como o fez com o gosto comum, Bourdieu poderia também escrever um tratado sobre as tensões e repulsões iônicas dentro do *campo* simbólico do mau gosto. Assim como há uma classe média que tem em Beethoven o suprassumo da realização humana (o que provoca em classes com maior capital cultural uma reação que se observa na escolha de obras mais obscuras e “difíceis”), há no mau gosto também certo lumpem proletariado que manuseia com pouca destreza o conceito de *camp*, e acaba por se ater a obras muito óbvias ou apenas de puro mau gosto sem salvaguardas irônicas suficientes para proporcionar um destacamento social. Aí o *camp* funciona como valor de uso, ao contrário do valor de troca que adquire em sua forma mais sofisticada.

amor pelo artifício, precariedade técnica, ambição desmedida e possibilidade de ser tomado por diferentes leituras semióticas, principalmente a gay.

Esse exemplo ainda nos serve para mais uma vez salientar a importância do distanciamento entre o observador e a obra na dinâmica do *camp* – aqui ele se apresenta em sua forma cronológica, na qual a pobreza tecnológica e a inverossimilhança gráfica, antes impossíveis de serem detectadas (pois atuais), passam a atuar como signos imediatos de distanciamento. Tal distanciamento é a prova de que eu preciso para poder gostar daquilo sem medo de ser tomado por um admirador sincero daquilo (o que, mais uma vez usando o mesmo exemplo, não aconteceria com o filme *300*, muito recente, tanto cronológica quanto tecnologicamente, para que possa ser admirado por suas falhas; tal fenômeno pode ser observado com bastante clareza na música pop, que de tempos em tempos resgata parodicamente ídolos de décadas anteriores, que são reembalados e vendidos como *clássicos*). Tanto espectador quanto obra não se encontram mais em um campo de batalhas tão implacável, sujeitos aos julgamentos rígidos e ortodoxos de sua própria época. Esse argumento é sucintamente explicado por Susan Sontag: “time liberates the work of art from moral relevance, delivering it over to the camp sensibility” (p. 285). Não é o passado que distancia o espectador da obra (caso contrário não poderíamos apreciar genuinamente nada produzido nos últimos cinco séculos), ele apenas possibilita esse distanciamento, por responder a uma série de expectativas morais e estéticas que já não nos dizem respeito. Susan Sontag se perguntava em 1964 o que seria enxergado como ridículo e afetado pelas audiências futuras, e especulou se seria o *method acting* de James Dean ou Warren Beatty. Parece que faltou a ela a sensibilidade de perceber que no futuro (ou seja, agora), o *camp* se dedica a amar traços muito menos sutis da produção cultural. Notar peculiaridades estilísticas nas atuações de galãs cinematográficos está muito acima da capacidade do espectador médio atual, mesmo um adepto do *camp*, do qual se espera um olhar um pouco mais crítico e atento para possíveis incompetências.

Caso tentássemos fazer o mesmo exercício divinatório hoje, creio que chegaríamos à conclusão de que nossa capacidade de enxergar o nosso presente como passado é muito mais apurada, uma vez que a distância entre esses dois momentos ficou menor nas últimas décadas. Já olhamos nostalgicamente a década de 90, e a formatamos para caber na medida de nossa memória e de nosso afeto, e sentimos saudades de uma época cada vez mais

recente, cobrindo pessoas, obras e eventos culturalmente marcantes de infinitas camadas significativas. O que será alvo de chacotas por parte dos moradores da próxima década: todo esforço tecnológico para substituir a natureza graficamente (filmes com 99% de imagens geradas por computador), filmes em 3D (que voltaram sem fazer menção à sua encarnação menos corporativa e mais simpática nos anos 50) e os voos tripulados de Richard Branson ao espaço sideral.

Fenômeno quase idêntico ao da nostalgia pode ser alcançado por obras provenientes de culturas diferentes da nossa, mesmo que contemporâneas. O amor pelas obras alardeado pelo público *camp* é o amor de uma criança por um cãozinho de três patas, mistura de pena e nojo.

A construção de um personagem é parte integrante tanto na obra quanto no apreciador do *camp*. Por celebrar o fracasso humano espetacular o *camp* acaba quase sempre por recair no responsável por ele (o diretor de um filme, em vez do ator principal, o compositor em vez da música em si). A obra, no entanto, se confunde e cola em seu realizador, tornando-o um ícone unidimensional, um signo daquilo que criou. Ele passa a ser só aquilo – um personagem em um estado de “continual incandescence” (p. 286). Tal como acontece dentro da obra, também é esperado que ocorra do outro lado; a adoção de um gosto sabidamente irônico, e refinadamente irônico, baseado em todos esses princípios que tentei descrever aqui da maneira mais lógica possível, é também o passo principal na construção de um personagem: o dândi da cultura de massa, como bem descreveu Susan Sontag o adepto do *camp*. Ao contrário do autor da obra, ele não se confunde com ela, mas se encontra em uma relação comensalista¹³ e vertical na qual se serve dela de modo a legitimar seu status elevado dentro de um *campo* de lutas simbólicas, sublinhando o quanto é alheio a ela, o suficiente para não ter vergonha de amá-la. Se a primeira relação é de substituição metafórica, a segunda é de servidão compulsória.

O salto conceitual mais ousado de Susan Sontag nesse ensaio é encaixar o *camp* como evolução natural do gosto, colocando-o do lado da alta cultura (aqui entendida mais ou menos como *Kultur*) e a reação modernista a ela. Mais do que isso, Sontag vai além ao

¹³ A mudança dessa relação para o mutualismo talvez seja o que melhor ilustra a diferença entre o *camp* inocente e o *camp* deliberado, intencional. Com este último há a tentativa de se beneficiar ambas as partes; o receptor com o status e a obra com o dinheiro.

dizer que mais radical que a recusa moderna aos padrões ortodoxos de apreciação estética tradicional (“truth, beauty and seriousness” [p. 286]), recusa esta baseada no choque, na ruptura representada por todas as inovações e ousadias, geralmente aliadas aos movimentos modernistas, mas com raízes em Bosch e Sade, o *camp* oferece uma tábua complementar de valores pelos quais podemos guiar nossas escolhas, pois supera o paradigma do bom *versus* o ruim (belo *versus* feio, no caso) e abre as portas para uma sensibilidade baseada não mais na seriedade (voltada para o belo ou para o choque), mas na leveza e na frivolidade. Segundo seu argumento, a busca por abstrações tendo como antítese a harmonia do gosto clássico da alta cultura não se mostra prática o suficiente por sempre exigir do espectador da obra um comprometimento e uma seriedade que deixa poucos espaços para o culto à personalidade. Acredito também que a fila para virar *avant garde* devia ser tão grande ou maior que aquela para gostar de Beethoven, o que de certa maneira anulava seu caráter exclusivista. O *approach* sério em relação à arte, tanto para o “bem” quanto para o “mal”, estava superpovoado de tal maneira que o eixo dicotômico se deslocou e passou a separar não o gosto convencional de um lado e o gosto ousado e inovador pelo outro, mas a seriedade de um lado e a ironia do outro (ou, como diz Susan Sontag, além da ironia, também uma nova aplicação da seriedade: “one can be serious about the frivolous, frivolous about the serious” [p. 288]). Visto assim o *camp* recusa tanto a apreciação corroída e massificada do bom gosto tornado popular quanto a sisudez pouco carismática (também tornada popular, invariavelmente, como já vimos em Bauman), em benefício de uma visão de mundo puramente estética, moralmente achatada e orgulhosamente trivial. Creio que é importante distinguir entre a seriedade do produtor e do receptor do *camp*. É esperado que ela exista no primeiro (caso contrário seria leviana) para que possa se encontrar ausente no segundo. O *camp* é algo feito com a maior das sinceridades, visto com uma má vontade rigorosa e apaixonada. Uma paixão quase, mas que não chega a ser cínica, como a paixão por uma mulher feia que te oferece carona de volta pra sua casa tão longe.

Essa entrega apaixonada ao supérfluo e exagerado constitui o índice de superioridade social que se espera que seja o resultado de um olhar *camp* bem sucedido sobre o mundo. Ele vem do tédio e da arrogância, e só pode existir em uma sociedade enfadada e próspera. Sua origem é a exaustão da vida fácil. Usando mais uma vez o canal mais comum de exercício de uma prática *camp* cotidiana – a televisão –, podemos dizer que

ele só existe quando alguém se depara com o mesmo programa pela N-ésima vez, e em um misto de frustração, resignação e rebeldia juvenil, ao perceber que aquilo está tatuado a laser não apenas em seu cérebro como também na consciência coletiva de todas as pessoas que ele conhece, passa a ter naquilo uma alternativa válida para dar vazão ao seu discurso cotidiano. O *camp* se massifica quando milhões de pessoas ao redor do mundo veem o mau gosto como dotado de um léxico socialmente legitimado e grande o suficiente para comportar semiologicamente a versão dele mesmo que ele quer mostrar ao mundo através de seu (mau) gosto. Sontag descreve o *camp* como o dandismo moderno, pois se trata de uma busca por experiências únicas, não maculadas pela massa. A grande jogada conceitual seria, portanto, assumir que não é possível haver uma experiência única dentro de uma sociedade de consumo e tentar encontrar um olhar único para uma experiência viciada (o consumo de bens da indústria cultural). O fato de uma determinada obra ser destinada originalmente a todos os milhões de pessoas das quais esse dândi moderno quer se distinguir não se apresenta como empecilho, pois a relação que terá com ela será única (paixão sadomasoquista plenamente consciente), diferente da relação normalmente esperada do público em geral (julgamento estético baseado em preceitos morais e expectativas previamente estabelecidas pela tradição; sinceridade): “Mere use does not defile the objects of his pleasure, since he learns to possess them in a rare way (...) Camp taste transcends the nausea of the replica” (p. 289). Sontag chama Oscar Wilde de “figura transicional” entre essas duas categorias de dandismo; *poster boy* para o renascimento romântico da literatura inglesa, Wilde percebeu, bem antes de Andy Warhol, a interferência do banal na trajetória artística de sociedades industrializadas. Seu status de figura midiática na sociedade inglesa do final do século XIX atesta isso; a afetação e as frases de efeito calculadamente vazias e a paixão com a qual se entregava às observações sobre os detalhes mais desimportantes da vida aristocrática¹⁴. Era tal a autonomia de sua persona pública que ela podia correr paralelamente a sua produção artística e intelectual muitas vezes “séria”, como *A alma do homem sob o socialismo*, por exemplo, sem que houvesse uma perda de status em nenhuma das duas frentes. Ainda que suas peças não possam ser consideradas

¹⁴ O programa original de muitas de suas peças de sucesso foi desenhado por Aubrey Beardsley, cuja obra é apontada por Susan Sontag como um dos exemplos mais óbvios do *camp* pelo seu estilo rococó de rodoviária *art nouveau* (principalmente no programa de *Salomé*, de 1893, que retrata a cabeça decepada de São João Batista é mostrada com todas as alegorias e adereços que merece).

camp, uma vez que são bem sucedidas artisticamente e não se deixam cooptar (devido à destreza literária do autor), elas oferecem uma visão bem clara do que Sontag quis dizer quando elegeu Wilde como figura emblemática em seu ensaio (como se pode perceber pelas citações dele no decorrer de todo o texto): são peças sobre dândis entediados, mais educados e perspicazes do que sua própria época, que têm na monotonia da vida doméstica da elite britânica do final do século XIX material vasto para uma visão particularmente afetada e vazia da vida. Sua obra é repleta desse tipo de *Bon vivant* amoral: Algernon Moncrieff em *A importância de ser prudente* e Lorde Illingworth em *Uma mulher sem importância* são os exemplos mais imediatos. Mas se antes o mau gosto era celebrado em sua forma de maçanetas e candelabros kitsch¹⁵, pequenas intromissões no aparato decorativo de uma sociedade que ainda acreditava no belo, hoje ele predomina na produção cultural (mesmo que tenhamos a boa vontade que Adorno não teve de considerar a indústria cultural um *output* válido de arte) sob a forma de coisas muito mais grotescas (o capítulo sobre a obra de John Waters, a seguir, mostrará isso mais claramente). Tanto que o *camp* trata de selecionar, com um rigor bastante grande, o tipo de mau gosto que pode servir para alguma coisa e o tipo que é simplesmente ruim e está fadado ao desprezo. A seleção natural do esnobe afetado fez com que ele, segundo Sontag, passasse a não apenas suportar a vulgaridade contemporânea, como também a apreciá-la (p. 289).

Não sei ao certo até que ponto seria um salto oportunista e arriscado afirmar que com isso tudo Susan Sontag aproxima o *camp* de uma obra de arte revolucionária, uma vez que não apenas se propõe revolucionária em sua forma (e não em seu conteúdo; sobreposição do estilo sobre todo o resto) como também o faz apenas através de seu contato com o espectador. Se uma árvore cai no meio da floresta, ela não faz barulho, diz a velha pergunta filosófica de araque, cuja resposta, muito mais científica é não, pois o que define o som são vibrações dentro do ouvido humano e, uma vez que não há nenhum ouvido humano por perto, não pode haver som. O mesmo se pode dizer do *camp*: se um herói japonês luta contra um monstro feito de isopor no meio de uma maquete de Tóquio no meio da floresta sem ninguém para testemunhar, ele pode ser considerado *camp*? A resposta,

¹⁵ Talvez renegando seu passado proto-*camp*, ou indo até o fim com ele, algumas fontes atestam que as últimas palavras de Oscar Wilde antes de morrer falido e infeliz em seu quarto de hotel em Paris (após ter perdido família, dinheiro e status social com sua prisão por homossexualidade em 1895) foram: “Eu e meu papel de parede estamos travando um duelo mortal. Um de nós terá que ir”.

como já era de se esperar, também é “não”, pois o *camp* é um segundo movimento localizado geralmente no olhar do observador, que filtra um significado através da ótica específica filiada aos fundamentos de leveza e superficialidade acima descritos. Ele nunca pode ser meramente denotado. E esse movimento só adquire certa legitimidade quando parte de terceiros alheios à obra. Mais uma razão para desconfiar da validade de um *camp* intencional. O olhar do espectador pode não conter toda a sensibilidade *camp*, mas sem ele ela não existe.

Tendo acompanhado “*notes on camp*” de maneira mais ou menos linear até agora, chegamos à hora em que Susan Sontag, após ter exaurido o assunto, apesar de não tê-lo feito de maneira muito didática, preferindo uma abordagem mais livre e aberta a reentrâncias conceituais, tenta esclarecer um dos aspectos práticos importantes para todos que acompanharam seu ensaio até agora: de quem se está falando quando se fala de uma sensibilidade ou de um público adepto do *camp*? A distância que nos separa de 1964, não apenas cronológica, mas até certo ponto paradigmática, faz com que a resposta dela não coincida com a realidade atual das coisas. Seu ensaio foi escrito em um momento em que pela primeira vez o *camp* parecia colocar a cabeça para fora d’água e se pôr em vista do grande público, começando a fazer parte do vocabulário audiovisual do consumidor médio de cultura (ia escrever “arte”, mas desisti). O conceito ainda era mimado com bastante amor e superproteção pela comunidade gay, e, mesmo assim, não toda ela. Juntamente com os judeus, a comunidade gay seria a vanguarda cultural de uma época sem vanguardas artísticas: “jews and homosexuals are the outstanding creative minorities in contemporary urban culture. Creative, that is, in the truest sense: they are creators of sensibilities” (p.290). Ironicamente, Susan Sontag fazia parte dessas duas categorias a quem atribuía o papel de detentores do espírito crítico e criativo necessários para entender sua época. Mas talvez mais interessante que atos falhos por parte dela, é a marca essencialmente política e calculada dada ao posicionamento gay sobre o assunto: concordando novamente comigo, ela entende o *camp* como gesto político de afirmação e inclusão das diferenças na vida cotidiana. Se os primeiros movimentos populares pregavam o direito dos cidadãos (desde a revolução francesa ao movimento sufragista) e o reconhecimento jurídico da igualdade entre todos os homens, este segundo momento nas lutas populares opera no sentido

contrário¹⁶. E ao que parece isso não foi apenas uma inferência arbitrária de Susan Sontag (que nunca esteve no que chamou aqui de vanguarda gay); a bandeira do *camp* como possibilidade não apenas de afirmação de existência como de contestação política parecia estar espalhada por todo o “movimento”. Sua ligação com a esquerda norte-americana já deveria ser suficiente para que pensássemos suas práticas (como o *camp*) como dotadas de algum caráter um pouco mais do que simples alienação e niilismo. Aparentemente após ter lido muito Raymond Williams, escrevendo para defender acusações de que a *disco music* não era compatível com um posicionamento revolucionário diante da sociedade capitalista (por ser fruto direto e inalienável da indústria cultural, ao contrário do rock e da música *folk*, pretensamente mais “orgânicas” e democráticas), Richard Dyer escreveu, em 1979, para uma edição da *gay left* (atente para o nome da publicação):

first, a basic point of departure in the recognition that cultural production under capitalism is necessarily contradictory, and secondly, that it may well be the case that capitalist cultural products are most likely to be contradictory at just those points – such as disco – where they are most commercial and Professional, where the urge to profit is at its strongest. Thirdly, this mode of cultural production has produced a commodity, disco, that has been taken up by gays in ways that may well not have been intended by its producers. The anarchy of capitalism throws up commodities that an oppressed group can take up and use to cobble together its own culture. In this respect, disco is very much like another profoundly ambiguous aspect of male gay culture, camp. It is a “contrary” use of what the dominant culture provides, it is important in forming a gay identity, and it has subversive potential as well as reactionary implications. (Dyer, 1979).

Apesar de ter dito com todas as letras que o *camp* é essencialmente apolítico, o que parece ficar claro aqui é que Susan Sontag concedia a ele um caráter muito mais importante do que uma simples prática aristocrática com objetivos puramente contrastivos, ou que até mesmo acreditava que essa prática, por mais supérflua que fosse em sua execução prática (perdão) tinha um potencial subversivo (como disse Richard Dyer acima) inerente. A ideia defendida por Dyer, de que a cultura gay fez o uso que quis do que o capitalismo jogou em seu colo e a devolveu sob a forma de *camp*, é inocente demais para ser defendida por alguém com maior potencial argumentativo, como é o caso de Susan Sontag, cujos ensaios sobre arte (reunidos com *notes on camp* em “*against interpretation*”) clamam por uma abordagem menos cerebral e mais poética (erótica, como chama) da produção cultural.

¹⁶ Aí está talvez um fator importante se quisermos entender superestruturalmente os diferentes estágios do *camp* ao redor do mundo. Tudo depende do ritmo e da maneira como se deu a luta pelos direitos não apenas dos homossexuais como de todas as outras minorias.

Apesar de concordarem sobre o valor do *camp* como prática subcultural, Susan Sontag e o movimento gay que ela trata como inventores do conceito divergem quanto a qual seria esse valor. Segundo Sontag, não seria como uma pura resistência a um modo de produção, mas o fato de o *camp* ter libertado as pessoas de um olhar viciado e restrito sobre aquilo que elas poderiam apreciar que o conferiu esse valor. O deslocamento do eixo do bom e do ruim (não mais correndo paralelamente ao do belo e do feio) teria aberto possibilidades interessantes e, como não poderia deixar de ser, subversivas, para os portadores dessa sensibilidade.

Porém, um dos fatores que pode ter contribuído para seu ensaio ter se tornado uma referência para qualquer um que queira citar o conceito de *camp*, mesmo para discordar de alguns de seus argumentos, é a abordagem mais demograficamente abrangente de Susan Sontag, que nunca permite a caracterização do *camp* como uma prática exclusivamente gay. Talvez tenha sido um ímpeto visionário que a fez enxergar a democratização dessa relação com a cultura não mais baseada em termos usuais, uma vez que esses termos (a beleza, a harmonia) não conseguem mais comportar a adoção de uma postura aristocrática que, no final das contas, acaba sendo o objetivo de toda a dinâmica do gosto (mais para Bourdieu do que para Susan Sontag, ou Adorno, admito). Ao falar sobre o *camp* intencional, Susan Sontag apontou para uma popularização do conceito, em sua diluição para as massas. Mas não é apenas assim que o *camp* poderia interferir na vida das pessoas fora das panelinhas socialistas gays: “If homosexuals hadn’t more or less invented camp, someone else would. For the aristocratic posture in relation to culture cannot die” (p. 291). Ainda que dê o mérito de sua invenção à subcultura gay ligada a certos movimentos artísticos e culturais americanos, Sontag conseguiu enxergar no *camp* mais que um puro jogo de faz de conta gay; mais que a simples somatização de impulsos transgenéricos; mais do que Vera Verão rodopiando em “A praça é nossa”. Ela libertou a ideia de *camp* de uma vida relegada a ser discutida por antropólogas do centro Pagu da Unicamp e abriu caminho para que ele pudesse ser visto como uma presença insistente, ameaçadora e contraditória na rotina de um consumidor de cultura (apreciador de arte).

Apesar do impacto de seu ensaio, citado por todos os artigos que consegui encontrar a respeito do assunto, a visão do *camp* como algo essencial e inalienavelmente gay ainda é muito presente, principalmente fora dos EUA. Na Europa (e, em alguns casos, no Brasil)

ainda é muito forte a influência pré-Sontag na ideia que as pessoas fazem sobre o assunto, e o *Camp* é quase um sinônimo para algo caricaturalmente gay (fala-se sobre sotaques *camp*, por exemplo; e o verbo *to camp* passa a ser simplesmente imitar essa ideia do gay caricatural que povoa o imaginário popular, como o Costinha na escolinha do professor Raimundo). Não houve o descolamento entre a prática e seus praticantes originais, e perdeu-se, portanto, um argumento bastante poderoso para se lançar mão quando se quer explicar o estado de certa neurose tanto da indústria cultural quanto de seus consumidores nos dias atuais, que é basicamente o que estou me esforçando para fazer nas diversas investidas que fiz nas últimas páginas¹⁷. Peça para um americano hoje citar o primeiro exemplo de *camp* que lhe vem à cabeça e há grande chance de sua resposta ser algo como um filme feito para a TV no início dos anos 90, a participação de algum candidato especialmente desavisado em algum *reality* show ou um comercial de alguma multinacional do ramo alimentício que tentou sem sucesso colocar suas mãos no pulso da juventude americana emulando alguma de suas características comportamentais. A ideia encontra-se muito mais diluída nos EUA do que nos países que a importaram e tendem a preservar a pureza de sua definição com mais força. Faça a mesma pergunta para um inglês e sua resposta não fugirá muito de *drag queens* ou ícones gay (Liza Minelli, Barbra Streisand, ABBA) ou práticas metonimicamente ligadas ao movimento gay.

Quando se pesquisa o *camp* em artigos acadêmicos também se observa uma grande preponderância de seu viés gay, legitimando-se como um aspecto natural do comportamento homossexual em uma época na qual há uma ruptura entre as identidades e papéis sociais historicamente construídos e os desejos individuais, e há espaço para a expressão desses desejos. Ou, por outro lado, de ressonâncias conceituais dessa abordagem do *camp* na cultura popular¹⁸. Ele passaria então a ser a expressão máxima da afirmação de que os valores, tanto sexuais quanto estéticos (muito mais sexuais, no caso), ortodoxos e antiquados, não seriam mais suficientes para dar conta de uma realidade pós-moderna e

¹⁷ Só para me contrariar: apesar de focar exclusivamente na comunidade gay, a revista *Gay Left*, cujo texto citei algumas páginas antes, possuía uma noção bastante aberta do que era o *camp*. E era uma publicação inglesa.

¹⁸ Alguns artigos encontrados em uma pesquisa rápida do termo por bases de dados de artigos acadêmicos revela resultados como *Camp Life: The Queer History of "Manhood" in the Civilian Conservation Corps, 1933–1937* (JOHNSON, 2007), *Outrageous Dieting: The Camp Performance of Richard Simmons* (GARELICK, 1995) e *Between a Frock and a Hard Place: Camp Aesthetics and Children's Culture* (MALLAN, 2005), todos concentrados no *camp* homocêntrico, ou seja, em seu caráter ora performático, ora engajado.

multifacetada na qual nem o trabalho e nem o sexo são considerados categorias sociológicas chave. As identidades seriam atomizadas, e caberia a cada um recolher o que lhe interessasse, e brincar e representar o seu próprio eu em sua própria vida cotidiana, não mais através da sinceridade, careta e claustrofóbica, mas de um modo mais livre e complexo, compondo sua personalidade de acordo com uma série de reflexos invertidos e projeções refratadas pelo prisma da ironia e da diversão. Tanto as loucuras mais trelouçadas das *drag queens* quanto a seriedade ultrapassada da geração anterior (devidamente filtrada e marcada como jocosidade¹⁹) poderiam ser utilizadas de acordo com o gosto de cada um. E tudo isso consistiria em uma prática cotidiana levada muito a sério. Tal prática não seria radicalmente diferente da que atribui ao adepto comum do *camp*, ainda que possua diferenças grandes – enquanto a adoção de certas características da identidade gay não mais através do contexto da repressão, mas como parte de um repertório a ser usado na destruição do atual jogo de forças (GROSSBERG, 1992 p. 505) era a carta na manga de Richard Dyer, para Oscar Wilde tratava-se de um blefe bastante bem sucedido dentro justamente desse jogo de forças. O movimento gay vê o *camp* como arma de destruição em massa de paradigmas ultrapassados, já o *camp* universalizado parte de um pressuposto pós-utópico de resistência (resignada), muito mais que de enfrentamento. O ativista é substituído pelo dândi, que descarta a possibilidade de encarar suas escolhas irônicas no campo político, na tentativa de se distanciar do mundo infraestruturante da luta de classes e se isolar de um mundo cada vez mais banal (em suas palavras).

Visto isso, há dois momentos básicos da cronologia dessa “sensibilidade”: no primeiro, como disse acima, herdeiro de Oscar Wilde e do *art nouveau*, há uma grande ênfase no artifício e na superficialidade, somatizada sob a forma de *montagens* e shows de cabaré (como Christopher Isherwood mostrou em *Adeus a Berlim*); no segundo momento, essa artificialização que se dava na esfera corporal ou em um nível mais básico das preferências artísticas e decorativas passa para o mundo mais subjetivo e sutil do gosto. Não é mais o seu corpo que deve ser usado para marcar a distância entre você e um mundo decadente, mas o exercício cotidiano de seu gosto pelas coisas. Agora são suas escolhas que

¹⁹ Mais uma vez Richard Dyer: “*camp is a characteristically gay way of handling the values, images and products of dominant culture...an ambivalent making fun of the serious and respectable*” (1986, p. 178). Além de enxergá-lo como prática democrática de reconstrução de identidades antes reprimidas, repare o monopólio que ele reivindica para o assunto.

passam a ser afetadas, superficiais, falsas e exageradas. A contradição aparece quando percebemos que a introjeção do *camp* nessa parte mais sutil e etérea da vida de uma pessoa, cristalizada por escolhas de coisas alheias a ele, ao contrário de uma intromissão literal no corpo, acaba por se manifestar através de obras muito mais grosseiras, muitas vezes sem a sutileza necessária que fez do *camp* uma alternativa válida para a distinção social. Está aberto o caminho para uma popularização dessa prática, e sua adoção pela própria indústria cultural (o “capitalismo anárquico”, nos termos românticos de Richard Dyer).

A liberdade proporcionada por isso tudo, então, provém do fato de que, teoricamente (e é sempre teoricamente), implodiu-se a pirâmide hierárquica do gosto. Foi o ajustamento social necessário em uma época em que tal hierarquia se mostrava ineficaz em seu propósito de criar diferenças e elites como sempre fez. Susan Sontag hesita em dar a isso um tom de direito conquistado (ao invés, fala em “descoberta”). Essa nova visão estética do mundo se apresenta como complementar à anterior, e convive pacificamente com ela (ou com as ruínas dela, que foi implodida algumas linhas atrás). E também não a rejeita; ainda acha Beatles e Beethoven genuinamente bons, mas conseguiu perceber que aquilo que o mundo pensa que você gosta exerce um papel muito mais importante do que aquilo de que você realmente gosta para saber que esses dois exemplos, apesar de se sucederem artisticamente, têm na luta simbólica de gostos pessoais um valor de troca muito baixo. Essas duas escalas de valores correm paralelamente e cabe à própria pessoa saber quando utilizar cada uma delas; mais que isso, cabe a ela saber distinguir entre as duas, caso contrário corre-se o risco de passar o seu bom gosto a respeito do mau gosto para o campo do gosto ortodoxo, defendê-lo com unhas e dentes e acabar humilhado em reuniões sociais e sem nem ao menos o recurso da ironia distante como a carta na manga para os momentos de desespero²⁰.

Ao final de seu ensaio Susan Sontag apresenta algumas tangências do conceito de *camp*: uma explícita; outra aparente apenas para nós, brasileiros. Fala sobre a diferença do *camp* para a *pop art*, que também é irônica e utiliza a indústria cultural e o *star system* em seu proveito (ao lermos isso, todos automaticamente pensamos nas Marilyn Monroes e sopas Campbell de Andy Warhol, pois todos temos isso em nossas imagens mentais de

²⁰ É muito raro conseguir combinar os dois gostos e fazê-los conviver pacificamente sem contradições. Um desses raros exemplos será estudado mais pra frente na figura de John Waters.

arquivo sempre que a expressão “*pop art*” é ouvida); uma obra *pop art*, segundo Sontag, não chega a equivaler a um exemplo *camp*, uma vez que tende a ser muito séria e torcer o nariz para a vulgaridade que representa. A diferença parece residir no fato de o *camp* ser proveniente de uma atitude (um olhar) sobre algo exterior; mesmo quando definimos algo como tal, estamos falando de um verbo, pois aquilo só se fez *camp* devido a uma visão dotada de tal sensibilidade sobre esse objeto dotado de certas características (tanto em sua forma quanto em seu conteúdo quanto em seu processo de produção). Já a *pop art* seria esse olhar (ou um parecido) aplicado na concepção de um artefato artístico. *Pop art* é o *camp* intencional sem senso de humor. Ela é capaz de provocar o atrito necessário entre os valores tradicionais sobre o belo e o sublime e os objetos e pessoas produzidos em massa e unidimensionais, mas não parece servir como modo de divertimento e fruição. Não possibilita uma prática, um estilo de vida. O destino histórico da *pop art* também não foi muito feliz nesse sentido, e ela se viu inchada e cada vez mais próxima a um estatuto de grande arte, destinada a sofrer os mais terríveis castigos adornando quartos de pós-adolescentes pretensiosos ao redor do mundo na forma de pôsteres e as salas de estar da classe média esclarecida na forma de *coffee table books*. O *camp*, por ser maleável e relativo, adapta-se melhor às mudanças externas que abalam o câmbio interno de sua escala de valores. Resta saber se a velocidade com a qual ele vem sendo minado pela indústria cultural (aqui equivalente ao senso comum do qual falei) conseguirá ser suportada pelo *camp*, e ele não sucumba e acabe por se transformar em nada mais que uma alternativa de mercado, assim como todas as outras coisas no mundo.

A segunda tangência que eu disse haver ao final de *Notes on camp* é aquela que apresenta particularidades que apenas um brasileiro pode identificar e associar a uma prática semelhante ocorrida aqui. A referência se encontra escondida no seguinte trecho: “Camp taste is a kind of Love, love for human nature. It relishes rather than judges, the little triumphs and awkward intensities of ‘character’ (...) People who share this sensibility are not laughing at the thing they label as “a camp”, they’re enjoying it.” (p. 291). Como já havia feito algumas vezes durante *Notes on camp*, Susan Sontag sublinha aqui o caráter simpático desse mau gosto institucionalizado do qual fala. Não se trata de uma prática cruel (ainda que masoquista) de rir da desgraça alheia sem que o outro perceba (arte na qual se especializam os praticantes de *bullying* nas escolas fundamentais ao redor do mundo, como

qualquer psicopedagoga pode atestar com bastante veemência em algum programa de TV), mas sim de uma empatia, uma celebração da verdade em uma era de mentiras indistinguíveis. Pinta-se então um quadro bastante harmônico no qual se ergue do nada a tal aristocracia esnobe do gosto pós-industrial ao mesmo tempo em que o autor fracassado e falido se redime com os aplausos pela sua tentativa esforçada de romper a barreira da mediocridade²¹. Partindo desse princípio nos chama atenção o exemplo do caso brasileiro da relação entre a chamada música brega e o seu público conotado. Ao abordar o tema do *camp*, a tendência é que logo se faça uma aproximação deste com o sucesso (relativo) que alguns cantores autodenominados bregas²² alcançam em meio a um público igualmente ávido pelo distanciamento irônico do caso americano. Como se, guardadas as devidas proporções e idiosincrasias regionais, o brega fosse um primo em primeiro grau do *camp*, proporcionando a todos uma fuga da dicotomia sessentista que ainda coloca a MPB industrial de um lado e o Roberto Carlos do outro. A comparação, que seria tão conveniente para meu propósito aqui, não funciona, e o trecho de *Notes on camp* citado acima pode ser usado para tentar explicar parte do problema.

No caso que chamarei aqui de americano (pela sua gênese) do *camp*, a posição de superioridade parece se dar em um âmbito puramente estético. Eu me coloco em um pedestal alto o suficiente para poder pular de cabeça no mundo das diversões triviais e grotescas do mau gosto sem medo de ser tomado por alguém dotado desse mesmo mau gosto. Esse gesto aliado à pureza do meu coração e à empatia que nutro pelo ímpeto realizador humano faz que eu me atreva e me misture com a colônia de leprosos culturais com toda a altivez de uma princesa Diana (que sempre sabia que estava sendo fotografada; não se esqueça dessa parte da alegoria). No Brasil, o atrito entre esses dois mundos parece ser um pouco mais complicado, pois ao julgamento estético da obra se junta o racismo.

²¹ O mesmo mecanismo que se vê operando de quatro em quatro anos quando o mundo aplaude emocionado alguém despreparado e jogado no mundo frio e implacável do esporte de alto rendimento. A isso se dá o nome de espírito olímpico. Traços desse tipo de piedade midiática também podem ser identificados na defesa que se faz da celulite das mulheres convencionais em detrimento do corpo inalcançável das modelos retocadas das capas de revista. Como se a celulite ou quaisquer outras imperfeições (culote, estrabismo ou paraplegia) conferisse à mulher uma marca de realidade. Ou pelo menos é nisso que o Arnaldo Jabor gosta de acreditar. Com o *camp* acontece que posteriormente essa redenção escapa ao plano puramente moral e também passa a se apresentar como lucro.

²² O termo “brega”, inicialmente quase um insulto às credenciais estilísticas de alguém, à medida que foi sendo transformado em gênero autônomo foi perdendo suas arestas ofensivas e hoje é reivindicado por seus representantes como marca de autenticidade e afastamento do elitismo da MPB – que, merecidamente, passou a ser vista como algo alheio à realidade nacional – usando-a de acordo com sua conveniência.

Como o pior de Gilberto Freyre nos ensinou, há entre nós a ideia de um mito fundador vivido durante nossa colonização dentro das casas grandes e das senzalas que nos transformou no povo incrível e sincrético que somos hoje (2006). A convivência de brancos, negros e índios dentro de um sistema patriarcal moldou não apenas o modo como nos relacionamos dentro de casa como levou essa relação para todas as outras esferas de nossa vida. Reproduzimos padrões de comportamento familiares em nossa vida cotidiana, seja praticando o nepotismo em cargos públicos ou humilhando o porteiro dos nossos prédios. Também a nossa crueldade e racismo colorido se encontram em nossa rotina. O sucesso das novelas de Manoel Carlos está aí para comprovar minha tese: nelas, a aristocracia é benevolente, culta e patrona das artes; a classe média é mesquinha e sem sentido, e a pobreza é poética. O maior crime é o sonho da ascensão social, e os vilões de suas tramas são sempre pobres que, inexplicavelmente, não gostam de ser pobres.

Digo tudo isso para deixar claro que no caso do brega adotado por uma plateia culta, o elemento do racismo e da crueldade cumpre um papel que não parece estar presente no *camp*. Seu ar de superioridade é puramente cultural. Obviamente há toda uma série de fatores históricos que contribuem para que o campo do bom gosto reflita o padrão sociodemográfico de determinada sociedade, e eu seria senão cínico, burro, caso ignorasse esse fato. Quando digo que o racismo não se encontra presente no *camp*, digo que não há nele uma expressão positiva e direta de opiniões baseadas em preconceitos raciais ou de classe (ou ainda em teorias evolutivas, em certos casos). Basta olhar para os exemplos mais evidentes do *camp* para atestar isso. Ri-se da cara de estrelas anglo saxãs de cinema do mesmo modo que se faz com Godzilla e filmes de *blaxpotation*. Já suas origens no cerne do movimento gay, ainda que não possam ser usadas como atestado de tendências democráticas, ao menos explicam a presença maciça de ícones gays no cânone *camp* (e o porquê disso já foi explicado).

Já o sucesso da musica brega (entre um público até então voltado para outros gêneros mais sofisticados) pode ser visto como índice de nossa herança elitista, uma vez que é ao mesmo tempo escárnio e resolução ritualística de nossas culpas. A risada nos distancia do Brasil, é um ato simbólico de lavar as mãos para o que quer que venha daqui; “sou descendente de italianos, cheguei agora, não tenho nada a ver com isso”, é o que fica escrito nas entrelinhas cada vez que se canta a plenos pulmões um *standard* brega (como

“eu vou tirar você desse lugar”, de Odair José, por exemplo, sempre presente em karaokês economicamente superiores ao de seu público alvo sincero) em alguma ocasião social. Ao mesmo tempo essa risada coloca a elite em contato com o Brasil profundo, um contato direto e catártico, que antes pensávamos ser possível apenas em filmes de Walter ou João Moreira Salles. Não somos racistas: gostamos das mesmas músicas que nossas empregadas domésticas. Outro ponto de divergência entre o *camp* e o brega é justamente este: o *camp* ri com a obra (ou da obra, caso sejamos cínicos), ri de suas óbvias falhas e resultado final inacreditavelmente absurdo. O brega, por sua vez, além de fazer tudo isso ainda ri de seu público. Imersões irônicas no mundo brega, por mais apaixonadas que possam parecer, geralmente são pontuadas por exclamações sobre como pode haver gente que gosta desse tipo de música, onde o Brasil vai parar, e qual o caminho mais curto para o aeroporto. O *camp* separa cirurgicamente os dois momentos de apreciação estética: o autêntico, no qual a obra é julgada pelos seus valores reais (denotados), e o *camp*, no qual ela é despida e julgada pelo seu potencial de artifício e mentira partindo de uma escala de valores diferente (conotados). Não há interferência de um no outro, como no brega, onde tudo se encontra na mesma sacola de horrores. Algo parecido pode ser usado para explicar a presença do preconceito racial no julgamento da obra (e de seu público); é um antigo clichê do senso comum que o povo americano explicita o seu racismo na vida cotidiana na mesma medida em que o brasileiro o introjeta e o nega sob a capa da democracia racial. De fato, se colocarmos os dois casos sob um prisma Sérgio-Buarque-de-Hollandiano, veremos que, por ser mais institucionalizado, burocratizado, os Estados Unidos (estou aqui usando os EUA para representar todo o primeiro mundo, só para irritar) tendem a separar certos aspectos da vida pública e privada (podemos mudar a dicotomia para Estado x família, ou Creonte x Antígona – Sérgio Buarque nos ofereceu várias [1997]). Torna-se impraticável demonstrar um ódio por uma minoria étnica ou social sem sofrer as sanções previstas por lei (mecânica ou orgânicamente, como diria Durkheim (em RODRIGUES, 2000)). O racismo passa então de metonímia expressa em atos (falhos ou não) cotidianos e vai se acomodar sob a forma direta da posição política institucionalizada e protegida por sei lá que emenda da constituição: o racismo não é exercido em pílulas domésticas, como no Brasil (no qual serve para reforçar uma realidade baseada em nossa herança escravocrata), mas em grandes gestos segregacionistas e nas suas conseqüentes reações.

A prática da adoção do brega pela elite brasileira, no entanto, assemelha-se muito ao *camp*; apesar de pregar um amor genuíno pelo objeto, trata-se de um “gostar” ao invés de um gostar. E, assim como o *camp*, o brega foi assimilado pelo mercado que acabou por transformá-lo em gênero musical independente do popular (ou romântico). O cantor brega genuíno, com sua tentativa de se apresentar como um *crooner* sério, esbarrava em sua falta de curadoria no figurino, e arranjos musicais exagerados para canções de amor e desamor desmedido foram em parte substituídos pelo ícone “brega”, artificialmente exagerado e cafona (tendo seu apelo musical rivalizado com o humorístico). Um bom exemplo do primeiro tipo de cantor brega é o Reginaldo Rossi; do segundo, Falcão.

Os benefícios socioculturais que a adoção de um gosto brega pode proporcionar também sofrem com alguns problemas de compatibilidade quando importados diretamente de uma visão *camp* de mundo. Por não ser uma experiência puramente estética como também pretensamente antropológica e religiosa, o gosto pela música e pela cultura brega corre o risco de extrapolar as raias da intencionalidade e se calcificar em uma opinião sincera. Ou seja: como há um elemento a mais em jogo no brega (o abismo social entre dois mundos existentes dentro do Brasil) há sempre o perigo de ele passar a exercer um papel preponderante na equação da prática *camp/brega*, fazendo com que o apaziguamento simbólico de atritos e desigualdades sociais se ponha à frente do movimento essencialmente contracultural (e historicamente posterior) da distinção, no campo do gosto, proposta pelo *camp*. Aliado à falta de um capital cultural histórico introjetado na elite brasileira²³, isso pode ter a desastrosa consequência de o brega tomar o lugar antes reservado para o gosto sincero (aquele que o adepto do *camp* ainda nutre por Beatles e Beethoven, mesmo não podendo transformá-los em motivo de chacota) e o que antes era para ser a afirmação de uma superioridade sociocultural (com todas as implicações preconceituosas que isso possa ter) passa a ser um gesto de rebeldia estéril e estúpido. O mesmo perigo assombra o *camp*, mas, devido à falta de um elemento com carga dramática tão forte quanto a possibilidade de resoluções de contradições históricas, esse perigo acaba sendo bem menos evidente.

²³ Pois, como Bourdieu demonstrou, ele é proveniente muito mais de uma familiaridade “de berço” com a arte do que com a educação formal (op cit, 2007).

Para resumir esse pequeno parêntese do caso brasileiro²⁴ podemos nos distanciar das idiosincrasias de cada país e de suas influências no campo simbólico do gosto pessoal e tentar identificar tendências mais panorâmicas e definitivas que sublinhem as diferenças entre *camp* e brega de uma vez por todas (ou pelo menos de maneira mais didática do que foi feito até agora). O *camp*, proveniente de certo estágio contracultural (menos midiático do que maio de 68, no entanto), apresenta sua contradição ao abolir a hegemonia da alta cultura e proporcionar os meios para que mais pessoas possam fazer parte do panteão do bom gosto (em sua forma de mau gosto) ao mesmo tempo em que pretende ser um meio de exclusão de um senso comum totalizante. Os dois movimentos são simultâneos, e talvez sejam fatais para as pretensões (pois o maior erro que poderíamos cometer seria enxergar o *camp* como desprezioso) dessa prática. Em suma, podemos enxergar o *camp* como a democratização dos meios de produção do bom gosto, o *do-it-yourself* do bom gosto, aproximando-o da ética do *punk rock*, ou podemos enxergá-lo como a tentativa de reproduzir microcosmicamente a utopia socialista com consequências fatalmente reacionárias; aí poderíamos aproximá-lo de George Orwell em *Revolução dos bichos* (2007); uma revolução seguida de reinstituição do mesmo tipo de despotismo que havia sido derrubado. Seja qual for nossa propensão, em ambos os casos o *camp* está situado na esfera das liberdades individuais (daí seu sucesso nos anos 90). O processo de fetichização da música brega, por outro lado, ainda se encontra dentro de um quadro de embate social anterior a isso tudo.

O brega como motivo de chacota para a classe dominante serve como asserção imediata da opressão histórica que esta imprimiu sobre as classes populares, na tentativa de, através desse gesto simbólico, legitimar seus privilégios e as desigualdades socioeconômicas do país. Ele está ligado a diferenças sociais (ricos x pobres) e geográficas (sul x norte) resultantes ainda, como muito de nossos traços nacionais mais lamentáveis, da colonização com base escravocrata. A prática de diminuição da música e de toda a cultura brega é uma forma instantânea de verticalizar uma relação que foi legalmente horizontalizada com a abolição da escravatura e as conquistas sociais conseguidas aos

²⁴ Não que a adoção de uma sensibilidade *camp* seja impraticável no Brasil; apenas destaquei a existência de uma prática equivalente, dotada de suas peculiaridades, que pode conviver paralelamente com outras inúmeras práticas de aristocratização em uma realidade na qual se tornou difícil se distinguir da massa consumidora pelos critérios historicamente comprovados.

trancos e barrancos na história da república. O processo tende a se acentuar a partir do momento em que há uma ascensão social no Brasil, e em que a elite até então sozinha no campo da produção e consumo de produtos culturais passa a ter que dividir espaço com a classe C. Espera-se um aumento significativo nas observações nostálgicas a respeito do estado da cultura nacional em comparação com uma época na qual ela era restrita a uma parcela muito pequena da população.

Podemos resumir toda essa discussão tangencial que se apresenta quando estudamos o *camp* no Brasil de uma maneira bastante clara e definitiva, a partir de tudo que foi dito até agora: o *camp* é de esquerda (ou pelo menos acredita sinceramente ser), já o adepto do “brega” é de direita²⁵.

Voltando ao cerne do texto de Susan Sontag, ao seu final podemos enxergá-lo como libertador do conceito de *camp* de seu submundo urbano e sua introdução no léxico acadêmico²⁶. A própria Susan Sontag tratou de obras especificamente *camp*, partindo do princípio afirmado por ela mesma de que se tratava de uma vanguarda, talvez a única possível, no mundo da arte. Em um breve ensaio de *Against Interpretation* (2009) ela celebra *Flaming creatures*, de Jack Smith, de 1963, como exemplo de experiências puramente estéticas do mundo a partir de cenas grotescas e de evidente “mau gosto”. “The only thing to be regretted about the close ups of limp penises and bouncing breasts, the shots of masturbation in oral sexuality, in Jack Smith’s *Flaming creatures*”, escreve Sontag, “is that they make it hard simply to talk about this remarkable film; one has to defend it” (p. 226). *Flaming creatures* serviu até mesmo de inspiração para John Waters, *enfant terrible* do mundo *camp* que estudaremos mais adiante.

Até mesmo em outros textos presentes em *Against Interpretation* podemos ver reflexos de um posicionamento pró-*camp*. O ensaio que dá título ao livro, por exemplo, é uma defesa da fruição pura da obra de arte, seu desvinculamento de uma abordagem formalista e racional demais que, segundo Sontag, representaria “the revenge of the intellect

²⁵ Note-se que não estou dizendo que a cultura brega é de direita, mas sim que podem ser denominados “de direita” aqueles que a usam para realçar uma diferença de nível social em relação a quem genuinamente a aprecia. Favor notar essa diferença. Não quero ser obrigado a explicar isso a quem, por falta de destreza interpretativa ou má vontade, venha com dez pedras na mão atacar minhas posições nesta dissertação.

²⁶ Ainda que ele passasse a ser moeda corrente no discurso dos estudos culturais americanos só a partir dos anos 90, “Notes on *camp*” ainda serve de base para toda argumentação acadêmica sobre o assunto.

upon art” (p. 7). Ela apenas toca no assunto, sem se aprofundar muito, evitando levantar questões muito complicadas, mas, ao final, fica claro que sua posição se aproxima da defesa que faz em *Notes on camp* da adoção de um sistema de valores estético diferente, não mais baseado em expectativas ortodoxas em relação à obra de arte. Nesse sentido, o que Susan Sontag chama aqui de interpretação – a adoção de uma postura crítica visando desnudar a obra de sua forma, seja lá qual seja, e mostrar as intenções, pulsões e esquematismos por trás dela – parece a abordagem “séria” em relação aos produtos da indústria cultural que ela afirma ter sido demolida pelo *camp*. A pura experiência (a erótica da arte, que propõe preguiçosamente no final do ensaio), por sua vez, seria equivalente ao apreço do *camp* por uma visão de mundo amoral e fetichizada (exemplo: o abajur *kitsch* sendo apreciado não pela sua praticidade nem pelos seus contornos e reentrâncias supérfluas, tidas como de mau gosto, mas justamente por se impor como objeto puramente decorativo, exagerado, por tentar extrapolar o raio bastante restrito de sua própria existência funcional, abandonando-a se possível).

Já em *On Style*, em que Sontag se aprofunda um pouco mais na discrepância entre estilo e conteúdo (sem defendê-la, como deixa bem claro já no primeiro parágrafo), o *camp* é citado como um exemplo de gratificação do olhar sobre certo tipo de triunfo do estilo sobre o conteúdo, mas com a ressalva de que essa radicalização do estilo (que chama aqui de “*stylization*”) não se compara ao que chama de “*solemn art*”. O *camp* serviria, portanto, apenas como válvula de escape para uma sociedade que enfrenta o desafio de constantemente ter que lidar com a abundância de arte “estilizada”:

in a culture pledged to the utility (particularly the moral utility) of art, burdened with a useless need to fence off solemn art from arts which provide amusement, the eccentricities of stylized art supply a valid and valuable satisfaction. I have described these satisfactions in another essay, under the name of “camp” taste. Yet, it is evident that stylized art, palpably an art of excess, lacking harmoniousness, can never be of the very greatest kind (Op cit, p. 20).

Observa-se aqui uma posição um pouco menos apaixonada e radical na defesa do *camp*; seu papel de grande libertador das sensibilidades humanas, conferido por Susan Sontag em *Notes on Camp*, aqui se vê reduzido a uma maneira particularmente esperta de se lidar com produtos que pesam a mão em sua tentativa de imprimir o seu estilo próprio. Seu campo de ação fica restrito a esses casos, e o que chamei até aqui de visão *camp* do mundo perde parte de sua força. Escrito um ano após *Notes on Camp*, *On Style* oferece

outro olhar, ainda que breve, sobre a visão de Susan Sontag a respeito de um conceito que ela forçou para dentro do debate intelectual americano. A bandeira do estilo, levantada por ela em muitos dos ensaios de seu livro, se encontra no meio do caminho entre uma abordagem adequada e comum da arte (que afirmava estar contaminada pela ânsia interpretativa, essencialmente antiartística e pequeno burguesa) e a radicalização proposta pelos defensores do *camp*. A defesa de uma maior sensibilidade no trato com a arte e suas encarnações mais triviais (indústria cultural) em detrimento da tentativa de entendê-la é bastante rebelde quando localizada dentro do contexto do debate acadêmico, que justamente sempre pretendeu domar a arte através da interpretação. Aqui se percebe a distância entre as intenções de Sontag e do *camp* (assim como descrito por ela mesma, adquirindo vida própria após ser publicado, como toda ideia ou impulso criativo; talvez essa seja a minha única opinião sobre toda a confusão entre arte, conteúdo, representação e interpretação apresentada no decorrer de *Against Interpretation*): enquanto para ela o atrito se dava entre a arte de um lado e seus interpretadores tentando interpretá-la *ad hoc* de acordo com certos protocolos específicos de leitura (prática muito comum no campo dos estudos culturais e suas vertentes pós-coloniais e feministas: Chinua Achebe (em LEITCH, 2001), é o exemplo mais imediato que me vem à cabeça, para a sua criatura, o *camp*, a questão é outra: o mérito interpretativo não é levado em consideração (não como potencial foco de divergências; ele existe, e isso basta). Há aqueles que julgam as obras de acordo com critérios convencionais, e há aqueles que propõem uma mudança de abordagem da obra e utilizam outra série de critérios (que elenquei cansativamente neste capítulo). Isso é um dado. A verdadeira dialética reside inteiramente no campo estético, no constante jogo de busca de posicionamentos e distanciamentos entre diferentes grupos demograficamente marcados. Ou seja, para a discussão de *Against Interpretation*, o *camp* orbita a esfera interpretativa, oferecendo a ela uma alternativa ao rigor cafona e, segundo Susan Sontag, burro, da visão academicista da arte, que se encontra imóvel em seu canto. Já para o mundo segundo o *camp*, o que serve de auxílio à discussão sobre a arte é justamente a interpretação, que pode ser uma ou outra, ou, no caso do próprio *camp*, uma tentativa de fugir dela, ou ao menos de reduzi-la ou usá-la do modo mais conveniente possível. Em suma: tanto uma quanto a outra visão sobre o estado da arte (tanto maior quanto menor) contém os mesmos elementos constituintes: apropria arte e a sua recepção. Porém, o

princípio ativo em cada uma dessas visões é diferente, o que faz que seus argumentos periféricos adquiram diferentes valores em cada uma delas.

Talvez a maior contribuição do artigo de Susan Sontag sobre o *camp* tenha sido justamente esta: salvar esse conceito da discussão hermética à qual geralmente se destina qualquer dado culturalmente relevante e dar a ele vida própria nos jornais mimeografados de inúmeros movimentos gays ou, atualizando o exemplo, inúmeros blogs de ficção científica ou cultura televisiva em geral. Apesar de ter trânsito livre no meio acadêmico, principalmente nos EUA, o *camp* (ao menos em sua forma mais específica, assim como descrita aqui) sempre é introduzido de baixo para cima, como um signo de realidade que tenta perturbar o argumento que está sendo proposto. Por não ter sido guardado na mesma prateleira que abriga, entre visões racionalistas e eróticas a respeito do estado das coisas da arte, a ideia do *camp* ainda se encontra no mundo da vida, o que dá a ela uma maior rapidez para lidar com mudanças circunstanciais e paradigmáticas no rumo dos acontecimentos econômicos e culturais. E também, caso queiramos ser românticos, um aspecto muito mais democrático.

Além disso, falando pontualmente, *Notes on Camp* ainda apontou dois eixos diferentes nos quais opera esse amor pelo mau gosto: um deles está na diferença entre, de um lado, um *camp* ligado exclusivamente à cultura da montagem e da pose gay, ligada a uma exploração do modo pelo qual o corpo do outro pode ser visto e do modo pelo qual sua vida pode ser fetichizada e vista como espetáculo, e de outro lado, um *camp* mais universal, cuja experiência estética por excelência é a do refinamento do mau gosto, da aplicação da mesma minúcia crítica e paixão a obras fracassadas que se têm com as bem sucedidas. O outro eixo é a diferença entre o que Christopher Isherwood, talvez o inventor do termo, chamou de *high e low camp* em *The world in the evening*; a hierarquia do mau gosto, que antes era dedicado a celebrar grandes óperas exageradamente dramáticas e detalhes rococó de peças de arte decorativa, mas que com o tempo passou a enxergar e a rir do “feio” em itens triviais como molhos para saladas e comerciais de televisão.

Há também, pela primeira vez, a divisão entre um *camp* romântico, inocente, e outro calculado e intencional, sendo este geralmente visto como oportunista, vulgarizando uma prática tão exclusiva ao apresentá-la ao grande público previamente ironizada. Por ser fruto de uma conotação, na qual visões de mundo às vezes diametralmente opostas se chocam (a

indústria cultural, atrasada, perdida, sem saber o que fará sucesso entre a moçada de um lado e essa mesma moçada, entediada e, por incrível que pareça, mais sofisticada do que a indústria cultural jura que é), a mudança de um dos elementos²⁷ constituintes de seu signo base (aquele que, se lembrarmos Barthes [2003], será usado como significante do signo potencializado e conotado) abala o resultado final. O valor do *camp* como marca de diferença é proporcional a sua distância do senso comum; distância essa explicitada (muito mais do que alcançada) dentro da indústria cultural. O *camp* é como uma escala ou uma unidade de medida de descolamento dentro de uma lógica autoritariamente democratizante (justamente a indústria cultural). Quando o produto, destinado a ser apreciado em sua forma denotada e direta por grande parte da audiência, apresenta já nessa sua forma primária a mesma visão que seria dada a ele posteriormente (conotada), o gesto de aplicação de uma leitura própria (proveniente do sistema suplementar de valores estéticos do qual falou Susan Sontag) não apenas se torna mais complicado (ainda que não impossível) como também pouco rentável no que diz respeito à legitimação da superioridade do conotador em relação ao restante dos consumidores daquele produto. Tais dilemas não são registrados para a indústria que, ao contabilizar lucros, não distingue o consumo irônico do sincero. A questão do *camp* como parte do vocabulário áudio-visual da indústria cultural, no entanto, pode ter consequências desastrosas: assim como há surpresas agradáveis quando algum produto fracassa miseravelmente entre o público “sério”, mas, por possuir certo apelo, passa a fazer sucesso como *camp* (o caso, por exemplo, de *Showgirls*²⁸), há também o perigo, a partir do momento em que se passa a levar em consideração esse público (após comprovar demograficamente que ele passa a ser relevante), de acabar desagradando tanto um quanto outro: o grande público se afasta por não compreender a metalinguagem da qual parte a obra, e esta “aristocracia do mau gosto” não se deixa enganar e não abre mão do monopólio

²⁷ Neste caso, o significado.

²⁸ Filme de 1995, dirigido por Paul Verhoeven, que, por fracassar absoluta e desmedidamente em sua tentativa de retratar o mundo excitante e perigoso das dançarinas de *strip tease*, adquiriu status *camp* tão imediato e irreversível que os estúdios MGM, ao perceberem que o filme, que até então era motivo de prejuízo e vergonha, estava fazendo sucesso em certos nichos de mercado como obra prima da ruindade, passou a vendê-lo como tal; e o faz até hoje (ele foi lançado na tecnologia *blu-ray* em 2010, prova de que não se quer apagá-lo para sempre da memória coletiva). Seus diálogos banais, atuações forçadas e canastronas e ar carregado de erotismo chique (que acaba fazendo que o filme pareça uma pornochanchada), faz com que *Showgirls* seja um dos mais bem acabados e completos exemplos de *camp* que se pode dar, pois tanto seu conteúdo quanto sua trajetória comercial demonstram como opera a assimilação do mau gosto pelo público e, posteriormente, pelo mercado.

do uso da cobertura semiótica em suas obras (é o caso, por exemplo, de alguns filmes que tentaram atrair ambos os públicos para o cinema, tanto pelo seu apelo midiático óbvio quanto pelo seu tema nostálgico e herdeiro de uma ética de TV muito fora de moda atualmente. Os filmes baseados em desenhos animados de décadas passadas, como *Scooby-Doo*, *Speed Racer* ou *Flintstones*, são prova desse tipo de fracasso). Por fim, se tudo der certo, há também a possibilidade de satisfazer os desejos de ambos os públicos, que apreciarão a obra (o produto) paralelamente, sem notar, ou ao menos sem se importar com, a existência de outra leitura para ela. Tal fenômeno é mais comum nas canções populares, em que parece haver uma maior tolerância com os artifícios que constituem o *camp*. Pode-se dizer até mesmo que se espera encontrar maior liberdade estética na música pop, que por ser desavergonhadamente descartável e terminar em três minutos pode ser usada como depósito de tudo aquilo que não assumimos que gostamos em obras ditas mais sérias, como no caso do cinema, no qual um apelo ao mau gosto sempre acaba por se passar por apologia ao mesmo. Levando isso em conta, entende-se o sucesso hegemônico de artistas com um apelo inegavelmente *camp*, mas que ultrapassa as fronteiras muitas vezes bastante restritas do gosto irônico e acaba por cair nas graças de todos. Lady Gaga e suas outras imitadoras são um exemplo imediato disso; autoproclamada herdeira da *pop art* no ramo musical, Lady Gaga é, se quisermos inventar uma nova categoria, *übercamp*, pois fala canonicamente do alto de uma tradição já consolidada de cinismo e superficialidade calculada tão ortodoxa quanto qualquer gosto comum. Sua autofiliação dentro de uma tradição artística legítima pode ser enxergada como a comprovação do status de “Clássico” que o gosto *camp* (herdeiro aqui tanto da *pop art* quanto do imaginário gay) pode ter adquirido no decorrer dos anos. Ignorando por um momento todas as questões geralmente levantadas a seu respeito (o feminismo, o pansexualismo, a capacidade de metamorfosear sua figura midiática instantaneamente, sua esterilidade política, hedonismo de rodoviária, ganância *chic* e tudo o mais que a coloca como personificadora do nosso *zeitgeist* miserável) e que, talvez com um pouco de medo de me inscrever apaixonadamente demais à tolerância epistemológica dos estudos culturais, digo que a tornam a figura mais emblemática da indústria cultural atual (não me alongarei neste assunto porque 1. quero evitar tangências e 2. não li Baudrillard), o que fica claro é que no caso de Lady Gaga parece haver o desejo de se posicionar não mais do lado de uma série de valores

complementares (o *camp*) como disse Susan Sontag, mas de afirmá-los como históricos e confiáveis, de fazer alianças com José Sarney sem nem ao menos pedir desculpa depois, caso queiramos usar nosso cenário político como metáfora.

A maior radicalização estética de Lady Gaga é a sua carece, a extrema seriedade com a qual desempenha seu papel de somatizar uma tradição estética do exagero; como se a ironia tivesse dado uma volta de 180° graus e voltado a ser sinceridade, Lady Gaga apaixonadamente sofre pela sua arte essencial e orgulhosamente vazia trajando um vestido 100% feito com bonecos de pelúcia ou bolhas de sabão. Comparado com as excentricidades performáticas de Elton John ou David Bowie (suas mães), percebe-se logo que se trata de impulsos totalmente diferentes. E, como disse acima, toda essa carga semiológica pode ser tanto desmembrada e estudada por opiniões muito mais interessantes que a minha²⁹ ou consumida desavisadamente, como qualquer outro *commodity* cultural.

As consequências da entrada do mau gosto no campo de visão da indústria cultural parecem ser a grande questão quando se estuda o *camp*. É o atual paradigma que assombra seus adeptos, receosos de que sua dedicação a um mundo de feiura e banalidade passe, de repente, a se tornar apenas mais uma alternativa de mercado, perdendo seu potencial libertador e simbólico. Tendo apresentado a discussão inicial sobre o assunto, partindo de seu texto mais celebrado (único em seu intuito de apresentar a ideia de *camp*. Todos os outros o tomam como um pressuposto), é disso que passarei a tratar agora, para depois, através da interpretação de objetos tipicamente *camp* (cada um retratando uma faceta da ideia de “Bom gosto a respeito do mau gosto”, da qual fala Sontag) verificar se há ou não uma mudança de estatuto de *camp*.

O que é o *camp*, portanto? O *camp* é o “amor pelo artificial e pelo exagerado”, como coloca, logo no início de seu ensaio, Susan Sontag (noção compartilhada por Christopher Isherwood). É o apreço pelo fracasso, pela tentativa que “erra a mão” ao tentar ser grandiosa. É o refinamento, “o bom gosto sobre o mau gosto”, a adoção de toda uma

²⁹ Como em *Aladdin Sane called. He wants his lightning bolt back: on Lady Gaga*, artigo online de Mark Dery, que, apesar de estragar alguns argumentos com uma nostalgia um pouco constrangedora, consegue levantar (sem respondê-las, logicamente) algumas questões relevantes sobre este assunto. Em: <http://trueslant.com/markdery/2010/04/20/aladdin-sane-called-he-wants-his-lightning-bolt-back-on-lady-gaga/>

infinidade de desastres artísticos como obras primas da incompetência apaixonada. O gesto *camp* por excelência trata de esvaziar todo conteúdo (político, social) que a obra possa vir a ter e a julgá-la somente pelos seus atributos estéticos (é aí que lembramos da obra de Andy Warhol, que colabora muito para a consolidação da postura *camp* no *mainstream*). Por se tratar de uma visão, de uma sensibilidade, o *camp*, portanto, é menos uma qualidade do objeto, do que do olhar. Pode ser vista como tal, toda uma variedade de coisas, e o status e potencial de cada coisa pode variar com o tempo e o lugar a partir do qual se olha para ela.

Nem tudo que é ruim, no entanto, pode ser encarado como *camp*. Além de se levar a sério e de fracassar em seu intuito original, de pecar pelo exagero e pelo mau gosto desmedidos, o objeto digno de ser encarado como *camp* (ou “*campy*”, se quisermos usar a palavra como adjetivo) tem que ser rechaçado pelo senso comum. Não há sentido em construir todo um modo novo de se separar do resto se o objeto da nossa admiração também é apreciado, ainda que de modo totalmente sincero, por todos aqueles com os quais não queremos ser vistos. Grandes sucessos do cinema, amados por milhões de pessoas, não poderiam ser *camp*, a não ser que haja um distanciamento grande o suficiente para que se perceba claramente que o apreço é pelo que o filme tem de ruim. A falta de clareza quanto a esse quesito forma audiências heterogêneas, constituídas tanto por fãs e por “fãs” de um determinado produto, o que não causa o efeito de distinção social desejado. É por isso que o *Cirque Du Soleil*, apesar de ser a coisa mais cafona que o ser humano já criou, nunca poderá ser *camp*; toda uma legião de fãs os admira por suas (supostas) qualidades: a perfeição técnica, o cuidado cenográfico, o leve tom messiânico e o pesado tom pedante de suas apresentações. Seria arriscado tentar gostar do *Cirque Du Soleil*: sua ironia poderia passar despercebida e você seria visto por todos os seus amiguinhos como alguém suficientemente desprovido de bom gosto para realmente gostar do *Cirque Du Soleil*.

É, portanto, inovadora e ultrapassada, democrática e elitista, a adoção de uma visão de mundo que trata de refinar o gosto pelo ruim. Democrática, porque demole o cânone que antes regia a sensibilidade estética e liberta o gosto. Jaspion e Orson Welles poderiam dividir a mesma prateleira de DVDs sem que o dono devesse explicações a ninguém. E elitista, porque só existe para sublinhar uma diferença através do gesto, da mimetização, se você quiser. Só existe para criar um pequeno grupo (por isso chamo de aristocracia) que vai se salvar no dia do juízo final cultural. Elitista, ainda, porque ao mesmo tempo em que

adota uma postura “de esquerda”, contra a afetação engessada do gosto moderno, dos vanguardistas de ontem que são os caretas de hoje, a estética *camp* mantém o seu objetivo inicial de ser um modo de distinção. Ela é democrática em seu conteúdo e aristocrática (e, conseqüentemente, conservadora) em sua forma.

Trata-se então de uma sofisticação do mau gosto, da elevação do superficial ao patamar de arte. O que antes era visto – através de uma ótica marxista – como um amontoado de porcarias, como o cinema *mainstream* para Adorno, quando este dizia “O pretensão conteúdo não passa de uma fachada desbotada; o que fica gravado é a seqüência automatizada de operações padronizadas” (1985, p. 128), agora era esmiuçado e observado em seus mínimos detalhes, a fim de encontrar o melhor (ou pior) do mau gosto: o pior filme, o pior apresentador de televisão, a pior canção da Broadway.

Tratou-se, então, de hiper-significar o que já havia, de aplicar uma semiótica paranóica a tudo que lhe passasse pela frente. “O balconista”, de Kevin Smith, filme de 1994, conta a história de dois personagens que fazem disso, se não um ganha pão, ao menos o passatempo preferido. Todos os “estilos antes subversivos e aguerridos” dos quais fala Jameson (2006), portanto, não foram destruídos: eles simplesmente deram um passinho para frente para dar lugar a estilos horrorosos e cafonas. A dinâmica ainda era a mesma da alta modernidade.

Ao entendermos o *camp* como signo conotado, creio que tornamos mais claro o seu caráter artificial e mostramos como ele é fruto de um esforço semiológico bastante preciso e consciente. Apesar de ser muito importante para a pose do adepto do *camp* fazer que aquilo pareça natural (ou melhor, fazer pareça automático, intrínseco: “natural” é uma palavra que não combina muito com uma visão de mundo que celebra a aparência construída, a postura montada), criar uma admiração por um gosto tão pitoresco e rebelde, o *camp*, como amor pelo exagero e pelo artifício, não poderia ser fruto de uma recepção desprovida de reflexões críticas e objetivos muito bem traçados.

Tamanha premeditação, a consciência permanente de se estar reavaliando isso ou aquilo e dotando tudo isso de novos significados torna inverossímil tanto a existência de tal conceito (afinal de contas ele pressupõe uma submissão completa da espontaneidade, substituída pela adoção de uma persona exótica e interessante, para não dizer caricatural, o tempo todo; o mundo tornar-se-ia, portanto, uma grande comédia de Oscar Wilde) como a

ideia de que esse gesto é despolitizado, desprovido de intenções “rebeldes”, mesmo que exclusivamente no âmbito da cultura. A relativização de toda a hierarquia do bom gosto, afinal de contas, seria um fato imensamente relevante dentro das relações de classe em qualquer sociedade, mesmo se tratando, se quisermos ser marxistas, de um produto puramente superestrutural, determinado pelas relações de produção e, até mesmo por isso, menos relevante. Falaremos disso mais tarde, após apresentarmos dados novos a respeito do atual estado das coisas.

Há, como veremos adiante, tanto uma alternativa na qual a visão *camp* se naturaliza, se torna alheia a si mesma, quanto outra na qual ela é, sim, apesar de sua insistência em dizer que não é (com o aval de Susan Sontag), um instrumento, se não de rebeldia, ao menos de resistência, e, sendo assim, um instrumento político. Espero poder falar aqui sobre todas essas múltiplas combinações conceituais e múltiplos cenários que estou pouco a pouco apresentando.

Resumidamente, temos este quadro: não vendo mais futuro no gesto vanguardista do choque, certa aristocracia do gosto se voltou então para o único lugar seguro, ou seja, o único lugar no qual ela não seria importunada pela pequena burguesia internacional: o mau gosto. Bourdieu, em seu ensaio intitulado “Gostos de classe e estilos de vida” (2003), parte de uma tentativa de cartografar o cenário dos conflitos simbólicos em diferentes *campos* da sociedade francesa, e mostra esse movimento de modo bastante categórico ao comentar o resultado de sua pesquisa a respeito das preferências artísticas (música clássica, música popular, pintura, fotografia) de diversas classes sociais estratificadas por ele mesmo. Ele prova que a vanguarda artística (categoria de estratificação social francesa, muito minuciosa para ser tratada com maiores detalhes aqui, mas que inclui profissionais liberais, professores e produtores artísticos), em suas escolhas, opera o que ele chama de “recuperação ao mesmo tempo sublimadora e paródica, de todos os objetos que a estética de grau imediatamente inferior recusa” (2003, p. 106). Não vendo perigo de ser vista como um “*camponês idiota*” (termo técnico utilizado pelo presidente Sarkozy ao se dirigir a um manifestante que o vaiava), essa vanguarda pode se dar ao luxo de gostar (de gostar parodicamente, i.e. de “gostar”) de obras das quais a pequena burguesia tenta se distanciar (uma vez que se encontram perto demais dela. Um apreço, portanto, mesmo que paródico,

ou irônico, por essas obras, provavelmente não seria bem sucedido, e ele seria visto como o *camponês* idiota que é, mas que não quer que saibam que é).

Para tentar esclarecer de vez qual é o *ethos* de que estamos tratando aqui, e anacronismo à parte, podemos tirar uma definição bastante precisa do gosto *camp* de um exemplo literário, do prefácio de Mark Twain à edição americana de 1883 do “Novo guia de conversação em portuguez e inglês”. Publicado em 1855 com a intenção de ser o que o título prometia, um manual introdutório para falantes de língua portuguesa que quisessem aprender inglês, devido à total ignorância do vocabulário e sintaxe da língua inglesa por parte de seu autor (que havia se baseado no *Novo guia de conversação em francez e portuguez*, de José da Fonseca, publicado em 1836, traduzindo literalmente passagens inteiras), o livro se apresenta como um amontoado infindável de erros grotescos que conferem à obra um ar de *nonsense* poucas vezes alcançado na literatura mundial (ex: na seção “Frases familiares”, a pergunta “Ainda vivem os vossos (ou seus) pais?” é traduzida para o “Inglês” como “*your parents does exist yet?*”), e que por isso passou a circular como obra humorística nos países de língua inglesa, ganhando algumas reedições tanto nos EUA quanto no Reino Unido, enquanto a edição portuguesa foi devidamente esquecida³⁰. Para a edição americana de 1883, Mark Twain, fã declarado e incondicional do *Guia*, atesta no prefácio que “Seu ridículo deliciosamente inconsciente e sua ingenuidade encantadora são, no seu estilo, tão supremos e inalcançáveis quanto o mais sublime na obra de Shakespeare”, e mais adiante, rebatendo denúncias de que o livro havia sido propositadamente mal escrito: “Ele foi escrito com séria boa fé e profunda determinação, por um idiota honesto e íntegro que acreditava saber algo da língua inglesa e poder transmitir seu conhecimento a outros” (2002, p. 22)³¹. É justamente a respeito do ridículo deliciosamente inconsciente produzido por idiotas honestos que trata o objeto de desejo da sensibilidade *camp* em seu primeiro momento. É na compaixão e no carinho por tamanha incompetência, que denotam toda a

³⁰ O atual status do guia fica claro ao observarmos que para a edição brasileira de 2002, publicada obviamente tendo em vista o caráter involuntariamente cômico da obra, foram utilizadas edições britânicas e francesas, uma vez que não foi encontrada, nem mesmo no Real Gabinete Português de Leitura, no Rio de Janeiro, uma cópia da edição original portuguesa.

³¹ Quanto ao chamado *camp* produzido, ou consciente, esse exemplo nos faz lembrar de “*The cow went to the swamp*”, coleção de ditados populares em português traduzidos literal e intencionalmente, publicada em 1988 para fins cômicos por Millôr Fernandes, que, entre suas atividades, é tradutor,. Seria o equivalente consciente do ridículo inconsciente do qual fala Mark Twain a respeito do guia português.

superficialidade e o desprezo que alguém possa ter com relação à indústria cultural, que pode residir uma certa resistência a ela.

Logicamente não podemos dizer que uma obra, mesmo tendo sido recebida exatamente com a mesma ironia pelos seus fãs em 1883, poderia ser descrita como *camp*, uma vez que este é fruto, como afirma Susan Sontag, da sociedade da abundância, na qual há um exagero de produtos culturais. O século XIX ainda se situa, quaisquer que sejam nossos marcos cronológicos na modernidade, em um período ainda marcado por uma rígida hierarquia do gosto, contra a qual o *camp* aparentemente se volta em sua encarnação pós-moderna que tento aqui descrever. O gesto de declarar amor por algo sabidamente de baixa qualidade só adquire um caráter contestatório a partir do momento em que pode ser usado como saída em um mundo adorniano no qual o ato de se distinguir por meio das escolhas culturais se torna mais complicado, e uma inversão de valores se apresenta, ao menos aparentemente, como saída. O que não era o caso no final do século XIX.

Esse salto estilístico em direção ao mau gosto, essa mais recente encarnação da recusa ao imaginário pequeno burguês do qual fala Bourdieu, no entanto, foi dado há bastante tempo, e se aprendemos algo com os saltos anteriores (ou seja, com a modernidade e suas vanguardices) foi que mais cedo ou mais tarde qualquer distanciamento será anulado, qualquer diferença será democratizada e deixará de ser diferente, e conseqüentemente deixará de ser relevante como categoria sociológica de distinção.

Além da tentativa de fotochartear, de preservar sincronicamente o status do embate social, o verdadeiro cerne do questionamento aqui feito aparece quando sobrepomos a existência ou não de uma aristocracia do mau gosto à ideia frankfurtiana de que a indústria cultural corrompe a experiência estética e impossibilita a reflexão e a ilusão dentro da sociedade esclarecida. A possibilidade de superação do paradigma frankfurtiano fica assim seriamente comprometida, uma vez que ao se popularizar, a inversão de valores estéticos e a demolição de todo o cânone passa a ser ela mesma o norte pelo qual será guiada toda a produção cultural, já de antemão se legitimando por sua própria negação. A racionalidade técnica engoliria, portanto, até mesmo o seu oposto, e o devolveria sob a forma de mercadoria, de consumo para as massas agora domadas, desprovidas de sua contestação sobre o *status quo*. O gesto fica vazio, e o feitiço se vira contra o feiticeiro moderninho que tentou derrotar Adorno usando somente a ironia.

Seriam as culturas emergentes puramente fornecedoras de matéria prima para a produção cultural hegemônica? Deixemos o embate desta forma: de um lado a vanguarda artística da qual fala Bourdieu tenta se salvar em um contexto de abundância pós-moderna através do último recanto intocado do perímetro estético: o mau gosto, onde até então ninguém ousava ir, mas que, com a falência do projeto moderno e a consequente destruição de toda sua *Kultur*, se tornou um espaço simbólico legítimo a ser reivindicado. Do outro lado temos Adorno nos garantindo que até mesmo esse gesto aparentemente genial e revolucionário está sendo captado pelo radar do grande capital, que tratará de oportunamente transformar toda essa conversa em mercadoria, novamente democratizando e rolocomprimindo a todos.

Como a arqueologia do *camp* já foi suficientemente apresentada, passarei agora a tentar diagnosticar qual o atual momento dessa sensibilidade, como diria Susan Sontag, e separar suas vertentes mais importantes para mais adiante poder verificar se há ou não um esgotamento na fórmula – como especulei acima. Tentarei, também, contextualizá-la e fornecer exemplos mais concretos de uma ideia que até agora parece ainda estar um tanto nebulosa.

Creio que a popularização (banalização?) do *camp* se deu em duas frentes bastante óbvias: no âmbito da cultura pop e no da sociedade civil. Uma vez que o movimento gay passou a estar mais presente e a ser mais ouvido, o *camp*, antes restrito a um círculo minúsculo de *hipsters* (nova iorquinos, decerto) passou a fazer parte do arsenal irônico do homem comum. O *camp* tem um espírito de superficialidade e adaptabilidade que temos que levar em conta a todo momento. É certo niilismo com senso de humor, fruto de uma época pós-utópica. A própria acumulação de dados a respeito do “lixo cultural” fez com que certa reflexão brotasse na cabeça de uma geração criada pela TV. Depois da vigésima vez que assiste ao mesmo filme na “sessão da tarde”, a pessoa não pode deixar de começar a estabelecer alguns nexos causais que vão ser as bases desse refinamento do mau gosto que tomou conta do mundo de uma maneira geral.

A outra área na qual se deu essa abertura para a construção de uma linguagem do *camp* que fosse plenamente reconhecida, a ponto de ser imitada e absorvida pelo mercado, foram as universidades. A partir do momento em que as humanidades de maneira geral

passaram a ser englobadas pela “teoria”³², houve também uma abertura para pesquisas sobre temas antes não tocados pela academia, como a cultura pop, por exemplo. De repente, havia um porquê estudar a semiótica dos programas vespertinos da televisão americana; isso era considerado relevante pois explicava muito sobre a vida e as escolhas de muita gente. É disso que fala Raymond Williams: da possibilidade e da necessidade de estudar e investigar fenômenos extra-canônicos e paradigmáticos, porque as grandes obras somente não bastam para entender o que está acontecendo hoje em dia. No quesito contemporaneidade, portanto, Adorno parece perder a disputa, ainda que haja quem abrace sua visão distópica das coisas, enxergando um possível processo de extinção das culturas emergentes, se é que uma vez elas existiram.

Abriu-se um espaço, portanto, com a emergência da “teoria”, para o *camp* ser levado a sério; o artigo de Susan Sontag é um exemplo arqueológico disso: é a passagem do *camp* da cultura de rua, do boca a boca em direção a sua institucionalização, sua cristalização pelas universidades, pela intelligentsia hiper sofisticada que Susan Sontag de certo modo personificou durante um bom tempo.

Essa explosão demográfica dos adeptos de uma visão *camp* do mundo também alterou de certa maneira a definição da coisa, e novamente aí podemos utilizar o texto de Susan Sontag como base. Uma vez que não havia a necessidade de se afirmar, de construir uma identidade baseada no gênero por parte da massa que passou a adotar a pose irônica ante a indústria cultural, *camp* passou a ser tudo que fosse espetacularmente ruim, e conseqüentemente teve a sua amplitude conceitual alargada³³. Ao invés de Carmen Miranda e Liza Minelli, o *camp* passou a celebrar os filmes do Godzilla³⁴ e o seriado de TV do

³² (Durão, 2008a)

³³ Se eu tive certa dificuldade para encontrar os poucos exemplos que dei quando descrevi o *camp* (ainda herdeiro de Susan Sontag e Christopher Isherwood) pela primeira vez, tentando me ater àqueles que se encaixavam perfeitamente na definição rígida oferecida pelas obras que inauguraram o termo, o mesmo não acontece nesse contexto. Seus pré-requisitos foram afrouxados (não parece haver a necessidade, por exemplo, de o *camp* ser algo que “possa ser levado a sério”, como dizia Christopher Isherwood. “Você não pode ser *camp* a respeito de algo que não leve a sério. Você não está rindo daquilo, está rindo com aquilo” [Isherwood, 1954]) e quase tudo pode ser encarado como *camp* por alguém.

³⁴ A importação de porcarias fora do eixo da cultura anglo-saxã é tida por alguns autores como característica de outro fenômeno, parecido com o *camp*. No Artigo “*What makes things cheesy – satire, multinationalism and B-movies*”, Annalee Newitz descreve o “*Cheese*” como uma forma de posicionamento irônico que tem como princípio dialético a distância étnica e cultural entre obra e espectador, em contraposição ao *camp*, que seria baseado em uma relação de artifício e mimetização dos gêneros e papéis sexuais do homem e da mulher. Citando justamente Godzilla, o gênero do cinema de *blaxpotation* nos anos 70 nos EUA, e documentários

Batman (o exemplo mais conhecido de *camp* de que se tem notícia) por suas péssimas falhas de roteiro, atuação a efeitos especiais. O espectro do *camp*, não tendo mais que se ater a figuras positivamente sexualizadas e elevadas ao quadrado em suas identidades, abriu-se para tudo de ruim que a indústria cultural, em sua fase mais áurea, pudesse produzir. Entre eles (e aí incluo exemplos genuinamente brasileiros):

O Show de calouros do Sílvio Santos e seus respectivos jurados (Elke Maravilha, a *drag* Queen, Pedro de Lara, o reacionário caricato, Leão Lobo, o homossexual afeminado, entre outros)

O grupo Village People

Seriados de monstros japoneses (todos, menos os co-produzidos nos EUA)

O grupo musical sueco ABBA

A cantora *country* Dolly Parton

Os filmes de Ed Wood

O Cassino do Chacrinha

Hebe Camargo

Os filmes de Robert Rodriguez

Os primeiros filmes de Pedro Almodóvar

Os filmes de John Waters

O microfone de ouro usado por Frank Sinatra, Karen Carpenter e Athayde Patrese

A *black velvet painting* mexicana

A cidade de Miami

Qualquer seriado de televisão americano produzido nos anos 60, 70 ou 80 (sendo aí a nostalgia elemento essencial para essa transformação da porcaria em obra prima), como *Happy days*, *Esquadrão classe A*, *Star Trek*.

Filmes de *Exploitation* ou institucionais (como *Reefer madness*, que, graças a duas edições diferentes, consegue ser as duas coisas)

como “mondo cane”, Newitz afirma que o *cheese* só pode ser apreciado quando não há mais uma identificação entre sujeito e obra, quando há uma mediação (preconceitos, papéis sociais subalternos) que os separa. Não incluirei esse conceito no presente estudo, uma vez que parece ter um caráter um pouco menos apolitizado que o *camp*, o que dificultaria a solução dos problemas que propus. Como quero solucioná-los, não posso complicar desnecessariamente a questão.

Móveis e acessórios para a casa “nostálgicos” (a *lava lamp*, o pinguim de geladeira, o galo meteorologista e o restante do universo Kitsch)³⁵

Portanto, já diagnosticamos dois tipos diferentes de *camp*: aquele proveniente da *queer theory*, e o posterior, mais abrangente, que teve seu auge nas mãos da geração X, da qual fala Douglas Coupland em seu livro de mesmo nome, e que será discutida a seguir. Ambos tiveram suas respectivas cronologias devidamente fundamentadas aqui também. Cabe, no entanto, ressaltar uma subcategoria bastante importante em nossa investigação sobre a possibilidade de uma atitude irônica e desafiadora como a de ser tida como um modo positivo de superação da indústria cultural, como a definiu Adorno em “A dialética do esclarecimento”.

Uma vez que se popularizou (pelas razões descritas acima), o *camp* passou a ser usado como recurso imagético da própria indústria cultural. A partir do momento em que foi notada (de certo pelos *cool hunters* dos quais fala Naomi Klein, 2002), a emergência desse gosto irônico foi muito bem recebida pelos produtores culturais. Não só finalmente conseguiriam tirar algum dinheiro de projetos antes fadados ao fracasso (e à prateleira de promoções tipo queima de estoque) no mundo do gosto “careta”, reciclando-os e devolvendo-os de modo antologizado (ou como experiência nostálgica: a caixa de DVDs do seriado *Chips* está aí e não me deixa mentir), como finalmente conseguiram pôr a mão no pulso da juventude consumidora (a mais suculenta parcela do mercado) depois de anos sendo feitos de bobos por eles mesmos. O que eles queriam, perceberam de repente todos os executivos de gravadoras, estúdios cinematográficos e televisivos, é mais daquilo que

³⁵ Nem sempre é fácil diagnosticar se determinada obra pertence, primeiramente, ao *camp* ligado à *queer theory* ou ao *camp* mais amplo do qual estou falando aqui, e depois, se é uma obra de *camp* intencional ou inocente. Parece ser o caso de filmes como *Moulin Rouge*, de Baz Luhrmann: ao apresentar, em forma de musical (o habitat natural do exagero), uma Paris *fin de siècle* repleta de cores e extravagâncias fosforescentes, tudo isso para contar uma história de amor desmedido e trágico, bem previsível, Luhrmann criou uma obra que pode ser “admirada” por entusiastas das variadas vertentes da estética *camp*: a afetação paródica e *over the top* das músicas pop sendo cantadas de modo rococó em meio a um cenário caleidoscópico parece se assemelhar mais ao *camp* gay (chamemos assim), mas a distância que parece ter havido entre a intenção e o resultado final parece ser suficientemente grande para o filme entrar no rol das obras *camp* a serem cultuadas ironicamente (mas com toda a seriedade). A dúvida se havia ou não a intenção de criar tal obra cromaticamente nauseante (o equivalente ao vestido feito de um milhão de penas de avestruz do qual fala Susan Sontag para dar a noção do que entende por exagero, talvez) não nos deixa afirmar se ela é inocente ou proposital. Há, ainda, para os que têm estomago pra tanto, a possibilidade de o filme ser visto de modo sincero, despido de todas as salvaguardas pós-modernas e passível de todas as censuras que o apreço por tal obra possa vir a ter. Afinal foi um grande sucesso do cinema, com atores muito famosos, e se não me engano deve ter sido indicado para alguns Oscars.

fizeram de pior. Esse foi o raciocínio, talvez um pouco distorcido, do mercado a partir do momento em que a estética *camp* passou a fazer parte do repertório estético da sociedade pós-industrial.

Passa-se rapidamente, então, a produzir já tendo em vista uma possível recepção daquilo através do filtro do *camp*, ou seja, enxergando e julgando a obra pelos seus defeitos. É o caso de alguns *revivals* de seriados ou filmes da década de 60 ou 70 feitos nos anos 90, repletos de auto-referências irônicas, que metaforicamente piscam o olho para o público³⁶. O olhar *camp* sobre o produto passa a vir embutido de fábrica, já entrega de antemão para o consumidor uma reflexão a respeito da intenção da obra, e já deixa espaço reservado para as risadas sarcásticas entre um absurdo e outro. Essa diferença entre o *camp* que é uma obra ruim e desprezada pela crítica, adotada por um grupo de pessoas que dão boas risadas às custas de suas falhas catastróficas, e o *camp* que já é pensado e produzido como tal, já era observada no texto “fundador” de Susan Sontag, que chamava essas duas formas diferentes de *camp*, respectivamente, de “*naive camp*” e “*deliberate camp*”. Chamá-los-ei de “*camp* inocente” e “*camp* intencional”.

Exemplos de “*camp* intencional” hoje em dia são quase infinitos, e vão desde filmes com atuações calculadamente exageradas (ou paródias, como a série de filmes *Todo mundo em pânico*), ou temas triviais tratados com muita seriedade, ou vice-versa, até atrações musicais, na maioria das vezes “étnicas”, ou seja, artistas que personificam uma visão preconceituosa e pejorativa de determinada nação ou grupo social para o entretenimento de todos (como no exemplo do *cheesy*), passando por programas de TV que buscam conscientemente imitar o pior da televisão mundial. Um exemplo disso é *I survived a japanese game show*, um programa americano de muito sucesso atualmente no qual

³⁶ É o caso do filme *The Brady Bunch Movie*, que resgata os personagens do seriado de televisão dos anos 60 com o mesmo nome de modo a responder às perguntas que intrigavam os telespectadores que não admitiam relevar a total inverossimilhança e superficialidade dos personagens: como seria a vida de Jan uma vez que sua irmã mais velha Marcia é sempre preferida e privilegiada em tudo? Resposta: torna-se obcecada pela irmã, nutrindo um ódio doentio por ela, que só vai terminar com a intervenção de sua avó no final (feliz) do filme. A autoreferência e a metalinguagem são características desse tipo de *camp* proposital, pré-produzido. É interessante notar o componente nostálgico desse filme: inserir uma família modelo dos anos 60 no meio dos anos 90 tem como consequência, logicamente, hilárias anacronias. E no final concluímos todos que os tempos realmente mudaram, e que nossos seriados de televisão têm que mudar também. Ainda que o filme tenha sido feito para destacar a inocência de uma época passada com objetivos humorísticos, parece haver nesse projeto justamente a tentativa de resgatar essa inocência, de voltar a tempos mais simples, o que fica claro se percebermos que o slogan do filme era *They're back to save America from the 90's* (eles voltaram para salvar os EUA dos anos 90). O *camp* “inocente” não tem essa pretensão, e inclusive enxerga ousadias como essas como sendo de extremo mau gosto, no mau sentido.

participantes americanos são forçados a vivenciar a experiência de um game show japonês em sua totalidade, com suas provas absurdas, mortalmente perigosas e completamente imbecis. A graça estaria justamente na histeria dos apresentadores e no *nonsense* das provas a serem realizadas pelos competidores. É uma importação automática do *ethos* televisivo japonês para os EUA, e os produtores não esperam que você se divirta sinceramente com esse ou aquele elemento do programa, mas que dê risada do ridículo da situação, e do povo japonês como um todo; que se pergunte como alguém pode ser tão idiota a ponto de achar isso realmente interessante. É um programa de TV sobre um tipo de programa de TV³⁷. A própria biografia de um indivíduo pode se tornar uma obra de *camp* proposital (feito por ele mesmo): como será visto adiante, a geração X dos anos 90, recém-saída das universidades, muitas vezes em um gesto radical (de se tornar a própria obra) optava por uma vida sabidamente vazia e medíocre: desprezava os empregos *white collar* em escritórios (da “tecnologia da informação” que impera hoje, e estava explodindo na época, com o advento da internet e afins) e ia fritar hambúrgueres em alguma cadeia de *fast food*; grudava orgulhosamente na parede as cartas de rejeição dos empregos “sérios”, mostrando ao mundo (e ao “sistema”, como queiram) que ele não queria fazer parte daquilo: o *camp* como estilo de vida.

Não é preciso ir muito longe para perceber que uma vez que as aspas a serem colocadas no produto em questão já vêm de fábrica, esse não tem, pelo menos à primeira vista, o potencial revolucionário e libertador que estamos aqui dando ao *camp* “inocente”. O *camp* pode continuar sendo divertido (e passa a ser rentável), mas não serve mais como signo de distinção, justamente porque passa a ser produzido para as massas. Esta é a situação atual: essa sensibilidade *camp* se popularizou de tal maneira que hoje representa apenas um nivelamento do gosto médio, e não mais uma forma de construir uma identidade, através do gesto irônico que ele representava em sua fase secreta e *underground*. Com isso, podemos, creio eu, apresentar a questão a ser investigada aqui,

³⁷ Talvez um exemplo ainda melhor de um fenômeno metalinguístico como esse possa ser o programa dos anos 90 “Mystery science theater 3000”. Os protagonistas dos programas eram vistos apenas em suas silhuetas contra uma tela de cinema que exibia algum filme muito ruim e mal feito (*trash*, como queiram) a respeito do qual eles faziam comentários sarcásticos e tiravam sarro. Mais do que uma obra de *camp* proposital, é um programa sobre o ato de tornar algo *camp*: um bando de desocupados sendo expostos, de modo totalmente passivo, a um lixo cultural qualquer e pontuando a experiência com a construção de um sentido que vai além, ou quer ir além, do puro consumo automático. Algo semelhante ao que era feito por Beavis e Butt-head com videoclipes em seu programa na MTV.

revista e ampliada: o *camp* como ele existe hoje pode ainda ser entendido como uma estratégia de superação do paradigma frankfurtiano no que tange ao consumo de produtos culturais? Se ele não puder mais ser entendido como tal, o que o tornou irrelevante? Quem estava certo, Adorno ou Raymond Williams?

A partir dessa mudança na natureza da sensibilidade *camp*, de algo reduzido a um pequeno grupo a uma estratégia fácil e rentável de capitalizar antigos fracassos (ou criar novos sucessos a partir de princípios da ruindade), creio que também deva ocorrer na reflexão a respeito do *camp* uma mudança significativa. Susan Sontag ressaltava o caráter puramente estético e apolítico do *camp*, mas escrevia numa época na qual ainda não havia uma institucionalização do conceito e sua captura pela cultura hegemônica (em seu ensaio ela chega a citar o *camp* proposital, tanto que foi daí que tiramos a ideia, mas tratava-se, no caso, de um *camp* proposital “amador”, se é que possa existir tal coisa; era algo sem graça criado por quem não tinha muito bem entendido o espírito da coisa, e não um ramo da indústria cultural). Uma atualização da discussão a respeito da estética *camp* é feita por Naomi Klein em *No logo*, de 2000 (ano bastante adequado para fazer uma reavaliação do status da sociedade de consumo): o livro, mesmo que não sendo especificamente sobre o *camp* ou até mesmo sobre a recepção de produtos culturais (concentra-se também nas relações de produção), abre espaço pra maiores entendimentos sobre o atual estado das coisas que estamos investigando aqui. Klein defende a ideia de que as grandes marcas partiram para um processo de apropriação e criação de ícones culturais marcados, que deixaram simplesmente de patrocinar a cultura (eventos musicais ou esportes, ou merchandising em filmes de maneira geral) e passaram a se tornar esses ícones eles mesmos. Em filme estrelado por Michael Jordan, garoto-propaganda vitalício da Nike, os personagens da Warner Bros. concorrem com a marca de tênis pelo papel de estrela principal. Há, portanto, a supressão de espaços não significados (economicamente marcados) na esfera da sociedade civil, que hoje se constitui a partir do consumo. Que cenário poderia ser mais adequado para o surgimento, ou pelo menos para o fortalecimento de uma visão das coisas que celebra a aceitação ironicamente passiva de toda a avalanche promocional enquanto, pelas costas, faz pouco disso tudo? Ainda que de maneira bastante superficial, Klein cita especificamente o *camp* quando diz que até mesmo uma estratégia de distinção, em meio a um sistema tão total como o das marcas (“a tirania das marcas”, como

ela mesma chama) sofre com a estandardização e acaba por ser fagocitada e gravitar em torno do grande capital: “o que restou foi pouco mais que uma forma um tanto sarcástica de comer pizza pops. O Camp não pode existir em uma cultura comercial irônica em que ninguém está participando plenamente e todos são outsiders dentro de suas roupas”. E, logo após:

Sontag propôs o camp como um mecanismo de defesa contra a banalidade, a feiura e o excesso de zelo da cultura de massa. “Camp é o Dandismo moderno. Camp é a resposta ao problema: como ser um Dândi na era da cultura de massa.”. Somente agora, cerca de 25 anos depois, estamos diante da pergunta imensamente mais difícil: como ser verdadeiramente crítico em uma era de Camp de massa? (p. 108)

Essas duas visões, que se separam por quarenta anos e diferenças teóricas acentuadas servem para pontuar, para marcar as duas fases do *camp* das quais falei aqui. Por isso mesmo a abordagem de Naomi Klein parece se distanciar muito da de Susan Sontag, que entendia o *camp* como gesto exclusivamente pessoal, essencialmente supérfluo e apolítico. O *camp*, como vitória incontestável da aparência sobre a essência, do artificial sobre o natural, não poderia ser político, até mesmo porque qualquer tentativa de cristalizar o conceito, de torná-lo público, já era vista como uma perversão imperdoável, e representava a morte do mesmo. Para Naomi Klein haveria a necessidade, se não de uma politização do *camp*, pelo menos de uma reflexão mais ampla a respeito de seu papel, e se ele ainda seria possível em uma sociedade na qual ele foi ampliado e esvaziado de seu caráter *underground*. Assim como aconteceu com o *punk rock*, domado e transformado em auto-ajuda para adolescentes problemáticos (100% da população adolescente), perdendo toda a sua capacidade ultrajante no processo (vovôs e vovós pelo mundo todo acham muito bonito quando seus netinhos fazem um penteado moicano), o *camp* teve sua posição estrutural deslocada pela sua elevação à categoria mercadológica legítima. Sobra ainda algo de seu potencial, se não revolucionário, ao menos de resistência? Teria sentido manter a posição de que o *camp* é apolítico quando com ele não se ri mais do poder instituído, mas sim se encontra em meio à máquina de produção cultural? Para uma prática que se vangloriava de estar sempre um passo à frente da noção pequeno-burguesa das coisas, nada pode ser mais patético do que se ver na mesma sintonia do que os grandes estúdios de cinema, redes de televisão e multinacionais do entretenimento. Mesmo para o Dândi superficial e afetado, a

questão se torna relevante. O que parece tornar a resposta a essas perguntas um tanto mais complicada é a falta de um perfil demográfico do adepto do *camp*, talvez por ele, nos dias de hoje, poder ser qualquer um, e compor um grupo muito heterogêneo. O Dândi afetado ainda acha graça no *camp* ou já está mais uma vez um passo à nossa frente?

Poderei me deparar com obstáculos epistemológicos ao tentar conciliar a teoria crítica de Adorno e uma possível cronologia do embate entre burguesia e aristocracia vanguardista no *campo* simbólico da arte, uma vez que Adorno não leva o conceito de classes sociais em consideração, a não ser do ponto de vista interno à obra. Afinal ele é talvez o autor mais lido e mais ignorado pelos teóricos marxistas pela sua recusa em dialogar com a tradição e seguir os mesmos nortes teóricos que os marxistas clássicos. Seu enfoque, no que diz respeito à indústria cultural, é muito mais aterrorizante do que o de qualquer marxista por aí, justamente porque ele não o apresenta sob a sombra da luta de classes (ou o apresenta em um contexto no qual a luta de classes se torna irrelevante, uma vez que não há classe social que se encontre livre da dominação). A teoria crítica é muito pouco prática como perspectiva de análise de um objeto, não leva a uma práxis imediata, as lacunas teóricas logo aparecem e torna-se impossível sustentar o argumento por muito tempo. Sua força enquanto metáfora é bastante grande, e o meu objeto de análise parece se opor diretamente à noção que Adorno constrói de indústria cultural como mistificação das massas, ou seja, como sistema que coopta a esfera das artes. Fica difícil, no entanto, por causa da prosa hermética de Adorno, sua ruptura com a teoria tradicional, tentar colocar a questão ao mesmo tempo no tabuleiro de Adorno e no de um marxismo clássico, ao menos em seu discurso.

O desenvolvimento do meu argumento, portanto, terá que se desviar desses contratempos teóricos, mas o cenário que a pesquisa vai tentar delinear parece ter sido descrito aqui.

2. *Pink Flamingos* e a gênese do *camp* cinematográfico

Pink Flamingos, filme de 1972 dirigido por John Waters, parece ser o objeto ideal para observar o fenômeno de construção e recepção do olhar *camp* sobre as coisas. Ele não se encaixa perfeitamente em nenhum dos dois tipos básicos desse tipo de sensibilidade descrito por Susan Sontag em seu ensaio de 1964, que estreia a discussão sobre o assunto, a saber: *naive camp*, aquele no qual não há intenção, somente paixão e falta de talento, e *deliberate camp*, consciente da própria ruindade, não dando ao outro lado do sistema (receptor) a possibilidade de perceber uma ruindade genuína. Nem tampouco se encaixa particularmente em um dos dois recortes demográficos geralmente tratados quando se fala de *camp*: como foi visto, o mundo de encenação e exagero das *drag queens* (campo no qual se concentra a maior parte da reflexão crítica sobre o assunto, geralmente aliada à *queer theory* e às questões de gênero), e a sociedade de consumo (todos nós), atolada em porcarias sem uma bússola estética confiável. Caso tivesse que realmente situar *Pink Flamingos* no quesito “público alvo”, talvez fosse necessário dizer que ele se encontra tanto em um quanto em outro campo, partindo do submundo gay e abrindo as portas para a popularização do mau gosto da qual se trata aqui.

Seu diretor, o americano John Waters, viria a se tornar o papa de tudo que é de gosto duvidoso, escatológico, horrível, porém apreciado em alto nível. Como um profundo conhecedor, que, além do conhecimento enciclopédico sobre o assunto, possui a sensibilidade aguçada para perceber quando algo, ou alguém, é *camp*, ou quando ele simplesmente está oportunisticamente – como o fazem grandes estúdios hollywoodianos a cada temporada – tentando lucrar com esse peculiar gosto pelo ruim. Mais uma razão para ter escolhido um filme seu, pois é de alguém que sabe o que está fazendo que vamos falar; de alguém que tem um extremo bom gosto a respeito do mau gosto, como definiu Susan Sontag ao tentar definir o *camp*. O próprio John Waters abre o seu relato autobiográfico, intitulado *Shock Value*, de 1981, delineando sua área de atuação de maneira a se aproximar bastante da definição de Susan Sontag, em uma citação que vale a pena ser reproduzida aqui por servir como síntese nas apenas das intenções do cinema do John Waters como também do status que ele adquiriu no decorrer das décadas (sendo o livro de quase três décadas atrás, vale a pena ressaltar a precisão com a qual Waters parece ter, se não previsto,

ao menos acreditado na construção de um mau gosto mercadologicamente legitimado, muito mais facilmente identificável hoje do que em 1981):

To me, bad taste is what entertainment is all about. If someone vomits watching one of my films, it's like getting a standing ovation. But one must remember that there is such a thing as good bad taste and bad bad taste. It's easy to disgust someone; I could make a ninety-minute film of people getting their limbs hacked off, but this would only be bad bad taste and not very stylish or original. To understand bad taste one must have very good taste. Good bad taste can be creatively nauseating but must, at the same time, appeal to the specially twisted sense of humor, which is anything but universal. (WATERS, 1981)

Assim como vimos Susan Sontag rejeitar o que chamou de eixo entre o bom e o ruim na tentativa de localizar a sensibilidade *camp*, Waters reconhece no mau gosto a mesma capacidade de aplicação de uma perspectiva de análise séria para algo que, como afirmou, é tudo, menos universal, preservando assim o caráter exclusivista que, como já falamos anteriormente, sempre acompanha a ideia de *camp*. Porém, vale à pena observar que a série de critérios suplementares oferecidos pelo *camp* para o julgamento estético está obrigatoriamente ligada aos critérios conservadores da alta cultura. Poderia até mesmo ser argumentado que se trata dos mesmos critérios, apenas aplicados, sem preconceitos, ao mau gosto, em um movimento secundário de apreciação da obra. Se o filme de uma hora e meia, apenas com imagens de pessoas tendo seus membros decepados, não se encaixa na ideia de *good bad taste* de John Waters ou *Camp*, de Susan Sontag (pois seria apenas nojento, e não mais divertido), é porque ele fracassaria em atender às demandas de um gosto que, assim como o bom gosto, tem um sistema de valores e expectativas pré-definido, como fica claro no parágrafo que abre o livro de Waters. Nesse ponto, Sontag e Waters parecem se distanciar um pouco, sendo o diretor um pouco mais descrente do caráter libertador do mau gosto, por tratá-lo não como alternativa tanto à ortodoxia da alta cultura quanto à ruptura desconfortável do modernismo, mas como uma adaptação tanto de um como de outro para fins puramente recreativos³⁸.

O filme contém, devido a essa posição privilegiada na cronologia da estética *camp*, elementos diversos que possibilitarão uma visão mais abrangente sobre o assunto. Não precisarei me debruçar longamente sobre vários objetos (lembrando que é justamente sobre

³⁸ A crença de John Waters na existência de um bom mau gosto, diferente daquele fruto da incompetência e da escatologia do qual fala o bom gosto comum, encontra-se presente já no subtítulo de *Shock Value*: “A *tasteful* book about bad taste”.

abundância e suas consequências que estou falando. Teria milhares de exemplos para dar, abordando as mais diversas produções culturais, desde a *Black velvet painting* mexicana, Bollywood, a indústria cinematográfica indiana – e sua emergente co-irmã, a nigeriana Nollywood – e a pintura amadora canonizada por instituições como o MoBa, *Museum of Bad Art*, até *reality shows* da TV americana), podendo me familiarizar melhor e, sendo assim, tentar entender melhor este aqui.

Não que ser rotulado de *camp*, ou de *papa de seja lá o que for* (como fiz antes) seja algo bem vindo a Waters, que diversas vezes afirmou que não havia em seu impulso inicial, ainda nos anos 50, nem uma vontade mal sucedida de fazer algo grandioso (característica principal do *camp* inocente) e nem tampouco uma vontade de lucrar com a nova moda do mau gosto (o que seria uma realização posterior, de um momento no qual a reflexão crítica sobre esse assunto já estava formada, o que não era o caso nem dos anos 50 – quando ele começou a filmar, ainda de maneira totalmente amadora e infantil, uma vez que ele ainda era criança – nem de 1972, ano de produção e estreia de *Pink Flamingos*. Mesmo oito anos após o ensaio de Susan Sontag, parecia ainda não haver espaço para tentativas de cooptar o mau gosto e o ridículo para a direita, como vemos hoje). No documentário a respeito de sua vida e obra (mais sobre a obra, sendo as intervenções de sua mãe falando o quanto ele era anormal na infância reduzidas a um mínimo necessário a todo documentário, felizmente), intitulado *Divine Trash*, dirigido por Steve Yeager em 1998, Waters apresenta como uma de suas principais influências os filmes (bastante amadores) dos irmãos Mike e George Kuchar. Estes, por sua vez, ao falarem sobre sua obra têm a honestidade de afirmar que o que os fez (minimamente) conhecidos, a ponto de serem notados pelo então iniciante John Waters, foi o fato de seus filmes terem sido exibidos em um momento no qual “havia uma sensibilidade *camp*, o gosto por algo que antes era considerado “lixo”, e depois era enxergado de uma nova maneira, e talvez, apreciado [...] foi “*campy*” somente por acaso”.

Vemos que, definitivamente, o caráter “*trash*” (para usar uma expressão mais familiar a ouvidos brasileiros) da obra, não apenas dos dois, mas também da obra da Waters, não era calculado previamente, até mesmo porque para isso são necessários milhões de dólares gastos em pesquisas de mercado, em sondagens com o público alvo (ou o público jovem: as expressões são sinônimas), e eles não tinham dinheiro e nem paciência para isso. O mais interessante do depoimento dos dois irmãos, no entanto, e a razão pela

qual eu os cito aqui, é a divagação para a qual parte Mike Kuchar a respeito do *camp* e da gênese dessa expressão. Logo depois do trecho citado acima ele diz: “O que essa palavra “*camp*” significa? Não sei quem a inventou [...] se não estou enganado foi a Susan Sontag...”, e logo após é interrompido por seu irmão George, que até então havia se mantido não apenas calado como também fora do enquadramento da câmera, e quebra o seu silêncio apenas pra comentar: “Ela é uma mulher muito atraente”. A lição que fica aqui é a de que ao assistir John Waters não estamos vendo um membro do que chamei de aristocracia do gosto, da intelligentsia pós-moderna que se refugiou no mau gosto para escapar da impossibilidade da vanguarda e da implosão da hierarquia estética na era da abundância, mas um artista sincero, no sentido de que realmente acreditava em sua visão, por mais chocante que ela pudesse ser³⁹.

O que levou John Waters a se tornar cineasta (título que, vendo alguns de seus filmes, chegamos a duvidar de que ele mereça, partindo da noção acadêmica e profissional que esse título adquire nos EUA) foi seu gosto por acidentes de automóvel e filmes de terror (por definição o berço do mau gosto resgatado como arte, seja em Ed Wood ou em Zé do Caixão, no caso brasileiro – só o fato de haver um caso brasileiro já nos leva a crer que o fenômeno foi forte o suficiente para chegar aqui). Sua infância em um colégio de freiras também contribuiu muito para isso. Elas costumavam ler os nomes de filmes obscenos para a classe, afirmando que quem os visse seria um depravado irreversível cujo destino seria a danação eterna, e isso, não é preciso dizer, atiçava a curiosidade das crianças, principalmente a do pequeno John Waters, que assistia a todos eles. Segundo ele, foram esses filmes, juntamente com todo o universo do cinema de baixo orçamento americano já existente na época, que o levaram a desejar se tornar um cineasta quando crescesse (p 34).

Seu apreço por *outsiders* vem do fato de ele mesmo sempre ter sido um, tendo o fato de ser homossexual em Baltimore nos anos 50 algo a ver com isso. Não entrarei aqui em uma longa e talvez preconceituosa discussão a respeito de o que representava para um

³⁹ Essa diferença entre a visão de Waters e a recepção que sua obra teve, principalmente após sair do submundo do cinema amador do meio oeste americano, foi mostrada pelo diretor em *Pecker*, de 1998, que conta a história de um fotógrafo amador de Baltimore que tem suas fotografias descobertas pelo círculo artístico de Nova Iorque, que vê a Baltimore retratada por ele como uma atração de circo, pitoresca e curiosa. Ao final do filme, tendo resolvido todos os problemas que a fama repentina gerou para sua família e amigos, Pecker propõe um brinde “ao fim da ironia”.

jovem gay a opressão de uma sociedade conservadora e as consequências disso para a sua obra, e seria leviano de minha parte tentar tecer qualquer comentário a respeito. Só cito sua homossexualidade porque ela se apresenta, de modo metonímico como é de praxe, em seus filmes, e mais diretamente em sua musa maior, Divine, da qual falaremos mais adiante, quando formos entrar no terreno do *camp* como tentativa de criação de uma super feminilidade, exagerada e artificial, por parte das *drag queens*, questão essa crucial para o surgimento do conceito, mesmo antes de Susan Sontag (sendo a visão da qual ela vai tentar se desvencilhar para entender o *camp* como fenômeno mais abrangente, não mais restrito a círculos muito internos do mundo gay, se popularizando a atingindo a todos. Esse rearranjo cronológico foi o que fez o seu texto a respeito do assunto o mais relevante até hoje), e para traçar um paralelo, ainda que breve, com Andy Warhol, outra figura importante, muito mais importante, ainda que indiretamente, para a consolidação do *camp* como fenômeno de massa.

Depois de filmar alguns filmes caseiros na adolescência (*Hag in a Black Leather Jacket* sendo um deles; um filme tão ruim que Waters afirma não tê-lo assistido desde que o finalizou, provando que o simples fracasso de suas intenções, artísticas ou não, não é o suficiente para algo ser revertido em *camp*, como gosto ou mercadoria) e após conhecer Divine e desistir da faculdade de cinema em Nova Iorque, Waters passou a encarar a profissão de cineasta com mais seriedade, até que, com um orçamento total de dois mil dólares, filmou seu primeiro longa metragem, *Mondo Trasho*, em 1969, projeto para o qual se preparou recebendo aulas básicas de enquadramento e montagem cinematográfica de um amigo. Segundo Waters, após alguns curtas metragens muitas vezes frustrantes, ele queria fazer em seu primeiro filme de verdade algo mais elaborado (apesar de o filme não conter diálogos, apenas uma trilha sonora acompanhando as imagens) e verdadeiramente *trash*, e retratou Divine como uma versão decadente e bizarra de Jayne Mansfield. Waters chama seu primeiro filme “sério” de “*gutter film*”, por suas locações precárias e improvisadas nas quais os personagens realizavam suas ações (atentado ao pudor, milagres e fetiches sexuais sortidos) (p. 54).

A história de como *Pink Flamingos*, do qual ainda não começamos a falar, foi apresentado para o público também pode nos dizer muitas coisas sobre como ele se tornou um ícone da estética *camp*. Uma vez que, segundo Sontag, o *camp* não é uma característica

inerente ao produto, mas uma visão, uma sensibilidade a respeito de alguma coisa (nesse caso, um filme), procurar saber como esse produto foi recebido pelo público é parte crucial do trabalho. Essa é uma investigação principalmente sobre pessoas (pós-modernas), e não sobre filmes e semiótica de televisão vespertina; tendo isso em mente fica mais fácil entender como uma mesma obra pode ter passado no decorrer dos anos por vários status simbólicos dentro da hierarquia do gosto irônico pós-moderno, cheia de reentrâncias e subcategorias. Faz muito sentido que isso ocorra, uma vez que a obra, o objeto, ou até mesmo a pessoa é objeto de disputas acirradas, ainda que muitas vezes veladas, pelo poder simbólico, como Bourdieu já dizia⁴⁰.

O filme estreou na cidade natal de John Waters, Baltimore, em sessões noturnas dentro de uma igreja, que era alugada justamente para exposições de filmes amadores de artistas locais. O seu incrível potencial para enojar e ultrajar as pessoas acabou por ser sua melhor estratégia de marketing, provando que a frase de Oscar Wilde (*There is only one thing worse than being talked about, and that is not being talked about*) é verdade. A notícia de que havia um filme de John Waters (que já era relativamente conhecido no submundo artístico de Baltimore) com cenas de estupro, sexo explícito, incesto, canibalismo, tortura, assassinato e coprofagia, atraiu curiosos, pervertidos e autoridades (dispostas a investigar se aquilo poderia ou não ser exibido). A imprensa cobriu generosamente a estreia⁴¹, ora saudando Waters como “homem do ano”, ora ignorando completamente a trama do filme (com medo de assustar leitores mais conservadores) e se concentrando no evento que se tornou a estreia e nas nove sessões lotadas que a sucederam. Apesar do medo do que a audiência, híbrida entre amigos, frequentadores do *underground*

⁴⁰ Os primeiros ícones *camp*, ainda na época em que ele se via restrito a círculos gays nova iorquinos, eram grandes divas de Hollywood que, ou apresentavam certa tendência andrógina, como Marlene Dietrich, ou eram *over the top*, exageradas e multicoloridas, como Carmen Miranda. O artifício, a superficialidade e o triunfo da imagem não apenas sobre o conteúdo, mas sobre todas as outras coisas, são as características do *camp* ligado à *queer theory*, e também a seus subsequentes desdobramentos epistemológicos.

⁴¹ Na qual as estrelas do filme parodiaram as estreias das grandes produções de Hollywood, desfilando na entrada da sala de exibição em suas mais elegantes e ultrajantes roupas. Até o cachorro que aparece no final do filme teve uma entrada de gala, vestindo um colar de jóias. Esse tipo de mimetização das *premières* de Hollywood já era uma prática comum para Waters, que desde seus curtas metragem como *Roman Candles* e *Eat your Make up*, de 1966 e 1968 respectivamente, já adotava estratégia parecida como publicidade para seu filme. Sobre a estreia de *Roman Candles*, Waters disse que algumas pessoas ficaram horrorizadas ao verem a plateia adolescente rindo de temas como homossexualidade, religião e drogas, e que um crítico do jornal Baltimore Sun inadvertidamente o ajudou ao escrever o que Waters considera a primeira de muitas “boas resenhas ruins” de sua carreira (Waters, 1981, p. 50). O termo (“*really good bad reviews*”, no original), se lembrarmos os termos usados Por Susan Sontag em seu ensaio, parece aproximar ainda mais Waters de uma afiliação com o *Camp*.

particularmente bizarro de Baltimore e membros da sociedade civil, pudesse se revoltar contra tamanha baixaria no meio do filme, Waters sabia, quando percebeu que os risos e as interjeições de nojo surgiam nos momentos em que ele havia previsto, que tinha um sucesso em mãos (p. 19). Isso o encorajou a apresentar *Pink Flamingos* à distribuidora *New Line Cinema*, que havia recusado seus filmes anteriores, pedindo para que ele voltasse a entrar em contato quando tivesse algo mais bem realizado em mãos. O estúdio concordou em distribuir o filme, que estreou pouco depois no Elvin Theater, reduto de cinéfilos em Nova Iorque. Em pouco tempo, era um sucesso no circuito alternativo da cidade, elevando Waters de personalidade local a cineasta nacionalmente conhecido (ao menos em determinados círculos).

Cabe aqui salientar que em 1972 ainda vigoravam nos EUA algumas leis a respeito do que podia e do que não podia ser exibido pelos cinemas⁴². Filmes pornográficos, outra vertente do cinema *underground* da época, eram proibidos, e os entusiastas do gênero tinham que encontrar meios indiretos de assistir a relações sexuais filmadas em película; recorriam, portanto, ou a filmes *white coat*⁴³, ou a filmes de arte provenientes de países mais avançados nesse quesito como o Sueco *I am curious (yellow)*. Portanto, foi seguindo essa tradição da satisfação voyeurística doentia que *Pink Flamingos* apelou aos fãs do gênero pornográfico.

Outro gênero que acabou sendo tangenciado por *Pink Flamingos* foi o de terror; sendo o habitat natural do cinema *trash*, ele havia servido de inspiração para John Waters, e era notado principalmente no espírito de improviso que paira sobre todos os seus filmes. Não que *Pink Flamingos* tenha algo de terror, mas toma emprestado algo desse *ethos* amador dos filmes de Ed Wood e afins. Filmes como *Flaming Creatures*, de Jack Smith, de 1963, porém, mostram que esse gênero (muita nudez, muita violência, tudo relevado pelo fato de ser mostrado de maneira tão amadora e com a simples intenção de chocar a quem assistisse) já existia, era uma estética até mesmo bem conhecida dentro do circuito

⁴² *Deep throat*, filme que inaugurou uma era de cinema pornográfico *mainstream* e industrial, havia sido lançado no ano anterior, mas estava sendo julgado por obscenidade nos EUA. Na época, de *Pink Flamingos*, portanto, ainda eram semi-proibidos os filmes desse gênero.

⁴³ Filmes *white coat* eram aqueles nos quais, partindo de um pretenso interesse médico, ou de saúde pública, eram mostradas cenas de relações sexuais ou até mesmo partos. O nome vem do fato de, no início de cada filme, um médico, ou alguém com um jaleco branco, fazendo o papel de médico, aparecer para explicar cientificamente o que estava prestes a ser exibido. Logicamente o interesse ginecológico dos espectadores era apenas uma desculpa.

alternativo americano da época. O que faz o filme de John Waters especial, portanto, mais uma vez chegamos a tal conclusão, é o caminho que conseguiu seguir a ponto de ser adotado como um dos mais óbvios representantes do cânone do mau gosto (que é bastante vasto). O próprio subtítulo do filme, ao ser lançado comercialmente, salientava essa qualidade da obra: *An exercise in poor taste*.

A partir daí podemos distinguir dois momentos diferentes para *Pink Flamingos*, que aqui representa todo o repertório *camp*, por ser um de seus exemplos mais gritantes, e cada um desses momentos de certa maneira incorpora uma das definições de *camp* previamente apresentada aqui (inocente e proposital): num primeiro momento temos o filme, ao ser lançado, quando nada mais era do que a obra de um jovem cineasta, e refletia toda a sua mente pervertida e seu desejo de contar histórias sobre famílias de gente obscena (como ocorre durante o filme na competição entre a família de Divine e os Marbles), feita para divertir e dar emprego aos amigos do diretor. Dando um salto alguns anos para o futuro, vemos o filme como representante máximo de uma estética que inverte (ou implode) os critérios de apreciação de obras de arte (cinema, no caso), com todas as suas falhas e ultrajes saudados como suas maiores qualidades, sequestrado por uma ideologia com certa pauta de ações (distinção, abolição da hierarquia no campo da arte e etc.). O que de mais interessante posso tentar fazer aqui é justamente descobrir como se deu essa transformação, e exatamente o que em *Pink Flamingos*, qual de suas características, foi essencial para que ele se destacasse em meio a outros milhões de filmes ruins já produzidos no mundo.

Para tanto, é necessário fazer uma leitura mais minuciosa e demorada a respeito do filme em si, com o objetivo de tentar revelar possíveis elementos constituintes de um tipo de *camp*, seja inocente ou já previamente pensado, proposital. Há também que notar as implicações que o fato de o filme ser protagonizado por um *Drag Queen*, a figura *camp* fundamental, transformada em tipo, possa vir a ter para o diagnóstico e a identificação de módulos *camp* intercambiáveis, que é o que esperamos fazer aqui. Até que ponto se confunde, em *Pink Flamingos*, o *camp* restrito ao mundo gay, um tanto mais revolucionário, ao menos à primeira vista, e o *camp* do exagero e da ruindade esdrúxula que assolaria o mundo algum tempo depois, e é o nosso objeto de estudo central? Uma vez que, como já foi dito, o *camp* é na verdade um modo de recepção de determinada obra, essa

leitura terá que ser permeada por considerações sobre que tipo de processo se dá entre os elementos a serem destacados na leitura cerrada (um *close reading*?) do filme e a recepção irônica e, possivelmente, libertária dele, e que, no final das contas dará origem ao olhar *camp* sobre *Pink Flamingos*, o legitimará a partir de critérios próprios do *camp*, que, como já mencionamos antes, são parecidos com os do bom gosto.

É dialético, espero eu, este processo, e tentarei deixá-lo o mais claro possível a partir da identificação de possíveis mitemas da estética *camp* (chamaria de *campemas* se não soasse tão esdrúxulo). Há ainda, preciso admitir, a possibilidade de esta leitura cerrada, juntamente com a leitura de outros objetos diferentes, vir a revelar que não exista nada aprioristicamente *camp*, e que, diferentemente do que afirmou Susan Sontag, a beleza (a feiura, no caso) esteja sim apenas nos olhos de quem quer vê-la. Não acredito, no entanto, posso adiantar, que o *camp* seja um conceito tão negativo assim, uma simples fuga do bom gosto através de obras estereotipadamente ruins. Se fosse o caso, não haveria como ele sair do *underground* e se estabelecer como nicho mercadológico rentável (o *camp* proposital, ou produzido), pois uma vez adotado pelo *mainstream* ele causaria automaticamente a mudança no que se entende por *camp* “inocente”, e quando esse novo *camp* inocente fosse cooptado pelo mercado iniciaria o processo novamente, num círculo vicioso bastante banal.

Como foi dito no início do texto, *Pink Flamingos* talvez não seja o exemplo mais fácil, o exemplo quintessencial para ilustrar o que é e o que não é o *camp* (talvez esse papel caiba ao seriado de TV do Batman estrelado por Adam West nos anos 60, marcado como um exemplo clássico, quase automático de *camp*, por possuir falhas grosseiras e constrangedoras de produção e atuação, e visual exageradamente quadrinístico que tornariam a identificação do caráter *campy* muito mais rápida), mas, uma vez que parece abarcar diferentes fases e visões de um mesmo conceito, ele pode nos ajudar a entender melhor como e porque ele se desenvolveu, e porque vale a pena ser estudado. Não há em *Pink Flamingos* a pretensão jeca da pequena burguesia que Susan Sontag via na arte decorativa Kitsch, por exemplo, e nem a ruindade calculada através de pesquisas mercadológicas (os *cool hunters* dos quais fala Naomi Klein) visando um perfil demográfico considerável e rentável. Sendo um filme mais a respeito do mau gosto puro e simples, *Pink Flamingos* não se deixa ser resgatado e regurgitado com legendas irônicas (como *The room*, do qual falaremos mais adiante). Não se ri de *Pink Flamingos* pelas

costas enquanto se finge amá-lo pela frente; o exagero, o mau gosto, a incompetência e a precariedade apresentada por John Waters não são fruto de uma tentativa desastrosamente mal sucedida de criar algo belo, mas de uma tentativa extremamente bem sucedida de criar algo nojento, horrível e repugnante.

O que o diferencia do puro e simples *camp* proposital (e, segundo Susan Sontag, menos interessante) é o fato de *Pink Flamingos* não ter um fim comercial (digo, não ter objetivo de deixar John Waters milionário); o mercado de pessoas dispostas a ver as cenas contidas no filme não deve ser muito representativo, e, mesmo se o filme fosse mais palatável e “normal”, John Waters não contava, ao menos não em 1972, com um sistema suficientemente bem organizado de distribuição e publicidade para seus filmes independentes, tendo, como já foi dito aqui, que alugar pequenos espaços em sua cidade natal para servir de sala de projeção até fechar contrato com a *New Line Cinema*.

Pink Flamingos, portanto, é um filme híbrido que não permite um encaixe imediato em nenhuma das categorias do *camp* descritas anteriormente.

O filme

Talvez seja até desnecessário dizer que se trata de uma obra feita única e exclusivamente por John Waters, fruto de sua imaginação e espírito empreendedor *do-it-yourself*, e logicamente sem ingerências externas de executivos de estúdios de cinema nem nenhum outro tipo de mediador entre a produção e a recepção do filme. Isso se torna claro já nos créditos iniciais, que, apesar de contarem com um número surpreendentemente grande de colaboradores para um filme tão precário (a maquiagem da Divine devia concentrar a maior parte dos esforços, como trabalho artesanal), decreta que *Pink Flamingos* foi produzido, escrito, dirigido e filmado por John Waters. Além disso, ele empresta sua voz, com sotaque exageradamente baltimoriano, para narrar e pontuar o filme em determinados momentos.

A trama, que não será o objeto central de interpretação aqui (procurarei manter as leituras semióticas e psicológicas ao mínimo possível), pode ser resumida de maneira breve, o que mostra a sua simplicidade: Divine (*The filthiest person alive*), juntamente com seu filho Crackers, sua mãe, Miss Eddie (cuja dieta é composta exclusivamente por ovos e

que vive em um berço), e sua “companheira de viagens” (o que quer que isso possa vir a ser), Cotton, após ter fotografias suas publicadas em uma “revista de circulação nacional”, muda-se para um trailer, adota o nome de Babs Johnson, e passa a viver uma vida pacata como chefe de sua família. Seu título de pessoa mais suja⁴⁴ do mundo desperta a inveja dos Marble, Connie e Raymond, um casal cuja atividade profissional consiste em sequestrar, estuprar e engravidar mulheres para vender seus filhos, frutos do estupro por parte de Channing, empregado, estuprador e carcereiro a serviço dos Marble, para casais de lésbicas (figura 1). O dinheiro proveniente da venda dos bebês, segundo Raymond, é aplicado em diversos negócios igualmente imorais, como lojas de material pornográfico⁴⁵ e em uma rede de tráfico de heroína nas escolas fundamentais da cidade. O título de mais sujos do mundo, segundo os Marble, deveria ser deles, e eles partirão então em uma missão para, primeiramente encontrar Divine, escondida por trás de sua persona civil e doméstica, e depois tomar para si o título, utilizando os métodos necessários para acabar com a fama de sua agora arqui-inimiga. Connie e Raymond entram em contato com Cookie, “namorada” de Crackers, para que ela descubra o maior número possível de informações sobre Divine, para que, segundo Raymond, eles possam saber como “atormentá-la e tornar sua vida o mais miserável, desgraçada o quanto for possível”. Tem-se aí, em poucas linhas, o norte diacrônico do filme, que se desdobrará em vários momentos de ação e reação, de ataque por parte dos Marble e contra-ataque de Divine e sua família. Em se tratando de uma disputa pelo posto de pessoa mais obscena do mundo, não causa nenhum espanto que as artimanhas usadas pelos dois lados sejam reprováveis, para dizer o mínimo, e repugnantes e moralmente absurdas para dizer o máximo.

⁴⁴ Suja, ou vil, corrupta, obscena, poluída, depravada.

⁴⁵ Aqui vemos uma marca cronológica interessante, uma vez que a produção e a distribuição de material pornográfico, assim como o seu consumo, hoje em dia, apesar de não ser algo bem visto, não mancham tão indelevelmente o caráter de alguém. Isso se deu pela criação de um mercado para tal produto.



Figura 1 - Os Marble atendem uma cliente

Algo que se nota rapidamente ao assistir *Pink Flamingos* é que não se trata de uma fábula amoral na qual os personagens e o mundo no qual eles vivem são exatamente o oposto do que esperaríamos, tendo em vista os princípios da bondade e da decência humanas. Esse papel cabe à Família Addams, cuja lógica, muito simples, consiste em multiplicar por menos um todos os elementos físicos e psicológicos que compõem o cotidiano de uma típica família americana. Em *Pink Flamingos*, personagens detestáveis habitam um mundo teoricamente normal, de classe média, e nos vemos desnorteados, à procura de um protagonista com o qual possamos nos identificar minimamente em meio ao duelo pra ver quem é mais nojento e imoral. Naturalmente somos levados a tomar o lado de Divine, personagem principal do filme e, mesmo não sendo nada inocente, vítima das armações por parte dos Marble. Divine, ainda que de maneira distorcida, mantém uma família, tem filhos e cuida da mãe. O fato de ela viver em um trailer, ícone máximo da cultura *White trash* americana (o *pink flamingo*, que dá nome ao filme e adorna a entrada da “casa” de Divine sendo outro símbolo do mau gosto kitsch dessa subcultura, mais demográfica e sócioeconômica do que qualquer outra coisa, exclusiva e intrinsecamente americana) nos mostra que ela compartilha, se não as práticas cotidianas, ao menos um ideal liberal e burguês com todos nós. Os Marble, por outro lado, são um casal de empresários que, tirando os atentados violentos ao pudor cometidos por Raymond no início do filme, quando se mostra para duas adolescentes no meio da rua (e, posteriormente, rouba

suas bolsas, que elas haviam deixado pra trás ao saírem correndo daquele tarado), e toda a violência decorrente da inveja que sentem de Divine (e, portanto, irracional), terceirizam suas atrocidades, visando apenas o lucro e a fama. Divine se encontra no mundo da gratuidade, enquanto os Marble já são fruto de uma lógica empresarial e midiática aplicada ao submundo da degradação moral. Bidimensionais ante a manifestação alegórica da sujeira e da perversidade que é Divine⁴⁶, Raymond e Connie Marble são mostrados como personagens caricaturais em sua maldade e em suas ambições. Aqui se apresenta o amor pelo artifício do qual fala Susan Sontag quando caracteriza o *camp*; sua artificialidade extrapola os limites psíquicos e se apresenta fenotipicamente nos dois personagens: seus cabelos: o dele Azul e o dela Laranja (em tons que até então, e quem sabe até hoje, não existiam: tiveram que ser inventados e improvisados misturando a tinta de canetas hidrográficas à tintura de cabelo comum) transformam os Marble em vilões de desenho animado: sua própria natureza é a artificialidade, o que fica provado ainda mais escancaradamente ao vermos, durante a cena de podolatria, que não apenas seus cabelos, mas também seus respectivos pelos pubianos são pintados com essas cores berrantes.

Um dos personagens menores que orbitam em torno de Divine, que ocupa literal e metaforicamente as cenas nas quais aparece, personificando toda a aura de obscenidade na qual o filme está inserida, também pode nos dizer algo sobre o que John Waters pretendia com isso tudo. Cotton, “companheira das viagens” de Divine e sua família, é uma versão menor e passiva da protagonista do filme; seu único fetiche reprovável mostrado no filme é o vouyerismo, na cena em que orienta Crackers sobre como ele deve operar a sessão de bestialismo com Cookie: “Eu preciso ver mais, Crackers, mais do que eu já vi até agora... Pode ter um pouco de sangue dessa vez? Só um pouco? Tire sua roupa mais devagar, e não a deixe estragar tudo...”, diz ela, pouco antes de se posicionar perto da janela do quarto de Crackers para ver tudo o que se passaria ali. Se no mundo real a *Drag Queen* é a versão acentuada, exagerada e sublinhada da mulher⁴⁷, *Pink Flamingos* nos sugere que é a mulher

⁴⁶ Divine pode ser considerada a musa de John Waters, assim como Andy Warhol tinha suas *superstars*, algumas delas *drag queens*. Ela protagonizou, ao todo, seis filmes de Waters: *Mondo trasho* (1969), *Multiple Maniacs* (1970), *Pink Flamingos* (1972), *Female Trouble* (1974), *Polyester* (1981) e *Hairspray* (1988).

⁴⁷ A esse respeito podemos citar John Waters em *Divine Trash* novamente, quando ele diz que durante a construção da personagem de Divine havia percebido que, pra poder fazer a maquiagem, principalmente a sobrançelha que havia imaginado, a testa de Divine teria que ser gigante, e o cabelo (peruca) teria que começar apenas a partir do meio da cabeça. “Nenhum ser humano comum poderia comportar a sobrançelha

“de verdade”, com dois cromossomos sexuais X, que seria uma versão piorada submissa e empobrecida da *Drag Queen*. Enquanto Divine é independente, agressiva, glamourosa (maquiagem, vestidos, *sex appeal*, etc.) e decidida, Cotton é frágil e sem graça, não possui nem ao menos muitas taras nojentas para serem exploradas para efeito de choque, e seu quarto é coberto por fotografias de homens musculosos. Compartilha com Divine apenas a cor do cabelo, em um penteado muito mais contido e recatado do que o de sua versão melhorada. O *camp* aparece aí pela primeira vez na distinção clara que se vê entre a mulher e a “mulher” no decorrer do filme. Isso fica muito evidente, tanto na relação vertical entre Divine e Cotton (que, além de tudo, é dependente financeiramente de Divine), quanto no antagonismo entre Divine e Connie Marble.

Tendo passado a primeira metade do filme perdida em meio a sua vida de classe média (baixa), um pastiche *white trash*, dedicada a cuidar da mãe doente, solitária e, por incrível que pareça, pacata, Divine se apresenta mais ofensivamente a partir do momento em que recebe dos Marble – que haviam descoberto o seu endereço através de Cookie, que em troca de dinheiro se sujeitou a passar um dia no trailer de Divine como “namorada” de Crackers –, em virtude de seu aniversário que se aproxima, um presente embrulhado (que tem como remetente “as pessoas mais sujas do mundo”). Assustada por receber a visita de um carteiro, Divine passa a desconfiar que sua identidade falsa, a da tranquila e monótona Babs Johnson, havia sido descoberta, e expulsa o carteiro dali debaixo de xingamentos. Voltando pra casa descobre que o presente (que, momentos antes, vemos ser mostrado por Raymond Marble, para Connie, sem revelá-lo ao espectador, e que, segundo este, estava há um ano guardado a espera do momento certo) na verdade são fezes (não se sabe se humanas ou não). Se por acaso a propensão infantil do filme⁴⁸ não estava ainda muito clara, a partir desse momento ela parece ser indubitável para qualquer um, tenha lido Freud ou não. Creio que a partir da metade do filme as observações inteligentes sobre a construção de uma identidade sexual e visual *larger than life* no personagem de Divine e o que isso acarreta

que tínhamos em mente”, diz Waters. Isso dá uma ideia do grau de artificialidade que foi aplicado à construção de Divine.

⁴⁸ A opinião de John Waters sobre o filme, em depoimento no documentário “Divine trash”, é exatamente esta: trata-se de um filme de bebês praticando atos infantis e idiotas. Ele vai ainda mais além do que a interpretação, constantemente aplicada aos filmes dele, que vê um filme como possuidor de um caráter rebelde, feito para chocar a conservadora sociedade americana (de Baltimore, principalmente), através da ruptura com qualquer compromisso com a moral e os bons costumes. Não sabemos até que ponto podemos levar em conta a opinião de Waters para construir a nossa própria perspectiva sobre o impacto de *Pink Flamingos*.

para a leitura *camp* do filme são colocadas de lado, e seu o princípio norteador passa a ser o choque visual, fruto dos desdobramentos da trama e da escalada de violência que segue a entrega de presente dos Marble para Divine. O apelo de *Pink Flamingos* junto ao público pode ser visto, a partir daí, como o de um filme com cenas quase inacreditavelmente repulsivas, como *Mondo Cane*⁴⁹ ou alguma das edições de *Faces da morte*⁵⁰. É um filme que é assunto de conversas pelos corredores e recreios das escolas e adquire um caráter quase mítico, sempre nas mãos de um amigo de algum amigo ou conhecido do irmão mais velho, muito mais comentado do que assistido.

Havia citado anteriormente o fato de o filme se passar quase exclusivamente em um mundo total e irreversivelmente depravado, povoado por personagens que não apenas exercem como se orgulham de sua própria obscenidade, e até mesmo competem por ela, como é o caso do conflito principal do filme. No entanto, há um único momento em que aparecem representantes do mundo real, o mundo das pessoas normais, guiado por uma bússola moral oposta à dos personagens principais, e no qual há o contato, quase alienígena e certamente tenso, entre esses dois mundos. Trata-se da cena em que, durante a festa de aniversário de Divine, à qual comparecem somente pessoas de sua laia depravada, em meio ao casamento entre Miss Eddie e o vendedor de ovos e apresentações de danças exóticas que tratam de aumentar (e muito) o caráter repulsivo, e, conseqüentemente, aumentam o apelo e o status *Cult* (na falta de uma expressão menos abstrata) que o filme adquiriria anos depois⁵¹, após terem sido avisados pelos Marble que estava ocorrendo uma festa na qual pessoas sujas e horríveis estavam usando drogas ao ar livre, a polícia de Baltimore chega,

⁴⁹ Documentário Italiano de 1967, dirigido por Paolo Cavara, Gualtiero Jacopetti e Franco Proserpi, que introduz à platéia ocidental uma série de práticas e fenômenos sociais, todos muito pitorescos aos nossos olhos, de povos isolados e não-ocidentais ao redor do mundo. Uma viagem desprovida de relativismos a sensibilidade etnográfica pelo que há de estranho no mundo.

⁵⁰ Série de documentários, sendo o original de 1978, cuja única unidade temática é o fato de apresentarem, como o título já deixa óbvio, variadas faces da morte, seja ela a morte de animais ou seres humanos: focas sendo abatidas a pauladas, filhotes de cachorros sendo esquartejados durante o preparo do jantar de uma família vietnamita e um homem sendo devorado por um crocodilo são algumas das cenas que tive a infelicidade de ver. Foi produzido a partir da popularidade de *Mondo Cane*, mas possui um viés menos antropológico, e muitas das mortes e cenas de destruição e desespero se passam em culturas ocidentais e urbanas.

⁵¹ Vale a pena destacar a cena da dança peristáltica do homem nu como uma das cenas que mais contribuíram para a criação da aura de descredulidade que engloba o filme; juntamente com duas cenas das quais falaremos a seguir, a dança peristáltica serve para nos lembrar que além da trama e das intenções do diretor, há no decorrer do filme ruídos e *non sequiturs* com objetivos puramente polemizantes. Não que polemizar não fosse um dos objetivos conscientes de John Waters, mas me parece que isso está na esfera do psicologismo, na qual não queremos entrar muito profundamente aqui.

em um grupo de quatro pessoas, devidamente armadas, para averiguar a denúncia⁵². Não se trata apenas, portanto, de qualquer representante da sociedade burguesa, “de bem”, mas sim de servidores públicos investidos pelo Estado com o uso legítimo da força que tem como principal objetivo justamente manter a ordem e colocar o tipo de gente da qual Divine é a principal representante em seu devido lugar. É o único momento durante todo o filme no qual há uma interferência de um poder constituído na série de atrocidades cometidas por todos os outros personagens. O resultado desse “diálogo” entre os dois mundos é o assassinato dos policiais pelas mãos de Divine e os convidados de sua festa (incluindo uma moça vestida de oficial nazista, Patty Hitler, que trata de dar o primeiro tiro da chacina); após terem matado os policiais com tiros e machadadas, todos tratam de comer seus corpos, em uma cena que denota toda a precariedade técnica do filme, uma vez que os ossos com os quais Divine e companhia se esbaldavam eram obviamente ossos de boi, devido ao seu tamanho avantajado. Se quiséssemos ser metafóricos, teríamos um prato cheio para interpretações com essa cena.

A partir de então o que se segue é uma escalada de ultrajes: após o fim da festa, aproveitando o fato de não haver mais ninguém por perto, Raymond e Connie ateam fogo ao trailer de Divine, numa tentativa de não apenas destruir a vida de sua arqui-inimiga como também de provar, de uma vez por todas, que eles mereciam o título de pessoas mais sujas do mundo⁵³, enquanto Divine, tendo descoberto o endereço dos Marble, vai a casa deles e, juntamente com Crackers, trata de lambar o imóvel por completo, como que para contaminá-lo com sua impureza. Durante o processo de lambar a casa, Divine pratica sexo

⁵² Durante a festa podemos ver Divine abrindo seus presentes, como em qualquer festa comum. São eles: um vômito de plástico, um machado de cabo grande e uma cabeça de porco. O vômito de plástico, em contraposição às fezes que ela havia recebido, e odiado, mostra como opera o *camp*: Divine é “nojenta”, e não nojenta. O vômito é de plástico, e traz consigo o conceito semiológico do vômito; já as fezes, por serem de verdade, não apelam a Divine por serem desprovidas de uma etiqueta, de um significado externo, sendo somente o objeto do processo de digestão de algo ou alguém.

⁵³ Há nessa cena uma outra interferência do amorismo que se faz notar no produto acabado: Connie Marble, após encharcar o interior do trailer de Divine com gasolina, segura a tocha que será jogada pra dar início ao incêndio com todo o cuidado, tratando de deixá-la o mais longe possível de seu corpo. Isso se deveu ao fato de Mink Stole, atriz que viveu Connie Marble (e que, juntamente com Mary Vivian Pearce, que interpreta Cotton, trabalhou em todos os filmes de Waters), estar vestindo, durante a cena, filmada durante o inverno, um casaco de poliéster altamente inflamável. Em um ambiente repleto de gasolina e vapores de gasolina, não se recomenda o uso de casacos de poliéster enquanto se segura uma tocha encharcada de gasolina. Como não havia outro casaco disponível e a cena tinha que ser rodada rapidamente (e só poderia ser rodada uma vez, devido ao fato de só haver um trailer pra ser queimado) foi tomada a única precaução cabível: tentar ficar o mais longe possível da tocha. Como o medo da atriz é flagrante na cena da personagem, tem-se a intromissão do real, na forma de uma contra-regragem amadora e pobre, na ficção, uma das características de clássicos *camp*, como filmes de terror B.

oral no próprio filho, e só para ao ouvir os gritos de Channing, mordomo e estuprador, recém-demitido e amordaçado pelos Marble dentro de um armário. O mau gosto dá lugar ao tabu e a uma proibição mais abrangente a cenas de sexo explícito nos cinemas, e a cena do incesto torna-se escandalosa por mais motivos do que um. É interessante notar, no entanto, que em conversas informais acerca do filme e de suas inúmeras baixarias, essa cena quase nunca é abordada, dando-se mais destaque para outras que contenham absurdos mais gráficos e imediatos, puramente significantes.

É nesse ponto que ocorre outra vez algo quase inédito em *Pink Flamingos*: ao forçar Channing a mostrar onde ficam escondidas as mulheres estupradas por ele, cujos filhos serão vendidos a casais de lésbicas, Divine, ainda que relutantemente, e visivelmente desconfortável por ser posta na posição de heroína, liberta as duas moças, até então reféns dos Marble, morando no calabouço da casa deles. Depois de libertá-las dá a elas uma faca com a qual podem castrar Channing. Fica claro que John Waters usa de recursos narrativos emprestados de obras menos polêmicas, delineando, ainda que apenas de modo muito sutil, o caráter heróico e bondoso de Divine, fazendo com que ela se torne um personagem da qual podemos gostar, o mínimo suficiente para continuarmos assistindo ao filme e para que a projeção do espectador nos personagens não se torne uma experiência tão brutal e impraticável.

Tendo voltado para casa após incendiar o trailer de Divine, os Marble sentem-se vitoriosos, mas percebem que há algo de errado quando Connie é, segundo ela mesma “rejeitada” pelo sofá da casa (que havia sido lambido por Divine pouco antes disso). Numa rápida excursão pelo sobrenatural o filme não deixa de ser precário e esdrúxulo. Logo após, Divine chega e os captura, na única cena em que ela parece perder a calma e o controle no filme todo, irritada com a empáfia de Connie e Raymond.

A personagem Divine pode ser delineada com um pouco mais de precisão ao prestarmos atenção à entrevista que ela dá à imprensa, que ela mesma havia chamado pra testemunhar o julgamento e posterior execução dos Marble (sob as acusações de “estupidez em primeiro grau” e “*assholism*”): primeiro ela demonstra impaciência com as seguidas perguntas feitas a Cotton, como que querendo restabelecer a hierarquia das coisas, e depois, quando perguntada sobre sua plataforma política, diz: “Mate todo mundo agora, aceite (*condone*) o assassinato, defenda o canibalismo, coma merda: a sujeira é a minha política, a

sujeira é a minha vida”. Nota-se claramente que se trata de um personagem unidimensional, a personificação de uma vontade até certo ponto infantil de chocar e ultrajar o poder estabelecido, sem qualquer objetivo libertário ou revolucionário por trás disso. E parece haver certo tom premonitório quando um dos jornalistas pergunta: “Você acha que existem outras pessoas sujas no mundo? Há um culto?”, ao que ela responde “É um culto muito pequeno, mas está crescendo e crescendo, mais rápido do que você possa imaginar”. Não é possível saber até que ponto essa afirmação de Divine era baseada em uma previsão (acertada, uma vez que o “culto” não apenas do filme, mas do *camp* de maneira geral, cresceu muito) de Divine/Waters, e até que ponto consistia apenas de mais uma frase de efeito de Divine, que se esforçava no momento para parecer mais fabulosa que de costume (incluindo um vestido vermelho colado ao corpo e maquiagem brilhante, cheia de purpurina).

A fronteira porosa entre a ficção e a realidade em *Pink Flamingos* pode ser notada não apenas nas cenas chocantes de sexo e coprofagia, ainda que tenham sido todas reais⁵⁴, mas principalmente devido ao fato de Divine ser ao mesmo tempo ator e personagem. Era um personagem elevado à segunda potência: Harris Glenn Milstead, versão civil da *Drag Queen* Divine, interpretando outra Divine, a pessoa mais suja do mundo, procurada por todos os EUA por assassinato e obscenidades de maneira geral. Por trás da máscara do personagem, portanto, havia outro personagem, quase idêntico ao primeiro (apenas com as arestas mais radicais, como o incesto e a coprofagia, aparadas). A diferença mais óbvia é que enquanto a pessoa física Harris Glenn Milstead (morta e enterrada por Divine) era um homem, seu alter ego, Divine, era uma *drag Queen*, um homem que se reinventa como mulher, e Divine a pessoa mais suja do mundo, personagem de *Pink Flamingos*, é uma mulher, cromossomicamente falando, uma vez que possui um filho. À medida que avança o grau de artificialização, de construção posterior e significada, aumenta a semelhança de Harris/Divine com uma mulher (cromossomicamente XX). Assim como, na filmografia de

⁵⁴ Verossimilhança essa, aqui com ares de ousadia juvenil, que adquire caráter ideológico, revolucionário e é institucionalizada por certas vertentes do cinema recente, como o grupo dogma 95, em cujo manifesto há uma defesa da ausência da simulação, seja na forma de cenários, som externo ou na própria atuação. A cena de sexo explícito em “Os idiotas” pertence a uma discussão sobre o cinema e a verdade totalmente diferente da cena de sexo explícito (incestuoso) de *Pink Flamingos*. As cenas de crueldade e automutilação de “Anticristo” são justificadas pelo diretor se valendo de razões como a depressão pela qual ele passou durante as filmagens, enquanto que John Waters se apressa em desencorajar qualquer leitura mais abrangente e metafórica que se possa fazer das cenas de violência e sexo em *Pink Flamingos* e de suas intenções com tais cenas.

John Waters, o tema sempre parece ser o mesmo, a saber, explorações absurdas do cotidiano suburbano americano (no decorrer das décadas), mas suas protagonistas, todas mulheres, gradativamente internalizam o exagero e o seu aspecto bizarro, supernatural e, por que não dizer, *camp*. Não saberia dizer se, caso Divine não tivesse morrido em 1988, continuaria até hoje sendo protagonista dos filmes de Waters; a personagem grande, em todos os aspectos, ousada, violenta e colorida, deu lugar a mães de família mais tradicionais, interpretadas por atrizes mais tradicionais (convencionais talvez seja a palavra certa): Kathleen Turner, em *Serial Mom*, de 1994, é um exemplo disso. Ainda conservava toda a perversidade e “sujeira” de Divine (afinal de contas era uma *serial killer*), mas se apresentava fenotípica e demograficamente como mãe de família feliz no subúrbio de Baltimore. Ela é uma versão imagisticamente domada de Divine. Como as mulheres de Pedro Almodóvar, à beira de um ataque de nervos em seus filmes mais antigos, e comatosas em seus mais recentes, as mulheres de John Waters foram sossegando com o tempo, sem perder o gosto pelo assassinato.

Ao fim do filme, até mesmo o narrador (Waters, que, no papel de *voice-over*, passou o filme inteiro ao lado de Divine e sua família, censurando as atitudes vis e baixas dos Marble) ultrapassa a ficção e anuncia, antes de Divine comer as fezes do cachorro que passa na rua, que ela estava prestes a provar não apenas que era a pessoa mais suja do mundo (o que já havia feito na última uma hora e meia), mas também que era a atriz mais suja do mundo. Convivendo paralelamente durante todo o filme, portanto, havia o personagem assassino e canibal, e a *superstar* de John Waters, tão real quanto o próprio Waters, de carne e osso (e plumas e paetês). Quebra-se o pacto tácito entre o filme (o meio, a história sendo contada e vista através de uma câmera que ao mesmo tempo está e não está lá) e o espectador, admitindo-se que se trata, além de um personagem, de uma atriz, que de tão suja e nojenta, aceitou comer fezes caninas em um filme. A noção de *camp* como construção, de um corpo ou de uma estética, se faz presente aí de maneira bastante clara: é a artificialidade, o esforço pessoal em recriar algo previamente dado (os cromossomos masculinos e a identidade sexual, o bom gosto, os valores morais).

Presente no decorrer de todo o filme também estão os anos 50, certo ar de América da Era Eisenhower paira sobre os personagens e o ambiente. O carro de Divine é um Cadillac *coupe de ville* (mais precisamente um *coupe de ville* da terceira geração, produzido

entre 1957 e 1958), assim como também parece ser o carro de Raymond Marble. E a trilha sonora, toda composta por compactos da coleção pessoal de John Waters na época, contém vários sucessos da década de 50: *The girl can't help it* de Little Richard, de 1956⁵⁵, *I'm not a juvenile delinquent*, de Frankie Lymon and the Teenagers, de 1957 e *(How much is) that doggie in the window?*, de Pattie Page, de 1952. Eu me apressaria, no entanto, se dissesse se tratar de uma objetificação, uma estereotipificação dos anos 50, a criação de um mundo que é um pastiche da prosperidade dessa década sendo habitado por personagens que vilipendiam tudo aquilo. O passado só passa a existir como tal uma vez que já foi objeto de reflexão e certo esquecimento, tendo suas características mais marcantes (ou pelo menos chamativas) sido decantadas acima de todo o restante do cotidiano trivial, e após ser regurgitado (geralmente em versões irônicas) pelo presente. O que há atualmente é um encurtamento radical desse tempo de reflexão, do tempo mínimo necessário para o passado adquirir o status de Passado e poder ser entendido como tal. Isso pode ocorrer até mesmo simultaneamente (como em *Time out of Joint*, de Philip K. Dick [JAMESON, 2006]). Seria perigoso, então, tentar especular a respeito da nostalgia, consciente ou não, de John Waters em *Pink Flamingos*, pois não sabemos, ao menos em um primeiro momento, qual era a visão que se tinha dos anos 50 nos anos 70 (quando foi produzido o filme). Temos uma visão viciada por inúmeras objetificações da década de 50 com as quais fomos bombardeados desde que nascemos (desde a cultura *Rockabilly* trazida até nós por Elvis Presley até o consumismo feliz e submisso de Wilma Flintstone do desenho animado), e essa visão não nos ajudaria em nada em uma tentativa de enxergarmos os anos 50 pelos olhos de um John Waters de vinte e cinco anos em 1972.

⁵⁵ Composta especialmente para a comédia de mesmo nome estrelada por Jayne Mansfield, também em 1956.



Figura 2 – Ao final de *Pink Flamingos*, Divine materializa o espírito *camp*.

Quanto à precariedade técnica, assunto já abordado de passagem aqui, e importante índice constituinte do *camp* inocente, uma vez que denota o despreparo e o amadorismo da produção, como um atestado de que aquele filme não era pra ter sido feito, e não deveria estar sendo assistido por ninguém, algumas considerações podem ser feitas, ainda que somente para constatar o que já aparece óbvio até mesmo para o espectador desinteressado: há, durante toda a duração do filme, marcas, manchas na película típicas de filmes caseiros – essas manchas estão disponíveis aos cineastas amadores de hoje como *plug-ins* de programas de edição de imagens no computador, uma vez que as câmeras, digitais, ou não, hoje em dia, solucionaram esse problema arrumando modos de “limpar” as imagens. Esses *plug-ins* são usados caso se queira emprestar ao filme um lastro de realismo, uma “verdade”. A narração em *voice-over* também é claramente amadora, feita por processos muito menos assépticos que os utilizados já na década de 70. Muitos dos papéis menores, que não chegam a ser papéis de figuração, mas que contêm em uma ou nenhuma fala, estão *mis-casted*, ou seja, apresentam atores ou atrizes que não condizem, fisicamente no caso, com os papéis que interpretam: o fuzileiro naval com costeletas grandes e desgrenhadas que é vítima de uma das diversões mais inocentes de Divine quando ela sai pra ir à cidade⁵⁶, ou

⁵⁶ Durante suas andanças pela cidade, Divine passa por um muro onde se lê, pichado: *Free Tex Watson*. Tex Watson é um criminoso americano, membro do grupo liderado por Charles Manson, e foi condenado à morte, juntamente com o restante do bando, pelos assassinatos de Sharon Tate, Steven Parent, Abigail Folger, Wojciech Frykowski e Jay Sebring, em 9 de agosto de 1969. Wilson posteriormente teve sua pena “reduzida” para prisão perpétua quando a Califórnia cancelou todas as sentenças de morte dadas antes de 1972. Esse

o taxista que acaba levando um golpe de Cookie, que sai sem pagar, e que mais parece um hippie, são exemplos claros disso. Provavelmente eram amigos de John Waters, ou dos atores principais do filme, ainda que não tenha provas disso. Talvez esse recrutamento quase forçado de atores para o filme entre o grupo de amigos de Waters seja a razão pela qual o nível médio de talento dramático entre eles seja tão baixo. O tipo de atuação, a fala declamada pausadamente, como que tentando se lembrar do texto decorado, seria genial se não fosse horrível. Outros sinais de amadorismo aparecem em situações, algumas das quais já comentamos aqui, em que há uma interferência da realidade na cena, ou até mesmo uma quebra do chamado *fourth wall*, constituindo uma rápida metalinguagem involuntária. Isso pode ser observado na última cena do filme, que serve como último e mais inacreditável desafio para o qual se propõe Divine e que prova de uma vez por todas, caso não tenha ficado claro até então para algum espectador, que o filme e sua trama foram construídos para dar espaço a essas cenas polêmicas e nojentas (como se, durante as filmagens John Waters duvidasse de que os seus atores seriam capazes de desempenhar tamanhos absurdos em frente às câmeras); ao recolher com as mãos as fezes do cachorro, e antes de colocá-las na boca, nota-se certa hesitação por parte de Divine, e ao mastigá-las, a atriz intercala momentos de extremo profissionalismo, no qual faz caras e bocas como se estivesse amando tudo aquilo, e momentos de reação fisiológica e ânsia de vômito perante a sujeira, e o perigo⁵⁷, da situação (figura 2).

Como foi proposto inicialmente, o objetivo deste texto é verificar se estão presentes em *Pink Flamingos* características objetivamente verificáveis do que pode se chamar de *camp*. Começo dividindo a minha conclusão sobre esta breve investigação sobre o filme em três partes, que respectivamente tratarão de três tipos, ou pelo menos estágios diferentes, da visão *camp* das coisas. São eles, o *camp* “original”, cujo princípio dialético é a questão do gênero e de como pode haver uma transgressão dos papéis costumeiramente

apoio a Tex Watson mostrado, ainda que muito rapidamente, no filme, é muito mais uma atitude de rebeldia visando enfurecer a sociedade civil, do que uma posição política séria e engajada. Apesar de ambos advogarem pelo assassinato, não há nem necessidade de sublinhar aqui as diferenças entre Divine e Tex Watson. John Waters visitou Tex Watson por muitos anos na cadeia, mas admitiu que sua obsessão pública e notória por *serial killers* e assassinatos cometidos em nome de cultos religiosos era infantil e insensível para com a família das vítimas.

⁵⁷ Em *Divine Trash*, John Waters conta que após as filmagens Divine ficou preocupada em saber se poderia ficar doente por ter comido fezes de cachorro; ligou então para um hospital, e fingindo querer se informar a respeito para poder ajudar um pretenso “irmãozinho retardado” que havia feito tamanha estupidez soube que poderia desenvolver vermes no estômago, caso houvesse alguma larva nas fezes que ela havia comido.

desempenhados por homens e mulheres nesse quesito; o *camp* inocente, aquele no qual não há a intenção de se criar uma obra de mau gosto, que acaba sendo o resultado de uma série de incapacidades e escolhas equivocadas por parte do artista (nesse caso, o diretor, John Waters); e o *camp* “intencional”, aquele que se dispõe a falar, a produzir sua obra (no caso, filme) partindo de um discurso já cultural e economicamente legitimado e reconhecido.

No que diz respeito ao *queer camp*, já foi mostrado aqui que os personagens, principalmente Divine, se apresentam como versões exageradas, caricaturadas, de homens e de mulheres. Divine é a super mulher, ativa, ofensiva e dona de seu próprio destino, cuja maquiagem é tão extraordinariamente gigantesca que influencia o tamanho de sua testa, e que, ao mesmo tempo em que é um pastiche de dona de casa *White trash*, com a mãe doente e o filho sem dentes na boca, é hipersexualizada (“Há três dias eu não me apaixono”, reclama ela a Cotton). Channing, o mordomo (e estuprador) a serviço dos Marble, parece ter um papel oposto ao de Divine; avesso ao sexo, tem como destino estuprar mulheres para agradar seus patrões (que ele imita secretamente quando não estão em casa. Um dia, ao ser flagrado, é demitido e amordaçado. Channing, com suas práticas *cross dresser* – medo de qualquer contato íntimo e devoção canina aos patrões – parece ser o personagem mais denso e complexo de todo o filme, o único que não pode ser alegorizado, uma vez que possui diferentes traços psicológicos que se manifestam de modos pouco óbvios e sublinhados). Cotton, como já disse, é a versão submissa de Divine, a prova de que a mulher nunca será páreo para a *Drag Queen*. Esses dois personagens coadjuvantes, possuidores de características sexuais marcadas com maior força, parecem orbitar em torno de Divine, funcionando como seus *doppelgängers* no que tange ao comportamento e à identidade sexual. Presente em *Pink Flamingos*, assim como em outros filmes de John Waters, também está um ar carregado de artificialidade, de montagem, típicos de uma atitude *camp* adotada por *drag queens* e transformistas que transbordam as fronteiras de gênero e constroem uma nova identidade sexual espaçosa, que imita e ironiza as convenções e noções burguesas do papel da mulher ao mesmo tempo em que servem – essas sim – de instrumento político de luta por reconhecimento social.

Essa tentativa de suprimir o natural e substituí-lo pelo exagerado e marcado simbolicamente, apresentada em *Pink Flamingos* na personalidade histórica de seus personagens e inverossimilhança da trama (além da parte visual, como os cabelos coloridos

e vestidos de gala em meio a um cenário de pobreza e decadência), tomou uma forma mais conceitual e diluída em *Desperate Living*, de 1977. O filme se distancia ainda mais da realidade: é um conto de fadas distorcido e doentio, com rainhas más e heroínas sofredoras, e, apesar de não contar com a participação de Divine, a figura *camp* mais icônica da obra de Waters, tem um aspecto de teatricalidade ainda mais forte que seus filmes anteriores: “Com *desperate living* eu cheguei mais perto do meu sonho de fazer um filme exclusivamente no estúdio. Eu odeio a realidade, e se pudesse ser do meu jeito, tudo seria falso: os prédios, as árvores, a grama e até o horizonte.” (p. 167). Esse embate parece ser realizado, em um plano que se encontra entre a denotação e a metáfora, em uma das cenas do filme, na qual a protagonista, Mink Stole, atropela um cachorro (que, apesar de todo o ódio de John Waters pela natureza, já estava morto quando a cena foi rodada; foi comprado de uma clínica veterinária em uma transação comercial que tem de doentia tudo que deve ter de ilegal). Para a sorte dos atores do filme, esse impulso de Waters em direção ao artificial também afetou a filmagem das cenas mais repugnantes do filme, como a cena na qual os personagens comem baratas vivas: apesar de terem sido obrigadas a contracenar com e a pegar em baratas de verdade na mão, durante o close de suas bocas elas foram substituídas por réplicas feitas de uva passa. *Pink Flamingos* mostrava personagens unidimensionais e coloridos em um mundo feio e sem graça, onde as fezes de cachorro eram reais, já *Desperate Living* foi além e transformou não apenas os protagonistas, mas todo o meio em exagero também.

Mais do que a presença ou ausência de travestis ou *drag queens* em seus filmes, esta parece ser a maior herança de um *camp* gay de raiz na obra de John Waters: a aversão a tudo que é natural e a tentativa de substituir tudo por outra versão exagerada, absurda e divertida – falsa. E isso se encontra presente até mesmo nos filmes mais recentes do diretor, que, em um primeiro momento, apresentam personagens mais normais em uma trama menos irreal, mas que ainda tentam expulsar da tela a realidade que ele tanto diz odiar.

Como *camp* “inocente” podemos notar os amadorismos e os óbvios defeitos técnicos que o filme apresenta, já descritos acima: fotografia, som, atuação, intromissões do inconsciente ótico dentro do filme (como quando Connie Marble/Mink Stole se preocupa com o fogo em seu casaco), “efeitos especiais” extremamente precários (um índice

obrigatório em filmes tidos como exemplos máximos de *camp* inocente, como os dirigidos por Ed Wood, ou o seriado do Batman dos anos 60 ou até mesmo séries de monstros japoneses), como os ossos na cena de canibalismo e o sofá que chacoalha sobrenaturalmente, são todos exemplos desse tipo de *camp*. Isso tudo não constitui, no entanto, a razão do sucesso de *Pink Flamingos*. O cinema brasileiro produziu, nas décadas de 70 e 80, centenas de filmes com orçamentos e roteiros tão precários quanto o de John Waters, mas nenhum obteve, nem mesmo no âmbito nacional, tamanho status e nem percorreu distâncias simbólicas tão grandes. Quanto ao tema central do filme e de sua consequente recusa pelo grande público (sendo restrito a um pequeno grupo de gente “suja”, como diz Divine em sua entrevista na penúltima cena do filme), seria inocência de minha parte atribuí-lo a uma inocência de John Waters, ou a uma tentativa por sua parte de fazer algo magnífico e grandioso, que é um sintoma do *camp* inocente do qual fala Susan Sontag – por ser fruto de uma megalomania, esse *camp* proveniente da falha catastrófica geralmente pode ser observado em óperas, musicais ou projetos arquitetônicos, e menos em filmes, produzidos em sua grande maioria como entretenimento, sem grandes pretensões artísticas. Não é preciso dizer que, uma vez que o *camp* inocente geralmente vem, se não da grande arte, de uma arte mais grandiosa, sua observação fica cada dia mais rara, e visto que esse tipo de produção artística perdeu espaço para outras formas menos nobres no consciente cultural coletivo. John Waters estava criando uma piada interna, uma sequência de *dares* (desafios) a seus atores, e tentando chocar seus país.

A própria opinião de Waters a respeito da tentativa ou não de fazer do filme um sucesso comercial parece ser um tanto contraditória. Obviamente um filme tão chocante não era, como até hoje não é, a maneira mais fácil de ganhar dinheiro com o cinema nos Estados Unidos. Ao mesmo tempo, o modo como Waters fazia questão de distribuir seus filmes nacionalmente e suas escolhas profissionais bastante bem sucedidas no decorrer dos anos nos fazem desconfiar de que houvesse algo em *Pink Flamingos* que ia além da simples diversão entre amigos. Isso obrigatoriamente nos faria concluir que Waters era um visionário que enxergou no ruim um novo campo de atuação do cinema, e se dispôs a ser o primeiro a ganhar dinheiro com isso (não entrando no mérito a respeito do que seja “ganhar dinheiro” com cinema, devido às comparações desproporcionais entre os filmes de John Waters e os *blockbusters* dos grandes estúdios; estúdios esses que hoje em dia acolhem os

seus filmes), usando o *camp*, signo de distinção e, caso sejamos o Raymond Williams, resistência, do modo mais cínico possível. Como já disse antes, o assunto não se resolve tão definitivamente assim.

Sim, podemos observar na filmografia de Waters até *Pink Flamingos* (sem dúvida um ponto de ruptura em sua trajetória profissional) uma verve juvenil e rebelde (no sentido em que não se subscreve a nenhum gênero legitimado, não utiliza métodos ortodoxos de filmagem e busca explorar um impulso genuíno de perversão e obscenidade que geralmente é suprimido em qualquer filme com a mínima vontade de ser assistido) que, ao se deparar com o sucesso comercial, ainda que em pequena escala, e ao apontar caminhos novos tanto para Waters quanto para os atores do filme⁵⁸, sofreu mudanças naturais e irreversíveis.

A mudança no estatuto dos filmes de Waters dentro de um esquema de distribuição comercial afetou-os não apenas em um senso estético, no sentido que poderíamos esperar que ele se tornasse uma paródia de si mesmo em busca de reviver o sucesso de *Pink Flamingos*. Isso até acabou por acontecer, mas muito mais recentemente do que se imaginava, em um movimento de autoreferência presente em seus últimos filmes, que não nos interessa no momento, mas é inegável que a possibilidade de ganhar dinheiro se apresentou como muito bem vinda a um bando de jovens vivendo de fraudes de cartão de crédito, calotes e cleptomania de bem estar social⁵⁹. O apelo irresistível do dinheiro (e da fama, abastecendo a vaidade de Divine, que admitiu, para a surpresa de ninguém, que sempre quis ser uma estrela de cinema), no entanto, trazia consigo inevitavelmente em sua outra face outra consequência com a qual John Waters e sua turma teriam que lidar: o deslocamento de sua posição simbólica privilegiada e confortável de *outsiders* dentro da subcultura do *showbiz* americano. Em um dilema pelo qual passa todo artista pop proveniente de uma cena *underground* alçado, de repente ou não, ao sucesso, eles tiveram que inventar uma nova posição dentro desse campo de batalhas bourdieurianas e se acostumar com ela. Alguns, quando se deparam com tal salto, recuam. Outros, como Kurt Cobain, se matam. Como chocar as pessoas quando elas aplaudem suas tentativas mais

⁵⁸ Divine passou a ser bastante requisitada para se apresentar nos palcos com shows de música e cabaré. Chegou a lançar dois LP's, e em certo ponto teve que optar pela carreira teatral e acabou por não participar de *Desperate Living*, de 1977.

⁵⁹ Em *Shock Value* há diversas referências às penúrias nas quais viviam John Waters e seus amigos/ colegas de trabalho em suas muitas mudanças pelos EUA; além de Baltimore, ele viveu também em New Orleans e Nova Iorque, e, segundo ele, sempre em condições precárias. Não se sabe o quanto disso pode ser levado a sério e o quanto deve ser considerado uma automitologia típica de personagens *camp* por excelência.

sinceras de fazê-las vomitar? Em um gesto quase idêntico ao descrito na alegoria que fiz sobre o *camp*, Waters afirma que não via como poderia ser mais nojento e absurdo do que já era, então tratou de tentar surpreender as pessoas (e, ao mesmo tempo, se distinguir delas) sendo o mais sério possível e de aproveitar os dividendos financeiros e os tapinhas amistosos nas costas que o capitalismo de mercado pode lhe proporcionar quando abraçado sem ressalvas, ao menos em sua vida pública, e ao menos da boca pra fora. Sobre o assunto Waters diz:

Já que todos achavam que éramos loucos, o único jeito que tínhamos para chamar atenção era agindo de uma maneira relativamente sã. Nossa rebeldia rapidamente se tornou entediante quando percebemos que as mesmas pessoas que costumávamos ofender agora estavam aplaudindo e imitando nosso comportamento anti social (p. 94)

Parece estar aí uma prova de que até mesmo o mau gosto foi recebido pelo senso comum logo após colocar sua cabeça para fora do buraco de seu gueto culturalmente periférico. O caráter libertário do *camp*, que nos esforçamos durante todo esse tempo para enxergar, já se encontrava aí aniquilado impiedosamente. Seus trabalhos futuros, principalmente após a conclusão de sua trilogia *trash*⁶⁰, parecem indicar uma tentativa de mudança de rumos, onde o mau gosto escatológico de pessoas comendo fezes e fazendo danças peristálticas parece ter sido substituído pela cafonice de um retrato nostálgico da classe média americana de sua infância em *Hairspray* e *Cry Baby*, de 1988 e 1991, respectivamente. Ao escolher o musical como gênero cinematográfico Waters encontrou algo mais artificial que a brutalidade e o choque que haviam sempre ficado em primeiro plano em seus filmes anteriores. Ambos os filmes pintam um retrato estereotipado e colorido dos anos 50, com as imagens de estoque que assombram nosso senso comum e as representações da época no cinema ruim. Se em *Pink Flamingos* a década aparecia como índice e ruído, aqui ela parece ser o tema central. O movimento de John Waters foi o de substituir o eixo espacial pelo cronológico, pela sua busca por um mau gosto ainda não legitimado. Se não havia mais como chocar um mundo niilista o suficiente para aplaudir pessoas comendo fezes de cachorro, o passado ainda parecia um campo suficientemente inexplorado e fértil. Bastava, como afirmava Susan Sontag, perceber o momento em que se alcança uma distância, mais

⁶⁰ Como o próprio diretor se refere à *Pink Flamingos* (1972), *Female trouble* (1974) e *Desperate living* (1977).

conceitual do que cronológica, na verdade, com o passado que se quer representar. No momento em que ele se apresenta como apenas uma série de penteados e anúncios de refrigerante em sua mente, sem menção ao modo como as coisas realmente foram, esse é o momento certo de transformar esse intervalo de tempo em pastiche⁶¹. Os EUA de *Hairspray* são exatamente isso, uma versão ao mesmo tempo idealizada e satírica de uma sociedade que não percebia o quão ridículos eram seus penteados e que John Waters conhecia muito bem. A prática, pós-moderna, se quisermos chamá-la assim, de consumir enlouquecidamente o passado a ponto de ele não mais existir foi usada por Waters de uma maneira delicada e inteligente nesses dois filmes. Hoje vemos esse recurso exaustivamente utilizado em inúmeros *remakes* e em retomadas irônicas de personagens rentáveis do passado, ao ponto de termos quasímodos semióticos com duplas nostalgias embutidas e indissociáveis⁶².

Para completar o caráter catártico de *Pink Flamingos* na trajetória de John Waters, podemos sublinhar sua confissão sobre a época: “Acho que estávamos começando a perceber que no fundo nós sempre fomos capitalistas” (p. 94). E quem não é?

Apesar de todo o cinismo que acabamos de incutir em Waters, não creio que seria muito preciso afirmar também que *Pink Flamingos* constitui uma obra a ser considerada *camp* proposital, uma vez que uma das características básicas deste é a tentativa de atingir um nicho de mercado que já existe. Mais uma vez vale à pena citar *The Room*, filme americano de 2001, vendido em um primeiro momento como drama, e que foi adotado por certa parcela do público (*camp*?) por ser absurdamente amador e superficial (seus diálogos primários viraram *memes* entre os fãs), para ser então re-embalado, projetado em sessões especiais que alardeavam toda a ruindade e falta de nexos do filme como principais apelos

⁶¹ Essa diferença entre visão histórica e biográfica se aprofunda nos anos cinquenta talvez como em nenhuma outra época, pois ao mesmo tempo em que a guerra fria pautava os rumos do século XX e dava assunto para Eric Hobsbawm ganhar dinheiro, e o macarthismo promovia uma espécie de paranoia coletiva, a classe média americana, que John Waters leva em seu código genético, vivia o sonho do avanço econômico, deslumbrada com o *star system* do cinema e com os novos avanços tecnológicos em forma de eletrodomésticos e armas de destruição em massa que apareciam a cada dia.

⁶² É o caso do videoclipe *Buddy Holly*, da banda americana Weezer, que “homenageia” os anos 70 utilizando imagens do seriado de TV *Happy days*, que por sua vez já era nostálgico e contava a história de um grupo de adolescentes dos anos 50. Repare os dois saltos para o passado. Esse tipo de anacronia sêmica parece ser bastante comum na moda, que, sendo cíclica, muitas vezes retoma tendências que já eram elas próprias um retorno nostálgico à moda de outra década mais antiga ainda (a moda dos anos 80, com inspirações em alguns elementos dos anos 50, trazida de volta no início do século XXI, por exemplo).

para o público. O diretor do filme, este sim um cineasta “sério” frustrado, em entrevista à CNN a respeito do sucesso inesperado (sabemos que não foi o caso) de seu filme, anunciou que já estava preparando uma continuação. Logicamente essa continuação tentará reproduzir os mesmos erros que todos adoraram no primeiro filme, mesmo apesar do fato de provavelmente poder contar com um orçamento e uma produção muito maiores. Há o risco de, ao tentar imitar propositalmente as falhas espontâneas do filme original, a sequência de *The Room* cometa outras, e talvez até melhores, falhas, e seja uma tentativa frustrada de um *camp* proposital que será lido como *camp* inocente, talvez dando início a um círculo vicioso (ou virtuoso, dependendo do que se espera dele) de filmes uns piores que o outro, de maneiras diferentes. Seja como for, o fato de *Pink Flamingos* ter sido feito em 1972 também dificulta a defesa da ideia de um *camp* proposital, uma vez que na época não havia mercado para o tipo de mau gosto que o filme proporcionava. O inverso é verdadeiro: *Pink Flamingos*, através de sua trajetória *underground*, ajudou a criar tal mercado.

Exemplo de um impulso contrário ao de *The Room* pode ser encontrado em filmes como *Machete* (2010), dirigido por Robert Rodriguez, que intencionalmente resgata os elementos mais unanimemente ridicularizados de filmes de ação ou de terror B e os fetichiza para a grande audiência, que o consome não como falhas, mas como peculiaridades audiovisuais divertidas. Os efeitos especiais desmedidamente exagerados e precários⁶³ são admirados como “homenagens” aos filmes realmente ruins. Atores parodiam a si mesmos (Steven Seagal, vários quilos acima do peso, faz o obrigatório vilão especialista em artes marciais, por exemplo) e elementos do filme de ação são artificialmente acentuados (como certo erotismo latente, ou sua ultraviolência). Mais do que parodiar as obsessões do cinema de ação (em certa cena o herói, após abrir o abdômen de um bandido com uma espada, usa seu intestino como cipó para pular da janela de um prédio, não sem antes fazer uma piada espirituosa com toda a situação), *Machete* parodia o próprio produto cinematográfico. Durante os créditos finais, anuncia-se “Machete voltará, em *Machete kills* e *Machete kills again*” satirizando tanto a ânsia da indústria por continuações quanto sua constante repetição dos mesmos temas básicos (assassinato), tudo

⁶³ O sangue que jorra em litros e as vísceras pouco realistas que saem da barriga das vítimas, como que criando um tipo, ou categoria, de efeito visual primitivo e elevando-a ao nível de entretenimento familiar.

isso reproduzindo exatamente uma experiência cinematográfica genuína. Pode-se perceber o grau de superficialidade e fetichização presente em *Machete* quando se fica sabendo que inicialmente ele era apenas um trailer falso exibido antes de *Grindhouse* (2007), dirigido por Rodriguez juntamente com Quentin Tarantino⁶⁴. Produzir um trailer de um filme que não existe talvez pudesse ser a solução para muitos problemas orçamentários e conceituais da indústria cinematográfica atual; ao reduzir o filme a dois minutos de melhores momentos, com edição frenética e ação ininterrupta preserva-se o apelo com o público sem perder nada muito valioso (o desenvolvimento da trama, diálogos, momentos de não-explosão). Também serviria como um manifesto sobre a repetição e a irrelevância no cinema. O público consumiria sem ao menos perceber o que aconteceu; um produto de duas horas que pressupõe atenção, alfabetização e deslocamento geográfico não mais condiz com o perfil do público. O trailer, no entanto, chegaria para substituir o filme como produto ideal para os dias atuais: breve, sucinto, violento e colorido, ele poderia ser baixado nos computadores pessoais, assistidos a qualquer hora e compartilhados com os colegas.

Tal salto revolucionário não foi dado, e *Machete* foi produzido como longa metragem e lançado nos cinemas como todos os outros filmes. A lógica por trás disso foi que, ideológica ou não, a violência formulaica apelaria a um grande público, e para quem a paródia passasse despercebida, ainda restariam as cenas de assassinato, sexo e tentativa da construção de um personagem mítico no contexto da tensão entre americanos e imigrantes ilegais no estado do Texas (que, como não disse até agora, é o pano de fundo do filme). Não há em *Machete* uma só cena que não seja marcada simbolicamente; seu impulso narrativo está sempre coberto por uma demão de metalinguagem sem a qual o filme não poderia existir. Nesse caso o *camp* aparece sufocado pela própria onipresença.

Um meio termo entre os dois últimos exemplos cinematográficos pode ser ilustrado citando os primeiros filmes da carreira de Peter Jackson, que após um começo caseiro no cinema de terror B neozelandês acabou por dirigir a trilogia *O senhor dos anéis*, exemplo máximo do cinema industrial americano. Tanto *Braindead* (*Fome animal*, no Brasil) quanto o adequadamente intitulado *Bad Taste* aproveitam suas restrições orçamentárias em benefício próprio. O mau gosto e a pobreza técnicas não chegam a ser escolhas

⁶⁴ Aí também se observa uma tentativa de reproduzir a experiência cinematográfica em sua totalidade; constrói-se certa aura antes da atração principal (*Grindhouse*) como em um filme “de verdade”.

intencionais, visto que não havia outra alternativa, mas são incorporadas à narrativa de ambos os filmes. *Braindead* parodia filmes de zumbi, com uma temática edipiana cômica; ao seguir o filho e flagrá-lo tendo um encontro às escondidas, a mãe superprotetora é mordida por um Macaco-rato da Sumatra altamente infeccioso e se transforma em Zumbi. O filho, remoído pela culpa, tenta cuidar da mãe e impedir que ela contamine outras pessoas e produza zumbis em escala exponencial. Seu plano obviamente falha e dezenas de novos zumbis aparecem em sua casa sedentos pelo seu cérebro (e o de sua namorada). Para dar conta de todos eles, o filho decide matá-los com um cortador de grama, provocando um literal banho de sangue que ocupa toda a segunda metade do filme. Seu fracasso como filme de terror já é assumido logo nos primeiros minutos, e assim podemos apreciá-lo pelo absurdo. Os efeitos especiais, por se reconhecerem ruins por pura necessidade, evitam a chacota apaixonada do *camp* e são apreciados com certo respeito. Já em *Bad Taste* um vilarejo neozelandês é atacado por alienígenas cujo corpo parece queijo derretido (vestido de terno) equipados de metralhadoras soviéticas. Novamente, o tom jocoso e auto referente dá a um filme que seria apontado pelas suas falhas a honra de ser apontado pela sua ironia. Observa-se que nesta época (1987 para *Bad Taste* e 1992 para *Braindead*) o apelo ao mau gosto já era um artifício legítimo de diretores de cinema.

A conclusão a que se chega, ao tentar identificar em *Pink Flamingos* elementos dos vários tipos diferentes de *camp*, é a de que há uma presença positivamente identificável da questão de gênero no filme, o que o caracteriza com pertencente a uma estética primária, ainda reduzida ao movimento gay americano. No que diz respeito a uma baixa qualidade, inocente ou proposital, a ser admirada pelo público, creio que o que se faz presente é mais o extremo mau gosto das cenas que vem à tona. O *camp* é lido através de índices, de metonímias e ruídos que consistem no todo e não são perdoados pelo espectador (o fio de nylon segurando o disco voador em um filme de Ed Wood, por exemplo). O *camp* é, portanto, mais do que irônica, uma leitura cínica e metalinguística de uma obra, e isso parece estar ausente em uma sessão de *Pink Flamingos*. O filme pode se aproximar mais de *Mondo Cane* e *Faces da morte*, pela curiosidade, mórbida ou doente, que nos leva a assisti-lo, do que de *Plan 9 from Outer Space*, testemunho de uma ideia frustrada pela falta de jeito. Não chego a dizer que *Pink Flamingos* é um filme sério, bem sucedido artisticamente, que

só foi adotado por audiências “rasas” graças a seu apelo imediatamente imagético, mas há algo nele que se encontra ausente no *camp* do Batman e do Jaspion.

Também podemos descartar a possibilidade de *Pink Flamingos* ser dotado de uma ruindade *ad hoc*, uma vez que se tratava de uma visão de mundo, por mais nauseante e obscena que fosse, compartilhada sinceramente por todos o elenco do filme, como John Waters mesmo chegou a afirmar (p. 8). Não se trata, ainda assim, de algo fracassadamente sério, e nem desmedidamente pretensioso (aí não seria *camp*), mas de algo que, ao mesmo tempo em que era leve e superficial, foi levado a sério pelos seus realizadores. Talvez esse seja o gesto por excelência, o *underinvolvement* apaixonado do qual falava Susan Sontag; ser apaixonadamente desinteressado por um assunto, a ponto de torná-lo *camp*.

Outra comparação cinematográfica que talvez possa ser proveitosa seria entre *Pink Flamingos*, de John Waters, e *Trash*, de Paul Morrissey. Lançado dois anos antes do filme de Waters, *Trash* conta a história de um *junkie*, Joe (interpretado por Joe D’Alessandro) e suas desventuras em busca de dinheiro para satisfazer seu vício e seus frustrados encontros sexuais, mal sucedidos devido a uma disfunção erétil fruto do vício em heroína. O filme contém, se formos listar, vários dos mesmos elementos chocantes presentes em *Pink Flamingos*: sexo, violência, nudez frontal, personagens moralmente questionáveis, e um descaso geral para com as leis e às convenções de civilidade e educação. Além de tudo isso, *Trash* gira em torno de personagens viciados em drogas, o que não aparece, ao menos explicitamente, em *Pink Flamingos*. Podemos até afirmar que o uso de drogas está para *Trash* assim como o sexo (e seus respectivos fetiches) está para *Pink Flamingos*, no sentido de que é ao redor dele que orbita todo o potencial ultrajante do filme – não há, por exemplo, cenas de sexo explícito, como em *Pink Flamingos*; as tentativas (frustradas) do protagonista em violentar algumas mulheres são todas visivelmente encenadas. Quanto ao uso de drogas, há cenas quase didáticas de uso de heroína, mostrando toda a complicada *mise-en-scène* do *junkie*, culminando na aplicação da droga.

Por que, então, dedico todo um capítulo para tentar diagnosticar o que há do que pode se chamar de *camp* em *Pink Flamingos*, e não em *Trash*? O que há de tão diferente e ausente em *Trash*, que faz com que ele nem ao menos tenha sido considerado objeto de uma investigação sobre a estética *camp*? O amadorismo está todo lá; até mesmo mais acentuado do que em *Pink Flamingos*. As cenas desfocadas, enquadramentos mal

enquadrados (e que nenhuma pretensão *avant garde* conseguiria justificar), edição primária e som digno de pornochanchada fazem, por comparação, *Pink Flamingos* parecer *Avatar* no que diz respeito ao asseio e à minúcia técnica. O caráter de filme *exploitation* também é imediatamente identificável, tendo no uso de drogas uma proximidade com os primórdios desse gênero cinematográfico proveniente da literatura *Pulp* e/ou *Beat* (como em William Burroughs).

Para entender por que *Trash*, diferentemente de *Pink Flamingos*, é levado a sério (a ponto de ter sido cogitado para uma indicação ao Oscar) creio que é importante dizer que esse é um filme feito sob a tutela de Andy Warhol, estrelando vários de seus *superstars*, que orbitavam a *factory* no início dos anos 70, como protagonistas – interpretando a si mesmos, ou pelo menos personagens com os mesmos nomes e outras tantas características parecidas com eles mesmos. A travesti Holly Woodlawn, por exemplo, tinha um envolvimento romântico na vida real com o ator que interpreta o jovem pelo qual ela se apaixona no filme. O primeiro nome a aparecer nos créditos iniciais do filme, antes de qualquer outra imagem, antes mesmo do nome do diretor, é justamente o de Andy Warhol, como que servindo de *svengali* de toda a produção, conferindo a *Trash*, assim, um estatuto de filme se não sério, ao menos digno de ser levado a sério. Esse tipo de costas largas estava ausente em *Pink Flamingos*, ainda que John Waters de certa maneira possa ser visto como um Andy Warhol periférico, uma vez que era a figura central de uma cena artística (sendo aí o cinema, e não as artes plásticas, a arte em questão) habitada e consumida por uma pequena panelinha, repleta de seus próprios *superstars* (Divine como Nico, ou Edie Sedwick). Os estúdios *dreamland* estavam para John Waters assim como a *Factory* estava para Andy Warhol.

Outra característica que faz com que *Trash* seja visto como algo que vai além da superfície chocante, ou que não se reduz à superfície (como o *camp*) – apesar de Warhol ser o artista que primeiro, ou mais rentavelmente, percebeu o caráter superficial (pop) da sociedade contemporânea, igualando Mao Tse Tung a Marilyn Monroe em uma série de reproduções coloridas – é sua natureza realista e quase documental. O sexo, a violência e o uso de drogas são, no filme, elementos de uma imagem real da vida de indivíduos reais; são meios pelos quais se constroem personagens (Joe, principalmente). O que explica a falta de cenas de coprofagia e incesto em *Trash*. A violência e o choque que ali existem não são

esdrúxulos como em *Pink Flamingos* – por exemplo, os closes nos órgãos genitais aparecem em cenas de sexo ou quando os personagens estão tomando banho, e não gratuitamente durante a festa de aniversário das protagonistas antes da cena de canibalismo.

Pink Flamingos é tão ultrajante e ruim porque se propõe a ousar e a mostrar cenas nunca antes mostradas no cinema a troco de nada, simplesmente para mostrá-las, e o faz de modo tão despreocupado e natural que impossibilita qualquer justificativa. Por mostrar a violência sexual, o incesto e a coprofagia como atividades divertidas e coloridas, *Pink Flamingos* adquire um status que *Trash*, com sua visão sem censuras da vida de um viciado que, por mais banal que possa ser, ainda assim séria, não consegue alcançar.

Podemos concluir, portanto, que a simples presença de cenas escatológicas e/ou graficamente violentas e eróticas não eram suficientes para permitir, ou para suscitar, uma visão *camp* em um filme, nem nos anos 70 e muito menos hoje. *Pink Flamingos* concentra seu potencial *campy* no fato de ser todo imagem e nenhum conteúdo, de quase desprezar o fato de ser um filme para se tornar uma sequência de desafios ao bom gosto feitos pelos atores uns aos outros. *Trash*, apesar de tutelado pelo artista que fez a fama com a superficialidade e unidimensionalidade do mundo moderno, se presta a dizer algo e a contar uma história, e suas cenas violentas e ultrajantes, por serem encenadas por personagens verossímeis (uma vez que eram autobiográficos), requerem certa empatia e aproximação, que desestimula a risada diante da tragédia. Ainda há um caráter *exploitation* muito grande em *Trash*, suas cenas de nudez e uso de drogas no decorrer do filme mostram bem isso, e é possível imaginar colegas conversando sobre ele durante o recreio, ansiando por assistir a cenas de uso de drogas intravenosas e mulheres nuas. Também é possível assistir para aprender como não se faz um filme, em termos de edição, mixagem de som e enquadramento⁶⁵. Mas a construção *a posteriori* que se faz no *camp*, construção essa que gera uma devoção cínica por um produto sabidamente ruim, se encontra ausente em *Trash*, tanto pelo seu viés realista, como disse acima, quanto por sua filiação artística, o que já o posiciona de maneira bastante clara no campo da produção cultural, distante do *camp* (por se tratar de uma obra de arte que, para o que se propunha a fazer, foi bem sucedida).

⁶⁵ Diferentemente de *Pink Flamingos*, no entanto, as atuações em *Trash* foram elogiadas pela crítica (o filme utilizou alguns atores profissionais além das modelos de Andy Warhol), principalmente a de Holly Woodlawn.

A ironia fica por conta de *Trash* ter tido uma recepção muito mais aberta dentro da indústria cinematográfica, sendo um dos filmes mais rentáveis na Europa no ano de seu lançamento, recebendo elogios e sendo alvo de campanhas visando uma indicação ao Oscar (se como protesto ou não eu já não sei), enquanto *Pink Flamingos* nem ao menos foi exibido em circuito comercial, tendo ficado restrito a exibições na igreja alugada por Waters em Baltimore e em poucos cinemas periféricos em Nova Iorque e afins; quase quarenta anos depois, no entanto, *Pink Flamingos*, justamente por ser dotado desse status alternativo e *underground*, é um filme muito mais conhecido, famoso ou infame que *Trash*, que se encontra muito ligado a certo momento da produção artística nova iorquina nos anos 70. Toda a atenção que se dava a *Trash* por suas qualidades dramatúrgicas sérias (ignorando sua precariedade técnica), hoje é toda de *Pink Flamingos* e seus ultrajes imagísticos psicodélicos. É tudo muito irônico.

O que não se pode deixar de levar em conta é o papel do personagem John Waters na construção do mito em torno da obra do cineasta John Waters. O *camp* como gesto aristocrático é a preponderância e o controle do sujeito sobre a ideia que fazem dele e de sua figura pública (no caso, figura midiática). Quando se torna adjetivo aliado a um sujeito que se mostra assim ao mundo, ao invés de verbo aliado à sensibilidade e a um olhar distorcido do outro (como o que verificamos que se pode ter em relação aos seus filmes), o *camp* destitui o canal da recepção de qualquer ação transformadora no objeto e da autonomia de legitimar a sua visão paralela do que a indústria cultural apresenta. *Pink Flamingos* e os outros filmes de John Waters podem ser vistos, recolocados em diferentes pedestais canônicos e relativizados e interpretados das mais diversas maneiras, a fim de torná-los algo importante e digno da devoção que lhes é concedida, mas a persona midiática de seu diretor contém em sua semiótica aquilo que Barthes chamou de fascismo da língua, pois obriga a uma opinião e a uma interpretação fixas: o Dândi da sarjeta, o mestre do submundo e do grotesco, o rei do *camp*, e tudo mais do que ele já foi chamado no decorrer dos anos.

Waters soube muito bem construir o seu personagem amoral e apaixonadamente superficial, amante de escândalos policiais, filmes de terror B e aberrações de circo, e até mesmo seu amor pelo dinheiro, notado aqui anteriormente como signo irrefutável de sua filiação mercadológica, ainda que dentro da penúria do cinema *underground*, parece ser

mais uma das afetações emprestadas de Andy Warhol para a construção de uma figura intencionalmente unidimensional e exagerada: *camp*. Se falta a Waters toda a performance de uma *Drag Queen* ou de um pobre coitado elevado a gênio para o divertimento daqueles que estão por dentro da ironia, a carreira de mais de quarenta anos insistente e ininterruptamente dedicada ao mau gosto pode colocá-lo ao lado de seus ídolos de infância Russ Meyer e Herschell Gordon Lewis (diretores de *Faster Pussycat! Kill! Kill!* e de *Two thousand maniacs*, respectivamente) no olimpo do grotesco, lugar no qual ele parece se sentir bastante à vontade na semi aposentadoria na qual vive atualmente.

Por mais flagrante e deliberada que possa parecer sua tentativa de se tornar um personagem de ficção, John Waters não demonstra, ou ao menos não gosta de demonstrar, muita naturalidade com o conceito de *camp*, mais precisamente na prática essencialmente *camp* da reprodução de uma personalidade a modo de torná-la esquemática e divertida para o observador externo. No decorrer das quase duzentas e cinquenta páginas de *Shock Value*, o termo *camp* aparece apenas três vezes, e em nenhuma dessas vezes saído de sua própria boca (ou máquina de escrever): Waters apenas o menciona ao reproduzir resenhas (boas resenhas ruins, como gosta de chamá-las) de seus filmes. Em um determinado ponto de sua carreira, sua fama de precursor da estética *camp* se estabelece definitivamente e o termo passa ser usado ou como modo fácil e imediato de descrever seus filmes ou aliado a um título de poder ou nobreza a ser dado a Waters pelo conjunto da obra (Rei do *camp*, papa do *camp*, grão-mestre varonil do *camp*). Ao invés disso, ele dedica ao menos um parágrafo para reclamar de ser chamado de diretor *Cult*, o que, segundo ele, não faz sentido algum, pois seguidores de um *Cult* (“culto”) costumam fazer tudo que seu líder manda, e ele acredita que isso não é verdade, caso contrário já teria inserido como mensagem subliminar em seus filmes frases como “mandem um cheque de mil dólares para John Waters” (p. 214). Para ele o distanciamento entre personagem e pessoa física parecia ser bastante óbvio, e era esperado que quem quer que fosse assistir a algum de seus filmes levasse essa diferença em consideração, principalmente ao tentar entender o porquê de ele fazer tais filmes. “Para mim é chocante perceber que alguém leva minha obra a sério (*at face value*)” (p. 237). Apesar da surpresa de Waters, que duvido que seja genuína, opera-se aqui uma das funções principais, se não a única, no *camp*, que, apesar de ser todo construído para soar descompromissado, tem uma agenda bastante rígida e elitista, como já explicamos

anteriormente. O fato, surpreendente ou não, de haver um público que leve John Waters a sério, é a razão pela qual a obra de John Waters é elevada a um patamar muito mais alto do que mereceria caso fosse avaliada por critérios mais ortodoxos de apreciação cinematográfica. O cinema chocante e revoltante de Waters funciona apenas como exceção, e apenas porque há pessoas que não pegaram o espírito da coisa e levam sua obra a sério. A piada não recai, argumentariam alguns, sobre quem come fezes ou quem dirige um filme cuja cena final é a de uma pessoa comendo fezes, mas no caipira que, inadvertidamente, assiste ao filme e se revolta com tamanha imoralidade. É dele que querem se distanciar os adeptos de uma visão *camp* de mundo, uma vez que, em sua opinião, o mau gosto é o último refúgio ainda não maculado pela lógica de mercado.

Como se não tivesse ficado claro até agora, isso só vem confirmar o caráter puramente relativo e retórico do *camp*, que só existe no discurso, e não se sustenta ao ser colocado debaixo de um microscópico epistemológico, por mais negligente que este seja, e é apenas um termo do qual se pode lançar mão de acordo com a conveniência e com critérios bastante subjetivos. É uma boa saída para um modo de distanciamento estético que se viu invadido por tudo aquilo de que queria se afastar, seja o senso comum ou o mercado, caso queiramos conferir a ele um aspecto indissociavelmente *underground* e panfletário, aspecto esse que já percebemos que se encontra ausente no caso de *Pink Flamingos*. Assim como em todo movimento (não que eu esteja chamando o *camp* de um movimento, mesmo pelos critérios menos rigorosos que existem), uma vez que perde sua relevância como gesto de afirmação (negativa, no caso: “eu recuso o sistema de valores estéticos vigente. Não acho que ele seja o suficiente para atender aos meus anseios e expectativas”), tudo que sobra nele é o seu conteúdo, a obra em si, o que muitas vezes pode ser mortal para sua sobrevivência. Jack Kerouac, por exemplo, fazia questão de dizer que nunca foi *Beatnik* após o conceito cair nas graças de Hollywood e passar a ser lugar comum. No caso de John Waters, o deslocamento provocado por uma recusa poderia nos levar a questionar sua obra por outra ótica, destituindo-a do viés potencialmente libertador do *camp*. Mas, uma vez que percebemos que essa recusa é apenas mais um momento da construção da identidade especial e única que ele sempre buscou, devemos continuar levando em conta os seus

filmes pelas regras do jogo *camp*: a superficialidade e o mau gosto elevado ao mesmo nível de tudo que há de belo no vocabulário audiovisual cinematográfico.

Outra observação que não pode deixar de ser feita quando nos deparamos com uma discrepância semântica entre artista e crítico (o *Cult* usado por Waters *versus* o *Camp* usado pelos seus críticos e por mim até agora) é a de que justamente por seu relativismo e falta de rigidez, pode ser usado em diversas situações, cobrindo indiscriminadamente uma área epistemológica bastante extensa (o que em inglês se chama de conceito-guarda chuva). As diversas subcategorias do *camp* que tentei definir até agora são prova disso, e a própria insistência de certos textos em tratarem o *camp* como fenômeno ligado especificamente ao movimento gay⁶⁶ são prova disso. Portanto, é com alguma cautela que devemos nos ater a definições como “*camp gay*”, ou “*camp inocente*” ou qualquer outra subcategoria que eu vá apresentar aqui, pois ele não é algo que possa ser muito bem sedimentado teórica ou empiricamente, e nem que seja defendido com unhas e dentes pelos seus mais fiéis representantes. Como todo exemplo de *camp*, o conceito de *camp* é descartável sem maiores apegos emocionais.

Conclusão: Algumas características podem ser elencadas a fim de se tentar entender o que faz de *Pink Flamingos* um objeto da sensibilidade *camp*. Primeiro, o fato de o filme mostrar tudo aquilo que ele mostra (de novo: sexo explícito, nudez, assassinato, canibalismo, bestialismo, tortura, estupro, atentado violento ao pudor e coprofagia, além do desprezo por toda e qualquer convenção moral que possa haver em nossa sociedade), se afastando da grande maioria dos filmes convencionais e satisfazendo o desejo dos fãs de muitos gêneros do cinema alternativo de uma só vez (ex: exploitation, terror, erótico e toda sorte de filmes amadores em geral), e também por fazê-lo de maneira tão leve e superficial (o triunfo da aparência sobre a essência do qual falava Susan Sontag). Divine come os restos mortais dos policiais mandados pelos Marble para investigar sua festa de aniversário, mas nunca perde o charme e a exuberância; ela julga e executa os Marble por “*assholism*” em seu vestido de gala justíssimo sem nem ao menos se preocupar com as consequências

⁶⁶ Tratamento esse que é forte o suficiente na academia para provocar ressonâncias no senso comum, no retrato metalinguístico do *camp* feito pela cultura pop e na imprensa de maneira geral, que costuma definir o *camp* como “a versão gay do brega”. Definição essa que, por mais sucinta e lacunar que possa ser, é eficaz, ainda mais por se tratar de algo que por definição é superficial e precário.

que seu ato possa vir a ter em um mundo totalmente inverossímil. É a sua relutância em levar a sério todo o horror que mostra que confere à *Pink Flamingos* um status *camp*. Portanto é o *ethos* do filme o mais importante para sua filiação *camp* no decorrer dos anos, e não o conteúdo de violência moral e imagética que ele carrega. Ao final do filme, Divine teatraliza todo esse conceito ao comer fezes de cachorro em meio a poses de estrela de cinema para a câmera, gesto que, ao ser lido como metáfora, automaticamente destitui a obra da pureza sincera que até então atribuíamos a ela. Estamos todos comendo fezes de cachorro e adorando; essa moral da história inaugura um paradoxo, uma vez que ao se transformar em reflexão e sátira, *Pink Flamingos* deixa de ser representado pelas fezes, e deixa, portanto, de ser *camp*. Devemos olhar para essa cena com todo o horror e ânsia de vômito denotativos que ela merece, sem simbolismos grandiloquentes a respeito das fezes de cachorro.

Rir de tamanha violência pode justamente ser parte importante desse aspecto libertador que o *camp* parece ter. Não tendo que compartilhar de uma mentalidade dicotômica, maniqueísta, de todos os valores pequenos burgueses, cristãos, o espectador pode, juntamente com John Waters, se ver no comando dessa relação de consumo cultural, geralmente tão desfavoravelmente vertical para o seu lado.

3. Batman e Robin *versus* Adorno e Horkheimer

Como já disse anteriormente e deixei claro já no título desta dissertação, o exemplo mais óbvio que se pode ter de *camp* é a série de TV narrando as aventuras de Batman e Robin, produzida entre 1966 e 1968 nos EUA. Caso você se veja prensado contra a parede ou forçado a explicar sobre o que é sua tese de mestrado para um público que possa não estar familiarizado com o conceito, este exemplo é uma verdadeira benção; há uma identificação imediata com a estética do seriado, que parece funcionar como um signo bastante completo e autônomo no imaginário popular. Uma vez solto durante qualquer explicação sobre a natureza do *camp*, todos entendem basicamente do que se trata: algo colorido, relativamente mal realizado, banal, produzido em massa (mais de 120 episódios em apenas dois anos) e divertido por todas as razões erradas; algo que você odiaria se fosse obrigado a assistir na infância, mas cujos episódios baixa da internet com o maior prazer durante as longas tardes de ócio do outono de sua pós-adolescência eterna – o *camp*. E isso basta para situar os desavisados sobre o que está se discutindo.

Para melhor compreender esse seriado, portanto, iniciarei aqui uma breve leitura sobre ele, destacando os pontos que o fazem assim tão *camp*. Mais especificamente, tratarei dos episódios *The Joker is wild* e *Batman is Riled*, da primeira temporada da série, que mostram a primeira aparição do arquiinimigo do Batman, o Coringa.

Para os que por algum motivo possam não estar familiarizados com a dinâmica e a estética desse programa, um breve resumo: Adam West é Bruce Wayne/Batman e Burt Ward é seu *sidekick*, Dick Grayson/Robin, e quando eles não estão atarefados com alguma atividade gratuita e trivial (como aulas de piano) na mansão Wayne, se encontram, a pedido do sempre incompetente comissário Gordon, frustrando os planos estupidamente mirabolantes de uma série de vilões carnavalescos: o Coringa, o Pinguim, o Charada, a Mulher Gato, etc.

Os episódios sempre seguem um mesmo esquema básico: na primeira parte o vilão é apresentado (ou é mostrado como ele conseguiu fugir da prisão desde sua última aparição), seu plano teatral é colocado em ação, ocorre o inevitável entrevero físico com Batman (no qual uma corja de capangas genéricos são impiedosamente surrados), que acaba por ser capturado e amarrado. O vilão então explica de que modo seu sadismo vai se concretizar no

fim idiossincrático (e nada prático, como observado em diversas paródias posteriores) que ele pretende dar ao herói e a seu escudeiro. O episódio termina com um *voice-over* acentuando o suspense, temendo pelo destino do herói e fazendo perguntas retóricas que aparecem em letras tremelicantes na tela, lembrando os telespectadores que o final da aventura será transmitido no dia seguinte, no mesmo (bat) horário e no mesmo (bat) canal.

O segundo episódio mostrava como Batman e Robin escapavam do fim (não-morte) que os esperava, voltavam para a batcaverna, e retornavam para terminar de uma vez por todos com o vilão em uma sessão de pugilato acompanhada pelas onomatopeias coloridas dos socos piscando na tela.

Qualquer tentativa de transpor não apenas a linguagem dos quadrinhos, mas também seu visual sem alterações para o mundo real, corre um grande risco de fracassar, de se tornar ridícula e passar a fazer parte do cânone do *camp*⁶⁷. Como se isso não bastasse, há no seriado do Batman certos ruídos que apenas contribuem para seu status. Assim como em *Pink Flamingos*, não se pode ignorar certa precariedade técnica, seja no figurino dos personagens (a roupa de lycra grudava no corpo de Adam West de modo a revelar todo o esplendor de sua falta de forma física. Cesar Romero, intérprete do Coringa, se recusava a raspar o bigode para o papel, e o apetrecho facial fica visível por trás da maquiagem branca, lembrando o telespectador a toda hora o grau acentuado de artifício e improvisado que permeou a produção do programa). Em sua defesa, o seriado não pode nem ao menos dizer, como John Waters, que se tratava de uma produção caseira: o programa foi ao ar pela rede Fox, uma das três maiores dos EUA. Além de questões puramente pontuais (a barriga do Batman, o bigode do Coringa, os efeitos especiais primários, ainda que espertos, como o que fazia Batman e Robin parecerem estar escalando um prédio quando na verdade estavam na horizontal sendo gravados por uma câmera deitada de lado), o que assombra a série de TV é a própria definição de superficialidade e artificialidade da qual falou Susan Sontag (apenas alguns anos antes de a série estrear).

A primeira dessas características é o que parece ser a tentativa de devolver o personagem às histórias em quadrinhos de onde veio. O que se vê são pessoas de carne e

⁶⁷ Talvez esse tenha sido o erro fundamental de filmes baseados em quadrinhos considerados “sérios”, como *Watchmen*, de 2009, no qual a pretensão e a paranoia nuclear da HQ original, ao ser mostrada sem alterações, soou cafona e constrangedora. Como veremos adiante, ao contrário de Batman, *Watchmen* corre o risco de ser enxergado como um belo exemplo de *camp* “Inocente”.

osso tentando se passar por personagens de desenho animado (a abertura da série, feita em desenho animado, ao som de sua música tema que todos temos na cabeça até hoje, era a parte menos colorida e sem sentido do episódio), como que abrindo mão de sua tridimensionalidade em nome da indústria⁶⁸. A cena inicial de *The joker is wild* ilustra bem este ponto: enquanto joga uma inocente partida de *softball* na prisão, o Coringa recebe uma bola explosiva que, ao ser detonada, enche o pátio da penitenciária de fumaça, fazendo que os guardas de plantão não consigam enxergá-lo sendo catapultado por uma mola gigante rumo à liberdade. O recurso da mola gigante denota o caráter inverossímil, e não apenas fictício, da trama. É nesse ambiente repleto de *gadgets* absurdos (o bat-repelente contra tubarão que Batman convenientemente saca do cinto de utilidades quando é atacado por tubarões é um exemplo) povoado por personagens esdrúxulos movidos por paixões inexplicadas, que o *camp* encontra campo fértil para se propagar. Talvez até mais do que no fracasso, é nas lacunas que certo esforço semiológico da visão *camp* de mundo entra em ação. Tudo que parece ser fruto do acaso ou da incompetência (seja na produção ou no roteiro) acaba por ser tomado como marca de realidade e amamentado. O habitat natural de prática *camp* baseada na repetição e no detalhe banal é a TV: suas infinitas reprises e a negligência emocional com a qual nos entregamos a ela possibilitam o aparecimento desse tipo de observação sobre o inconsciente ótico, a metalinguagem e o quase-nada genial. E esse seriado do Batman é cheio desses momentos, e sua inverossimilhança e a decantação popular de certas referências artísticas (*pop art*) ou contraculturais (as referências à cena musical da década de 60 aparecem aqui e ali em alguns episódios de maneira paródica e banal) aliados a um espírito de leveza intencional⁶⁹ e à suspensão de certas leis da física típica dos desenhos animados, conferem a ele esse ar de irrealidade que é a primeira marca *camp* a ser notada. Se as suas histórias em quadrinhos estavam começando a se tornar mais sombrias em meados dos anos 60⁷⁰ e tentavam mostrar Batman habitando o mundo real,

⁶⁸ Gesto que se parece muito com as declarações de Andy Warhol sobre como tanto ele como sua arte era puramente unidimensionais, e que para entendê-lo bastava olhar para uma foto sua, pois não havia nada além de sua imagem para ser entendido.

⁶⁹ Aos produtores foi pedido que a série tivesse um ar *campy*. Talvez isso explique tudo; de como o termo já frequentava o vernáculo da indústria cultural nos anos 60 e de por que, afinal de contas a série é tão *campy*: é porque queriam que fosse. Alguns elementos eleitos como signos a serem explorados e mimetizados ironicamente, no entanto, foram puramente acidentais, não entrando no plano *campy* inicial que se tinha em mente. O fato de o super-herói estar completamente fora de forma, por exemplo.

⁷⁰ Durante a época em que a série de TV estava no ar, no entanto, as histórias em quadrinhos também ficaram mais leves. Mas logo que sua encarnação televisiva passou a dar sinais de queda na audiência, as HQs

violento, com vilões mais inescrupulosos e menos folclóricos, na TV Batman fazia o caminho inverso e apresentava doses semanais de psicodelia formulática sem sentido (aproveitando a recém-lançada tecnologia da TV em cores): tornava-se teatral, no pior sentido da palavra. Essa aura de fantasia alcançará todas as leituras possíveis deste programa de televisão, e é a partir dela que temos que tentar entender como se dá a presença de uma visão *camp* tão indelével como a que identificamos aqui.

Também se pode ressaltar outro signo que contribui para o estranhamento do espectador diante das aventuras de Batman e Robin: a metalinguagem, apesar de recurso comum em programas de televisão em que não se pretende estabelecer um pacto de realidade com o espectador – como o que há nos filmes (também presente em artes menos submetidas à indústria, como no teatro, ou, em menor escala, na ópera), em *Batman: the TV series* (nome original do programa) –, desempenha um papel de maior destaque⁷¹. As aparições de elementos de cena ou diálogos que se referem ou ao próprio programa ou à linguagem das HQs são frequentes. Desta última, a série de TV herdou o recurso rápido e definitivo do balão explicativo e da marca semiótica, usados para nomear e explicar coisas; os diversos aparelhos eletrônicos utilizados por Batman e Robin na Batcaverna têm, por exemplo, uma placa com sua função principal escrita em grandes letras pretas, para que os protagonistas não tenham que perder tempo apresentando-as ao telespectador. Um osciloscópio tem uma grande placa escrita “osciloscópio” em cima dele, assim como o quadro de Van Gogh tem uma placa similar em um episódio posterior no qual o Coringa ataca um museu disposto a arruinar todos as pinturas com uma pistola de tinta. Ao mesmo tempo em que remete aos quadrinhos, transforma a coisa em sua pura funcionalidade, em “coisa” dotada de um sentido que tem de totalitário tudo que tem de prático. Assim como as explicações quadrinísticas (equivalentes a balões de narração nos quadrinhos, que na verdade não têm formato de balões, mas de retângulos fixos no alto de cada quadrinho) as

voltaram ao rumo mais sombrio que já tinham tomado antes, principalmente devido aos desenhos mais realistas e fotográficos de Neal Adams. Essa tendência acabou por se radicalizar a ponto de fazer com que Batman acabasse por ser protagonista da maioria das experimentações estilísticas adultas dos anos 80, devido à aura sombria e misteriosa que adquiriu nos anos posteriores à série de TV. Como exemplos, a mini série *O cavaleiro das trevas*, de Frank Miller, e as *graphic novels A piada mortal*, de Alan Moore, e *Asilo Arkham*, de Grant Morrison.

⁷¹ Para atestar a importância das interrupções externas basta dizer que a voz do *voice-over* onipresente no início e no final de cada episódio (e pontuando determinados momentos chave da trama) era William Dozier, criador, diretor e roteirista principal da série.

onomatopeias que pulam da tela durante a briga final⁷², como uma apoteose da violência divertida, também podem ser vistas como intromissões dos quadrinhos na série de TV, contribuindo para aumentar a sensação de artificialidade que paira durante todo o episódio (Figura 3)⁷³



Figura 3 - "Crrack!", diz a televisão.

Além disso que podemos (ou não) chamar de metalinguagem externa (pois fala de uma linguagem que não é aquela através da qual está sendo transmitida a mensagem), há também ocorrências frequentes de autoreferencialidade. Mais uma vez, não se trata de uma exclusividade desse programa específico (nem ao menos das séries de ficção, muito menos da televisão), visto que a criação de temas, situações e falas recorrentes (bordões) pode ser

⁷² Faço aqui uma diferença entre a briga infantil de Batman, que se assemelha muito a um espetáculo de luta livre (outro produto sempre aliado ao *camp* inocente), com os vilões, de repente se vendo desprovidos de atenção enquanto Batman e Robin se ocupam de sua legião de capangas idênticos (como ninjas em filmes de kung fu), se jogando em cima dos heróis sem nenhuma atenção para com nenhuma modalidade de arte marcial organizada e a luta, também minimamente coreografada, impecável, precisa, barulhenta e, no final das contas, estéril presente nas encarnações cinematográficas posteriores de Batman, sobre as quais falarei mais adiante.

⁷³ Uma marca cronológica a ser notada é o fato de o recurso onomatopeico visual, durante décadas estigmatizado como um dos elementos ridículos do seriado do Batman, ter reaparecido aos olhos do público, devidamente remodelado e dotado da carga nostálgica (que a tudo perdoa) que era esperado em *Scott Pilgrim contra o mundo*, filme de 2010, também baseado em uma história em quadrinhos. No filme, as cenas de luta do personagem título são pontuadas por onomatopeias como as do seriado de Batman, que em sua nova encarnação não apenas piscam na tela como também fazem piruetas e interagem com o cenário (saindo de trás de um prédio, se espatifando em uma parede, etc.). A celebração do signo do excesso televisivo de Batman nos anos 60, tendo passado anos como uma piada exclusiva para um grupo de iniciados (em contraposição àqueles que as achavam simplesmente feias, ou mal feitas), volta como recurso audiovisual legitimado pelo teste da história (chamado de “clássico”) e pela audiência (pelo menos é isso o que ela pensa, diria Adorno (2008, p. 196)

observada também em outros lugares, e serve tanto para familiarizar o consumidor quanto para otimizar o custo e o tempo de produção das obras (em uma abordagem puramente frankfurtiana do assunto). Aqui ela aparece sob algumas formas diferentes: nos bordões de Robin, que obedecem sempre à mesma lógica do prefixo “santo” aliado a algo que diga respeito às dificuldades que os heróis estejam passando no momento (“Santa gramática, Batman!” [*Holy Grammar, Batman!*], Robin exclama em *Batman is riled*, após o Coringa apresentar uma pista da localização de seu próximo crime através de um jogo de palavras a ser desvendado), que denotam também o tom humorístico e escrachado (intencional) do programa, também na narração externa que acompanha a trama e principalmente a que fecha o episódio elencando com alarmismo crescente os perigos que Batman e Robin estão passando durante esse momento de *cliffhanger*. No caso de *The joker is wild*, após serem capturados pelo Coringa durante uma apresentação de ópera⁷⁴, as legendas são: “Could this mean curtains? Will the identities of our dynamic duo be revealed to the whole world? Is this the end of their careers as crimefighters? Can they avert disaster?”, seguido dos mesmos dizeres de sempre “respostas amanhã, mesmo horário, mesmo canal” (pronunciados “Bat-horário” e Batcanal” pela voz). Esse é o momento chave do episódio, não apenas em seu eixo diacrônico, referencial, como também na afirmação do programa como farsa. Ao abdicar da isonomia que a distância narrativa proporciona e estabelecer uma comunhão direta com a criança telespectadora (Batman e Robin são “Nossos heróis”, não os heróis da Gotham City que, afinal de contas, para a minha surpresa, não existe) e ao se preocupar em lembrar quando tudo será resolvido (amanhã, mesmo horário, mesmo canal) há, simultaneamente a quebra da chamada quarta parede e o programa passa a ser não mais sobre as aventuras de Batman e Robin, mas sobre um programa sobre as aventuras de Batman e Robin. Batman deixa de ser apenas um personagem infantil⁷⁵ e passa a ser

⁷⁴Durante a apresentação, na qual canta *ridi plagliaci*, para não revelar sua identidade, o Coringa usa uma máscara de palhaço. A mesma máscara foi usada por Heath Ledger na primeira cena de sua versão mais atormentada e “adulta” do Coringa em *O cavaleiro das trevas*, de 2008. Mais um signo que se desloca do mundo do ridículo ao repertório industrial cultural sendo mediado pela ironia praticada pelo *camp*.

⁷⁵ Ainda que dotado de pulsões e delineamentos psicológicos bastante fortes e complexos, o que poderia torná-lo – mas mais uma vez apenas em uma visão posterior – um personagem muito mais tridimensional; um homem que devido ao assassinato dos pais resolve combater o crime fantasiado de morcego, animal do qual ele sente pavor, e enfrentar vilões temáticos coloridos na companhia de um adolescente seminu, tem um potencial fantástico como personagem de ficção. Seu desfile de neuroses explícito, mas pouco abordado (a não ser nas supracitadas *graphic novels* “A piada mortal” e “Asilo Arkham”, dos anos 80) faria de Batman um protagonista perfeito para os filmes de certos diretores. Elementos mais verossímeis de sua origem, como o assassinato dos pais, no entanto, foram omitidos na série de TV.

visto como um ator de meia idade fora de forma interpretando um personagem infantil. A vista grossa para certas licenças poéticas demais que fazemos inconscientemente quando apreciamos obras de ficção é imediatamente suspensa, e elas passam a ficar sob o olhar pouco compreensivo do espectador metamorfoseado em consumidor, e sua relação sadomasoquista com a cultura passa a valer a partir do momento em que a obra se afirma como coisa, que pode ser tanto execrada quanto redimida ou alçada a glórias que ela nunca mereceu. A questão parece então ser quem realiza tal gesto: a indústria cultural ou seus nichos de resistência autônomos? Enfim: Adorno e Horkheimer ou Raymond Williams?

Essa consciência de que na verdade é um programa de televisão também pode ser observada nas atuações intencionalmente exageradas e teatrais dos atores. Ao mesmo tempo em que tem os planos mais infantis e banais do mundo frustrados por Batman, Coringa emprega sua voz mais empostada para dizer falas como “What kind of sorcery is this? There was enough paralyzing gas in that bottle to keep an ordinary man asleep for hours!” (Figura 4). Batman, por sua vez, geralmente responde na mesma moeda, antes de partir para a violência. Já quando encarnado em sua persona civil, do milionário Bruce Wayne, ele prefere se entregar a reflexões vazias e *innuendos* a respeito de sua identidade secreta, ditos com um olhar de cumplicidade para Dick Grayson/Robin, seu protegido. É fácil perceber como isso pode soar datado ou cafona aos ouvidos de qualquer um que não seja uma criança, para a qual o diálogo passa despercebido a maior parte do tempo. O paralelo mais óbvio que pode ser feito aqui é com as atuações, também teatrais, em *Pink Flamingos*, das quais falamos anteriormente. Aqui é fácil diferenciar a falta de destreza dramaturgica dos atores do filme de John Waters (não apenas amadores, mas também em alguns casos com dificuldades reais de comunicação, como no caso de Edie, a mãe de Divine) e o exagero *camp* calculado dos atores de Batman, mesmo que dotados de diferentes graus de talento; Batman e Coringa se mostram bastante confortáveis em seus papeis, enquanto Robin por vezes soa deslocado e sincero demais em sua revolta contra o crime, como se não tivesse entendido a piada. Em *Pink Flamingos* as falas pausadas e declamadas com seriedade exagerada, como se ditas por alguém sob o efeito de hipnose, eram índices do amatorismo do filme. Ao contrário de seu roteiro, fotografia, maquiagem e *ethos*, a atuação não foi controlada por John Waters, e portanto não passou pela sua visão de mundo incomum (o mundo como espetáculo, como fica claro no capítulo sobre sua

obsessão por julgamentos de fanáticos religiosos e *serial killers*, aos quais comparecia com insistência religiosa). Já no caso de Batman não se pode inferir a partir das atuações que o fracasso da série sob o ponto de vista sério (mesmo quando levado em conta o fato de ser um programa infantil) tenha sido involuntário. As atuações funcionam como uma aproximação, mais uma vez, com o mundo bidimensional das histórias em quadrinhos, no qual a verdade só passa a existir a partir do momento em que é anunciada. Quando transposta inalterada para a boca de pessoas de carne e osso ela soa deslocada e falsa, e esse foi justamente o objetivo da adoção dessa interpretação inverossímil: para servir como mais uma marca de irrealidade dentro do programa.



Figura 4 - Coringa usando seu talento dramático para o mal.

Essas ocorrências de metalinguagem explícita atuam como uma capa de sentido no que podia ser apenas uma obra de ficção ruim. Essa pode ser a prova definitiva de que se trata de um *camp* deliberado, intencional; ao ser não apenas metalinguístico como pouco sério (irônico, na falta de palavra melhor), o programa (e seus produtores) passa a deter grande parte da reflexão, e posterior chacota, sobre ela. Isso desarma em parte o princípio *camp* de inverter (ou ao menos ignorar) um signo sincero de gosto duvidoso, tomando-o cinicamente por algo bem sucedido. O *camp* consegue rir de uma torta na cara de um homem sério, mas não retira nenhum prazer da torta na cara do palhaço. E nunca ri de si mesmo, pois só pode existir se puder ser tomado como parte indissociável de uma personalidade magnética; a partir do momento em que é identificado como coisa, perde seu

(teórico) potencial libertador (do qual falam tanto o movimento gay, que toma para si o monopólio da teoria e prática do *camp*, quanto os herdeiros, acadêmicos ou não, do artigo de Susan Sontag). Portanto, o fato de o programa perceber-se como tal serve como passagem da inocência à ironia, e, através da metalinguagem, revela o seu inverso, que é a conotação (BARTHES, 2009); a primeira é composta, utilizando o jargão saussuriano por um momento, de um significado composto por um signo de um lado e um significante “puro” do outro, e na segunda, o elemento composto é o significante, que por si só já é composto de um signo anterior completo, ao qual é atribuído um significado posterior e não-arbitrário.

A leitura mais forte que parece acompanhar uma visão conotada (ainda que partindo de um programa que, como já vimos, tem grande dose de autoironia) de Batman, no entanto, é aquela que vai culminar em uma visão homoerótica ou sadomasoquista do seriado. É a aplicação de certa dose de psicologia de dona de casa (o que hoje é conhecido, talvez por suas aplicações nos mais diversos produtos, como psicologia pop) à dinâmica do seriado. Como já disse antes, o *camp* parece proliferar em produtos que apresentam lacunas conceituais ou perguntas mal respondidas para seus consumidores. No caso, a leitura de Batman como literatura erótica acontece em um segundo momento, quando finalmente pensamos ter encontrado uma chave de interpretação que desvende justamente todas essas lacunas que não percebíamos direito quando mais novos, mas que acabavam por nos incomodar e nos dar a sensação de que ali faltava algo. É por essa razão que obras herméticas e de pouco diálogo com o mundo que as rodeiam têm mais facilidade de evitar cair nas graças de uma interpretação *camp*. Tanto as especulações sobre a vida homossexual de Batman, seja com Robin ou com Coringa, se encontram hoje presentes no imaginário popular e têm que ser evitadas à força por qualquer tentativa de mostrar o personagem de maneira mais séria, longe da luz da fofoca e da maldade. O resultado, quase sempre, elimina os sinais mais óbvios do repertório da performance gay⁷⁶, mas não consegue se livrar do subtexto nos olhos dos espectadores, já viciados por uma opinião solidificada durante décadas. Batman deixa de ser gay e passa a ser um gay enrustido, cujos

⁷⁶ Como a armadura que simulava o abdome definido de um fisiculturista, incluindo mamilos, que Batman usou nos filmes dirigidos por Joel Schumacher (quando foi interpretado tanto por Val Kilmer quanto por George Clooney), vistos como uma tentativa de retorno a certa leveza presente na série de TV. Mais a respeito das diferenças entre o *camp* do Batman televisivo e as tentativas de ressuscitá-lo no cinema, mais adiante.

desejos são expressos através de atos falhos, adoção de uma postura caricata de homossexual e obsessão pela violência e pelo contato físico direto com seus oponentes⁷⁷.

Em *Batman: the TV series*, estão presentes tanto explícita quanto implicitamente signos da opção sexual de Batman: a sunga verde de lycra de Robin suscita fantasias e dúvidas sobre a razão pela qual os dois heróis moram juntos sem nem ao menos serem parentes (Robin é órfão, seus pais eram artistas de circo, e Batman, observando a destreza e a habilidade do rapaz no trapézio, chamou-o para morar com ele, já pensando em transformá-lo em Robin. A relação dos dois, portanto, é, para todos os efeitos, puramente profissional), ao mesmo tempo em que observamos Batman trocando socos tão apaixonadamente com um Coringa que tem como único objetivo chamar sua atenção (seus crimes são sempre noticiados. Em *Batman is riled*, o Coringa sequestra um canal de TV apenas para poder dar a Batman dicas de qual será o seu próximo golpe e ter a certeza de que ele receberá o recado). A dinâmica da relação dos dois, sadomasoquista, neurótica e carnal, ainda que escondida atrás da ação ininterrupta do seriado, é um subtexto óbvio, pronto para ser deslocado para o primeiro plano.

Paralelamente a essa visão vertical do seriado (pois parte de um arsenal interpretativo adulto para revelar o princípio dialético de uma série infantil e não para denunciar os valores que poderiam estar sendo passados para as crianças⁷⁸, mas apenas para satisfazer uma vaidade intelectual) que tem por objetivo enxergar um viés gay na mitologia de Batman e Robin, os desejos homossexuais e sexistas (bastante populares nos anos 60) também têm para agradecer ao seriado do Batman e Robin por proporcionar-lhes o que é geralmente chamado, com ou sem razão ou rigor semântico, de ícone do fetiche masculino: a mulher gato, interpretada por Julie Newmar. Em um mundo no qual a mulher ou não existe ou é um objeto inanimado usado pelos vilões (em *The joker is wild* o Coringa perde a paciência com a estreiteza da mente de sua ajudante, que ao final de *Batman is riled* tenta, sem sucesso, seduzir Batman para não ser presa [figura 5]), a Mulher Gato oferece tanto a

⁷⁷Nesse caso os exemplos são os dois últimos filmes do personagem, nos quais ele é interpretado por Christian Bale, e possui uma voz rouca e a eficiência brutal e impiedosa de alguém preso na fase anal.

⁷⁸ Como o triunfo do capitalismo em *Flintstones* e *Jetsons* (sendo visões sobre as duas pontas do espectro cronológico, pré-história e futuro altamente tecnológico, os dois desenhos apresentam o *american way of life* como atávico, natural ao homem, pois, por estar presente em cenários tão distantes teria passado pela prova da história e nem poderia ser enxergado como patologia social durkheimiana) ou o racismo e a intolerância religiosa justificados pela supremacia bélico-industrial e ode ao iluminismo em *He-man and the masters of the universe*.

afirmação feminina em um mundo bruto (ainda que assombrado pelo espectro *camp* da pose) quanto a personificação de fantasias machistas de submissão feminina. No primeiro caso, essa afirmação do feminino só consegue existir quando é introduzida a partir de estereótipos sexistas da mulher-objeto elevados à segunda potência da fantasia (literal) de gato. No segundo caso, a submissão da mulher ao mesmo tempo objetificada e embrutecida (pois segue as regras do mundo masculino) se dá através da realização de uma fantasia (sexual) de dominação. Seu vestido apertado (que ao contrário da fantasia de Batman, revelava um corpo atraente, ao invés da flacidez burguesa de Adam West) de couro preto evocando o gato, figura totêmica erótica fundamental, colocava-a ao mesmo tempo em uma posição de poder e de vítima de um mundo grosseiro de adultos que se comportam como crianças. A presença da mulher gato oferece uma alternativa para a dinâmica cansativa de pega-pega de Batman não apenas com Coringa, como com todos os seus antagonistas. Sai a violência e o jogo de adivinhação salpicado por momentos de pugilismo mal coreografado e entram uma série de sentimentos contraditórios na trama e na mente de Batman; o jogo sexual do qual ele é prisioneiro é controlado por ela; e os heróis passam a ter que lidar com um mundo menos maniqueísta do que aquele a que estão acostumados. Assim como a suposta vida secreta de Batman e Robin como casal, a figura da mulher gato como fetiche masculino também passou a fazer parte da mitologia de Batman, e hoje pode ser imediatamente reconhecida em fantasias, de carnaval ou sexuais. Tal é o estatuto *sui generis* da Mulher Gato dentro do imaginário ligado à série de TV, que ela foi o único elemento aproveitado, sem alterações muito significativas, pelo diretor Tim Burton em sua visão mais sombria e sisuda do Herói, em *Batman Returns*, de 1991. No filme, Michelle Pfeiffer interpreta uma mulher gato tão positivamente sexualizada quanto a de Julie Newmar quase três décadas antes, e mesmo o ar gótico chique que Tim Burton fez questão de imprimir (assim como faz em todos os seus filmes) só fez aumentar a força de seu personagem no início de uma década obcecada pelo lado mais lúdico e divertido da sexualidade humana. Houve ainda a tentativa de lançar a Mulher Gato como personagem solo no cinema, em filme estrelado por Halle Berry. Ironicamente, a falta do apelo *camp* e a tentativa de inserir a personagem na narrativa mais direta do gênero de ação fizeram do filme um dos maiores fracassos de bilheteria da história do cinema (tendo como base o orçamento do filme *versus* arrecadação final: custou \$100 milhões, arrecadou \$40

milhões⁷⁹), rendeu prêmios de pior atriz à Halle Berry (que, muito inteligentemente, aceitou a premiação e a usou como autopromoção), e hoje, visto através de uma ótica de um *camp* inocente (ou seja partindo do fracasso sincero da tentativa de lançar um *franchising* de ação), tem certo número de admiradores.



Figura 5 - Não podendo recorrer à violência física, Batman se vê em apuros.

A importância de enxergar intromissões de privacidades sexuais ou arquétipos fetichistas no seriado de TV do Batman é inseri-lo no discurso de um *camp* exclusivamente gay apolítico, longe da discussão posterior a respeito de suas potencialidades revolucionárias. Trata-se aqui de um *camp* na mesma linha da admiração por Liza Minelli em *Cabaret* ou Barbra Streisand (seja lá onde for), antes de afirmação positiva de uma identidade social livre de noções antiquadas de gênero e comportamento, expressão pura do gosto pelo artifício. Julie Newmar é um ícone gay, e a pressuposição de que Batman e Robin formam um casal pode ser encarada se não como uma vitória, pelo menos como uma intromissão de um estrato social até então muito pouco representado na televisão. O subtexto gay de *Batman: the TV series* pode ser visto como o primeiro contato que a ideia de *camp*, expressa aqui pela “montagem” dos personagens, pelas suas personalidades rasas e unidimensionais, teve com o grande público. Sua popularização, a ponto não só de ele passar a fazer parte do arsenal narrativo de qualquer comédia cinematográfica ou televisiva (e estar quase indelevelmente impregnado na musica pop), mas também do arsenal

⁷⁹ Fonte: *Imdb*

semiótico de qualquer pessoa física, começou aqui. Se dois anos antes Susan Sontag ainda falava do *camp* como um código secreto compartilhado por um grupo de pessoas não captadas pelo radar da indústria, a partir de 1966, com o sucesso⁸⁰ de *Batman*, os produtores de TV e os telespectadores passaram a se familiarizar com a ideia de que assim como o bom, o ruim pode ser transformado em entretenimento. Se em *Pink Flamingos* o tema gay está explícito (o personagem principal é interpretado por uma *Drag Queen* fazendo o papel de uma mulher), assim como o mau gosto e a rejeição de todos os bons costumes (Divine comendo fezes de cachorro no final do filme), *Batman* conseguiu inseri-los no gosto popular de modo mais sutil e calculado; o espírito livre da encenação gay foi espalhado por todos os elementos da série, sem nunca se revelar, e o mau gosto, voluntário ou não, era praticado em doses muito mais homeopáticas do que no filme de John Waters. Em ambos os casos podemos enxergar as duas categorias básicas de *camp* que, ainda que relutantemente, defini anteriormente: o gay e o popular. Isso faz os dois se situarem em um momento de transição dessa visão de mundo na qual um apelo puro ao mau gosto ainda não conseguia ser vendido como entretenimento sozinho, e precisava do arcabouço teórico e prático de um estrato social. Em *Pink Flamingos*, apesar de posterior, esse processo se encontra atrasado em relação a *Batman*; a ideia de montagem e ressignificação de gêneros e identidades sociais (não obrigatoriamente ligadas à opção sexual em si, mas a expectativas burguesas que estavam ali sendo contestadas) serve de suporte a todas as expressões do mau gosto, da escatologia e do grotesco. Já *Batman* possibilita uma leitura puramente *camp*, sem passar pela discussão da luta por reconhecimento da comunidade gay, que muitas vezes, como vimos em Richard Dyer, pode cair em um marxismo pouco eficiente que ignora completamente o princípio frankfurtiano da submissão do indivíduo à indústria cultural – algo que não ignoro.

Já foi dito anteriormente que o *camp* pressupõe uma distância entre a obra e o espectador, seja ela estética (como mostrado por Bourdieu quando dizia que uma classe social só pode adotar ironicamente práticas e gostos de outras se estiver suficientemente

⁸⁰A série foi um sucesso imediato, tornando-se uma das mais populares nos EUA já em seu primeiro ano. Porém, a fórmula logo se desgastou, a audiência caiu e o programa acabou cancelado em 1968, não sem antes deixar de ser exibido duas vezes por semana, impossibilitando um de seus mais conhecidos artifícios, o *cliffhanger* que se resolve no dia seguinte (o que também eliminou o bordão “mesmo bat-horário, mesmo bat-canal”)

distante dela a ponto de essa adoção não ser tomada como identificação sincera com tal classe [2007]), cultural (filmes e seriados de TV japoneses, filmes de *blaxploitation*, o programa da Xuxa) ou cronológica (filmes de ficção científica dos anos 50, produtos da [mais uma vez] paranoia nuclear, como LPs explicativos de como se comportar no caso de uma bomba atômica explodir em solo americano). Dessas três maneiras de verticalizar a prática do gosto e deixar claro que se trata de uma paródia de gosto, esta última é a mais adequada ao tentarmos entender o que faz da série de TV do Batman um exemplo tão claro e definitivo de *camp*. Ao levar em conta o aspecto cronológico, que afinal de contas não poderia ser ignorado (tendo a série sido produzida há mais de quarenta anos), passa-se a ter que se lidar simultaneamente com duas realidades de naturezas completamente diferentes: o presente e o passado. Enxergar *Batman* como passado impõe a ele obrigatoriamente a tarefa de representar a ideia que temos desse passado. O mau gosto e a ineficácia sob critérios usuais de julgamento estético televisivo passam a ser um pressuposto, visto que, por se tratar de um produto massificado e calculadamente comercial, como um seriado infantil de televisão, ele representa expectativas e gostos de perfis demográficos que não existem mais.

Até agora me ocupei de ressaltar as características que faziam de *Batman* um caso óbvio de *camp* na década de 60; mais importante do que elencar traços de sua herança na indústria cultural e no gosto contemporâneo, passar a enxergar *Batman* como parte de um passado automaticamente muda a natureza vetorial de grande parte de suas intenções, falhas e propostas estéticas. O visual colorido proveniente dos quadrinhos e mais tangencialmente da *pop art*, que denotava uma abordagem leve e superficial para com os personagens, hoje pode ser enxergado como exemplo de uma cultura televisiva ultrapassada⁸¹, signo de exagero de uma época cujo maior pecado é não ser a de hoje. Como se já não fosse recoberto por camadas significativas o suficiente, o seriado de Batman, assim como toda visão em direção ao passado, passa a carregar marcas decantadas com o decorrer do tempo, invisíveis para a época. A precariedade do uniforme do herói, detalhes como sua insígnia amarela de morcego no peito quase se descolando da blusa de lycra apertada demais, assim como sua sobrancelha pintada por cima da máscara, passaram

⁸¹ Os cenários coloridos e gigantescos, presentes não apenas em *Batman* como também na maioria dos programas de auditório da época, foram extintos, dando lugar ao design frio e platinado que se vê hoje.

despercebidos pelo seu público nos anos 60, mas saltam aos olhos imediatamente na visão de qualquer espectador hoje

A reação do público atual diante das diversas discrepâncias cronológicas apresentadas em *Batman*, assim como em qualquer outro exemplar arqueológico de produto cultural, é ao mesmo tempo de repulsa e recuperação paródica. A repulsa se dá para com aspectos mais técnicos e culturais do produto em questão (no caso, vamos nos ater a *Batman*). Como já foi mencionado: os cenários, as técnicas de edição e fotografia, os truques visuais, como aumentar a velocidade da imagem durante as cenas do Batmóvel para dar a impressão de que ele estava indo mais rápido do que realmente estava, são todos signos passíveis de chacota. Muito mais do que sua própria existência, o que provoca reação incensada das plateias contemporâneas é a confiança que se mostrava neles; a tecnologia de ponta dos anos 60, ultrapassada e ridícula aos nossos olhos, mais do que divertir, insulta as novas gerações, que se mostram indignadas com tamanha inocência tecnológica e falta de precisão cognitiva com relação aos avanços da ciência. Se, como disse Adorno (2008b), a ficção científica é uma maneira segura de se acreditar no oculto através de uma narrativa que pretende partir de princípios racionais e realistas, a distância entre o que é mostrado na série de Batman e a (nossa) realidade de mais de quarenta anos depois acentua o caráter irracional da obra, tornando não apenas impossível como também inadmissível que ela seja levada a sério no aspecto técnico por quem quer que seja. A repulsa diante o seriado do Batman também aparece no que chamei acima de aspectos culturais: cada grupo multiculturalizado do presente usa de sua idiossincrasia para se sentir insultado por algum personagem ou afirmação moral do seriado: as feministas realçam o sexismo e a representação da mulher como objeto (ou como totem ou como tabu, mas sempre acompanhada de um estigma social proibitivo considerável que a impede de curtir a vida), os herdeiros de Maio de 68 criticam a submissão (principalmente a de Robin) aos valores burgueses e a abordagem metaforicamente bélica dos heróis em relação a todos os problemas, os capitalistas se enervam com o comportamento feudal de Bruce Wayne com relação à fortuna que seu pai lutou tanto para conseguir⁸², e os fãs de quadrinhos tentam

⁸² Afinal de contas, qual o ramo de atuação das empresas Wayne? Indústrias de matérias primas? Metalurgia? Especulação financeira? Agronegócio? Setor de serviços? Terceirização de trabalhadores para outras empresas? Em todo Cânone de Batman, seja no cinema, quadrinhos ou TV, isso nunca ficou muito claro, e Bruce Wayne, dependendo do caso, é mostrado ou como o capitalista genérico e sem rosto (como nos seus

esquecer que a série jamais existiu, uma vez que ela não se encaixa na cronologia de um herói que, anos depois, foi transformado em um detetive *noir* vivendo em um mundo real (no qual Coringa deixa de ser inofensivo e divertido e se mostra um psicopata de verdade, aleijando e abusando sexualmente da Bat-girl, como mostrado em *A piada mortal*, de Alan Moore). assombrado pelo demônio da culpa, explicitado em seus surtos maníacos e ímpeto autodestrutivo.

Mas logicamente quando se trata de programas de televisão e de suas respectivas audiências tais repulsas e reprimendas morais não vão muito longe. Ao mesmo tempo em que a crença em sua supremacia tecnológica é tida como pecado imperdoável para o mundo atual, certos produtos do mesmo ontem podem ser pinçados e recuperados parodicamente por uma época que não sabendo mais para onde olhar, se volta para o passado. O *camp* é a prática de viver todas as experiências como eventos (ou espetáculos; para não ser confundido utilizarei o termo “eventos”), como se todo artefato cultural passasse a ser a versão temática dele mesmo e o mundo passasse a ser enxergado entre aspas, seja com a intenção de se aproximar (brega) ou de se afastar dele (*camp*). Isso explica em parte o alto consumo de passado que testemunhamos transbordar na indústria cultural nas últimas décadas. É o retorno daquilo que já existiu como realidade e volta como “evento”, devidamente marcado. Retornos paródicos de artistas *pop* (como Rick Astley, Tom Jones ou Ozzy Osbourne) ou os inúmeros remakes de filmes (ou versões cinematográficas de desenhos animados ou séries de TV) feitos nos últimos anos são prova disso⁸³. Para os estúdios de cinema a nostalgia mostra-se um atalho bastante prático para dar à audiência o distanciamento necessário para uma apreciação irônica da obra, pois a estranheza em relação ao passado é compartilhada por todos os nichos culturais de nossa sociedade. Arriscar-se a apresentar uma história atual, não marcada cronologicamente, sob a forma de paródia contém o risco de dividir a audiência entre aqueles que entendem a piada e aqueles

últimos filmes ou nos quadrinhos recentes) ou como um *playboy* introvertido perdido em meio a chás beneficentes (como em seu seriado de TV).

⁸³ Entre os remakes podemos destacar *Alfie*, *Ocean's eleven*, *Tron* e *Psycho*, este último, cópia idêntica do original. Já entre os filmes baseados em séries de TV ou desenhos animados: *Scooby-doo*, *Addams Family*, *Mission: impossible* e *Bewitched*. Batman, talvez por ser um personagem com diferentes alcances em diferentes mídias (quadrinhos, TV, rádio) até agora não foi alvo de nenhuma versão declaradamente nostálgica para o cinema; não há um ponto de referência único para seus fãs: para uns ele é Adam West, para outros o herói atormentado dos quadrinhos dos anos 80.

que a levam a sério. O passado, portanto, em um primeiro momento nivela todas as audiências, pois é algo alheio a todos, democraticamente.

Tal processo de consumo de passado também alcança a série de TV do Batman; o Batmóvel, que por si só já era uma referência aos protótipos futuristas dos anos 50, é tido como ícone do design da era espacial; a mulher gato de Julie Newmar é vista por alguns como símbolo sexual justamente por carregar consigo sua época, encapsulando os anos 60 midiáticos de forma definitiva; a inocência que hoje enxergamos no *ethos* da série também é celebrada, assim como seu visual, principalmente o de Batman, tão colorido e anos luz distante da armadura intransponível do Batman dos anos 2000, aparentemente da mesma leva de inovações bélicas vendidas por Dick Cheney para o exército sempre que uma invasão é convenientemente arranjada para os EUA. A mudança de status de Batman pode ser percebida ao observamos sua localização na complicada estrutura simbólica da grade de canais da TV a cabo: no caso brasileiro, o programa era exibido até os anos 80 pelo SBT, rede de televisão anacrônica por natureza, que exhibe Chaves e Chapolin atualmente com a mesma seriedade com que o fazia há vinte e cinco anos (apesar de seu papel no imaginário da audiência ter mudado bastante, fazendo com que essas duas séries merecessem um capítulo à parte que não terão aqui); nos anos 90, com a chegada da TV a cabo no país, a série passou a poder ser assistida na FOX, seu canal de origem, já em uma sessão no estilo “vale a pena ver de novo”, com seu aspecto *camp* devidamente explicitado e usado em seu marketing; atualmente, não tendo mais espaço na FOX, a série pode ser encontrada no canal TCM, destinado a filmes e seriados definidos como “clássicos”, espremida entre um *western* e outro. O próximo passo, ao que parece, deverá ser a série ser resgatada mais uma vez em um surto de nostalgia pelos anos 90, quando a série era assistida já nostalgicamente, no que talvez seja a descoberta de um moto perpétuo cultural que tornará obsoleta toda a produção de conteúdo inédito. Em um mundo povoado por infinitos signos, onde nada pode deixar de significar e tudo já foi dito, nada mais natural⁸⁴.

Tendo a série de TV do Batman uma presença tão marcante no imaginário de quem viu (na época, ou atualmente) ele acabou por se tornar o paradigma pelo qual todos os outros batprodutos seriam comparados. Isso fica claro ao se observar as três diferentes

⁸⁴ A música, por apelar ao nosso sentido mais etéreo, saiu na frente, e já há álbuns de música pop totalmente produzidos com *samples*, trechos de outras músicas colados e rearranjados em uma nova composição, como os de Greg Gilis, sob o pseudônimo de *Girl talk*.

encarnações cinematográficas de Batman produzidas após a série de TV dos anos 60: *Batman* e *Batman Returns*, dirigidos por Tim Burton, respectivamente de 1989 e 1991; *Batman Forever* e *Batman & Robin*, dirigidos por Joel Schumacher, de 1995 e 1997; e *Batman Begins* e *The Dark Knight*, dirigidos por Christopher Nolan, de 2005 e 2008. Ainda que em diferentes graus, essas três versões do personagem⁸⁵ dialogam com a herança que a série de TV dos anos 60 tatuou no imaginário de sua geração e de todas as outras subsequentes.

Os dois filmes dirigidos por Tim Burton, que tinham Michael Keaton como Bruce Wayne/Batman, refletiram a marca pessoal do diretor (o ar de gótico chique sobre o qual falei anteriormente) assim como sincronizaram a versão cinematográfica de Batman com o que estava acontecendo nos quadrinhos na época, e acabaram por ser mais fieis ao histórico do personagem, fugindo do ar de pastelão da série de TV. Esta repulsa deliberada da abordagem *camp* da série de TV pode ser identificada em itens óbvios e imediatos, como o fato de o uniforme do Batman não ser mais cinza e azul, como nos quadrinhos, mas impiedosamente preto; e não mais de lycra, mas de couro (com as devidas camadas de Kevlar para se tornar à prova de balas)⁸⁶. A origem de Batman é contada, e tem importância crucial para explicar certos traços da psicopatologia de Bruce Wayne e seu relacionamento com Coringa: é revelado que Coringa era o ladrão que matou os pais do jovem Bruce Wayne (na sua frente), e que anos depois foi jogado acidentalmente por Batman em um tonel de ácido, o que acabou por despertar sua psicopatia e deixá-lo com o rosto colorido⁸⁷. Ainda que muito conveniente e esquemática, essa explicação fornece uma razão para o ódio que um nutre pelo outro, e pela obsessão de Batman em acabar com ele. Outra grande marca é que, diferentemente do que acontece na série de TV, Bruce Wayne tem um par romântico (Kim Basinger), que obviamente é raptada por Coringa. A sexualidade, abafada na série infantil de TV, relegada à maldade conotativa de cada telespectador, é trazida aqui para o plano do visível, e a mulher deixa de representar somente o perigo e a mentira (sob a

⁸⁵ Cada dupla de filmes de cada diretor se respeitando cronologicamente, mas não às outras duas duplas, como que em três realidades diferentes, como fica claro nas duas versões diferentes do Coringa, em *Batman* (1989) e em *Dark Knight* (2008), e do Duas caras, em *Batman Forever* (1995) e *Dark Knight*.

⁸⁶ Vale notar que após o sucesso dos filmes de Batman, seu uniforme nos quadrinhos também passou a ser todo preto, invertendo assim a hierarquia midiática do personagem; as HQs passaram a estar submissas ao cinema, ainda que mantivessem alguma autonomia.

⁸⁷ Essa versão para a origem do Coringa foi tirada da Graphic Novel *A piada mortal*, de Alan Moore, o que prova definitivamente de onde Tim Burton estava retirando suas referências.

forma de ajudantes dos vilões) fazendo assim que uma interpretação gay de sua história perdesse força (ou ao menos tivesse que se esforçar mais para convencer alguém).

O segundo filme dirigido por Tim Burton, *Batman Returns*, segue a mesma linha; em vez do Coringa, o vilão da vez é o Pinguim, que, muito diferente do seriado, não era um baixinho simpático de fraque, mas um monstro deformado com os dentes podres (Danny Devitto). O papel da Mulher Gato (Michelle Pfeiffer) em *Batman Returns*, quando comparado à sua versão televisiva, como já disse antes, é bastante parecido, sendo esse personagem o que mais se aproxima de qualquer elemento da versão *camp* dos anos 60, ainda que não se aproxime tanto assim. O apelo da personagem vem justamente de sua sexualidade escancarada e exagerada (afinal, é uma mulher vestida de gata); sendo assim, as nuances de sua personalidade mostradas no filme de Tim Burton tratam de diluir o seu potencial *camp*, pois ele não consegue coexistir com doses mesmo infinitesimais de verdade. Os filmes de Tim Burton, portanto, foram bem sucedidos em estabelecerem outro patamar pelo qual Batman deveria ser enxergado, abrindo espaço para visões mais adultas e lucrativas de suas aventuras. Ironicamente, quatro anos depois de *Batman Returns*, após a dispensa de Tim Burton, Joel Schumacher seria chamado para trazer de volta o aspecto divertido e superficial do Batman dos anos 60, atualizando o *camp* para os anos 90.

Os vilões de seu primeiro filme, *Batman Forever*, Duas-caras e Charada são mostrados como maníacos em roupas fosforescentes com planos mirabolantes dignos do seriado de TV. A escolha de Jim Carrey para viver o Charada mostra o apelo fácil e infantil-juvenil que o filme queria ter. Duas-caras, por sua vez, vivido por Tommy Lee Jones, nas mãos de Tim Burton provavelmente seria mostrado como um esquizofrênico perdido em um mundo perturbado repleto das formas mais primitivas de classificação totêmica; nas mãos de Joel Schumacher Duas-caras tem uma casa dividida ao meio, na metade “boa” tudo é branco e limpo, na metade “ruim” tudo é corrupto e escuro (ele também tem duas namoradas, uma para cada metade de sua personalidade). A presença de Robin (solenemente ignorado por Tim Burton em sua tentativa de emprestar alguma credibilidade a Batman) traz de volta a dinâmica da dupla (dinâmica) da televisão; Batman atua como mentor, sereno e paciente de um Robin afobado. O filme, portanto, é intencionalmente raso e infantil, utilizando a herança *camp* da televisão para vender

Batman como um personagem para todas as idades, essencialmente divertido⁸⁸. Há inclusive uma referência direta à série de TV, como que revelando, ainda que sutilmente, a fonte de inspiração do diretor: no meio de uma cena de ação, Robin exclama: *Holy scraped metal, Batman!*, ressuscitando o velho bordão de Burt Ward (“Holy (...), Batman!”).

Batman & Robin, de 1997, segue pelo mesmo caminho, radicalizando ainda mais a abordagem leve do filme anterior ao introduzir a Bat-girl (Alicia Silverstone) ao elenco, personagem que nem chegou a aparecer na série de TV. Arnold Schwarzenegger fazia o papel de Mr. Freeze e Uma Thurman o de Hera venenosa, em uma repetição do estilo do filme anterior: os personagens eram caricatos ao extremo, temáticos até em suas cores. O cabelo de Uma Thurman lembra o de Mink Stole em *Pink Flamingos*. O interesse romântico, que no filme anterior havia sido Nicole Kidman, está ausente desta vez, tornando o Batman dos anos 90 cada vez mais parecido com o dos anos 60. *Batman & Robin* também é digno de infâmia ao mostrar os uniformes (ou armaduras) dos heróis dotados de mamilos, desprovidos de qualquer funcionalidade, fazendo com que os dois heróis parecessem go-go boys lutando contra o crime. A polêmica a respeito da sexualidade dos dois, portanto, é recuperada parodicamente, da maneira mais óbvia e ridícula possível, saindo do subtexto e mostrada como metonímia imediata de um comportamento estereotipadamente gay, em close. Os dois filmes de Joel Schumacher falham em sua tentativa de resgatar o *camp* original da série de TV por algumas razões: além de sofrerem todas as dificuldades que um produto intencionalmente *camp* sofre, como já mostramos anteriormente, ao tentar se equiparar tão diretamente a um produto já legitimado como tal, acaba por se encontrar sempre em desvantagem devido à sua falta de distanciamento cronológico para com seu público (ao menos na época; hoje podemos verificar se o tempo implicou alguma mudança no seu status). Sua filiação exclusivamente *mainstream* (produzido pela Warner Brothers, detentora dos direitos cinematográficos de todos os heróis da *DC comics*) também dificulta sua adoção por parte do público. O que não quer dizer que o filme tenha sido mal sucedido (*Batman Forever* faturou mais do que seu

⁸⁸ Em sua defesa, após muitas críticas dos fãs indignados com o tratamento leviano que havia sido dado ao personagem, Joel Schumacher afirmou que quis trazer de volta o aspecto cômico de Batman, que afinal de contas havia surgido nos *Comic Books*. Apesar de fazer mais sentido em inglês, fica claro que o apelo de Schumacher à semântica não deu muito resultado.

antecessor, *Batman Returns*⁸⁹), o que prova que a estética *camp* já se encontrava suficientemente impregnada no vocabulário do consumidor a ponto de ser facilmente digerida. O fato de meia dúzia de dândis da era da cultura de massa (como dizia Susan Sontag) terem odiado o filme por utilizar sua estratégia de distinção com fins puramente comerciais não abalou a Warner Brothers.

Esses dois filmes são um bom exemplo de tentativa de lucrar a partir de um produto a ser enxergado ironicamente que também pode ser admirado por suas tentativas fracassadas de realizar algo sério (neste caso, o *camp*); em outras palavras, os filmes podem ser arquivados tanto como uma versão do *camp* intencional quanto como sua forma inocente e involuntária. O segundo caso provém de pequenos lapsos e ruídos no exagero tão bem calculado por Joel Schumacher: um bom exemplo disso é o sotaque de Arnold Schwarzenegger acentuando sua falta de talento em cenas de ação, saudado por alguns espectadores como a melhor parte de “*Batman & Robin*”.

Sua terceira e mais recente encarnação cinematográfica, *Batman Begins* e *Dark Knight*, dirigidos por Christopher Nolan, tentam mais uma vez reformular a origem do herói e rerepresentá-lo a um público teoricamente novo. Mais do que nos filmes de Tim Burton, o Batman dos anos 60 é ignorado, uma vez que não há um esforço para se afastar dele como havia em Tim Burton, para quem a versão *camp* do personagem servia como exemplo de tudo aquilo que ele não queria para seus filmes. Para Christopher Nolan essa versão não existe, e não há por que dialogar com ela. O Batman dos filmes mais recentes é prático e calculista: usa sua influência como Bruce Wayne para facilitar sua vida como Batman (a interferência de um mundo no outro sempre foi tabu nas histórias do herói, tabu este que é quebrado aqui). Suas peculiaridades são colocadas em segundo plano em nome da eficiência para a qual ele responde. Ao seu Batmóvel falta tanto a carga futurista da versão televisiva quanto o exagero rococó dos filmes de Joel Schumacher e Tim Burton

⁸⁹ O desempenho das duas primeiras duplas de filmes na bilheteria foi parecido. *Batman* faturou \$251 milhões nos cinemas americanos; uma queda acentuada se seguiu em *Batman returns* (\$162 milhões). Com a entrada de Joel Schumacher na direção a franquia ganhou novo fôlego e *Batman Forever* arrecadou \$183 milhões nos EUA, seguido de um “desastroso” faturamento de \$107 milhões de *Batman & Robin* (sendo o único filme da franquia a dar prejuízo, uma vez que foi orçado em \$125 milhões). Nos oito anos que separaram *Batman & Robin* de *Batman Begins* a Warner Brothers aprendeu a vender super heróis para o cinema (com o Homem Aranha, talvez), e o primeiro filme dirigido por Christopher Nolan arrecadou \$205 milhões. A tendência de queda no segundo filme de cada diretor foi superada catarticamente com *The Dark Knight*, de longe o filme mais lucrativo da franquia (\$533 milhões nos cinemas americanos). Fonte: Imdb.

(nos quais o carro tinha dez metros de comprimento e seria impossível de ser dirigido ou estacionado): ele é basicamente um tanque de guerra, equipado com inúmeros mísseis e dispositivos de última geração (se transforma em uma moto em segundos!), mostrando que Batman não está para brincadeiras e nem tem pretensões de se tornar um ícone *pop*: sua obstinação e frieza falam ao coração do homem de negócios contemporâneo. Se o Batman de Tim Burton refletia os EUA em recessão e o de Joel Schumacher celebravam uma década superficial e narcisista, não sabendo o que fazer com a unilateralidade política recém-conquistada, o de Christopher Nolan personifica muito bem a doutrina de Bush e Donald Trump. Tamanha é a descaracterização do personagem que *Dark Knight* poderia ter como protagonista o herói de qualquer outra franquia cinematográfica sem prejuízo para a trama. Não há nela nada que seja exclusivo de Batman; seu modo de lidar com os vilões, sua frieza, personalidade hermética e sucesso com as mulheres parecem genéricos.

A aceitação desses filmes – sobretudo o segundo, *Dark Knight* – como obras sérias diz muito mais sobre nossa civilização do que sobre o filme em si. O Oscar póstumo, seja por pena ou mérito, dado ao cadáver de Heath Ledger por sua versão demente do coringa (menos colorida até mesmo do que a de Jack Nicholson, que servia de contraponto ao Batman recém-preto de Michael Keaton), atesta as pretensões do diretor, e sua minúcia técnica e pouca ousadia narrativa impossibilita enxergar esses dois filmes sob qualquer viés *camp*.

Posso concluir que o impacto da série de TV no imaginário do consumidor médio foi tal que a filmografia posterior de Batman se viu obrigada a responder ao substrato imagético que ainda persistia no personagem, e o fez de três maneiras diferentes: ora com uma oposição binária, em que tudo que na TV era leve se tornou denso e carregado (Tim Burton); ora como uma homenagem, ou retorno, uma versão artificial daquilo que já era artificial o suficiente (Joel Schumacher), e finalmente ignorando intencionalmente a existência de uma versão cômica de Batman em detrimento da construção de um personagem eficaz o suficiente para apelar aos anseios de violência produtiva do espectador.

Enquanto todas essas versões cinematográficas eram produzidas, o status da série televisiva do Batman permanecia inalterado, passando pelos estágios que tentei explicitar ao descrever sua trajetória pelos canais da TV a cabo nacional. Seu atual rótulo de

“clássico” da TV se refere não apenas ao fato de ter sido produzido nos anos 60 e ter sobrevivido de alguma maneira até hoje, mas também por ter sido resgatado ironicamente, principalmente nos anos 90, e ter passado a ser comercializado como tal. A maneira mais prática de verificar se determinado produto pode ou não ser enxergado através de uma estética *camp* é observar se a ele se aplica a máxima fundamental de todo esse conceito, como proclamada por Susan Sontag ao final de seu ensaio monolítico sobre o tema: *It’s good because is awful* (1964, p.292). De todos os anagramas possíveis com estas duas variáveis (bom/ruim) temos dois que obedecem às regras históricas de apreciação estéticas, e formam as duas tautologias (“É bom porque é bom” e “É ruim porque é ruim”). A essas duas afirmações que pouco têm de óbvias, pois se baseiam em todo um número de critérios subjetivos e objetivos para determinar as diferenças entre o bom (belo) e o ruim (feio), já vimos que o *camp* oferece uma visão complementar, que possibilita que o bom alcance o reino do ruim (como na afirmação de Susan Sontag). O inverso (“É ruim porque é bom”) é a única alternativa desconsiderada por pressupor uma inversão completa do que se entende por bom e ruim. O *camp*, apesar de partir do mesmo princípio, opera de maneira mais sutil: ao se propor como complementar ao gosto ortodoxo (ele não ri de obras bem sucedidas, e convive pacificamente com elas, como já mostrei) usa-o como parâmetro de comparação; pode ser visto como *camp* uma obra que falhe na tentativa de ser boa, e é nessa tentativa que suas virtudes “ruins” se explicitam. No caso de *Batman: the TV series*, cabe a afirmação de que se trata de um produto que, de tão ruim, passa a ser bom? A resposta reside no impacto que a série tem nos telespectadores de primeira viagem. A série possui um ar de bizarro imediato que captura a audiência; o mesmo apelo instantâneo que tragédias, desastres naturais e pornografia imprimem sobre nós ao nos depararmos com eles enquanto trocamos de canal pode ser atribuído à imagem de um homem adulto vestido como um morcego gigante⁹⁰ acompanhado por um adolescente de sunga verde. A experiência televisiva que hoje temos como atávica nos faz enxergar de imediato o ridículo da trama como um objeto alheio ao nosso mundo. A persistência com que a série parece sobreviver em um mundo que lhe é hostil contribui muito para que certo afeto passe a ser-

⁹⁰ A diferença entre o uniforme do Batman de Adam West e o de outras versões do herói é que estas últimas sempre adaptaram a vestimenta ao mundo real e a seu atual estágio de desenvolvimento tecnológico e estético. No caso da série de TV houve uma transposição direta do mundo dos quadrinhos para o mundo real.

lhe destinado. Assim como seu ar carregado de inverossimilhança e artifício constituem um prato cheio para uma visão de mundo que prega o exagero e a pose como características fundamentais. Sim, a série de TV do Batman é tão ruim, inacreditavelmente ruim, que é ótima e versátil: tanto pode ser tomada como um signo óbvio de despreendimento do senso comum quanto exemplo de reificação da experiência humana, transformada em evento midiático em *technicolor* disponível para quem quer que queira usá-lo na construção de uma personalidade independente de valores ortodoxos de gênero ou estratificação social.

Há também em *Batman*, para o indivíduo disposto a celebrá-lo ironicamente, o perigo de se dedicar tanto à celebração de seus defeitos e perder a noção exata de onde deve se localizar tamanha paixão; o sarcasmo confunde-se com a sinceridade e aquilo que fazia parte de uma pose calculada passa para a esfera subjetiva do gosto natural: de repente, o indivíduo não é mais alguém que conseguiu enxergar a piada em *Batman*, mas simplesmente alguém raso o suficiente para apreciá-lo sem o paraquedas da ironia. Em se tratando de comentários sobre o estado atual das coisas pós-modernas não seria surpresa enxergar *Os Simpsons* como canal legítimo de expressão de opiniões relevantes, e muito mais claras do que as minhas, sobre o assunto. Pois então, em seu episódio sobre a música alternativa e *Geração X* (nicho de mercado a ser tratado no próximo capítulo) há uma cena em que um jovem, alvo da piada, ao ver Homer Simpson se apresentando como homem-bala em meio a um festival de música, faz questão de dizer o quanto aquilo era incrível. Seu amigo imediatamente indaga: “Você está sendo sarcástico?”, e, após uma pausa, o primeiro jovem responde, com um traço inconfundível de frustração em sua voz: “Eu nem sei mais”. Tal é o perigo de mostrar ao mundo sua disposição de enxergar as coisas de forma diferente através do mau gosto: você pode perder o fio da meada e nem saber mais onde se encontra o seu antes tão organizado sistema de diferenças que formava seu gosto pelas coisas, que tinha como único canal de expressão o consumo.

Foi em decorrência das características que tentei sublinhar neste capítulo que *Batman: the TV series* adquiriu status de referência do mau gosto televisivo e passou a ser o exemplo mais imediato e conhecido do que se entende por *camp*, qualidade esta que já estava presente, ainda que em menor grau, desde sua produção, na década de 60. Tratava-se então de um caso bastante precoce de *camp* intencional, valendo-se de uma série de artifícios visuais e narrativos provenientes de certo mau gosto legitimado pelos

consumidores. A intenção foi parcialmente bem sucedida: a série obteve grande impacto inicial, mas talvez devido a certos exageros nos exageros *camp* tenha se tornado muito cansativa e enjoativa após um tempo relativamente curto para um programa de TV (dois anos). Com o passar do tempo, a ligação da série com sua época (anos 60) se tornou mais distante, e ela passou a responder pelo passado, o que reposicionou todos os vetores conotativos presentes na série, que passa a entreter por motivos alheios a si mesma o que caracteriza o *camp* inocente. Portanto, o status de algo dentro do cânone do mau gosto é sempre relativo, tanto a distância do espectador com a obra quanto ao posicionamento desta mesma obra no mercado. Quanto a esta segunda condição, tal cálculo é necessário para que se tenha certeza de que sua estratégia de distinção será detectável e não acabará se passando apenas por um mau gosto puro e simples.

4. *Generation X* e a mercadorização da ironia

O que se observa claramente já na enunciação do problema proposto aqui (há algo de libertador na apreciação irônica dos produtos criados pela indústria cultural?) é o papel que toda a massa de informações, produtos e suas respectivas estratégias de marketing aos quais se é submetido todos os dias ao ligar a televisão, o rádio, ou simplesmente sair na rua, tem nessa resposta pretensamente revolucionária que é o *camp*. Levando em consideração que: a produção em massa da arte – como já dizia Adorno décadas atrás, em plena alta modernidade, e como qualquer um pode perceber sem precisar nem ao menos ler Adorno – padronizou a obra, transformando-a em uma sequência de operações calculadas e standartizadas, que em nada diferem entre si. Essa esterilização do potencial revolucionário da arte, potencial que Marcuse afirmava ser atingido através não da estética marxista ortodoxa, na qual a obra teria que atender certos interesses de classe, mas de uma libertação do seu caráter puramente superestrutural, afastando quem quer que a consumisse das mazelas e do sofrimento causados pela reprodução cotidiana da vida material, juntamente com a abundância de produtos, padronizados e, no final das contas, ruins, aos quais se é exposto, acabou por gerar reações radicais e artísticas por parte da contracultura hippie ou, com um caráter muito mais político, ainda que pouco séria, por parte dos *yippies* de Abbie Hoffman, também no final da década de 60.

O que se observa a partir da emergência de uma visão *camp* de mundo mais totalizante, que extrapolou o conceito de consumo irônico que havia passado algumas décadas vagando pelo *underground* em uma espécie de estilo de vida – menos ligado ao consumo e mais às relações humanas – que privilegiava o falso e a aparência construída que acabou por se dar a partir dos anos noventa (seria a alta pós-modernidade?) do século passado, foi uma reflexão mais ampla sobre essa relação e suas possíveis saídas.

Generation X, romance do canadense Douglas Coupland, de 1991, nos oferece essa reflexão, apesar de também ser por si próprio um produto cultural; produto da mesma lógica que propunha colocar em questão. O livro narra a história de três jovens de vinte e tantos anos (*twentysomethings*) que procuram, de maneiras que podemos discutir se são muito inocentes ou não, se abster do consumo em um mundo no qual toda sorte de experiência se transformou em nicho de mercado. Rejeitando o estilo de vida de seus pais,

para os quais o sonho americano (o casamento, a vida no subúrbio, o carro na garagem e a casa hipotecada) ainda é o ideal de felicidade, que constituem uma geração que, como diz Andy, personagem principal do romance, ainda “take shopping at face value” (COUPLAND, 2001, p. 76)⁹¹; essa geração X da qual fala o título se enxerga roubada de alguma coisa, e busca no dia a dia pequenos episódios de realidade ainda não maculados por uma etiqueta de preço. Como proceder, no entanto, com todo o resto da vida, a parte chata, a parte na qual amarramos os sapatos, vamos e voltamos do trabalho em nossos carros em meio a engarrafamentos, assistimos televisão, etc.? Já a parte carregada do *habitus* pequeno burguês, que nem toda a geração X pode ter a pretensão de salvar das garras da mediocridade, é tratada (e aqui fica explicada a razão pela qual *Generation X* nos interessa), como não poderia deixar de ser, com ironia.

O mundo do trabalho, por exemplo: recém-saídos da universidade, engolidos quase automaticamente pelo mundo corporativo que logo se mostra malvado e capitalista demais para suas sensibilidades, os personagens do livro (e todo o resto da tal geração) escolhem abrir mão de um futuro promissor como subgerentes de marketing para o mercado sul-americano ou asiático e passam a trabalhar intencionalmente em um emprego muito abaixo de suas capacidades intelectuais e de sua formação acadêmica justamente para fazer pouco do mundo que lhes foi dado de presente pelos pais. O emprego em questão é o de garçom em um bar dentro do condomínio de *bungalows* (signo de uma fetichização da cultura oriental), chamado carinhosamente por eles mesmos de McEmpregos (*Mcjobs* – foi Douglas Coupland que inventou o termo). O carro de Dag, um dos três protagonistas (todos com o mesmo histórico de servidão ao *sistema* e conseqüente iluminação culminando na posição irônica ante o mundo do consumo), também mostra todo o seu desprezo pela cultura automobilística americana: é velho e está caindo aos pedaços.

É fácil perceber como a trama e o princípio dialético de *Generation X* dialogam com a estética *camp* sobre a qual escrevi até agora: não apenas no mundo do consumo de cultura (inclusive os personagens, por estarem tentando simplificar suas vidas, em busca de algo que não seja tão marcado simbólica e financeiramente, são muito pouco perpassados pela cultura *pop*, o que os torna um tanto inverossímeis), mas a própria biografia é levada com uma pretensa leveza que, nesse caso, me arrisco a afirmar sem medo de errar, caracteriza

⁹¹ Algo como “Eles ainda acreditam em fazer compras” ou “Eles levam as compras a sério”.

um gesto essencialmente político (“ideológico”, no mínimo). A superficialidade incorporada pelos personagens em suas respectivas rotinas aqui pode ser vista como um meio de rejeitar todo um sistema de valores (além de resolver complexos com os pais). Há um certo programa, um certo plano, em todo o livro; os personagens acreditam que podem se livrar desse mundo por completo e serem felizes em um outro. E de fato eles conseguem, ou pelo menos somos levados a crer que conseguiram ao final do livro. Deixam pra trás seus empregos medíocres, seus relacionamentos complicados, recheados da psicologia de segunda categoria que tende a arruinar todos os relacionamentos modernos (ao menos nos filmes!), seus problemas com a polícia e sua família perturbada que, no decorrer de todo o livro, é tratada com pena e desgosto, e juntam todo o dinheiro que têm e vão abrir um hotel (pequeno, é claro) no meio do deserto de Mojave, na Califórnia. Se isso é se libertar eu não sei, mas eles pareciam bem felizes ao final do livro, e parecia que todos os seus problemas estavam resolvidos. Talvez devêssemos encarar esse final feliz com um pouco mais de desconfiança e cinismo a fim de entendermos o que Douglas Coupland queria nos dizer sobre possibilidades de libertação através da fuga.

Creio que *Generation X* se apresenta, se não como objeto essencialmente *camp*, ao menos como um estudo interessante da sociedade de consumo com um grupo de consumidores que pelo menos se mostra consciente do estado das coisas (o suficiente para tentar rejeitá-la). Não é um romance *camp* (como poderia ser algo calculadamente histórico, ou algum livro reportagem ou autobiografia extremamente mal escrita e narcisista⁹²), mas é um romance que tangencia o assunto em vários momentos. E a tensão existente entre produto e consumidor, essencial para entender qualquer rebeldia por parte desse consumidor, aparece aqui de modo bastante revelador, o que não aconteceria com algum exemplo mais ortodoxo de *camp* – como em *Pink Flamingos*, que tem na perversão, na degradação física, moral, e no humor seus temas principais, e não o embate entre as expectativas de um público e aquilo que é mostrado. O filme de John Waters deixa isso em seu subtexto a ser revelado por baixo de toda a escatologia. Nesse sentido, *Generation X* é mais teórico, ainda que não seja, em sua essência, *camp*. O livro trata de traçar o perfil dessa chamada geração (ainda que uma definição cronológica ou sócio-cultural não chegue a

⁹² Como a autobiografia de Sargentelli ou o relato de Ibrahim Sued sobre sua viagem à União Soviética. Dois exemplos brasileiros.

ser apresentada) que, como é explicado em uma das digressões dos personagens sobre seu passado corporativo, espalhadas por todo romance, tem o X de seu nome como incógnita, como algo que ainda não foi descoberto. “Uma geração X, intencionalmente se escondendo...” (p. 63). O fato de ainda ser uma incógnita, mesmo estando no auge de sua capacidade criativa e de mudar a história (como toda geração adora fazer), denota a relação complicada que há entre essa geração e a geração imediatamente anterior em um mundo que não ofereceria uma alternativa de futuro, e no qual o passado é visto como pastiche e nostalgia, no caso, da banalidade da vida cotidiana pequeno-burguesa americana. Isso se explicita na falta de diálogo entre os jovens personagens e seus pais e patrões (e demais figuras paternas) – eles não falam a mesma língua. Enquanto um se vê sufocado pelo imenso número de coisas que acumula durante a vida e tem como objetivo se livrar, literal e metaforicamente, de todas elas, seus pais perguntam o que eles querem ganhar de natal. Tendo o passado e o futuro amedrontando-a, a geração X do livro de Douglas Coupland opta por não se definir, não acreditar na ética protestante como espírito do capitalismo global e levar a vida como paródia, com um quase imperceptível ar de superioridade (pois, se fosse imperceptível, seria inútil) para com todos os outros, inclusive os seus contemporâneos que não têm as mesmas ressalvas para com o modo de produção vigente.

Não é à toa que o personagem mais odiado de *Generation X*, tanto pelos outros personagens quanto pelo leitor, é Tobias, um jovem *yuppie* que diz não entender a relutância de Claire, seu *affair* ocasional, em aceitar o mundo como ele é. “Não quero seus delicados momentos de *insight*. Eu quero tudo, e quero agora. Quero ser atacado com um furador de gelo por um bando de *cheerleaders* furiosas, Claire. *Cheerleaders* furiosas drogadas...” (p.185) grita Tobias, para horror de Claire, amante de delicados momentos de *insight*.

A distância entre as gerações, que os protagonistas fazem questão de marcar através da ironia semidisfarçada, é explicitada na passagem em que Andy e Dag conversam com o seu patrão, o dono do bar do condomínio onde moram, e o ouvem contar piadas: “É como assistir ao especial de TV do Bob Hope, mas com participação dos telespectadores. Ele não é engraçado. Mas é *engraçado*.” A diferença entre o engraçado e o *engraçado*, que é o engraçado simulado, montado, que deixa claro que os dois jovens espertos e o chefe antiquado deles não estão se entendendo, é a essência da sensibilidade *camp*, que faz nesse

trecho uma rara aparição no romance. O *engraçado* faz com que Andy e Dag não riam das piadas ou das frases de seu chefe, mas da situação, e da cara dele. Como já havia dito anteriormente, a *graça*, significado, da situação, acompanha o significante constituído de um signo anterior, já completo (a piada em si, pura e desprovida de ironias, formando uma *situação*). Portanto, para que algo, uma piada, digamos, seja *engraçada*, ela também precisa ser uma *piada*, e encapsular os momentos de modo a acomodá-los em signos à espera de um significante. É o gesto *camp* por excelência. Esse gesto, no entanto, para que possa ser bem sucedido em sua empreitada de marcar a distância daquele que o faz para o objeto de seu desgosto, tem que ser calculadamente sutil, deixando-se perceber apenas por quem interessa e por vestígios metonímicos.

Assim ficam claros os protagonistas do embate simbólico encenado pelo *camp*: o senso comum, que já chamamos de estética pequeno burguesa aqui, ou cafonice ali, representado, nesse caso, pela geração imediatamente anterior, a dos pais e patrões, detentora de uma visão de mundo engessada de um lado, e a autoproclamada vanguarda (aqui representada pela tal geração X, ainda que um recorte demográfico preciso seja bastante difícil de estabelecer⁹³) que não consegue por meios diretos se distanciar desse senso comum, devido a certa nivelção e implosão do sentido da história do qual fala a pós-modernidade, de outro, usando como estratégia de defesa a incapacidade dos outros em perceber a ironia para usá-la como arma de defesa e assegurar seu status dentro de um mundo aplainado pelos *Mcjobs* e pela indústria cultural.

Douglas Coupland, a fim de ajudar o leitor a entender esse novo ser humano (*Shin jin rui*, em japonês; conceito que, ao tentar explicar para seus amigos, durante uma história sobre sua vida como empregado de uma agência de publicidade no Japão, Andrew acaba por descrever como geração X, intitulado assim o romance), espalha pelos rodapés do livro uma espécie de glossário de expressões usadas por essa tal geração para descrever tanto novos nichos e práticas subculturais como sentimentos e situações típicas do mundo

⁹³ Assim como se torna difícil, como já disse, tentar definir um recorte cronológico para essa geração X, tendo o nome impacto muito mais importante para as vendas do livro que, afinal de contas, também é um produto, do que como argumento feito pelo autor, que inclusive assumiu ter retirado o nome da banda punk liderada por Billy Idol nos anos 80. Talvez ela possa ser mais bem entendida quando comparada a outras gerações autoproclamadas que vieram antes ou depois. A chamada geração y, por exemplo, que acabou de sair da adolescência na primeira década do século XXI, parece estar mais bem adaptada (e/ou descrente) ao capitalismo mundializado e às novas mídias (computadores, internet, ipads e afins) que abrem novos mercados para a produção e a comercialização de coisas. Nesse sentido pode-se ver a geração X, se quisermos cristalizá-la como mais engajada, ou ao menos romântica, na sua luta e na construção de sua identidade.

complicado em que afirmam viver. Esse glossário serve para definir certos termos cunhados e usados no decorrer do livro, como o *Mcjob*, descrito como “um emprego sem expectativas futuras, de baixo salário, indigno e desprestigiado no setor de serviços” (p. 6) ou *Squires*, que seriam “o mais comum subgrupo da geração x; existem quase que exclusivamente na forma de casais e podem ser identificados por suas tentativas frenéticas de reproduzir a prosperidade da Era Eisenhower” (p. 156); serve também para exemplificar sintomas do mundo pós-moderno e incômodos cronológicos que não necessariamente são tratados na trama principal do livro, como os termos gêmeos *historical overdosing* e *historical underdosing*, respectivamente a impressão de que acontece muita ou muito pouca coisa nos dias de hoje, quando comparados ao passado (p. 9), ou *Decade blending*, “na moda: a combinação indiscriminada de dois ou mais itens de décadas diferentes a fim de criar um estilo próprio” (p. 17). Já a falta de diálogo entre as gerações é descrita como *squirring*, definido como “o desconforto infligido nos jovens pelos mais velhos quando esses não enxergam a ironia em seus gestos” (p. 129). Esse último termo mostra como a relação entre as gerações, como se pode ver, ainda possui diversas arestas e conflitos internos, e não se resume a uma rindo da cara da outra sem que ela saiba (o que parece ser o consenso tácito entre ambas as partes).

De modo a ampliar a ideia de geração x, que de certo modo fica restrita ao subgrupo dos personagens principais (que representam, de acordo com Coupland, uma minoria), esse glossário trata de nos fornecer uma série de definições imediatas e de satisfazer o desejo de organizar e formatar a experiência humana típico de certo academicismo presente no discurso cotidiano do americano e ainda mais acentuado nessa mesma geração que está sendo definida por ele. Podemos enxergar esse glossário não como anexo, ou simples nota de rodapé explicativa do livro, mas como parte integrante dele, no sentido em que põe em prática certo impulso positivista que permeia todo o romance e seus personagens, sempre tão rápidos em rotular algo ou alguém ou em identificar e reagir às situações que lhes são apresentadas. Os termos são como partes de uma dissecação da vida contemporânea (ou pós-moderna, enfim) ausente em gerações anteriores, como é explicitado nos embates que se dão entre os protagonistas e os *baby boomers*, ou representantes do mundo

bipolarizado⁹⁴ e industrial de outrora, e servem como interlocutores dos personagens, sendo mais cínicos que eles.

O maior interesse que podemos retirar desse glossário em *Generation x* está, no entanto, nos termos que dizem respeito a certo *approach* superficial em relação à própria vida que identificamos como uma espécie de manifestação de uma mentalidade *camp*. São descritas várias práticas cotidianas típicas dessa visão de mundo, que aproximam os angustiados e neuróticos personagens do romance de qualquer um que use essa estratégia de distinção através de um consumo a dedicação irônica a determinados produtos culturais. Temos o gesto inicial dos personagens do livro diante de uma ordem mundial pouco convidativa, descrito posteriormente como *overboarding*: “a compensação de medos sobre como será o futuro através da adoção de um emprego ou estilo de vida aparentemente sem relação com seus interesses prévios: aeróbica, o partido republicano, *Mcjobs*” (p. 32), mas também a prática *camp* cotidiana, presente tanto no conceito de *Slumming*, em suas variações: *recreational slumming*: “a prática de participar em atividades recreativas abaixo de suas capacidades”; *conversational slumming*: “o gozo consciente retirado de uma conversa devido justamente à sua falta de rigor intelectual”; *occupational slumming*: “arrumar um emprego bem abaixo de suas habilidades ou formação educacional como modo de afastar-se das responsabilidades adultas e/ou evitar o fracasso em um emprego adequado” (p. 130)⁹⁵; ou na definição quase textual do *camp* como *obscurism*: “o hábito de salpicar o dia a dia com referências obscuras (filmes esquecidos, astros de TV falecidos, livros impopulares, países defuntos) como meio subliminar de mostrar tanto erudição

⁹⁴ No que diz respeito à recém-adquirida unilateralidade política e o fim da guerra fria, pode ser observado, tanto em certos termos desse glossário que acompanha o romance quando no próprio romance, um deslocamento do medo e do terror coletivo que assombra o mundo, que sai da esfera da geopolítica, cujos frustrados esforços para conter o ímpeto destrutivo e os arsenais atômicos de imenso poder bélico pertencem aos EUA e à URSS durante a guerra fria levariam inevitavelmente ao holocausto nuclear, para uma esfera mais pessoal, na qual a extinção da vida na Terra teria nós mesmos, civis, como principais responsáveis. Isso se observa na constante intromissão de comentários sobre sacolas plásticas e outros crimes ao meio ambiente no decorrer do livro, exemplificado no glossário pelo termo *dumpster clocking*, descrito como “a tendência de, ao olhar para um objeto, estimar o tempo que ele levará para se decompor” (p. 188). De certa forma, tal prática se encontra radicalizada nos dias de hoje, nos fazendo sentir culpados toda vez que acendemos uma lâmpada (sensação descrita pelo termo *hyperkarma*: “a crença firmemente arraigada de que a punição sempre será maior do que o crime: o aumento no buraco na camada de ozônio por jogar lixo no chão” (p. 54).

⁹⁵ Talvez a variável mais esdrúxula do *slumming*, e que faz dela um ótimo exemplo de um estilo de vida que beira o *camp*, é a *nutritional slumming*, descrita como “comida cujo prazer deriva não do sabor, mas de uma complexa mistura de signos nostálgicos de classe e semiótica de embalagem” (p. 138), que mostra que a ideia de um consumo que parte de critérios pouco ortodoxos não se restringe aos bens culturais. Ou que a comida e suas embalagens e jingles antigos se tornaram partes tão legítimas de nossa cultura quanto os mais valiosos esforços artísticos.

quanto o desejo de se distanciar do mundo da cultura de massa” (p. 192), definição essa que traz consigo certa semelhança com a de: *conspicuous minimalism*, ou “a relutância em possuir bens materiais exibida como símbolo de superioridade tanto moral quanto intelectual” (p. 122), prática essa adotada pelos três protagonistas do romance (ao passo que algumas outras, como já foi dito, apenas servem como ilustração de atividades alternativas ou de outros chamados subgrupos). Finalmente, falando tanto à tentativa de ordenar cada fenômeno da vida cotidiana quanto à adoção de um estilo de vida com o objetivo de fugir de um mundo marcado pelo consumo e por empregos na área de marketing, temos o que Douglas Coupland chama de *101-ism*, “a tendência de pormenorizar, geralmente em detalhes mínimos, todos os aspectos da vida usando a psicologia pop como ferramenta”⁹⁶ (p. 97). Essa prática aplicada aos problemas e dramas complicados típicos de um período pós-adolescente leva à neurose e a tentativas mais dramáticas e imediatamente frustradas de se distanciar deste mundo (fugir para o deserto, se recusar a consumir e a *ter* qualquer coisa); já aplicada desafiadoramente aos produtos culturais leva ao que chamei de uma visão *camp* de mundo, que tende a conceder significados infinitamente mais profundos e complexos a filmes, programas de televisão e anúncios de margarina. É levar um mundo banal e vulgar mais a sério do que ele deveria ser levado, com o objetivo único de demonstrar, como disse Douglas Coupland, sua própria superioridade moral e intelectual.

Porém, após uma leitura de *Generation x*, uma das perguntas que parecem surgir é: todo o mal-estar, senso de deslocamento e alienação, enfim, o *ennui* melancólico que acompanha todos os protagonistas, sempre cabisbaixos e sentindo pena de alguma coisa, lembrando do passado com uma meia saudade que é arruinada pela lembrança de como ele já era embutido de loucura e insensatez, aparece como reação a um mundo com o qual eles não estariam dispostos a lidar ou à sua própria reação de afastamento e superioridade mal disfarçada a esse mundo? Simplificando: uma postura que visa a supremacia do indivíduo diante do amontoado de coisas que o oprime (nas palavras deles) através da resignificação e aceitação irônica de um estilo de vida caricato e imbecil, pode levar alguém à satisfação pessoal? A felicidade, ou a satisfação pessoal – e isso pode ser muito bem argumentado – não têm muito espaço quando observamos a história (ou o final dela) de longe e vemos seus

⁹⁶ O termo faz referência ao código utilizado nos cursos introdutórios nas universitárias americanas (ex: um curso de medicina começa com algo do tipo “Anatomia 101”. Equivalente a “Anatomia I” no Brasil).

movimentos e consequências durkheimianas para as aulas de história, mas a própria natureza, se é que existe uma, dessa chamada geração x, que é, caso deixemos nossa definição mais maleável, a geração detentora, se não do monopólio, da destreza técnica necessária para a aplicação de uma visão *camp* sobre o mundo. Essa visão indefinida e preguiçosa, não se importando com seu papel histórico, nos leva a crer que nesse caso a satisfação pessoal pode ser estabelecida como parâmetro de análise do sucesso ou não de determinado aceno estilístico (no caso, a adoção de tal estilo de vida como pastiche). A sinceridade aqui desempenha, pela primeira vez, um papel importante, visto que é necessário saber se ela está presente na aura de elitismo e deboche *blasé* que acompanha a eleição de um estilo de vida que coloca entre aspas os sonhos e esperanças da classe média (americana, ao menos), que julga ser detentora de um segredo inalcançável a todo o resto, justamente por estar escondido no óbvio.

O que se segue a esse movimento, que é ao mesmo tempo, pegando emprestadas observações de Pierre Bourdieu a respeito do *campo* do gosto, um movimento de duas mãos, simultaneamente de recusa e promoção (p. 41)⁹⁷? Levando em conta o fato de essas pessoas, digamos, os protagonistas de *Generation x*, terem sido capazes de refletir criticamente a respeito de sua condição, o suficiente para sentirem a necessidade da ruptura, o que acontece após ela ter sido completa? Digo, quem ri por último? *Generation x*, como já foi dito anteriormente, oferece uma resposta radical e definitiva, senão utópica, para a questão: riem por último os três protagonistas, que, tendo resistido ao mundo de delírios sensuais não biodegradáveis que lhes era oferecido, decidem se isolar, dessa vez literalmente, em busca de seus momentos de *insight* profundos e livres da sombra do consumo. O desfecho do livro pode ser visto, portanto, ou como inocência romântica inoperável no mundo real por parte de Douglas Coupland (tente abrir um pequeno hotel no meio do deserto e deixar todas as suas obrigações cívicas e fiscais de lado; não vai ser fácil) ou, se puxarmos a brasa para a nossa sardinha, como piscada de olho irônica, devido justamente a sua inverossimilhança (“Olha, o único jeito de não ser contaminado pelo

⁹⁷ Recusa do cafona e promoção do insignificante, que nesse caso são ambos representados pelo estilo de vida americano. O que chamei anteriormente de resignificação é desmembrado aqui em duas etapas distintas; primeiro, a recusa e o afastamento dos valores estabelecidos e do *status quo* bélico-industrial, ato hippie e adolescente por excelência, e segundo, a reaproximação com a intenção de promover o mesmo banal que acabou de ser recusado. Talvez esse tenha sido o pulo do gato que faltou a movimentos contra-culturais jovens mais combativos: após a recusa e a ruptura com o mundo herdado de seus pais, não havia mais para onde ir, visto que não há mais espaço, como já dissemos eu e Naomi Klein.

mundo das coisas materiais que tanto os atormenta é sumir, ir para o meio do deserto ou para Marte”). Fica claro que, assim que se institucionaliza, o *camp* passa a fazer parte do jogo, e fica assim suscetível a intervenções e apropriações por parte da indústria cultural. A própria trajetória, se não do romance, mas do termo “*Generation x*”, pode contar uma história bastante fiel de como opera tal processo; as frustrações e angústias de uma juventude esclarecida o suficiente para desconfiar e rejeitar o sonho que lhes foi prometido, ao serem detectados pelos *cool hunters* e departamentos de marketing, representantes máximos de certa robotização anestesiada do mundo da vida e do trabalho da qual falam os protagonistas do livro (que, antes de serem iluminados pela verdade e verem a beleza de um floco de neve – sim, eles fazem isso – eram todos empregados desse mesmo departamento, aparentemente o único que restou nas grandes multinacionais, *pimping for the man*), tornou-se um nicho de mercado que tratou de vender angústia e frustrações. Não seria à toa que a chamada música *grunge* se tornou um fenômeno de vendas, tendo a cena musical de Seattle sido toda construída pela imprensa e pelas gravadoras, na mesma época em que *Generation x* foi lançado. Não ponho em questão a integridade artística de Kurt Cobain, ou a seriedade com a qual eles todos se entregavam ao seu cinismo; apenas estou dizendo que houve a capitalização, por partes da indústria cultural, de todo esse sentimento de alienação do qual falavam. Talvez pela última vez, houve uma exploração simultânea por parte dessa indústria de um momento histórico cultural-pop, se é que existe tal monstruosidade⁹⁸. O que se vê hoje é parecido com o que Adorno dizia a respeito do jazz: um número limitado de módulos intercambiáveis que poderiam ser recombinaados de *n* maneiras diferentes, mas sempre com o mesmo resultado; o resgate nostálgico, em grande parte legitimado por uma visão *camp* do mundo universalizada, de antigos sucessos e estilos musicais pode ser visto por toda a música pop (além do cinema, com seus remakes *ruins* de filmes ou programas de TV ruins de décadas passadas), nos fazendo temer, como mostrou matéria do *The Onion*⁹⁹ pelo esgotamento do passado, assim como se teme o esgotamento do petróleo devido ao aumento do ritmo do consumo. A partir do momento em que algo é enunciado e deixa de

⁹⁸ O caso do Rap é mais complexo, uma vez que ele teve que passar por um processo demorado de provação e abrandamento para que fosse aceito pela América branca. O fato de ser produzido por uma minoria dificultou sua transposição e o esvaziamento de toda a sua alma e relevância artística em direção à indústria cultural. O resultado é que o vemos hoje como uma versão decadente de um materialismo obsceno elevado ao absurdo. O *campo* da política e dos direitos civis, origem e principal objeto de estudo da musica rap, deu lugar a uma versão histriônica da ética capitalista do *free enterprise* e do cada um por si.

⁹⁹ <http://www.theonion.com/articles/us-dept-of-retro-warns-we-may-be-running-out-of-pa,873/>

ser uma piada interna de um pequeno grupo minoritário, passa também a ser uma opção de mercado a ser explorada e mimetizada.

Caso queiramos comparar *Generation x* com *Notes on camp* (apesar de se tratar de coisas quase completamente diferentes), perceberemos o deslocamento e o avanço desse conceito em nossa prática cotidiana. Se em 1964 Susan Sontag teme estragar a piada ao entregá-la ao grande público, Douglas Coupland trata do assunto como se fosse moeda corrente para a juventude americana (ou do Canadá, seu país de origem). Seu romance descreve uma época na qual houve a virada (irreversível) de uma possível visão *camp* livre e alheia à cultura hegemônica, realizando o sonho dos estudos culturais de uma resistência e conservação da autonomia do indivíduo dentro da sociedade de consumo de bens culturais, para o que chamamos aqui de *camp* intencional, ou deliberado, produzido tendo em vista a parcela do mercado constituída por pessoas que não querem ser apenas mais uma parcela do mercado. Em *The conquest of cool*, Thomas Frank mostra como isso ocorreu na publicidade, setor esse, como nos mostrou Naomi Klein, responsável por captar e cooptar novas tendências que possam ser adaptadas pelo capital e transformadas em nichos de mercado. Após a década de 1950, marcada por uma publicidade ortodoxa e institucional, houve na década seguinte uma espécie de reação na qual esta passou a criticar não só a si mesma e aos artifícios pouco confiáveis usados para fixar uma ideia no consumidor (dados abstratos e pretensamente científicos sobre os produtos, tão populares na publicidade “careta” da década anterior) como a própria ideia de consumismo, colocando-se ao lado de toda onda contracultural que se apresentava na sociedade americana no momento. Com anúncios aparentemente descompromissados, as agências evitavam que as marcas de seus clientes fossem aliadas à ideia de conservadorismo que estava sendo posta em cheque pelos Beatles e pelos movimentos sociais. A metalinguagem tratava de demolir os mitos da publicidade, mostrando como os anúncios antigos maquiavam e artificializavam a comunicação com o consumidor; o chefe de família WASP ou o *cowboy* moderno, garotos propaganda das fábricas de automóveis, foram substituídos por homens comuns ou *beatniks*¹⁰⁰, e uma aeromoça com um sorriso permanentemente pintado no rosto era usada

¹⁰⁰ Sendo a ideia de *Beatnik* também um produto da indústria cultural, que aproveitando o lançamento do satélite soviético Sputnik em 1957, mesmo ano de lançamento de *On the Road*, de Jack Kerouac, para batizar o novo nicho de mercado que pretendia criar, empacotou uma visão estereotipada do *hipster* da costa oeste dos EUA e produziu uma série de filmes vendendo essa imagem. Até mesmo Elvis Presley, provavelmente a

para ilustrar o serviço das companhias aéreas antiquadas e vender a ideia de uma companhia aérea moderna que oferecia uma relação mais humana e sincera com seus passageiros¹⁰¹. Esse ataque à publicidade utilizado como artifício publicitário – que no decorrer das décadas muitas vezes beirou uma abordagem *camp*, uma vez que a crítica direta ao consumismo não servia mais para estabelecer um diálogo imediato com a juventude, parcela crescente do mercado desde então – é um bom exemplo de como opera a indústria cultural¹⁰², mesmo diante de estratégias de distinção como a que se vê claramente em *Generation X*.

Não é novidade que um movimento ou artefato contracultural (periférico, ou não-hegemônico) seja convertido em mercadoria pela mesma lógica que ele critica (sendo a indústria de camisetas estampadas com o rosto de Che Guevara talvez o exemplo mais claro disso). A diferença que creio ocorrer com uma visão *camp* de mundo é que ela tem seu potencial libertador não no confronto direto com o mercado, ou o capitalismo, ou o que quer que seja, mas em uma possível tomada das rédeas da relação produtor/consumidor. Como fica a situação quando a ironia com a qual será consumido um filme, programa de televisão (etc. etc.) já é incorporada e considerada durante sua produção? É possível ir um passo à frente e ser irônico a respeito da ironia? Quando damos risada de um produto tão calculadamente ruim e banal, estamos rindo dele (como era esperado que fizéssemos) ou da tentativa pouco velada de produzir deliberadamente algo ruim e banal? Por partir do princípio de que o consumidor de cultura pode estar sempre um passo à frente do produtor, os estudos culturais não poderiam afirmar que mesmo o *camp* sendo incorporado pela indústria cultural ele não deixa de ser revolucionário e dar risada da tentativa do mundo dar risada junto dele (e assim *ad infinitum*)? É esse o quadro que *Generation x* ajuda a

peessoa menos beatnística do mundo, tentou de algum modo explorar o filão, ainda que atrasado, em *Easy come, easy go*, de 1967 (mesmo sem dados oficiais, poderia afirmar que esse filme provavelmente hoje é admirado ironicamente justamente por sua ineficácia etnográfica). Essa imagem do *Beatnik* – a de um poeta preguiçoso, de roupas pretas, cavanhaque, sempre tocando bongô e fumando maconha enquanto dispara gírias de um vernáculo incompreensível para quem não seja do meio em algum café de San Francisco – é bastante forte, aparecendo até hoje em diversas obras das mais diferentes, de filmes de Elvis Presley a episódios dos Simpsons, como a ideia “oficial” da geração beat.

¹⁰¹ Respectivamente nos anúncios do Ford Mustang, de 1965, e da companhia aérea El AL, de 1967 (Frank, 1998)

¹⁰² E o fato de citar a indústria cultural quando falo de publicidade é intencional; de novo, em *Sem Logo*, Naomi Klein discorre sobre como a publicidade passou não apenas a se aliar a grandes ícones da indústria cultural – ou da cultura pop de maneira geral: astros de esporte, da TV ou da própria publicidade – como a ser parte integrante dessa cultura.

cristalizar, mesmo que trate da questão de maneira pouco ortodoxa e até mesmo pouco clara e apenas de passagem. Ele nos apresenta um estado de coisas na virada do século, uma época (porque uma década é uma época) que poderíamos chamar (como já chamamos) de rococó do barroco (ou talvez alta modernidade) do *camp*.

Não pretendo, como já deve ter ficado claro, responder a nenhuma dessas perguntas, por mais interessantes que elas possam ser, mas creio que ao enunciá-las já tenha conseguido deixar claro que *Generation x* cumpre um papel de pautar e contextualizar a discussão que propus na introdução. Por ser marcado pelo embate entre o consumidor comum (nós) e a indústria (cultural?), *Generation x* de certa maneira inaugura para o grande público – retirando a discussão das mãos das minorias em busca de reconhecimento como o movimento gay, e portanto dando razão a Adorno e Horkheimer em sua tese de que a modernidade esclarecida tratou de oprimir a todos, desprezando condições sócio-demográficas ou étnicas – uma visão de mundo na qual, como já dissemos, a recusa e a paixão andam lado a lado.

5. Considerações finais

O objetivo inicial desta dissertação era entender como a ideia de um consumo aparentemente desprovido de reflexão crítica poderia conter características que de algum modo desafiavam a visão frankfurtiana de indústria cultural. Esse tipo de prática realizada no consumo, chamada *camp*, abraça com a mesma paixão os produtos culturais massificados e mistificadores dos quais falam Adorno, Horkheimer e todos nós, porém, sua ironia às vezes bem escondida demais esconde um objetivo posterior, a distinção social e a construção de uma vanguarda em um mundo que não mais as comporta. A origem do *camp* no movimento gay norte-americano garante ao termo de imediato um lastro se não de confrontação ao menos de resistência, por mais necessário que seja para a sobrevivência dessa prática que se diga o contrário.

Por se tratar de uma prática com origens contraculturais e que se baseia em uma escala diferente de valores (no caso, estéticos), sua filiação teórica óbvia seriam, portanto, os estudos culturais, tanto em suas origens em Raymond Williams – que ofereciam uma alternativa para a noção totalizante de Adorno ao falar sobre culturas periféricas ou não hegemônicas – quanto em sua versão mais diluída e tematicamente variada presente até hoje principalmente nos EUA, com seus departamentos de teoria literária atomizados em inúmeros subtópicos mais ou menos relevantes (Hitlerologia, ou Elvisologia).

A dialética proposta inicialmente não se concretizou, e no lugar dela passei a me concentrar na descrição mais detalhada possível do conceito de *camp* e suas variantes, assim como sua cronologia e os efeitos produzidos em sua ideia inicial, em virtude de cada mudança de status dentro da indústria cultural. As considerações sobre a possibilidade ou não da superação do que chamei de paradigma frankfurtiano ficaram restritas a notas de rodapé e discussões tangenciais, e o texto central da monografia deixou de ser “A dialética do esclarecimento” e passou a ser “Notes on *camp*”, de Susan Sontag, que tratei de observar mais demoradamente do que qualquer outro. Ao fim dessa que foi a investida teórica mais profunda de uma monografia que abriu mão das investidas teóricas, passei então a descrever objetos que considerei sintomáticos de diferentes abordagens em relação ao *camp*.

Pink Flamingos de John Waters é fruto de um impulso criativo autêntico, sua visão de mundo como espetáculo e subversão de papéis sexuais ortodoxos o aproximam de uma noção de *camp* que chamei de inocente, mas que, nesse caso, devido à falta de inocência que ficou demonstrada em suas declarações autobiográficas citadas por mim, decreto aqui “involuntário”. *Pink Flamingos* abriu espaço para um mercado de filmes sabida e orgulhosamente mal realizados e grotescos. Sua celebração catártica do *camp* realizada por Divine na cena final do filme resume o que se poderia dizer sobre esse tipo de prática cultural: ao comer as fezes do cachorro com a boca aberta sem perder a elegância, traída apenas por reflexos involuntários do esôfago, Divine incorpora ao mesmo tempo tudo que há de rebelde e terrível sobre o *camp*: desafia a moral e os bons costumes e é alçada ao título máximo de sua categoria profissional (“pessoa mais suja do mundo”) ao mesmo tempo em que realiza o ato sempre desagradável de comer fezes. Tal ousadia conceitual foi mimetizada diversas vezes em diferentes graus por filmes que se apresentam como paródias e versões fracassadas do cinema americano¹⁰³.

Batman: the TV series representa inicialmente o que foi descrito por Susan Sontag como *camp* intencional; seu exagero e superficialidade são, portanto, calculados para maior efeito cômico. A série também marcou a entrada do “mau gosto” (devidamente coisificado) no arsenal narrativo da indústria cultural. Suas ressonâncias estéticas foram sentidas em todas as outras representações de Batman na TV¹⁰⁴, no cinema e até em seu habitat natural, as HQs. Com o tempo, no entanto, os signos de “mau gosto” calculados pelos produtores foram dando espaço a outros, involuntários, acentuados pela distância cronológica do espectador com a obra, e *Batman* hoje é visto também como um produto do *camp* inocente, fruto de um tempo em que as coisas aconteciam de maneiras diferentes e, justamente por isso, digno de chacota.

No terceiro capítulo tentei mostrar, através de uma leitura de *Generation X*, como a ideia de um consumo irônico baseado no distanciamento almejado pelo *camp* se calcificou nos anos 90 e acabou por se tornar ele próprio um nicho de mercado como todos os outros.

¹⁰³ Até houve tentativas de reproduzir literalmente a cena final de *Pink Flamingos* em filmes *camp*, como em *American Pie 3*, mas se tratava obviamente de fezes falsas, o que também pode ser encarado como sintomático de um outro estágio do *camp* cinematográfico.

¹⁰⁴ Após sua série nos anos 60, Batman só reapareceu na TV sob a forma de desenhos animados, que ora recusavam a herança *camp*, ora se aproximavam dela, dependendo do público para o qual o desenho era visado (no primeiro caso, o público leitor de quadrinhos, e no segundo caso, as crianças).

Tal conclusão me parece bastante simplória, e pode ser alcançada por meio de uma breve reflexão sobre a comodificação da vida cotidiana. Tentei não demonstrar nenhuma compaixão para com um estilo de vida que faz da letargia e do niilismo um gesto *blasé* de distanciamento. O mundo não seria um lugar melhor se todos nós não acreditássemos em nada, apenas na reciclagem. Ao final do capítulo sobre *Generation X*, no entanto, ofereço alguns questionamentos sobre qual virá a ser o próximo passo nesse jogo de gato e rato pouco criativo que é a tentativa de se encontrar fora de uma estrutura social totalizante, na qual é impossível não significar e pertencer a algo. Mais que oferecer tais questões pouco intrigantes, o capítulo serve para ilustrar um segundo momento de uma prática essencialmente subcultural, após ser detectada e incorporada à lógica de produção da indústria. A certeza dos personagens do romance de que não há mais a possibilidade de vivenciar qualquer experiência que não seja mediada pelo mercado (ou pelo “sistema”, ou por qualquer outro termo vago que se queira aplicar a essa circunstância) e sua consequente resistência pacífica e sarcástica ante o mundo que lhes foi entregue de mão beijada pelos seus pais aliado à observação de que foi durante esse período (anos 90) que esse estilo de vida se concretizou como alternativa válida de consumo só faz com que, em retrospectiva, decreta a irrelevância dos meus questionamentos nesse terceiro capítulo. Ele passa a servir então como ilustração arqueológica e prova da derrota de preguiça esclarecida ante o capital.

A dificuldade em lidar com o termo (“*camp*”) vem do fato de seus praticantes não possuírem um perfil demográfico definido o suficiente para ser recortado e apresentado de maneira definitiva. Demonstrei, com o aval de Susan Sontag, que após sua gênese dentro de uma subcultura urbana bastante específica ele acabou por se popularizar e ser adotado por grupos posicionados em diferentes pontos da hierarquia social, detentores de diferentes relações com a chamada cultura hegemônica. A principal causa da atomização do perfil de seus adeptos, no entanto, foi sem dúvida sua entrada no *mainstream*, com sua adoção pela indústria cultural, onde foi legitimado e testado em situações como *Batman* ou na publicidade (como vimos em *Conquest of cool*) e regurgitado de volta ao mercado com suas qualidades *camp* agora submissas aos fins maquiavélicos que nós e Adorno estamos acostumados a esperar do mundo racionalizado e posteriormente colocado em prática em

larga escala. Sua detecção passa a ser menos imediata, e seu consumo, inconsciente. Assim como o glutamato monossódico que ingerimos junto com praticamente tudo que comemos sem nem ao menos perceber, o gosto pelo mau gosto é reforçado a cada produção hollywoodiana, videoclipe ou jingle nostálgico ressuscitado para o novo milênio. Torna-se então bastante difícil falar de adeptos ou praticantes de uma visão *camp* do mundo como um grupo particular. Sua derrota foi justamente ter se tornado um grupo homogêneo, ter a sua idiossincrasia tão bem realizada – que antes se pensava infalível – anulada por uma democratização vertical e irreversível operada pela indústria cultural (aí está outro termo bastante vago usado durante toda monografia). Pela mesma razão, não há como sustentar o discurso “Ideológico” do *camp* (ilustrado pelas citações de Richard Dyer). Afirmá-lo já configura uma ruptura com a imagem de superficialidade calculada que o *camp* faz questão de mostrar o mundo, mas negá-lo é relegar o *camp* ao nada. Porém, uma vez que esse amor pelo artifício sai do controle de seus herdeiros legítimos sua força política, a da afirmação das diferenças dentro da sociedade civil através da construção de uma identidade de classe que faz uso de certos signos da normalidade, comportamental, sexual ou biológica, para desconstruí-la, encontra-se enfraquecida, se não extinta.

A diversificação dos objetos da sensibilidade *camp* também tornou o meu trabalho mais difícil. A partir do momento em que tudo que pode ser vendido passa a fazer parte da consciência coletiva e se legitima como “cultura pop” o número de objetos aptos a serem consumidos ironicamente se multiplica inúmeras vezes. De uma marca de refrigerante retirada do mercado à costeleta de um âncora de telejornal dos anos 70, tudo pode ser solidificado e apreciado por seu absurdo. A lista é imensa, e pode incluir tanto detalhes insignificantes de uma produção cultural maior (um bordão de um personagem mal interpretado em um filme particularmente ruim) quanto, como faz questão de nos mostrar John Waters, todos os habitantes de uma mesma cidade (como Baltimore), passando pelo gosto por vídeo games antiquados, apreciação irônica de ditadores em camisetas (Mao Tsé Tung, Stalin, Pol Pot sendo de algum modo uma resposta a Che Guevara), predileção por comidas ruins (ou absurdamente artificiais) ou drinks intragáveis, ou atrações turísticas grotescas (como em Tijuana, México, que tem como principal apelo aos turistas americanos que atravessam sua fronteira um show no qual uma mulher é sodomizada por um

jumento¹⁰⁵), adoção de peculiaridades demográficas na fala cotidiana (gírias de certa minoria étnica ou social), etc. A falta de densidade nesses exemplos me obrigou a concentrar a escolha dos objetos em campos mais rigorosamente culturais (“artísticos”) como o cinema, a televisão e a música.

No que diz respeito à semântica do termo *Camp*, tratei de extrapolar suas margens para englobar teorias e práticas não necessariamente nomeadas¹⁰⁶; todo o gesto irônico de consumo de bens culturais (no sentido de uma experiência que seja compartilhada por todos) chamei de *camp*, assim como também ignorei variações que poderiam tornar esta monografia uma longa definição de dicionário (como o Cheesy, descrito por Annalee Newitz, que também chamei simplesmente de *camp*). Isso afastou o termo de sua filiação puramente gay, que era justamente minha intenção, ainda que vá contra a corrente da presença do *camp* no debate acadêmico, onde ele se encontra quase na grande maioria das vezes aliado à discussão acerca dos papéis de gênero. Suprimi também a divisão entre *High* e *Low camp* feita por Christopher Isherwood em sua descrição inicial do termo – ela me pareceu anacrônica e pouco prática em uma época em que tudo parece se encaixar no que ele chamou de *Low camp*. Talvez tenha sido o fato de ter englobado outras noções periféricas em um só termo o responsável pela repetição incessante e quase infinita da palavra *camp* no decorrer de toda a dissertação, inconveniência pela qual peço desculpas.

Após observar com variados graus de atenção e rigor metodológico diversos exemplos do que chamei de estética *camp* na produção cultural contemporânea, detectei peculiaridades e subgêneros, mudanças cronológicas e variantes geográficas, todas elas pautadas pela relação de atrito entre uma pretensa vanguarda e o senso comum. Esse atrito se dá no único palco de embates sociais do mundo pós-utópico: o mercado. A erosão do

¹⁰⁵ A veracidade de tal atração turística sempre foi contestada, e seu status “oficial” é de lenda urbana plenamente difundida, angariando espaço na cultura popular americana de modo forte o suficiente para aparecer aqui e ali em filmes adolescentes (como *O virgem de 40 anos*, *bachelor party* e *Clerks II*), além do ocasional artigo investigativo em jornais ou revistas, que tentam provar a lenda como falsa ou verdadeira (*Denver Post*, 2005). Seja como for, como show erótico parafilico real ou apenas uma lenda urbana, o papel do *donkey show* de Tijuana permanece inalterado. A simples vontade de ir a um espetáculo desses explicita a propensão para um estilo de vida *camp* tão fortemente quanto o fato de realmente já tê-lo porventura presenciado.

¹⁰⁶ Muitas vezes o amor por certos produtos é descrito apenas pela máxima “É tão ruim que é bom” (*it's so bad, its good*) sem nomear *camp* tal opinião.

trabalho e da estratificação social como identidades centrais da modernidade, o avanço tecnológico e, sejam óbvios, o capitalismo, deu ao consumo papel de protagonista na construção de nossa identidade social. A distinção baseada nas escolhas estéticas adquire maior importância e, diante de um panorama artístico cultural democrático em seu terror, o mau gosto aparece primeiro como tentativa passivo-agressiva de fuga e rebeldia, para depois se cristalizar como expressão sadomasoquista de ódio e desespero.

Referências

- ADORNO, Theodor. **Minima Moralia**. Rio de Janeiro: Beco do Azougue, 2008a.
- ADORNO, Theodor. **As estrelas descem à terra**. São Paulo: Unesp, 2008b.
- ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.
- BARTHES, Roland. **Mitologias**. São Paulo: Difel, 2003.
- BARTHES, Roland. **Sistema da moda**. São Paulo: Martins Fontes, 2009.
- BAUMAN, Zygmunt. **O mal-estar da pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, 2007.
- BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In ORTIZ, Renato (org.) **Pierre Bourdieu**. São Paulo: Ática, 2003.
- BUARQUE de HOLLANDA, Sérgio. **Raízes do Brasil**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.
- COUPLAND, Douglas. **Generation X: tales for an accelerated culture**. Londres: Abacus, 2001.
- DURÃO, Fábio Akcelrud. **Giros em falso no debate da Teoria**. Alea. Estudos Neolatinos, v. 10, p. 54-69, 2008a.
- DURÃO, Fábio Akcelrud; Zuin, Antônio; Vaz, Alexandre Fernandez (org.). **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008.
- DYER, Richard. **In defense of disco**. Gay left N°8, 1979.
- DYER, Richard. **Heavenly bodies: film stars and society**. New York: St. Martin's Press, 1986.
- FONSECA, José da. **O novo guia de conversação em português e inglês**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2002.
- FRANK, Thomas. **The conquest of cool: business culture, counterculture and the rise of hip consumerism**. Chicago: University of Chicago Press, 1998.
- FREYRE, Gilberto. **Casa grande e senzala**. São Paulo: Global, 2006.
- GARELICK, Rhonda K. **Outrageous dieting: the camp performance of Richard Simmons**. Postmodern Culture – vol. 6, n.1. Johns Hopkins University Press, 1995.

- GREIMAS, A. J. et al. **Análise estrutural da narrativa**. Petrópolis: Vozes, 2008.
- GROSSBERG, Lawrence; Nelson, Cary; Treichler (org.). **Cultural Studies**. New York: Routledge, 1992.
- HONNETH, Axel. **Luta por reconhecimento: A gramática moral dos conflitos sociais**. São Paulo: Editora 34, 2003.
- ISHERWOOD, Christopher. **The world in the evening**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1999.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo, a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Ática, 2006.
- JOHNSON, Colin R. **Camp life: the queer history of manhood in the civilian conservation corps (1933 – 1937)**. American Studies – volume 48, número 2. Mid-American Studies Association, 2007.
- KLEIN, Naomi. **Sem logo: a tirania das marcas em um planeta vendido**. São Paulo: Record, 2002.
- LEITCH, Vincent B.(org.). **Norton Anthology of Theory and Criticism**. New York: Norton & company, 2001.
- MALLAN, Kerry. Between a frock and a hard place: camp aesthetics and children's culture. **Canadian Review of American Studies** - volume 35, número 1. University of Toronto press, 2005.
- MARCUSE, Herbert. **A dimensão estética**. Lisboa: edições 70, 1999.
- NEWITZ, Annalee. **What makes things cheesy? Satire, multinationalism, and B-movies**. Social text, vol. 18, N°2: Duke University press, 2000.
- ORTIZ, Renato (org.). **A sociologia de Pierre Bordieu**. São Paulo: Olho d'água, 2003.
- ORWELL, George. **A revolução dos bichos**. São Paulo: Companhia das letras, 2007.
- RODRIGUES, José Albertino (org.). **Durkheim**. São Paulo: Ática, 2000.
- SONTAG, Susan. **Against interpretation and other essays**. Londres: Penguin, 2009.
- TURNER, Victor W. **O processo ritual: Estrutura e Antiestrutura**. Petrópolis: Vozes, 1974.
- WATERS, John. **Shock value: a tasteful book about bad taste**. New York: Delta books, 1981.
- WATERS, John. **Role models**. New York: Farrar, Straus and Giroux, 2010.

WILDE, Oscar. **Obra completa**. Rio de Janeiro: Nova Aguilar, 2003.

WILLIAMS, Raymond. **Marxismo e literatura**. Rio de Janeiro: Zahar, 1979.

Filmes

300. Dir. Zack Snyder, 2007.

Balconista, o. Dir. Kevin Smith, 1994.

Bad taste. Dir. Peter Jackson, 1987.

Batman. Dir. Tim Burton, 1989.

Batman Begins. Dir. Christopher Nolan, 2005.

Batman forever. Dir. Joel Schumacher, 1995.

Batman Returns. Dir. Tim Burton, 1992.

Batman & Robin. Dir. Joel Schumacher, 1997.

Beat the devil, Dir. John Huston, 1953.

Braindead. Dir. Peter Jackson, 1992.

Cabaret. Dir. Bob Fosse, 1972.

Catwoman. Dir. Pitof, 2004.

Cry-baby. Dir. John Waters, 1990.

The Dark Knight. Dir. Christopher Nolan, 2008.

Desperate living. Dir. John Waters, 1977.

Divine Trash. Dir. Steve Yeager, 1998.

Faces da morte. Dir. Conan Le Cilaire, 1978.

Faster Pussycat! Kill! Kill!. Dir. Russ Meyer, 1965.

Flaming creatures. Dir. Jack Smith, 1963

Hag in a Black leather jacket. Dir. John Waters, 1964.

Hairspray. Dir. John Waters, 1988.

I am curious (yellow). Dir. Vilgot Sjoman, 1967.

Machete. Dir. Robert Rodriguez, 2010.

Maltese falcon, the. Dir. John Huston, 1941.

Mondo cane. Dir. Paolo Cavara, 1962.

Mondo trasho. Dir. John Waters, 1969.

Plan 9 from outer space. Dir. Ed Wood, 1959.

Pecker. Dir. John Waters, 1997.

Pink Flamingos. Dir: John Waters, 1972.

The room. Dir. Tommy Wiseau, 2003.

Trash. Dir. Paul Morrissey, 1970.

Two thousand maniacs. Dir. Herschell Gordon Lewis, 1964.

Scott Pilgrim VS. The world. Dir. Edgar Wright, 2009.

Showgirls. Dir. Paul Verhoeven, 1995.

Watchmen. Dir. Zack Snyder, 2009.

Internet

Internet movie database (Imdb): www.imdb.com