

Morte do autor ou defesa da tradição? O universo de Caio Fernando Abreu na internet¹

NÓBREGA, Livia de Pádua²
PRADO, Cássia Braga do³
Faculdade Araguaia, Goiânia, GO

Resumo

O presente trabalho realiza uma análise de apropriações do escritor Caio Fernando Abreu na rede social Facebook para interpretar o fenômeno da popularização deste na internet. Para tanto, foi selecionado um *corpus* de três montagens publicadas nas *fanpages* Desvirtuando Caio Fernando Abreu, Clarice da Depressão e Mustache. Também serão analisadas quatro postagens em formato de texto da *page* Caio Fernando Abreu (Comediante). Desta forma, pretende-se observar se o uso da figura do escritor no Ciberespaço pode ser melhor compreendido por meio do conceito de morte do autor – na qual a obra original é somente um ponto de partida para a livre criação por outrens – ou defesa da tradição, na qual percebe-se uma divulgação e defesa do original em sua forma literal e de apreciação restrita a pouco.

Palavras-chave: Caio Fernando Abreu; Cibercultura; Ciberespaço; Facebook; Literatura.

Introdução

O desenvolvimento das chamadas Novas Tecnologias da Comunicação e a centralidade ocupada pelo digital no mundo atual têm como correlato diversos fenômenos, entre os quais a popularização de escritores pela rede mundial de computadores. Neste universo, Caio Fernando Abreu e Clarice Lispector despontam como os mais citados. Tal banalização se dá, sobretudo, por meio de duas vertentes: a veiculação de citações literais dos escritores em redes sociais, blogs e sites, mas também a divulgação de criações que se utilizam da figura dos já citados escritores para criar algo novo que pode tanto tomar a forma de pequenas modificações em relação ao contexto original quanto revelar-se um desvio total em relação a este.

Em estudo anterior da autora (NÓBREGA, 2015), as apropriações acerca da figura da escritora ucraniana, naturalizada brasileira, foram analisadas a partir de três *fanpages* – Clarice Lispector da Depressão, Clarice da Depressão e Clarice de TPM - que utilizavam a

¹ Trabalho apresentado no GP Cibercultura, XV Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre em Comunicação pela Universidade Federal de Goiás; Graduada em Jornalismo pela Pontifícia Universidade Católica de Goiás e em História pela Universidade Federal de Goiás; Professora dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade Araguaia em Goiânia, Goiás. E-mail: jornalistalivia@yahoo.com.br

³ Graduada em Jornalismo pela Faculdade Araguaia, Goiânia, Goiás. E-mail: caahzbraga@gmail.com

figura da escritora para vinculá-la a trechos de músicas de funk, sertanejo e frases já conhecidas no âmbito da internet a fim de causar efeito de humor e/ou ironia. Assim, foi possível concluir que a escritora brasileira mais citada na internet assim o é por meio da subversão de seus escritos, quando pouco do contexto original de suas obras é utilizado, sendo muito freqüente o desvio da produção clariceana por meio de estratégias discursivas como a paródia.

Desta forma, foi possível concluir que as postagens das páginas analisadas tomavam Clarice apenas como um ponto de partida para apropriar-se da figura e obra da escritora para criar algo novo a partir daí, configurando o conceito de morte do autor (SANT'ANNA, 2001). Por outro lado, o estudo mencionado permitiu ainda constatar a existência de *posts* que faziam crítica à banalização da escritora e de Caio Fernando Abreu – na própria *fanpage* dedicada a Clarice - como uma espécie de defesa da tradição. Surgiu deste modo o interesse em analisar também o uso que se faz da figura e obra do escritor no âmbito virtual.

Em observação exploratória para definir o *corpus* a ser analisado, foi possível desde então perceber que, diferente da escritora que conta com diversas páginas de apropriações literais, mas também muitas baseadas no humor, as igualmente numerosas páginas dedicadas ao escritor configuram-se, em sua maioria, como um espaço de divulgação literal de sua obra, ainda que a própria dinâmica da citação descontextualize a mesma. As poucas páginas dedicadas a provocar humor a partir da figura deste têm em comum o fato de que na maioria das vezes o fazem a partir da crítica a banalização do escritor na internet.

Enquanto uma busca simples pelo Facebook indica treze páginas de citações da escritora, além de cinco de humor relacionadas a ela, o escritor conta com 82 em sua homenagem, sendo apenas três humorísticas. Há cinco dedicadas a ambos os escritores ao mesmo tempo, havendo ainda outras seis que reúnem o conteúdo dos dois junto ao da escritora Tati Bernardi e uma única associando Caio, Clarice e Machado de Assis. As *fanpages*, comunidades e personagens fictícios dedicadas aos autores são ainda mais numerosas, entretanto, como nem sempre possuem o nome Caio Fernando Abreu ou Clarice Lispector no título, a mensuração total não é possível.

O objetivo da pesquisa é interpretar o fenômeno da popularização do escritor Caio Fernando Abreu na rede social Facebook. Como hipótese acredita-se que tal popularização encontra-se respaldada por uma tentativa de defesa da tradição literária, preservando, tanto quanto possível, o sentido dos escritos originais e criticando as apropriações que subvertem o sentido literal lavrado por Caio. Tal trabalho justifica-se pela importância de compreender

os fenômenos correlatos ao advento das novas tecnologias da comunicação, sobretudo na esfera da literatura, no presente caso. Além disso, faz-se pertinente ainda o estudo dos fatos relacionados à emergência da chamada era digital e dos processos de virtualização para melhor compreensão da história do presente. Para situar a abordagem, faz-se necessário recorrer aos conceitos de Cibercultura e Ciberespaço, desenvolvidos a seguir.

Cibercultura e Ciberespaço

Por Cibercultura, Lévy (1999, p. 17) entende “o conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço”. Este é definido por Rabaça e Barbosa (2014) como o universo virtual formado pelas informações que circulam e estão armazenadas em nos computadores conectados pela internet. Um ambiente real, mas impossível de indicar por meio de coordenadas geográficas, posto que é virtual e não tangível, podendo tornar-se físico somente em meio aos imensos processadores que armazenam as informações contidas nas chamadas nuvens.

Tal impossibilidade de existência concreta demonstra a peculiaridade da Cibercultura e dos fenômenos circundados por ela, já que não se trata apenas de um simulacro da realidade, mas algo para além desta. Em uma cultura cujos processos advindos da cibernética ocupam centralidade, os dispositivos tecnológicos são capazes de gerar não apenas novos suportes, mas novos comportamentos, formas de interação e sociabilidade, cognição e manifestações sensoriais capazes de alterar profundamente as concepções até então conhecidas de tempo e espaço, proporcionando formas de comunicação horizontais e experiências de simulação e imersão que oferecem até mesmo a possibilidade de sentir-se fisicamente dentro de um espaço paradoxalmente caracterizado pela desterritorialização.

Enquanto as primeiras teorias da comunicação postularam a existência de formas comunicativas verticalizadas, nas quais uma voz alçada à categoria de autoridade emitia seus conteúdos a uma massa vista como amorfa, atomizada, dispersa, heterogênea e passiva que respondia aos estímulos de forma indiferenciada (Teoria Hipodérmica) ou incapaz de reagir criticamente (Teoria Crítica), as teorias atuais debruçam-se sobre formas de comunicação horizontalizadas nas quais todos podem ser tanto emissores quanto receptores – ao menos em potência. Tal comunicação ponto a ponto, materializada nos computadores,

tablets e *smartphones*, possibilitam o deslocamento do modelo “um para todos” para uma comunicação “todos-todos”.

Tal abertura caminha em um processo gradual e desigual em direção à democratização da informação e possibilita que escritores antes pouco conhecidos de grandes públicos quando suas obras necessitavam do suporte do livro impresso para divulgação, tornem-se populares a partir de fragmentos que circulam no dilúvio informacional típico do ciberespaço, para utilizar uma metáfora de Lévy (1999).

Tal processo não é novo e já era previsto por frankfurtianos como Walter Benjamin que em seu ensaio sobre o estatuto da obra de arte face à reprodutibilidade técnica postula uma liquidação do valor tradicional da cultura.

Shakespeare, Rembrandt, Beethoven, farão cinema... Todas as lendas, todas as mitologias e todos os mitos, todos os fundadores de novas religiões, sim, todas as religiões... Aguardam sua ressurreição luminosa, e os heróis se acotovelam às nossas portas (GANCE, 1927, p. 94-6 *apud* BENJAMIN, 1994, p. 169).

Artistas das mais diversas áreas que antes tinham sua divulgação restrita a suportes ditos tradicionais, como o livro impresso, a presença física em um museu, teatro ou concerto, alcançam hoje com mais velocidade e abrangência o conhecimento de novos públicos a partir da internet, televisão e cinema. Junto à veiculação, surge o problema da manutenção do sentido original de criação das obras. Este também não é um fato novo, já que desde a cultura oral e antes do surgimento do que o teórico da Escola Canadense, Marshall McLuhan chamou de galáxia de Gutenberg com a disseminação da cultura impressa, a essência das expressões artísticas corria o risco da alteração das histórias que passavam de boca em boca de geração em geração, assim como os livros escritos à mão pelos monges copistas enfrentavam o desafio da fidedignidade.

A popularização de artistas e obras ocorre na atualidade paralelamente a apropriação dos receptores que se tornam também emissores ao acrescentarem/alterarem conteúdos, descontextualizarem e veicularem suas próprias produções realizadas a partir do dialogismo entre a obra original e novos elementos, concretizando o conceito de morte do autor (SANT’ANNA, 2001).

Em pesquisa exploratória, Regis e Perani (2010) apontam três práticas sociais instigadas pelas novas tecnologias da informação e comunicação que permitem uma alteração profunda na cultura popular ao afastar-se de pontos de vistas frankfurtianos para

associar entretenimento e complexidade, são elas: participação do usuário; aprendizagem de linguagens, interfaces e softwares; interações sociais.

As formas de comunicação transversais, interativas e cooperativas aqui analisadas são frutos da participação ativa dos usuários, revelam a necessidade de conhecimentos prévios de linguagens para concretização dessa participação⁴ e tem como consequência a interação advinda das funções curtir, compartilhar e comentar sobre os materiais criados.

Redes Sociais

Pode-se dizer que a internet possui, até o momento, três fases. A primeira diz respeito a esta como uma rede de computadores, primeiramente em âmbito militar, posteriormente, acadêmico e finalmente, doméstico e móvel. O segundo momento refere-se às redes de pessoas e comunidades, nas quais não apenas os computadores trocam informações, mas também os usuários de várias partes do mundo. A terceira etapa é prevista como a Internet das Coisas, que pretende conectar tudo e todos.

Para Castells e Cardoso (2006, p. 17), a sociedade é que dá forma à tecnologia de acordo com as necessidades, valores e interesses das pessoas que utilizam as tecnologias.

A sociedade em rede, em termos simples, é uma estrutura social baseada em redes operadas por tecnologia de comunicação e informação fundamentadas na microeletrônica e em redes digitais de computadores que geram, processam e distribuem informação a partir do conhecimento acumulado nos nós dessas redes (CASTELLS; CARDOSO, 2006, p.20).

Uma rede social pode ser definida de acordo com Recuero como:

[...] um conjunto de dois elementos: *atores* (pessoas, instituições ou grupos; os nós da rede) e suas *conexões* (interações ou laços sociais) (Wasserman e Faust, 1994; Degenne e Forse, 1999). Uma rede, assim, é uma metáfora para observar os padrões de conexão de um grupo social, a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores. A abordagem da rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões (RECUERO, 2009, p. 24).

⁴ As (re)criações dos usuários só podem ocorrer a partir do domínio do *ethos* das redes sociais, incluindo aí o tipo de linguagem a ser utilizada e a estética sobre as quais esta será veiculada. A composição visual da maioria das apropriações de escritores na internet articula-se sobre o princípio da recombinação que permite o pastiche, a bricolagem e a mistura de imagens e textos vindos de contextos diferentes e reunidos em um novo contexto. Segundo Lemos (2007), os princípios que norteiam a recombinação na Cibercultura são: liberação do pólo emissor de forma livre e com vários formatos; princípio da conexão em rede; reconfiguração sociocultural a partir de novas práticas produtivas e recombinações.

Para uma melhor compreensão do que são os atores sociais e suas conexões, a autora esclarece ainda:

[...] o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais (RECUERO, 2009, p. 25).

Desta forma, as conexões são constituídas pelos laços formados por meio da interação entre os usuários. Tal processo abrange quem produz o conteúdo e o disponibiliza na rede e aqueles que acessam o que é produzido, expandindo esse universo.

Conforme reportagem do site de notícias sobre tecnologia Techtudo⁵, a primeira rede social surgiu em 1995, o *ClassMates*, cujo objetivo era possibilitar que antigos amigos que estudaram juntos em escolas ou faculdades pudessem se reencontrar. Ainda de acordo com a matéria, a primeira rede social com modelo próximo ao utilizado hoje surgiu apenas em 1997, a *SixDegrees* que permitia adicionar contatos, enviar mensagens e publicar.

Facebook

O Facebook surgiu em 2004 na Universidade de Harvard. Criado por Mark Zuckerberg, Eduardo Saverin, Dustin Moskovitz e Chris Hughes, inicialmente chamado de *The Facebook*. A ideia era conectar os alunos da Universidade de Harvard, mas o propósito se espalhou pelo mundo e em 2010 virou filme – *A Rede Social* - do diretor David Fincher.

O Facebook se popularizou no Brasil em 2011 quando ocupou o lugar que fora do Orkut, também criado em 2004 como uma rede com comunidades e seguimentos diferenciados, mas que teve seu fim anunciado pelo Google em setembro de 2014. Para que as comunidades e discussões do site não fossem esquecidas, a empresa criou um "arquivo de comunidade" para que os debates pudessem ser vistos novamente, além de ter oferecido a possibilidade de back-up aos usuários que quisessem salvar o material armazenado durante os anos na rede.

Dados de 2014 da comScore revelam que o Brasil possui 68,1 milhões de pessoas conectadas à internet. As primeiras posições ficaram com a China (354,6 milhões), Estados

⁵ Disponível em: <http://www.techtudo.com.br/artigos/noticia/2012/07/historia-das-redes-sociais.html>
Acesso em 07 de setembro de 2014 às 23h e 55min.

Unidos (194,7 milhões), Índia (80,1 milhões) e Japão (73 milhões). O relatório também abordou a faixa etária dos internautas brasileiros: 65% têm menos de 35 anos, caracterizando a internet brasileira como um espaço jovem. A porcentagem de pessoas de seis a 14 anos também cresceu, representando 14,8% dos usuários. O uso da internet por pessoas com mais de 55 anos ainda é pequeno, apenas 6,9%. O estudo mostra que 97,8% do tempo de navegação é direcionado às redes sociais.

Atualmente, o Facebook conta com 61,2 milhões de usuários brasileiros, sendo o Brasil o terceiro país em usuários da rede, perdendo apenas para os Estados Unidos (146, 8 milhões) e Índia (84,9 milhões).

De acordo com Lévy (1999), no mundo circunscrito pela internet, o autor - característico da cultura impressa - é portador da autoridade, enquanto o intérprete - característico da cultura oral - somente atualiza ou modela uma autoridade exterior a ele. A figura do internauta que transita pelos pólos de receptor e emissor realiza um retorno à oralidade na medida em que organiza uma criação coletiva, já que as criações da cultura oral também se caracterizavam pela coletividade, pois a imagem de um autor solitário por trás do processo de criação só foi possível com a cultura do livro.

Desde o surgimento da internet, a discussão se pautou no espaço virtual, nas relações nas comunidades virtuais, na virtualização das instituições, na *webarte*, na educação à distância, no *e-commerce*, no *e-governement* na democracia eletrônica, no *webjornalismo*, ou seja, na “desmaterialização” da cultura e na sua “subida” ao ciberespaço (LEMOS; JOSGRILBERG, 2009, p.90).

Uma *fanpage* no Facebook é uma página criada por qualquer pessoa que tenha feito seu cadastrado no mesmo. Ela pode contemplar vários seguimentos e trata-se de um processo simples no qual a própria rede social ensina o usuário a criar sua *page*.

Uma das funções disponíveis é a opção do usuário clicar no ícone Curtir, passando a receber em seu *feed* de notícias as atualizações de seus amigos e páginas curtidas. Após uma recente atualização do site, agora o usuário deve curtir e seguir as páginas que deseja receber atualizações. Deste modo, quem navega pode criar filtros do que quer visualizar ou não e assim curtir, comentar e/ou compartilhar determinada postagem, entrando em interação com outros usuários.

As páginas podem postar conteúdos que vão de acordo com os termos do Facebook, cabendo exclusivamente ao dono e ao administrador responsabilizar-se pelo que é

publicado. A construção da página, entretanto, se dá por meio da interação, pois sem ela, a *fanpage* perderia seu sentido.

A ideia de relação social é independente do seu conteúdo. O conteúdo de uma ou várias interações auxilia a definir o tipo de relação social que existe entre dois interagentes. Do mesmo modo, a interação também possui conteúdo, mas é diferente deste. O conteúdo constitui-se naquilo que é trocado através das trocas de mensagens e auxilia a definir a relação. Mas não se confunde com ela, que pode ter conteúdos variados (RECUERO, 2009, p.37).

Assim, tanto os conteúdos da web - de natureza fragmentada e não totalizável - quanto os caminhos que levam a esses são traçados de maneira individualizada pelo próprio usuário, o que personaliza ainda mais a experiência da navegação.

Fanpages

O *corpus* de pesquisa constitui-se de três publicações, sendo uma de cada *fanpage* analisada: Desvirtuando Caio Fernando Abreu, Clarice da Depressão e Mustache. Estas postagens seguem uma estética classificada como pós-modernista ao realizarem montagens de imagens – de Caio Fernando Abreu; do escritor e Clarice Lispector; de Albert Einstein, respectivamente – sob textos criados por quem produz o conteúdo das *fanpages*. Nas duas primeiras páginas, frases que não são de autoria do escritor são vinculadas a ele, enquanto no último caso, a frase faz referência a ele.

Também serão analisados quatro *posts* em formato de frases postadas diretamente na linha do tempo – *timeline*, espaço do Facebook no qual são publicadas as atualizações de amigos e páginas - da *fanpage* Caio Fernando Abreu (Comediante). O *corpus* totaliza, portanto, sete publicações.

A *fanpage* Desvirtuando Caio Fernando Abreu foi criada em 19 de janeiro de 2012 e com apenas 43 curtidas, funcionou somente durante o primeiro semestre daquele ano, podendo ainda ser visualizada, mas sem atualizações. Classifica-se na categoria Escritor e apresenta-se da seguinte forma: “Quem tá cansado de meninas pseudo-intelectuais só postando frase desse cara, curte aí (Nada contra o Caio, e sim as meninas pseudo-intelectuais)”⁶ [sic].

⁶ Disponível em:

<https://www.facebook.com/pages/Desvirtuando-Caio-Fernando-Abreu/137516329699238?fref=ts>

A *fanpage* Clarice da Depressão foi criada em 17 de maio de 2012, também podendo ainda ser visualizada, mas sem atualizações desde 23 de janeiro de 2014. Conta com 3.608 curtidas, também se define na categoria Escritor e apresenta-se do seguinte modo: “Me chamo Clarice Lispector. Mas escrevem Clarisse Linspector”⁷ [sic]. A página foi selecionada para análise por ser uma das que contém material mais significativo e pelo fato da associação entre os dois escritores ser comum na internet.

A *fanpage* Mustache⁸ foi criada em 11 de julho de 2012. Foi curtida por 1,3 milhões de pessoas, mantém-se atualizada, enquadra-se na categoria Personagem Fictício e apresenta-se como “A página oficial do bigode”, em alusão ao símbolo que se tornou popular na internet nos últimos anos.

A *fanpage* Caio Fernando Abreu (Comediante) foi criada em 29 de junho de 2012 e com apenas 17 curtidas, foi mantida somente até o dia 30 daquele mês, podendo ainda ser visualizada sem as atualizações. Define-se na categoria Personagem Fictício e apresenta-se da seguinte forma: “Se você acha minhas frases um saco, só tenho uma coisa para falar pra você: Deita na BR querida”⁹ [sic].

Analisando Caio Fernando Abreu

A primeira publicação a ser analisada é da *fanpage* Desvirtuando Caio Fernando Abreu e foi o quarto *post* do dia em que a *page* foi criada, 19 de janeiro de 2012. Trata-se de uma montagem cujo fundo é uma foto de rosto do escritor com uma fisionomia que pode ser interpretada como enfadonha e que dialoga com a frase colocada sobre a foto: “Sinto vergonha de toda essa babaquice que vocês escrevem em meu nome”. No canto inferior direito vem os créditos da colagem (acidemaisdoux.tumblr.com), indicando que o material foi retirado de um Tumblr – plataforma composta por 242 milhões de blogs comprada pela Yahoo! em maio de 2013 e que possibilita a publicação de textos, citações, imagens, vídeos, podcasts, spotify, GIFs e links, além de também oferecer ao usuário as costumeiras ferramentas para seguir outros, visualizar atualizações no painel, comentar, reblogar conteúdos e trocar mensagens privadas.

Acesso em: 21 de junho de 2015 às 18h e 37min.

⁷ Disponível em: <https://www.facebook.com/ClariceDaDepressao?fref=ts>

Acesso em: 21 de junho de 2015 às 19h e 12 min.

⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/Mustaache?fref=ts> Acesso em 21 de junho de 2015 às 20h e 59min.

⁹ Disponível em: <https://www.facebook.com/caiomeucu?fref=ts>

Acesso em 21 de junho de 2015 às 19h e 13 min.

A mensagem lingüística que acompanha a imagem é colocada em primeira pessoa para causar a impressão de o próprio Caio Fernando Abreu está dizendo a frase. Nesta fala hipotética, o escritor associa ao sentimento de vergonha a sensação de ter seu nome atrelado no ambiente virtual a textos que ele qualifica como babaquice. A adjetivação traz implicitamente a ideia de que Caio não é o verdadeiro autor de diversas coisas que circulam com sua assinatura na internet.

O uso deste expediente carrega um juízo de valor em relação às apropriações – descontextualização – do escritor na internet, demonstrando que vê como negativa a prática de atribuir a Caio a autoria de coisas que ele não escreveu. A mensagem é paradoxal na medida em que, para criticar a apropriação que os usuários fazem da figura do escritor, a própria página necessita também fazer uma apropriação, colocando como se Caio tivesse dito uma frase que na verdade não disse. Para transmitir sua crítica à apropriação, o próprio autor do *post* precisou recorrer à esta, esbarrando no limite da contradição para legitimar sua opinião.

Segundo Maingueneau (2001), a ironia desqualifica a si mesma questionando a própria validade do que diz. Ela pode ser caracterizada como polifonia, pois pode ser vista como uma encenação na qual o emissor expressa a voz de uma personagem que fala seriamente de algo que ele, na realidade, se distancia. Ao dizer o contrário do que pensa, o enunciador atribui a responsabilidade dessa fala inadequada a um outro, colocando-o em cena. Deste modo, atenua-se a contradição, pois na ironia, o emissor assume as palavras, mas não o ponto de vista que elas representam.

A segunda postagem a ser analisada é da *fanpage* Clarice da Depressão, veiculada no dia 20 de maio de 2012. Trata-se de uma montagem na qual metade do espaço é ocupado por uma fotografia de Clarice Lispector sob a frase “Na moral, dá pra parar de repetir as parada que eu escrevi? Vlw” (abreviação comum na internet para o termo Valeu, gíria usada para agradecer). A outra metade conta com a imagem de Caio Fernando Abreu sob a frase “Mano, tu nem entende o que eu escrevi. Para com essa porra ae”. Ambas as fotos são originalmente em preto e branco, mas foram editadas por um filtro colorido em degradê para a postagem e os dois escritores demonstram fisionomias sérias nas imagens, causando efeito de plausibilidade às frases atribuídas a eles. A postagem recebeu sete curtidas e um compartilhamento.

Detendo a análise sobre a frase atribuída a Caio Fernando Abreu, a mensagem se vale do recurso da ironia para novamente tecer uma crítica ao recurso das apropriações.

Para Sgarbieri, a ironia é uma argumentação indireta que permite ao leitor construir sentidos oblíquos. Jeudy (2001) coloca que há uma transposição de papéis quando o recuso irônico é acionado: o lugar de fala de quem escreve não é mesmo de quem lê. No presente caso, estar em pólo diverso daquele a quem critica é o que permite que o autor da postagem critique o receptor que prevê como ideal para sua mensagem.

Para se expressar, a ironia reveste-se da ausência de engajamento, aparentando ser uma mera gozação, a própria representante da impotência. Ela se esboça voltada para os outros. “Se manifesta por si mesma e se impõe à coletividade [...] ela advém, primeiramente, em um momento de sabedoria louca” (JEUDY, 2001, p. 75). Configura-se no momento de tentar impor alguma coerência chamando atenção para a impossibilidade desta coerência dentro daquilo que é dito.

Para Hutcheon (2000), o discurso irônico exige, além da captação do dizer escuso da ironia, a percepção da intenção da pessoa que lança a ironia. Isso pressupõe aceitar que o dizer por si só nem sempre faz sentido e que este se faz perante o não dito que o complementa.

Quem utiliza a ironia como forma de comunicação, muitas vezes busca respostas emocionais do receptor, “não se trata apenas de quem pode *usar* a ironia (e onde, quando, como) e sim de quem pode (ou consegue) *interpretá-la*” (HUTCHEON, 2000, p. 135, grifo da autora). Assim, a ironia cria uma espécie de acordo entre participantes, ligados em comunidade pelo sentimento de pertença da compreensão que os une. Ela forma laços entre quem faz e quem interpreta

A postagem revela a faceta elitista da ironia, uma vez que “há um modelo de profundidade onde o significado irônico (mais profundo) é colocado abaixo da superfície e fica à espera de ser percebido pelo público bem informado” (HUTCHEON, 2000, p. 140). Tal modelo alça aquele que faz a ironia e aqueles que a compreendem a uma condição privilegiada de entendimento, de onde olhariam de cima para que aqueles que vivem no erro. A ironia demarca, portanto, dois territórios: o de uma maioria situada na superfície do discurso e o de uma minoria considerada tão superior quanto aquele que faz a ironia. Logo, as comunidades discursivas formadas pela ironia é que são excludentes e não a ironia propriamente dita.

A frase coloca o escritor e as pessoas que o replicam na internet em pólos opostos, sendo o primeiro visto como complexo em oposição ao público considerado simplório. Assim, o autor da postagem desdenha de quem divulga os textos de Caio, deixando claro

que tal público não é capaz de entendê-lo, pois esta compreensão estaria sob apanágio de poucos, além do próprio escritor.

O terceiro e último *post* de montagem a ser analisado é da *fanpage* Mustache e foi postado no dia 09 de novembro de 2014. Trata-se de uma montagem cujo fundo é uma foto do físico teórico alemão Albert Einstein sob a frase “Engraçado que você tem medo da redação do Enem mas na hora de escrever textão para o namorado no Facebook, vira um Caio F. Abreu da vida, né”. O *post* teve 17.677 curtidas, 1.942 compartilhamentos e 345 comentários.

Não por acaso, a imagem escolhida para ilustrar o *post* é a de um homem considerado ícone de inteligência, veiculando assim a ideia de uma pessoa que se sente insegura em relação a escrever para a avaliação utilizada no Brasil como o principal meio de acesso ao ensino superior público, mas que na internet, escreve tanto quanto para homenagear o namorado. Novamente Caio é associado à complexidade, como um escritor hermético ou difícil de ser compreendido pela maioria das pessoas. A Teoria da Informação (NETTO, 1996) postula uma relação inversamente proporcional na qual, quanto mais repertório¹⁰ uma mensagem exigir para ser entendida, menor será sua audiência. Em suma, quanto mais uma mensagem exigir conhecimento prévio para ser apreendida, menor será a quantidade de pessoas aptas a captá-la.

O *post* estabelece uma relação de incoerência ao evidenciar a incapacidade de uma pessoa escrever a redação de uma prova, enquanto demonstra capacidade de escrever um texto de complexidade equivalente a escrita de Caio. O tom do *post* satiriza, portanto, a ideia de que a pessoa para quem a mensagem é dirigida não é na realidade capaz de escrever nem a redação do Enem nem um texto para o namorado, mas que ao escrever este, recorre a uma virtual complexidade para passar a ideia de ser tão inteligente ou profunda quanto o físico da imagem ao fundo.

A *fanpage* Caio Fernando Abreu (Comediante) possui quatro frases analisadas, todas publicadas no dia 29 de junho, sendo a primeira delas: “Tá proibido pirigüete citar minhas frases”.

A sentença institui uma proibição de citação de Caio àquelas consideradas pirigüetes – gíria relativamente recente na língua portuguesa e de significado na maioria das vezes pejorativo, visando qualificar uma mulher a partir de vários atributos, sendo os mais

¹⁰ Conhecimento prévio ou informação contextual, também chamada de *background* cultural. Refere-se à bagagem previamente necessária para a compreensão global de uma mensagem.

comuns a ideia de uma pessoa fácil, fútil, aproveitadora e vulgar em suas roupas, atitudes e relacionamentos com o sexo oposto.

Ao brincar com uma interdição da escrito de Caio a esse grupo de mulheres, o *post* reforça o senso comum da piriguete como uma pessoa que valoriza mais os bens materiais, status e relações que o cultivo das faculdades intelectuais. Instaura assim uma linha divisória entre estas – consideradas intelectualmente inferiores, portanto inaptas a compreender a complexidade do escritor – e as outras pessoas que não se enquadram na condição de piriguete.

A lógica é retomada na frase seguinte: “Ser piriguete é uma coisa colocar minhas frases no seu sub nick de MSN já é sacanagem contra minha pessoa. Fico #Chatiado”. A sentença refere-se ao MSN, programa de troca de mensagens privadas já desativado. O *messenger* permitia aos usuários personalizar sua identificação (*nick*) inserindo frases, músicas e/ou emoticons – sequência de caracteres ou imagens como ícones ilustrativos – após o *nick* para que estes traduzissem seu estado de espírito. O *post* coloca como incompatíveis o fato de uma pessoa ser piriguete e apropriar-se da escrita de Caio, ponderando o uso do escritor por este grupo como algo que o desqualifica. A *hashtag* – palavra ou expressão indexada nos mecanismos de buscas de sites e aplicativos ao ser antecedida pelo símbolo popularmente conhecido como jogo da velha, transformado o termo ou frase em link para direcionar o usuário às páginas que utilizaram a mesma marcação - #Chatiado conclui a postagem, comunicando que na hipotética situação em que o escritor é responsável pela frase veiculada em seu nome, se sentiria ofendido com tal descontextualização. Mais uma vez é demarcada uma linha que separa aqueles considerados intelectualmente superiores, portanto, aptos a compreender a complexidade atribuída a Caio em oposição àqueles considerados intelectualmente inferiores, logo, inaptos a compreendê-lo.

O sub *nick* do MSN é novamente mencionado no *post* seguinte: “Aposto que até Carla Perez deve usar uma das minhas frases no sub nick do MSN. Escritor sofre”. A ex-dançarina de axé tornou-se famosa por erros de português e falhas de interpretação que demonstrava em algumas aparições na mídia e enquanto apresentava um programa de entretenimento. Ao evocá-la como uma possível usuária do antigo *messenger* e que “até ela” deve apropriar-se da escrita de Caio, o *post* quer causar o efeito de que pessoas que ele coloca em grupos considerados intelectualmente inferiores citam o escritor e que isso é

motivo de sofrimento para ele ao ter sua obra descontextualizada por quem pretensamente não seria capaz de compreendê-la.

Mais uma vez recorre-se ao artifício de elevar Caio a um ideal de superioridade, como autor de uma escrita densa, complexa, hermeticamente fechada em si e por isso de difícil apreensão. Além de colocar a apreciação do escritor como apanágio de poucos considerados aptos a decodificá-lo, a publicação também reafirma o papel da tradição de elencar alguns escritores ao cânone, o que de acordo com a postagem, justificaria os esforços em direção a não banalização deste para manutenção da tradição. A estratégia discursiva é retomada na última atualização da página: “É Deus no céu e frases minhas no facebook/twitter de piriguety”, criticando a banalização do escritor nas redes sociais por meio de pessoas consideradas pelo autor da *fanpage* como desprovidas de competência para compreender Caio.

Conclusão

A análise das publicações das *fanpages* permite concluir que as apropriações do escritor Caio Fernando Abreu na rede social Facebook perpassam os conceitos de morte do autor – ao utilizar a figura e/ou obra original deste como ponto de partida para criação de algo novo – e a defesa da tradição – ao ter em sua maioria páginas dedicadas a citação literal, ainda que descontextualizada da escrita de Caio e nas poucas *pages* dedicadas a apropriação não literal, quando se faz uso apenas da imagem e nome do escritor, prevalece o tom de crítica à banalização de sua obra nas redes sociais.

Para tanto, as publicações qualificam Caio como um escritor complexo e de difícil assimilação – talvez pela introspecção pela qual sua poesia é conhecida. Consequentemente, o ambiente virtual reforça ideias do cânone literário, alçando o escritor à fruição privilegiada de poucos apreciadores, vistos como igualmente complexos. Cria-se assim zonas e mecanismos de exclusão.

É perceptível a contradição no discurso, na medida em que, para criticar a apropriação há que se recorrer ao mesmo recurso, apropriando-se da imagem e nome do escritor para tecer críticas à sua popularização da internet.

A respeito da popularização do escritor na internet, conclui-se que tal fenômeno é típico da expansão das novas tecnologias da comunicação e da consolidação de uma cultura

cyber, que permite que os indivíduos que nos meios de comunicação tradicionais eram vistos apenas como receptores de conteúdo, se tornem também produtores.

REFERÊNCIAS

BENJAMIN, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. In: **Magia e Técnica, Arte e Política: Ensaio sobre Literatura e História da Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994, p.165-196.

NETTO, J. Teixeira Coelho. **Semiótica, Informação e Comunicação**. São Paulo: Perspectiva, 1996.

HUTCHEON, Linda. **Teoria e Política da Ironia**. Belo Horizonte, MG: UFMG, 2000.

JEUDY, Henri-Pierre. **A ironia da comunicação**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2001.

LEMONS, A. Cibercultura como território recombinate. In: MARTINS, C.D.; CASTRO E SILVA, D.; MOTTA, R. (Orgs.). **Territórios recombinate: arte e tecnologia – debates e laboratórios**. São Paulo: Instituto Sérgio Motta, 2007, p. 35-48.

_____; JOSGRILBERG, Fábio. (Orgs.) **Comunicação e mobilidade aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil**. Salvador, BA: EDUFBA, 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. São Paulo: Cortez, 2001.

NÓBREGA, Lívia de Pádua. **A subversão de Clarice Lispector no (des)território da Cibercultura: Análise de Fanpages no Facebook**. Goiânia, GO, *mimeo*, 2015, p. 1-15.

RABAÇA, Carlos Alberto; BARBOSA, Gustavo Guimarães. **Dicionário de Comunicação**. Rio de Janeiro: Lexikon, 2014.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

SANT'ANNA. Affonso Romano de. **Paródia, Paráfrase e Cia**. 7 ed. São Paulo: Ática, 2001.

SGARBIERI, A. N. **Comunicarte**. Campinas, SP, v. 15 (21) : p. 7-13, 1997.