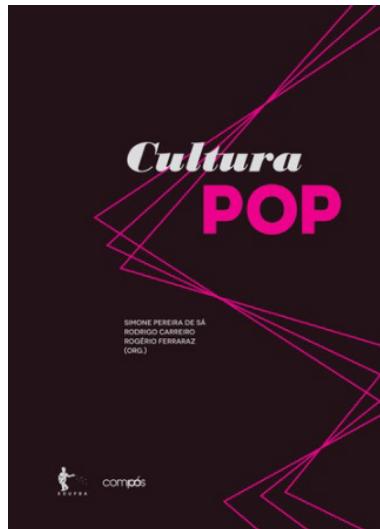


# O culto do pop

 *Rodrigo Trasferetti*

Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Municipal de São Caetano do Sul com apoio da CAPES e membro do grupo de pesquisa Música, Cultura e Linguagens na Mídia.

E-mail: r.trasferetti@gmail.com



Organizado pelos pesquisadores Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro e Rogério Ferraraz, *Cultura Pop* apresenta em três partes – “Por uma teoria da cultura pop”, “O pop como gênero midiático” e “A circulação do pop: entre o global, o local e o periférico” – uma coletânea de trabalhos realizados por diversos autores, que dialogam sobre as relações e problemáticas contemporâneas dos movimentos da cultura pop. O livro questiona ambiguidades e contaminações dos produtos culturais de consumo massivo, as influências da modernidade, as múltiplas implicações estéticas e de identidades, as tensões, os valores e simbologias, estimulando o leitor a refletir sobre a cultura contemporânea por meio de distintos enfoques teóricos, métodos e análises, que apontam as heterogêneas articulações do pop com o mercado da indústria cultural, propondo, assim, uma reflexão sobre a cultura pop em suas diversas implicações, manifestações culturais e midiáticas. *Cultura Pop* parte da problemática: o que move o pop? O que nos move, enquanto modernos, através do pop?

A primeira parte “Por uma teoria da cultura pop” traz reflexões acerca dos estudos sobre música, comunicação contemporânea e suas dinâmicas globais, ao investigar o pop e suas estéticas na indústria cultural. Os trabalhos abordam discussões em torno do pop enquanto objeto do cotidiano, seus fenômenos de natureza híbrida e suas significações teóricas no campo das linguagens da comunicação. Também explora as distinções entre a sensibilidade e a performance de gosto popular, a partir de microestruturas que investigam produtos midiáticos massivos, agenciamentos tecnológicos, hábitos cosmopolitas, ferramentas de inovação e transformações estéticas entre local e global, num embate entre moderno *versus* tradição.

A contextualização religiosa de mídia, como sendo uma marca e um canal de ligação que movimenta o mercado cultural, entra em debate no campo dos fenômenos de hibridização contemporânea. São analisados processos de mediação de identidades coletivas, apropriações apologéticas, críticas a denominações religiosas e modelos da cultura pop laica no campo dos veículos de comunicação massiva, relacionando religião, cultura pop e suas aproximações e conflitos.

A imagem e a construção da identidade feminina na contemporaneidade são investigadas tomando como norte a sátira burlesca e o humor sulfúrico. Ao atacar frontalmente as mulheres estúpidas que tomam seu corpo como representações meramente sexuais, observa-se a identidade social, as linguagens cognitivas e performáticas, num jogo híbrido entre personificações públicas, privadas e pessoais.

O jogo de memória é estudado como processo virtual da obsessão estética do pop pelos artefatos culturais do passado. Em movimentos de vanguarda, moderno e pós-moderno relacionados com a tecnocultura – sob a ótica do armazenamento da cultura digital e a produção da hiper-memória –, o passado e o presente se indiferenciam com a reutilização veloz da memória, onde a cultura pop contemporânea produz um repositório digital de produtos culturais.

Na segunda parte, “O pop como gênero midiático”, o livro traz discussões que envolvem fenômenos e produtos da cultura pop moldados ou influenciados pelos gêneros midiáticos. Disputas de valor, julgamentos, gosto dos consumidores, práticas políticas, culturais, sociais e econômicas através da articulação estratégica em rede num cenário de convergências midiáticas, de hibridização de gêneros e de inovações na concorrência da indústria pop. Utiliza como exemplos análises de programas da *MTV Brasil* e YouTube, problematizando a visibilidade e o humor, abre espaço para novas discussões a respeito da audiência participativa e da diferença entre gêneros, ao notar que o ambiente virtual potencializa disputas de sentido relacionadas aos gêneros.

O imediatismo descartável quanto à fragmentação tendenciosa cinematográfica é colocado em cheque, apontando que a dinâmica de consumo mudou e que o gênero de ficção científica se adaptou à crescente evolução tecnológica, podendo inclusive, desaparecer. Produções de grandes diretores contemporâneos são tomadas como exemplo, ao inverter procedimentos canônicos dos gêneros em função do imaginário e da fragmentação da memória cultural, utilizando diferentes formas narrativas (maravilhosa, científica, fabulosa, tecnológica e *déjà-vu*) como processo desenvolvido por essa nova geração de cineastas.

O jornalismo de revista e a relação entre celebridades e consumidor são colocados em pauta quando se refere aos processos de negociação em contratos de comunicação (convenções, normas, acordos, etc.) entre as partes. O dialogo de repercussões massivas

na condição do *mainstream*, referências artísticas e ícones tradicionais da moda são pontos de interesse de teóricos, feministas e críticos.

O surgimento dos serviços de *streaming* e *on demand* em que cada um consome o produto no seu tempo, quando e como quiser trouxe uma nova onda de pertencimento e participação coletiva nos veículos de comunicação, formatando uma interessante forma de mobilização de audiência na atualidade. Os processos massificados da internet quanto às práticas dos *spoilers* (divulgação das narrativas que estragam as surpresas) exige dos espectadores um esforço cognitivo maior, principalmente pela revolução televisiva aliada aos novos formatos de produção, interação e consumo. São tomados como exemplos os seriados de televisão internacionais, que passaram a ser comparados com o cinema, chamando atenção pela extrema complexidade, mudando a dinâmica de assistir TV e dando inicio a “terceira era de ouro da televisão”, em que a sociedade contemporânea obtém uma nova onda de pertencimento de conhecimento coletivo.

Finalizando, a terceira parte do livro, “A circulação do pop: entre o global, o local e o periférico”, abrange conceitos globais e locais. Dialoga sobre fenômenos regionais, como por exemplo, o “passinho no Rio de Janeiro”, que ganhou a mídia e se propagou ao mesclar linguagens performáticas do *funk*, *frevo*, *samba* e *hip-hop* em um fenômeno criativo, coletivo e dinâmico da juventude carioca, que nasce promovendo um olhar diferenciado sobre a arte e a cultura da periferia, com novas práticas de lazer, consumo e de comunicação nas comunidades.

A trajetória histórica da *black music*, especificamente na periferia de São Paulo, como um produto híbrido de gêneros entre o *hip-hop*, o *funk* e o *reggae*, se relaciona com os novos meios de produção e circulação ao permitir certa pulverização regional vinculada às condições de vida da periferia. Abarca aspectos que opõe a tradição e a modernidade, o popular e o erudito, a autenticidade e a vanguarda, encontrando modos próprios de expressão e de resistência.

A globalização do Extremo-Oriente é colocada em foco com relações históricas, econômicas, sociopolíticas e culturais do pop japonês e sul-coreano, ao relacionar seus desafios e oportunidades culturais que abrangem uma nova ordem global “multipolar”, consolidada por conceitos como o *soft power* e o *nation branding*. Fundamentos de valorização da “asianidade” em um projeto de expansão do pop oriental em um caso sólido e exemplar que contesta a homogeneização cultural sob parâmetros ocidentais são exemplificados ao apontar que, enquanto o Japão, por exemplo, pautou estrategicamente a construção da “niponicidade” baseado no poder econômico, a Coréia do Sul, por outro lado, se utilizou de uma estratégia baseada na hibridização radical entre culturas regionais, mostrando-se mais eficaz e que lhe abriu as portas do mercado global.

O humor, travesso e pornográfico, encerra os trabalhos, ao relacionar modos de produção da indústria na cultura pop, em um quebra-cabeça que dialoga sobre fetichismo, cultura *punk*, *trash*, gêneros musicais, impressões do corpo feminino, transcendência política, paradigmas, a gênese dissimulada da pornografia íntima e os “mitos geracionais”, como Madonna, Paris Hilton e a revista *Playboy*, em conceitos como o *UrPunk* (fenômeno estético de valores diversos, ultramodernos e ultratecnológicos do século XXI) e o *UrPop* (memória mítica do inconsciente reprimido como vivência natural intensa).

O leitor encontrará em *Cultura Pop* um verdadeiro culto do pop, com discussões contemporâneas do estado da arte que abordam de inúmeras maneiras os estudos comunicacionais, desafiando o pop contemporâneo enquanto constelação.

PEREIRA DE SÁ, S.; CARREIRO, R.; FERRARAZ, R. (Orgs.). *Cultura pop*. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.