



ENTREVISTA

ENTREVISTA COM ADRIANA AMARAL

INTERVIEW WITH ADRIANA AMARAL

Iuri Andréas Reblin

Doutor em Teologia e docente dos Programas de Pós-Graduação em Teologia da Faculdades EST. Líder do Grupo de Pesquisa Interdisciplinar em Arte Sequencial, Mídias e Cultura Pop (CultdeCultura) (São Leopoldo/RS, Brasil).

E-mail: reblin_iar@yahoo.com.br.

Iuri Andreas Reblin [IAR]: Pensando num retrospecto histórico da pesquisa sobre cultura pop, quando que o tema “cultura pop” começou a se tornar relevante academicamente, a partir de quais áreas do saber, e quando a “cultura pop” começou a se tornar pauta de pesquisas no

Adriana Amaral [AA]: Essa é uma questão complexa que corrobora o risco de uma simplificação ou de deixar algo de fora, uma vez que há sempre limitações quantitativas e qualitativas nos buscadores e no recorte de análise. No contexto internacional, as pesquisas sobre cultura pop começam a aparecer em torno da década de 1960, mais ou menos articuladas com a emergência das chamadas culturas juvenis do pós-guerra e com a ebulição de publicações de literatura, quadrinhos, programas televisivos, filmes, etc. do período. No Brasil, podemos dizer, mais ou menos, que a literatura sobre o tema vai aparecer, aqui e acolá, a partir dos anos 1970, porém, em algumas publicações esporádicas, a partir de termos como cultura de massa e cultura popular, que se desdobram nos anos 1980 e nos anos 1990. No entanto, é a partir da popularização da internet, nos anos 2000, que a pesquisa em cultura pop aparece de forma mais intensa como palavra-chave indexada, talvez, por conta de um relaxamento epistemológico e ideológico no viés da pesquisa excessivamente frankfurtiana que influenciava o campo das humanidades para um entendimento mais em torno das sociabilidades e dos Estudos Culturais.

A partir do levantamento bibliográfico que estamos ainda realizando dentro do grupo de pesquisa, localizamos uma predominância quantitativa da área da Comunicação, seguida de Educação, Psicologia, História, Letras e Escrita Criativa e até mesmo Filosofia, Teologia e Ciências Sociais e Humanas e Artes em geral. Recentemente, localizamos trabalhos em andamento até mesmo em áreas como Biologia e Matemática. De 2015 em diante, é notório o aumento de publicação de artigos em periódicos, livros, TCCs, dissertações, teses e dossiês de revistas voltados ao tema em português brasileiro.

IAR: Cultura pop é um conceito contemporâneo e está em processo de uma definição mais clara. Têm-se associado à cultura pop a música pop, os quadrinhos, o cinema mainstream, os videogames, as animações, as práticas e as participações relacionadas ao fenômeno de consumo engajado, etc. Pensando em alguns parâmetros e características gerais sobre cultura pop, como poderíamos conceituar e caracterizar a cultura pop?

AA: Acredito que a cultura pop seja um termo “curinga” (não poderia perder o trocadilho infame) para definir produtos, estéticas, linguagens e processos comunicacionais de alta visibilidade e que são difundidos a partir dos conglomerados midiáticos transnacionais. Por outro lado, ela também nos permite brechas para a questão dos afetos, dos acentos regionais e das táticas de resistência em relação a esses mesmos conglomerados. A cultura pop é acusada de ser efêmera – o que ela é – no entanto, sua permanência e amplitude de alcance enquanto sistema complexo e autoorganizável nos mostra o quão duradoura e longa ela é ao longo dessas décadas. Talvez, por isso, ela funcione tanto como objeto de pesquisa desvelando questões sociais, culturais, econômicas. Por isso ela suscita tantos debates e análises. Eu, por exemplo, me interesso por essas contradições demasiadamente humanas contidas em suas características e nas suas articulações e mediações com as materialidades das mídias e das tecnologias. Talvez possamos pensar metaforicamente na cultura pop como espécie de vírus que é rapidamente espalhável e que sofre mutações ao longo do tempo e das diferentes culturas. Nesse momento em que muitos falam de crise ou fim dos *blockbusters*, por exemplo, talvez possamos pensar em mutações e derivações, uma vez que sua fruição pode ser coletiva e individual ao mesmo tempo com pontos de ruptura entre as gerações e pontos de continuidade. A cultura pop é difícil de ser capturada em um enquadramento, pois está sempre em devir.

IAR: Todo *cult* é pop? O pop pode ser *cult*? Ou ainda, em que medida algo popularmente considerado “clássico” é pop? Em outras palavras, como funciona a inclusão, a permanência e a exclusão de determinados artefatos culturais, práticas ou expressões artísticas dentro da cultura pop? E quem define esse processo de inclusão, permanência e exclusão? A indústria? A audiência, a acadêmica? Pensando na dinâmica da hierarquia social dos objetos e das disputas de campo de Pierre Bourdieu, o que poderíamos compreender sobre essas questões?

AA: O *cult* tem potencial de virar pop, assim como pop pode vir a ser *cult*. São processos circunstanciais que variam e se transformam em diferentes períodos históricos, contextos culturais, processos de consumo e chancelas midiáticas e/ou populares. A inclusão ou exclusão de determinados artefatos tem mais a ver com aspectos relacionados a quem escolhe e/ou critica e quem consome esses artefatos do que com os produtos em si na maioria das vezes. O caso das listas de “melhores músicas, quadrinhos, filmes, séries, etc.” são um excelente exemplo para pensarmos essas questões. As listas estão sempre sendo utilizadas como índices de distinção, para pensarmos bourdieusianamente. Por outro lado, elas também são pensadas como relações afetivas e subjetivas com as nossas próprias vidas, como diz o escritor Nick Hornby. Acredito que nesse circuito as indústrias culturais/criativas – como afirma David Hesmondhalgh – e as próprias audiências tenham mais forças na elaboração de tais categorias do que a Academia, embora ela também apareça como um dos atores. São disputas de força e que se movimentam. Por exemplo, a própria questão do algoritmo e dos sistemas de recomendação também entram em campo como elemento não humano nesses processos de indicação e construção de valores. Ao mesmo tempo, categorias sociológicas clássicas como gênero/sexualidade, raça, classe social, nação podem ser pensadas e acionadas por esses circuitos.

IAR: Atualmente, dentro da academia, diversas áreas do saber, algumas com mais abertura, outras menos, têm empreendido pesquisas sobre cultura pop: educação, comunicação, história, ciências da religião e teologia, sociologia, antropologia, letras; isto é, majoritariamente da grande área das ciências humanas e das ciências sociais aplicadas, muito embora também seja possível encontrar trabalhos pontuais em física, arquitetura e até medicina. Como você vê a questão da interdisciplinaridade/transdisciplinaridade na pesquisa em cultura pop?

AA: Acredito que, dependendo do tema/objeto/metodologia, a interdisciplinariedade/transdisciplinariedade seja requerida de forma mais intensa. Penso que o trabalho em redes de pesquisa possa facilitar isso. Tenho observado alguns trabalhos articulados em interface com áreas como a computação – muito por conta dos processos de plataformização e transformação digital da sociedade na qual a cultura pop está inserida. Outro campo que observo alguns movimentos é a questão dos territórios, urbanismo e do turismo e da administração, por exemplo, pensando nos movimentos migratórios e turísticos de fãs, parques temáticos; já a administração tem começado a pensar nas questões relativas a essas grandes organizações como as fusões entre Disney e Marvel por exemplo. Creio que tudo depende do tipo de abordagem teórica e do olhar do pesquisador para o fenômeno.

IAR: Dentro dessa perspectiva da interdisciplinaridade/transdisciplinaridade quase que inerente ao estudo da cultura e da sociedade, suas relações, suas expressões, suas práticas e seus artefatos, quais seriam os parâmetros de análise e as bases teóricas imprescindíveis para uma percepção tridimensional do fenômeno da cultura pop a partir do tema de pesquisa?

AA: Acredito que tenha respondido na questão anterior. Não vejo uma teoria única ou uma metodologia para se pensar a cultura pop, vejo como essa miríade de possibilidades que se concretiza a partir das demandas dos temas/abordagens teóricas e dos próprios objetos. Creio que pensar a cultura pop é ter um olhar sagaz sobre esses objetos, transitando entre lugares teóricos, ora às margens, ora no centro, entre o micro e o macro.

IAR: Conte-nos um pouco da tua experiência como pesquisadora de cultura pop.

AA: Me considero bastante privilegiada nesse sentido por ter vindo de uma família cujas discussões no almoço de domingo giravam em torno de filmes, livros, séries. Meu pai era colecionador de quadrinhos e leitor de Ficção-Científica, meus irmãos tiveram bandas de rock e o ambiente da cultura pop era algo normal. Acredito que minha experiência como pesquisadora tenha começado quando, ainda na graduação, fiz parte de um grupo de pesquisa em semiótica, quando fui Bolsista de Iniciação Científica. Minha orientadora, profa Eliana Antonini, nos fazia ler autores densos e, ao mesmo tempo, tinha predileção por produtos e objetos extremamente populares ou pop como videoclipes da Madonna. Ainda na graduação, escrevi trabalhos sobre Arquivo-X. O jornalismo cultural também me ajudou nesse sentido e minhas atividades do mercado da comunicação como produção de eventos. Sempre estive com os pés dentro da cultura pop. Na graduação e no mestrado, fiz trabalhos relacionados à música e aos fãs e, no doutorado, à ficção-científica cyberpunk, o que era parte da cultura pop, porém intrinsecamente ligado à cultura digital. Muitos colegas na época – final dos anos 1990 e início dos anos 2000 - achavam que era uma insanidade pesquisar tais temas e que eu sequer arranjaría emprego, pois, afinal, eu deveria pesquisar temas mais canônicos como o “jornalismo”. Nunca pensei nisso, segui focada em meus objetivos e as coisas foram acontecendo. Depois do doutorado, minhas pesquisas meio que foram indo para esse caminho, muito a partir de minha inserção no campo dos estudos de fãs, da música e das culturas juvenis articuladas e transpassadas aos meios digitais.