

Italian Brainrot: imagens da pós-ironia na cultura digital¹

Francisco Santos²

Camila Freitas³

Universidade Federal do Rio Grande do Sul – UFRGS

Universidade Federal da Paraíba – UFPB

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar de que forma as imagens da *trend Italian Brainrot* articulam o lúdico e a pós-ironia para provocar novos sentidos na cultura digital. Inicialmente, apresenta a imaginação como faculdade humana fundamental na construção ambigua da pós-ironia, explora o meme como uma forma antiniilista e antropofágica de sobrepor sentidos e, a partir da arquetipologia do imaginário, discute a natureza da imagem que se apresenta recombinante na estética da *trend*. O método de leitura simbólica revela que tais imagens se colocam em quatro grupos – guerra e violência; aparelhos e ambientes urbanos; culto ao corpo; humanos, animais e plantas – cada um à sua forma repercutindo as mazelas de um mundo humano desencantado, cercado pelas redes, espaços urbanos e violências de toda sorte.

Palavra-chave: comunicação; imaginário; imagem; cultura digital; pós-ironia.

Introdução

No contexto persistente de exaustão mental das redes sociais, emerge, em janeiro de 2025, a *trend Italian Brainrot*⁴. As imagens associadas à ela apresentam personagens híbridos de animais, humanos, objetos, alimentos e de artefatos bélicos. Neste trabalho, analisamos como as imagens da *trend* articulam ludicidade e pós-ironia, ao conformar um repertório visual reabastecido de sentidos simbólicos. Para tanto, adotamos como procedimento metodológico a leitura simbólica das imagens à luz da Teoria do Imaginário (Durand, 2002) e da estética emergente na cultura digital contemporânea.

¹ Trabalho apresentado no GP Fotografia, do 25º Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 48º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutor em Comunicação e Informação, professor substituto da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação – FABICO/UFRGS. E-mail: chico.f.santos@gmail.com.

³ Doutora em Comunicação (PPGCom/UFRGS) e pós-doutoranda no PPGC da Universidade Federal da Paraíba – UFPB. E-mail: freitas.csiqueira@gmail.com.

⁴Ver *Italian Brainrot/AI Italian Animals*. Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/italian-brainrot-ai-italian-animals>. Acesso em 02 jun. 2025.

Fenômeno orientado por imaginação, ambiguidade e pós-ironia

Se em meio ao esgotamento mental e ao enrijecimento das formas de expressão há vias de escapes, elas residem na valorização da imaginação e na ambiguidade da brincadeira, possibilitando desafiar as convenções que nos conduzem a interpretações restritas da realidade (Huizinga, 2003, 2021, Sutton-Smith, 2017). A imaginação, nesse interstício, é força criativa e dimensão lúdica do imaginário (Freitas, 2024). O traço da ambivalência também evidencia a *trend* como ação comunicativa (Chagas, 2023; Bateson, 1972). Para além da ironia clássica (Kierkegaard, 1991), o ambíguo, aqui, se articula a partir da pós-ironia. Como define Markowski (2022), o conteúdo pós-irônico não se ancora mais na ironia enquanto figura de linguagem retoricamente controlada, ele se estrutura a partir do excesso, da afetação e do colapso intencional do sentido.

A imagem hibridizada e remediada

Essas imagens meméticas oferecem uma colagem surrealista e têm, em sua essência, relação direta com o (anti)niilismo estético. No entanto, o esvaziamento de sentido exige, até certo ponto, uma resposta criadora (Nietzsche, 1978; Guervós, 2018). No caso da *trend*, o niilismo é ativo, ou seja, recusa formas culturais estabilizadas para dar lugar a configurações provisórias, precárias e cômicas. Seguindo a análise de Guervós (2018), o *Italian Brainrot* pode ser compreendido como uma forma de antiniilismo. Trata-se de um criar lúdico, próximo à criança que brinca sem finalidade (Fink, 2016) e, por isso, verdadeiramente inventa. Outro aspecto central nas imagens do *Italian Brainrot* é a lógica antropofágica (Andrade, 1976). Esse circuito remediado (Bolter; Grusin, 2000) descreve o processo de recriação de conteúdos em novos suportes midiáticos, alterando sua forma e seu significado.

A imagem degradada que se preenche

A imagem é uma das categorias do simbolismo, construída a partir da imaginação simbólica (Durand, 1975), faculdade humana fundamental, que intermedia a relação humana com o mundo. Ao observar o movimento das imagens no ocidente, Durand (2011) identificou um “iconoclasmo endêmico”. Também, o nascimento da fotografia e do vídeo recoloca a discussão da imagem em uma representação técnica

criada a partir da textolatria (Flusser, 2005). Tal imagem circula na mediosfera⁵ (Contrera, 2012). As imagens esvaziadas de sentido correspondem aos estereótipos (Charaudeau, 2017), termos simplificadores e generalizantes sobre a realidade. A partir de Durand (1998), entende-se o estereótipo como um desgaste do mito⁶, por excesso de denotação ou por excesso de conotação.

As imagens da pós-ironia

A partir da leitura simbólica, foi possível levantar alguns temas que se apresentam no *Italian Brainrot*. O primeiro deles é o tema da *Guerra e Violência*, trazendo à tona as atrocidades feitas entre nações. Um segundo grupo compreende imagens antropomórficas de *Aparelhos e Ambientes Urbanos*, imagens de objetos criados pelo homem e ambientes urbanos. Em terceiro, o *Culto ao Corpo*, figuras masculinas e femininas mostrando físicos esculturais e com certo grau de beleza. Por fim, *Humanos, Animais e Plantas*, proliferam as imagens combinadas de animais e plantas com traços humanos. A plataforma de rede social opera a partir dos estereótipos, mas a *trend* parece preencher novamente essas imagens, se apresentando como uma resistência do imaginário.

Referências

ANDRADE, O. **O manifesto antropófago**. TELES, G. M. Vanguarda européia e modernismo brasileiro: apresentação e crítica dos principais manifestos vanguardistas. 3ª ed. Petrópolis: Vozes, Brasília: INL, 1976.

BOLTER, J.D.; GRUSIN, R. **Remediation**: understanding new media. Cambridge: MIT Press, 2000.

BURKE, K. **A rhetoric of motives**. Los Angeles: University of California Press, 1969.

CHAGAS, V. DOLCE FARMEME: a retórica da brincadeira política. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n.38, vl. 111, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/3811008/2023>. Acesso em 11 de jun. 2025.

CHARAUDEAU, Patrick. **Os estereótipos, muito bem. Os imaginários, ainda melhor**. *Entrepalavras*, v. 7, n. 1, p. 571-591, 2017.

⁵ A autora faz alusão ao conceito de noosfera, também desenvolvido por Edgar Morin (*apud* Contrera, 2012), que se refere a uma dimensão fundante da humanidade, ligada ao pensamento e à cultura.

⁶ O mito aqui é entendido como conjuntos de imagens simbólicas que se agrupam em discurso, de forma a explicar os fenômenos do mundo. Durand (1998), ao investigar o mito, percebe que ele é sempiterno, mas que, ao longo da história, experiencia suas derivações, quando agrega significados, e também desgastes, quando perde alguns de seus aspectos.

CONTRERA, Malena Segura. **Mediosfera: meios, imaginário e desencantamento do mundo**. Editora Imaginalis, 2012.

DURAND, Gilbert. **A imaginação simbólica**. Lisboa: Edições 70, 1995.

DURAND, Gilbert. **As estruturas antropológicas do imaginário**. São Paulo: Martins Fontes, 2002.

DURAND, Gilbert. **Campos do imaginário**. Lisboa: Instituto Piaget, 1998.

DURAND, Gilbert. **O imaginário: ensaio acerca das ciências e da filosofia da imagem**. Rio de Janeiro: DIFEL, 2011.

FINK, E. **Play as Symbol of The World**. Indiana: Indiana University Press, 2016.

FLUSSER, Vilém. **Filosofia da caixa preta: ensaios para uma filosofia da fotografia**. Relume Dumará, 2005.

FREITAS, C. A imaginação como elemento lúdico do imaginário. **Intexto**, Porto Alegre, n. 56, 2024. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/intexto/article/view/136142>. Acesso em: 10 jun. 2025.

GALIP, Idil. **Creative digital labour of meme making**. 2023. Tese (Doutorado em Sociologia), University of Edinburgh, Edimburgo, 2023.

GUERVÓS, L. E. O antiniilismo estético e a superação do niilismo. **Cadernos Nietzsche**, Guarulhos, v. 39, n. 3, setembro/dezembro, 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/2316-82422018v3903lesg>. Acesso em: 11 jun 2025.

HUIZINGA, Johan. **Homo Ludens: Um Estudo Sobre o Elemento Lúdico da Cultura**. Lisboa: Edições 70, 2003.

HUIZINGA, Johan. **Outono da Idade Média: Estudo Sobre as Formas de Vida e de Pensamento dos séculos XIV e XV na França e nos Países Baixos**. São Paulo: Penguin-Companhia das Letras, 2021.

JHA, A. K. **Understanding Generation Alpha**. 20 jun. 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.31219/osf.io/d2e8g>. Acesso em: 2 jun. 2025.

KIERKEGAARD, Søren. **O conceito de Ironia constantemente referido à Sócrates**. Tradução de Álvaro Valls. Petrópolis: Editora Vozes, 1991.

LUPINACCI, L. Até o Travolta ficou confuso: sobre a imprecisão conceitual dos “memes de internet” (e o que GIFs têm a ver com isso). **Culturas Midiáticas**, João Pessoa, v. 10, n. 1, p. 50–64, jan./jun. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.22478/ufpb.1983-5930.2017v10n1.35067>. Acesso em: 4 jun. 2025.

MARKOWSKI, M. **Pragmatics of irony and post-irony in internet memes**. 2022. Dissertação (Mestrado em Ciência Cognitiva), Jagiellonian University, Institute of Philosophy, Cracóvia, Polônia, 2022.

NIETZSCHE, F. **Assim falou Zaratustra**. Trad. de Paulo C. de Souza. São Paulo: Cia das Letras, 2011.

NIETZSCHE, F. **Crepúsculo dos ídolos ou como filosofar a golpes de martelo**. São Paulo: Cia das letras, 2010.

NIETZSCHE, F. **Obras Incompletas**. Coleção Os Pensadores. Trad. de Rubens Rodrigues T. Filho. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

OXFORD UNIVERSITY PRESS. **‘Brain rot’ named Oxford Word of the Year 2024**. Oxford University Press, 2 dez. 2024. Disponível em: <https://corp.oup.com/news/brain-rot-named-oxford-word-of-the-year-2024/>. Acesso em: 2 jun. 2025.

STAHL, C. C.; LITERAT, I. #GenZ on TikTok: the collective online self-portrait of the social media generation. **Journal of Youth Studies**, v. 26, n. 7, p. 925–946, 2022. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13676261.2022.2053671>. Acesso em: 2 jun. 2025.

SUTTON-SMITH, B. **A ambiguidade da brincadeira**. Petrópolis: Editora Vozes, 2017.

THE RED LINE. **FULL ITALIAN BRAINROT ANIMALS TRANSLATED**. 17 mar. 2025. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=MLpmiywRNzY>>. Acesso em: 12 jun. 2025.

YAZGAN, A. M. The problem of the century: Brain rot. **OPUS - Journal of Society Research**, v. 22, n. 2, p. 211–221, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.26466/opusjsr.1651477>. Acesso em: 2 jun. 2025.

YOUSEF, A. M. F.; ALSHAMY, A.; TLILI, A.; METWALLY, A. H. S. Demystifying the new dilemma of brain rot in the digital era: A review. **Brain Sciences**, v. 15, n. 3, p. 283, 2025. Disponível em: <https://doi.org/10.3390/brainsci15030283>. Acesso em: 2 jun. 2025.