

Este artigo foi recebido em 01/07/2020 e submetido a uma avaliação cega por pares, conforme política editorial, sendo aprovado para publicação em 23/10/2020.



CULTURA POP, CONECTIVIDADE E RASURAS EM TEMPOS DE AMBIENTAÇÕES COMUNICACIONAIS DIGITAIS

POP CULTURE, CONNECTIVITY AND ERASURES IN TIMES OF DIGITAL COMMUNICATIONAL AMBIANCE

Jeder Silveira Janotti Junior

Pesquisador do CNPq (Bolsista Produtividade 1D), professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco, onde coordena o Laboratório de Análise de Música e Audiovisual (L.A.M.A). (Recife/PE, Brasil)

E-mail: jederjr@gmail.com

Resumo

A partir da ideia de cultura pop, pretendo discutir neste artigo como suas modulações em tempos de cultura de conectividade possibilitam repensar o alcance e as vivências em torno do pop. Neste sentido, proponho pensar o pop como uma ambientação comunicacional em tempos de cultura digital, observando como algumas práticas denominadas pop estão integradas ao ecossistema do YouTube, e como a regionalização de conteúdos pop associados à sonoridades brasileiras oferecem contranarrativas do que é entendido e vivenciado como cultura pop.

Palavras-chaves: Cultura Pop; Ecossistema de Mídias de Conectividade; Ambientações Comunicacionais; YouTube.

Abstract

Based on the idea of pop culture, I intend to discuss in this article how its modulations in times of connectivity make it possible to rethink the experiences around pop. In this sense, I propose to understand pop as a communicational environment in digital culture times. In this sense, the article observes how some practices called pop are integrated into the YouTube ecosystem. The regionalization of pop content associated with Brazilian sounds offers counter-narratives of what is understood and experienced as pop culture.

Keywords: Pop Culture; Ecosystem of Connectivity Media; Communicational Ambience; YouTube.

INTROITO

A ideia de cultura pop é uma daquelas temáticas que atravessa diversas perspectivas sobre as relações entre ambientações midiáticas, cultura das mídias e cultura digital. Cada um desses recortes busca responder a contextos pontuais, com pesos diferenciados em torno da importância que as sociabilidades e os artefatos de comunicação exercem diante dessas articulações na cultura pop.

Usualmente, quando o termo pop é acionado em discussões sobre música ou audiovisuais, sabemos sensorialmente do que se trata. De outro lado, quando somos questionados sobre as delimitações entre o que é pop e pop-popular, as certezas já não parecem tão assentadas. Somando-se a isso, vivenciamos uma série de nuances, principalmente no caso da música, no qual a designação pop parece significar, ao mesmo tempo, adoçamento e potências poéticas inscritas na produção cultural pop. Assim, antes de buscar uma conceituação precisa ou alguma delimitação da categorização cultura pop, procuro notar neste texto como essas classificações trazem consigo uma série de relações conflituosas, dinâmicas e polêmicas que evocam modos de atravessar as vivências culturais contemporâneas.

As reflexões sobre o pop e seus acionamentos na ambientação digital da cultura, observadas aqui através da comunicação em tempos de conectividade, mostram que os processos de elasticidade, contaminação e polinização (RICÓN, 2016) atravessam tanto a gênese da cultura pop quanto os matizes locais de suas ambientações comunicacionais.

CONECTIVIDADE

Consumir narrativas, música e audiovisualidades em tempos de cultura digital implica conectividade. Os sistemas de consumo culturais pressupõem disponibilização de conteúdo, consumo on-line, vivências em rede, comercialização de dados e rastros de navegação dos usuários. Categorizações como pop fazem parte de malhas que nos colocam em “grupos” que compartilham práticas e gostos similares, servindo para o ajuntamento de consumidores cujos dados servem ao endereçamento de anúncios e aos sistemas de recomendação. Por sua vez, a sensação de pertencimento – através da partilha de preferências por seriados, games, músicas, aparelhos e aplicativos – tornou-se parte importante dos amálgamas sociais na contemporaneidade. Escrever comentários, construir playlists, apertar like/dislike, assinar canais, preferir/evitar uma rede social e/ou escolher aplicativos são ações que fazem parte de sensibilidades que operam modos de habitar e inventar a cultura pop. Em razão disso, é possível imaginar a cultura pop através de uma série de vínculos conectivos cujas “territorialidades” podem acionar diferentes e diversos “sensos de pertencimento” fluidos e dinâmicos, permitindo diferentes compreensões dos fluxos que atravessam aquelas vivências nos trânsitos entre o Norte e Sul globalizados:

[...] o Sul global pode ser conceitualizado como inscrito dentro de uma ‘territorialidade narrativa’. O objetivo é entender questões de mídia e do Sul global como, de fato, sendo constitutiva e constituinte desta (dentro e desde) territorialidade, o que quer dizer que a mídia não somente se inscreve em um território (o Sul global) mas também é responsável por produzir narrativas sobre isso (IQANI; RESENDE, 2020, p. 7, tradução nossa)¹.

Neste cenário, acredito que o modo como o ambiente tecnológico da cultura digital entrelaçou as formas de produzir, circular e consumir produtos culturais aponta para a emergência de novos agenciamentos entre cultura, tecnologia e relações sociais no universo pop. Neste contexto, parece-me interessante pensar, junto com José Van Dijck (2013), em uma ambientação comunicacional que se traduz nos termos de uma ecologia.

As ideias de ambiente, ambientação e ecossistema comunicacionais definem conexões em rede que pressupõem mediações e transmissibilidade entre artefatos técnicos (objetos) e humanos, estabelecendo associações que ajuntam, separam e configuram modos de habitar mundos na cultura contemporânea.

Se o objetivo é entender como, no período em causa, a socialidade online desenvolveu-se, não basta estudar plataformas individuais; em vez disso, nós precisamos apreender como elas coexistem em um largo contexto de plataformas interconexas e dissecar a lógica cultural subjacente a este processo. Assim, eu proponho olhar para distintas plataformas como microsistemas. Todas as plataformas combinadas constituem o que eu chamo de ecossistema de mídias de conectividade – um sistema que alimenta e, por sua vez, é alimentado por normas sociais e culturais que se expandem simultaneamente em nosso mundo cotidiano (VAN DIJCK, 2013, p. 21, tradução nossa)².

Levando em consideração os atravessamentos entre conectividade e pertencimento, é possível abordar as interrelações entre as ambientações comunicacionais e diferentes processos de materializações da cultura pop, entendida aqui como um ecossistema cultural que, apesar de não confundir-se em sua totalidade com a ecologia de mídias de conectividade, possui entre suas características diferenciadas a conexão e a partilha digital. Neste cenário, não é menos importante lembrar que o acionamento das sensações de pertencimento evocados pela cultura pop está relacionado a distinções e exclusões. Tal como demonstram Ruha Benjamin (2019) e

¹ “[...] the global south can be conceptualized as inscribed within a ‘narrative territoriality’. The objective is to understand media and global south issues as actually being constituent of (within and from) this territoriality, which is to say that media are not only inscribe in a territory (the global south) but are also responsible for producing narratives about it”.

² “If the aim is to understand how, in the intervening period, online sociality evolved, it is not enough to study individual platforms; rather, we need to apprehend how they coevolved in a larger context of interpenetrating platforms and to dissect the cultural logic undergirding this process. Therefore, I propose to look at distinct platforms as if they were microsystems All platforms combined constitute what I call the ecosystem of connective media – a system that nourishes and, in turn, is nourished by social and cultural norms that simultaneously evolve in our everyday world”.

Tarcízio Silva (2020), é de suma importância observar contranarrativas que desvelem as supostas “neutralidades” das tecnologias digitais. Tendo-os como inspiração, torna-se urgente uma visada política que rearticule as perspectivas de classe, gênero e raça na cultura pop, reconfigurando os tensionamentos e invisibilidades usualmente conformados nesta denominação.

Há hoje uma importante parte das pesquisas brasileiras sobre música pop que intersecciona conceituações musicais, raça e território. Exemplos são os trabalhos de Luciana Xavier de Oliveira (2018), Melina Aparecida dos Santos Silva (2018) e Tobias Arruda Queiroz (2019), que são comumente lidos pelo chaveamento das questões de raça inscritas no binômio música e raça. Porém, raramente são operacionalizados pelo modo como as questões raciais permitem observar reconfigurações conceituais nas abordagens da cultura pop. É bastante pertinente acoplar os bailes Black Rio, as cenas de heavy metal do interior do Nordeste, a soul music brasileira e o heavy metal angolano às conceituações de cena e gênero musical. Ainda assim, como nos provocam estas pesquisas, o desafio é pensar como estas ambientações musicais no Sul global exigem repensar os próprios alcances e definições dos conceitos de cena e gênero musical. Estas pesquisas mostram em seus acionamentos como a ideia de música pesada em Angola é atravessada por encontros da diáspora musical em África, como a noção de cena musical Black reverbera identificações negras associadas às territorialidades dos bailes blacks cariocas, e como a transculturalidade das cenas de heavy metal do interior do Nordeste reconfigura-as quando se passa a refletir sobre elas como “cena musical decolonial”.

GENEALOGIAS

A ideia de pop é uma das características realçadas em tempos de cultura digital, mas o pop popular está presente como marca da cultura midiática em sua ambientação comunicacional ao longo do século XX. Assim, cultura pop é uma ambientação (um ecossistema) que ora se sobrepõe ora se fraciona a partir dos ecossistemas comunicacionais contemporâneos. Como abordado em outras oportunidades (JANOTTI JR, 2015, 2016), a categorização pop pode ser compreendida como uma nebulosa afetiva ou um maquinário em constante processo de reterritorialização. Essa compreensão permite repensar as transformações que ocorrem no contínuo jogo entre as conformações das indústrias culturais e as apropriações efetuadas pelos habitantes da cultura pop.

Refletir sobre as especificidades dos produtos culturais pop está relacionado às acelerações do capitalismo após o final da segunda guerra mundial, no século XX. Na época associada à rápida circulação dos bens culturais no pós-guerra, estavam em jogo profundas transformações tempo-espaciais nos modos como a cultura juvenil vivenciou a pululante oferta de imagens, sonoridades, guloseimas e gadgets que se popularizaram pelo mundo ocidental naquele período. Mas, como apontam Deleuze e Guattari (1995), os processos de desterritorialização

cujas marcas principais, no caso da cultura pop, foram as modulações locais no modo de apreensão dos produtos culturais.

Assim, a genealogia do pop está intimamente associada à ideia de popcorn, daquilo que pipoca, e a acepipes como o chiclete. Apesar de serem alimentos de baixo valor nutritivo, estas guloseimas acabaram se firmando como marcas comportamentais da cultura pop, ou seja, da ordem daquilo que não se consegue parar de deglutir e mastigar. Dentro da mesma lógica, mas associada a outras formas de reterritorialização, a Pop Arte, movimento que incluiu artistas como Andy Warhol e Richard Hamilton, também se valeu da mastigação do popular para reconfigurar os lugares tradicionalmente reservados às artes. Ícones da cultura pop, como as histórias em quadrinhos, as divas cinematográficas e o design dos produtos industrializados, serviram de base para a reterritorialização dos jogos entre a arte, o pop e o popular na Pop Arte.

Nos anos 1970, o artista negro, filho de pai haitiano e mãe porto-riquenha, Jean-Michel Basquiat fez o caminho reverso de Warhol e Hamilton. Oriundo do mundo dos grafites, antes de se tornar conhecido, Basquiat sobreviveu da arte de rua, vendendo camisetas e participando de uma banda de rock no circuito alternativo novaiorquino, a Gray. O contraponto de classe e de raça de Basquiat às trajetórias de Warhol e Hamilton mostra como é difícil vincular a cultura pop a algum tipo de linha evolucionista ou unicidade econômica.

Estes breves exemplos mostram que, apesar de ter sido um dos traços marcantes de difusão da cultura pop, somente o cosmopolitismo não dá conta das transculturalidades que atravessam a cultura pop. O problema é que os acionamentos da cultura pop através do cosmopolitismo muitas vezes mascaram os processos de reterritorialização das sensorialidades locais atravessadas por questões de classe, gênero e raça em diferentes contextos sociais. Habitar a cosmópolis pop pressupõe regatear, enfrentar e reconfigurar estas inter-relações. Por exemplo, a valorização do cosmopolitismo da música pop brasileira do final dos anos 1960 costuma não dar o devido destaque à produção de Jorge Benjor, categorizada como samba rock, uma articulação entre música negra e o pop/popular de matriz brasileira. A própria categorização samba rock, oriunda dos versos da música “Chiclete com Banana” do artista pop “avant la lettre” Jackson do Pandeiro, já dava visibilidade aos encontros entre a cultura pop e o popular massivo³.

Alguns exemplos recentes apontam para a visibilização da cultura pop através de trânsitos outros, situados em modulações diferenciadas do cosmopolitismo pop. O sucesso e as controvérsias que envolveram a adaptação para o cinema do super-herói negro Pantera Negra,

³ Eu só boto bebop no meu samba/ Quando Tio Sam tocar um tamborim/ Quando ele pegar/ No pandeiro e no zabumba./ Quando ele aprender/ Que o samba não é rumba/ Aí eu vou misturar/ Miami com Copacabana./ Chiclete eu misturo com banana./ E o meu samba vai ficar assim/ Eu quero ver a confusão/ É, um samba-rock, meu irmão/ É, mas em compensação./ Eu quero ver um boogie-woogie/ De pandeiro e violão./ Eu quero ver o Tio Sam/ De frigideira/ Numa batucada brasileira.

brasileiro *Bacurau* (2019), que incorporou ao discurso político da narrativa cinematográfica brasileira elementos das intrigas de ação hollywoodianas, mostram como a perspectiva cosmopolita da cultura pop está atravessada por elementos culturais situados para além dos binômios centro/periferia, local/global. Dessa forma, cabe também considerar que os aspectos diaspóricos de gêneros musicais, como o rap e o reggae, reforçam a ideia de que é possível pensar contranarrativas pop.

Nesta direção, parece-me interessante observar os acionamentos da cultura pop a partir das relações internas das dinâmicas socioculturais propostas por Raymond Williams (1977). Esse percurso evita não só as armadilhas nas quais quase tudo da cultura digital é visto como novo, mas também as fragilidades da aplicação de certas arquiteturas teóricas, construídas para dar conta de outros contextos culturais, aos produtos pop contemporâneos. Por exemplo, a noção de conectividade carrega tanto elementos residuais das gêneses da cultura pop, a exemplo da presença dos cortes etários juvenis e a arregimentação do popular massivo, quanto traços emergentes, por exemplo, com a articulação localista de parte da produção de conteúdos digitais.

Neste cenário, a articulação entre popularização dos aplicativos e dispositivos de conexão à internet – como Facebook, TikTok, YouTube, smartphones com liberdade de navegação –, em suas associações com a postagem de vídeos caseiros, construção de cardápios culturais personalizados, faz-me pensar que a cultura pop contemporânea é parte de uma ambientação da comunicação de massa customizada que é atravessada por diferentes matizes de poder e sensibilidades estéticas.

CONCEITOS, CATEGORIZAÇÕES E CULTURA POP

A designação pop pressupõe uma série de questionamentos não só em torno da criação das categorizações, mas também do modo como elas propõem mundos, performam ações e modos de povoar esses mundos. A configuração do conceito cultura pop implica enfrentar – e reverter – o lugar comum em que categorizações (nomenclaturas) são vistas como mediadoras entre experiências no mundo e conceituações acadêmicas.

Desde já é importante ressaltar que não acredito na separação entre viver, alumbrar-se com os produtos pop e as práticas acadêmicas. Boa parte das narrativas que me constituem como pesquisador no campo da Comunicação pressupõe um embaralhamento entre universo e universidade, em sobreposições diárias.

Como pesquisador, acredito ser fundamental manter a possibilidade de “espantar-se” diante das transformações culturais e dos modos de pensá-las através da comunicação. Neste sentido, refletir sobre as modulagens presentes no termo “cultura pop” parece-me uma oportunidade ímpar para “ruminar” sobre o entrelaçamento entre práticas acadêmicas e vivências mundanas, pois, como lembra Michel Foucault,

O fato de o homem viver em um meio conceitualmente arquitetado não prova que ele se desviou da vida por qualquer esquecimento ou que um drama histórico o separou dela; mas somente que ele vive de certa maneira, que ele tem, com seu meio, uma tal relação que ele não tem sobre ele um ponto de vista fixo, que ele é móvel sobre um território indefinido ou muito amplamente definido, que ele tem que mover as coisas, uma em relação às outras, para torná-las úteis (FOUCAULT, 2015, p. 281).

Na verdade, inventamos modos de “estar” no mundo, ao mesmo tempo em que procuramos nomear as experiências que constituem o mundo que habitamos. No caso das pesquisas sobre cultura pop, são frequentes as justaposições entre apreciador, consumidor, fã e acadêmico. Antes de olhar para essa “promiscuidade” como algo nocivo às práticas de pesquisa, observo como este amálgama acaba por ser uma das potências que abriram caminho para que os produtos das chamadas “cultura de massa”, “cultura das mídias” e “cultura digital” não ficassem restritos aos olhares das leituras canônicas das indústrias culturais. Não que esses approaches não sejam importantes, mas, muitas vezes, eles não permitem enxergar as encenações que marcam as vivências através de produtos da cultura pop, performadas nas tênues relações entre governança, mercado, sistemas de recomendação, identidade, consumo e ipseidade.

Pensando sob o prisma das teorias da comunicação, é salutar observar a malha de conexões entre ambientação digital, cultura de conectividade e cultura de fãs, sem deixar de associar as questões de classe, gênero e raça aos estudos sobre algoritmos e sistemas de recomendação. Nestes ecossistemas, as categorizações do pop são compreendidas como dispositivos (malhas elásticas, pervasivas e conexas) que delimitam e transformam a materialidade da produção, circulação, consumo e apropriação do que se nomeia como cultura pop. Como todo processo comunicacional, estas ambientações abrigam tanto partilhas de um comum quanto violências marcadas por exclusões.

Vários fatores, como acessibilidade, qualidade de conexão, distinção e aprendizado informal, são elementos que operacionalizam recortes sociais no universo da cultura pop. Se em um primeiro momento, o alastramento da cultura pop na ambientação digital foi associada a jovens geeks, brancos, de classe média, trancados em seus quartos, com a popularização dos smartphones e novas formas de acesso, ambientações como o YouTube acabaram por possibilitar o espraiamento da cultura pop, bem como rearticulações das questões de gênero e raça presentes neste universo. Se as grandes divas pop dos anos 1990 e 2000 foram Madonna, Britney Spears e Lady Gaga, hoje seria impossível deixar de fora desta lista Beyoncé e Rihanna.

CULTURA POP E YOUTUBE

Criado em 2005, o YouTube foi considerado primeiramente um site de compartilhamento de vídeos cujas primeiras utilizações estavam ligadas às ambientações dos computadores,

migrando posteriormente para seu uso ubíquo nos smartphones. Inicialmente site, posteriormente expandido para aplicativo, como aconteceu com a quase totalidade de plataformas de disponibilização de conteúdo digital, o YouTube foi associado às potencialidades da WEB 2.0, onde supostamente haveria uma diminuição dos gaps entre os processos de produção e recepção na cultura digital.

Rapidamente, o YouTube influenciou toda uma maneira de habitar o errático mundo da internet. Desde seus primórdios, os gerenciadores da plataforma investiram na possibilidade das usuárias e dos usuários criarem seus próprios canais. Nesta direção, apesar da nomenclatura referente ao ambiente televisivo do século XX, observam-se profundas transformações na ambientação comunicacional do YouTube, uma vez que possuir seu próprio canal é algo bem distante do jogo centralizado das concessões políticas necessárias para a abertura de um canal televisivo.

O sucesso do YouTube alterou radicalmente os modos de acesso, produção, circulação e visualização de produções audiovisuais nos tempos atuais. Com forte apelo ao imaginário televisivo – *tube* é uma gíria para TV oriunda dos tubos catódicos –, a plataforma se tornou uma das grandes referências da ambientação comunicacional digital, misturando elementos residuais da cultura midiática (anúncios, filmes e videoclipes) com emergentes (gramáticas das redes sociais e produção de conteúdo pelos usuários). A ideia por trás da marca YouTube é que o consumo de audiovisual em *streaming* permite aos usuários processar um cardápio personalizado de conteúdos e realizar a postagem de autoproduções sem a necessidade da mediação das produtoras profissionais.

Em termos de economia da comunicação, o YouTube é um difusor massivo de conteúdo digital presente em todo mundo, mas se olharmos para a importância da regionalização dos conteúdos e a presença de um mix de audiovisuais profissionais, vídeo caseiros, sistema personalizado de playlists e canais individuais, a plataforma é um exemplo singular da comunicação popular massiva customizada.

No início do YouTube, proliferaram vídeos caseiros de gravações de momentos familiares, mas, com a influência dos blogs, o YouTube acabou se caracterizando por uma ambientação comunicacional que gerou uma nova personagem midiática: os *youtubers*, que capitaneiam seus canais com posts de audiovisuais sobre os mais diversos assuntos. No começo, a maioria dos temas abordados pelos youtubers era parte do universo da cultura pop: games, filmes, música e *gadgets* tecnológicos. A ambiência cenográfica dos quartos, popularizada pelos youtubers, está relacionada à imagem de jovens internautas, de classe média, que imergiram na cultura da conectividade.

Assim, o YouTube parecia abrir brechas no fechado mundo da produção audiovisual tradicional. A plataforma foi responsável pelo surgimento de microcelebridades, como o youtuber sueco PiewDiePie e os brasileiros Whindersson Nunes e Felipe Neto. Hoje talvez seja o caso de se falar em “tubecelebridades”, uma vez que a capitalização alicerçada pelos *views* e

pelas inscrições nos canais acabou por transformar os youtubers em personagens de alta comodificação e visibilidade midiáticas.

As tubecelebridades operam em rede, atuando em programas televisivos, produzindo podcasts, *talk shows* e livros, enfim portando-se como celebridades pop. Com a popularização das celebridades youtubers, houve um estouro de canais que tratam dos mais diversos assuntos: cabelos, chocolates, cartas de anime, livros, mangás, música, maquiagem, enfim qualquer assunto que possa agregar usuários e que cause algum tipo de interesse. Mas o YouTube está longe de ser uma plataforma centrada somente neste tipo de produção, já que ele também se tornou ambiente para postagens de manuais de instruções, dicas de consertos, culinária, filosofia, meditação, psicanálise etc. O YouTube é o grande repositório audiovisual da cultura *streaming*, sendo referência para o universo da cultura pop.

Inicialmente, acreditou-se que o futuro comercial da difusão de audiovisuais na internet estaria atrelado aos anúncios veiculados em plataformas como o YouTube, o que permitiria o pagamento de royalties aos detentores dos direitos das produções audiovisuais de grande porte. Após a aquisição da plataforma pela Google, em 2006, a indústria hollywoodiana e várias networks televisivas se associaram ao YouTube, disponibilizando material para o consumo em *streaming*, inclusive com a possibilidade de pagamento pelo aluguel dos produtos. De outro lado, o inventivo sistema de monetização dos canais através do cruzamento do número de *views*, seguidores, “*co-views*” e tempo de visualização, acabou por criar o youtuber como uma profissão do século XXI.

Apesar da concorrência, ainda é possível sonhar em ser um youtuber de sucesso, já que os requisitos básicos são possuir um dispositivo de feitura de audiovisuais e saber transitar pelas conectividades do YouTube. Valendo-se das especificidades e facilidades da internet, a plataforma lançou em 2010 o YouTube Studio, uma ferramenta que possibilita aos usuários editar seus próprios vídeos, valorizando a ideia de compartilhamento de produtos artesanais de baixo custo, sem necessidade de grandes aportes financeiros.

Um dos motivos do grande sucesso do YouTube foi o investimento nas Interfaces de Programação de Aplicativos (APIs), que permitem que conteúdos hospedados na plataforma sejam disponibilizados em outros aplicativos e sites. Essa malha técnica está enfronhada no modo como as conexões, através de compartilhamentos e gramáticas comuns, se espalharam nas redes sociais. No caso da cultura pop, a associação entre YouTube/Facebook foi fundamental para que o Facebook se transformasse em tribuna de afirmação de gostos culturais; já o estilo de expressão e a gramática do Facebook acabaram contaminando os comentários postados no YouTube, marcados por entrincheiramento de fãs/*haters*, quiproquós e tretas.

Para algumas autoras, a gramática e a ética das redes sociais estariam associadas à reconfiguração dos sistemas de valores expressivos na cultura digital. Em um viés foucaultiano, Paula Sibilia (2016) assinala que estaríamos observando a mutação do regime de autenticidade,

cujo marco seria a literatura europeia moderna, para o regime de sinceridade, no qual haveria uma sobreposição entre aspectos públicos e privados das narrativas biográficas. Segundo ela, uma vez que as práticas dos diários digitais seriam de caráter público, estaríamos vivendo sob a ótica da “extimidade”, daí a extrema cobrança em torno da interrelação entre expressar-se e ser coerente com o que se diz. No mundo das redes sociais, qualquer descompasso entre aquilo que se profere e o modo como se age pode acabar com a carreira de artistas de sucesso. O cancelamento, a anulação das personagens nas redes sociais, é um dos grandes medos de qualquer celebridade digital pop.

Em outra perspectiva, inspiradas em Erving Goffman, Beatriz Polivanov e Simone Pereira de Sá (2012) também apontam para mudanças nos sistemas de valoração na ambiência digital através da ideia de “coerência expressiva”, que seria uma baliza dos sistemas axiológicos dos relatos de si em tempos de cultura digital. É em meio a essa ambientação que ocorreram transformações substanciais nos modos produzir, circular e consumir conteúdos pop no YouTube.

É neste cenário que a emergência de “incoerências” entre as encenações artísticas e as performances nas redes sociais agenciaram modos conectivos de consumo de produtos da cultura pop, ou seja, histórias de vida, posicionamentos políticos, *affairs* e mesmo *like/dislike* tornam-se valores acoplados ao consumo dos conteúdos culturais.

CONTRANARRATIVAS DA CULTURA POP

O nomadismo e a presença de produtos pertencentes a diferentes gêneros midiáticos apontam para a elasticidade, a contaminação e a polinização como principais marcas da ambientação comunicacional do YouTube (RICÓN, 2016). Esse espraiamento faz parte tanto dos modos de navegação (visualizações - escutas) quanto dos processos de produção de uma parcela dos audiovisuais alocados no YouTube. Estratégias usuais da cultura pop, como mixagens, pastiches e paródias, estabeleceram-se como elementos centrais das gramáticas da ambientação comunicacional do YouTube.

Na lista dos vídeos mais vistos do YouTube no Brasil em 2019, o audiovisual de maior destaque é o “Ticolé é Muito Bom!” (CAVALCANTI, 2019, on-line), um vídeo despretensioso, feito em um bairro popular de Porto Alegre, filmado em plano sequência vertical, característica das gravações feitas nos celulares. No audiovisual, MC Ticolé canta de modo artesanal um funk urbano, com influência do passinho carioca, sobre os deleites de chupar Ticolé. O videoclipe é um exemplo de como um produto caseiro pode viralizar no YouTube. Antes de ser algo da ordem do inesperado, este tipo de sucesso viral é fruto da própria ambientação comunicacional do YouTube. De outro lado, ele se vale de elementos da cultura pop, como conectividade, afecção musical e manejo dos dispositivos digitais, para habitar, através de trânsitos reversos, o mundo da cultura da conectividade.

A lista dos 10 vídeos mais populares do YouTube em 2019 inclui, entre outros: vídeo autobiográfico; especial da TV Flamengo; a produção caseira “Caneta Azul Azul Caneta”; o Vovô do Slime; e a transmissão da final do game Free Fire. A presença de audiovisuais diversos, bem como de produções artesanais despretensiosas, mostra que uma das características dos encadeamentos dos audiovisuais no YouTube é da ordem da bricolagem. Um exemplo desse *modus operandi* é o sucesso da paródia “Piscininha do Amor”, feita por Rodrigo Mota, a partir da música do jovem baiano Whadi Gama que viralizou na internet. No vídeo, o youtuber Rodrigo Mota, que possui um canal calcado em paródias musicais, faz citações de “Piscininha do Amor” e de “Ticolé é Muito Bom”, seguindo as polinizações e contágios da cultura pop em ambientações digitais.

Diante disso, é possível dizer que há espaço nesta ambientação para a visibilidade de contranarrativas do pop em caminhos reversos às batidas rotas metrópole/colônia. Albuquerque (2020), Pereira de Sá (2019) e Soares (2017) salientam as transformações por que passaram o funk ostentação, o funk carioca e o brega recifense quando começaram a se articular com sonoridades e encenações da música pop transnacional. Utilizando-se como metáfora uma operação física, parece-me que alguns gêneros musicais periféricos, como o funk e o brega, processam o princípio ativo pop através da maceração (retirada e/ou extração) de cores, odores, sabores da música pop globalizada, que ganham novas dimensões quando reterritorializados em outras ambientações culturais. Assim, a ecologia de mídias de conectividade, ambientação sobre a qual está assentado o YouTube, acaba sendo um elemento ativo fundamental para as extrações que possibilitam outras territorializações do pop. Essas macerações acabaram por produzir categorizações, como brega pop e funk pop, para aglutinar artistas e canções que reelaboraram as noções de brega e funk em suas fricções pop, transformando não só o alcance de gêneros musicais do Sul global, como também o que é música pop em terras brasileiras.

Longe de serem emulações do pop oriundo do Norte global, o designativo pop materializa trânsitos emergentes, que seguem rotas reversas às trajetórias hegemônicas da cultura pop em sua gênese. As tramas da cultura da conectividade na ambientação comunicacional atual acabaram por possibilitar que outros rostos, cores e sonoridades habitem o panteão da cultura pop.

O que se chama Pop - música Pop, filosofia Pop, escrita Pop: Wöterflucht (fuga de palavras). Servir-se do polilinguismo em sua própria língua, fazer desta um uso menor ou intensivo, opor o caráter oprimido desta língua a seu caráter opressivo, achar pontos de não cultura e subdesenvolvimento, as zonas do terceiro mundo linguístico por onde uma língua escapa, um animal enxerta, um agenciamento se instala. Quantos estilos, ou gêneros, ou movimentos literários, mesmo bem pequenos, têm apenas um sonho: desempenhar uma função maior na linguagem, fazer ofertas de serviço como língua de Estado, língua oficial (a psicanálise hoje, que se acha dona do significante, da metáfora e do jogo de palavras). Sonhar o contrário: saber criar devir menor (DELEUZE; GUATTARI, 2014, p. 281)

Assim, os agenciamentos entre funk, brega e pop não significam que os gêneros musicais de origem dos artistas tenham sido fagocitados pela ambientação pop. A cantora carioca Anitta, por exemplo, considerada uma das divas do funk pop, emerge no cenário dos Bailes Funk no Rio, começa a ser notada pelos vídeos artesanais postados no YouTube, é contratada pela simbólica produtora/gravadora de Funk Furacão 2000, começa a apresentar-se em programas da TV aberta, até assinar com a Warner, uma das três grandes gravadoras do mundo. Mas, antes de significar um simples “adoçamento” das sonoridades do funk, a contaminação pelo universo pop foi configurada através de polinizações que já estavam presentes desde o início de sua carreira, por exemplo, com a influência da diva estadunidense Beyoncé na formação de Anitta como cantora/dançarina de Stiletto. A partir do sucesso de Anitta, alicerçado pelo contrato com uma grande gravadora, ocorreram transformações na qualidade técnica das gravações e nos feats com artistas de outros gêneros musicais. Uma olhada em algumas das parcerias da cantora nos últimos anos mostra que uma das características dos “contágios” e “macerações” é a valorização de sua origem nos bailes, possibilitando encontros com nomes de peso no cenário de “música eletrônica” e/ou “música de pista”, como o produtor Nile Rodgers, da banda de disco music Chic, e o grupo de música eletrônica Major Lazer (ANITTA, [2020], on-line). Uma análise simplista poderia localizar a aproximação da batida funk com o pop como forma de tornar a música de Anitta palatável para o público não afeito aos bailes e às melodias funk. Mas sem deixar de ser funk, Anitta torna-se pop, afirmando-se como funk pop através das interrelações entre ecossistema digital, plataformas, canais, categorizações e gêneros musicais.

Ao invés de associar seu atual sucesso aos adoçamentos do pop, pode-se pensar que os agenciamentos da cultura pop na carreira de Anitta ocorreram nos bailes funk, na referência das divas internacionais e no modo como a cultura pop foi reterritorializada em terras brasileiras. Anitta também participou de encontros com artistas consagrados no cenário da MPB, como Caetano Veloso e Gilberto Gil, bem como com a dupla sertaneja Simone & Simaria, amplificando a compreensão das articulações entre pop e popular. A permanência das categorizações brega e funk na roupagem pop nos faz perceber como a contaminação entre práticas culturais vistas inicialmente como distintas possui ligações com as ambientações musicais na cultura digital.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A cultura pop é um vetor com diversas modulações e alcances afetivos. Ao discutir a abrangência desta categorização, chego à conclusão de que, antes de ser só uma nomenclatura, o termo carrega em si indicações de formas de habitar mundo, desterritorializando o peso dos localismos, ao mesmo tempo em que permite reterritorializações espaço-temporais das vivências culturais.

Se, em um primeiro momento, a cultura pop foi associada à globalização de fenômenos ligados à cultura juvenil, hoje, além de atravessar diferentes estratos etários, ela parece ter saído dos lugares de conforto dos jovens de classe média que acionariam suas referências pelo mundo. Quando pensada a partir das ambientações comunicacionais digitais, através da conectividade, a cultura pop realça algumas características que estavam presentes em suas genealogias, como a resiliência, a contaminação e a maceração. Quando vistas pelos cortes de classe, raça e gênero, as tensões abertas em seus trânsitos apontam para complexidades situadas além dos binarismos centro/periferia, massivo/distintivo, global/local.

Assim, pensando algumas contranarrativas brasileiras como modos diferenciados de enformar a cultura pop, procurei aqui abordar alguns fenômenos da ambientação comunicacional da plataforma YouTube como complexificações dos atravessamentos da cultura pop. Por fim, acredito que abordar o pop como ambientação cultural permite uma melhor compreensão das rasuras que as questões de classe, raça, gênero e territorialidade podem operar nos modos como habitamos a cultura pop.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, Gabriel G. **KondZilla e redes de música pop periférica: estética, Mercado e sentidos políticos**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2020.

ANITTA. In: **WIKIPÉDIA**: a enciclopédia livre. [San Francisco, CA: Wikimedia Foundation, 2020]. Disponível em: <tinyurl.com/yyk2mc69>. Acesso em: 27 out. 2020.

BENJAMIN, Ruha. **Race after technology: abolitionist tools for the new Jim Code**. Cambridge: Polity Press, 2019.

CAVALCANTI, Mayra. Retrospectiva 2019: lembre as músicas mais ouvidas no Spotify, Deezer e YouTube. **Jornal do Comercio**, [on-line], 28 dez. 2019. Disponível em: <tinyurl.com/yyd38b66>. Acesso em: 27 out. 2020.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs**. São Paulo: Editora 34, 1995. v. 2.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Kafka: por uma literatura menor**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.

FOUCAULT, Michel. **Ditos e escritos II: arqueologia das ciências e história dos sistemas de pensamento**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2015.

JANOTTI JR, Jelder S. Cultura Pop: entre o popular e a distinção In: CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogério; PEREIRA DE SÁ, Simone (Org.). **Cultura Pop**. Salvador: Edufba; Brasília: Compós, 2015. p. 45-56.

JANOTTI JR, Jelder S. Além do rock: a música pop como uma máquina de agenciamentos afetivos. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v.19, n. 3, p. 108-123, 2016.

IQANI, Mehita; RESENDE, Fernando. **Media and the global south: narrative territorialities, cross cultural currents**. London: Routledge, 2020.

OLIVEIRA Luciana Xavier de. **A cena musical da Black Rio: estilos e mediações nos bailes soul dos anos 1970**. Salvador: EDUFBA, 2018.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Cultura digital, videoclipes e a consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica. **Revista Fronteiras**, São Leopoldo, v. 21, p. 21-32, 2019.

PEREIRA DE SÁ, Simone; POLIVANOV, Beatriz. Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites das redes sociais. **Revista Contemporânea**, Salvador, v. 10, n. 3, p. 574-596, set./dez. 2012.

QUEIROZ, Tobias Arruda. **Valhalla, All Black e Metal Beer: repensando a cena musical a partir de bares do interior do Nordeste**. 2019. Tese (Doutorado em Comunicação) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2019.

RICÓN, Omar. O popular na comunicação: culturas bastardas e cidadanias celebridades. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 3, p. 27-49, 2016.

SIBILIA, Paula. **O show do Eu: a intimidade como espetáculo**. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto, 2016.

SILVA, Melina Aparecida dos Santos. **We Do Rock Too: os percursos do gênero musical metal no movimento do rock angolano**. 2018. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2018.

SILVA, Tarcízio. **Comunidades, algoritmos e ativismos digitais: olhares afrodiaspóricos**. São Paulo: LiteraRUA, 2020.

SOARES, Thiago. **“Ninguém é perfeito e a vida é assim”: a música brega em Pernambuco**. Recife: Outros Críticos, 2017.

VAN DIJCK, José. **The culture of connectivity: a critical history of social media**. New York: Oxford Press, 2013.

WILLIAMS, Raymond. **Marxism and literature**. Oxford; New York: Oxford University Press, 1977.