

**Pop-Cult-Descolado:  
A cultura pop como dispositivo e maquinário estético-semiótico<sup>1</sup>,**

Jeder Silveira Janotti Junior<sup>2</sup>

Thiago Soares<sup>3</sup>

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

**Resumo**

Pensar música e cultura pop para além dos binarismos: pop x rock, autenticidade x cooptação, local x global. Encontrar rotas de fuga para o entendimento dos fenômenos midiáticos: o pop como um dispositivo que age sobre o sistema produtivo, uma máquina – como propõem Deleuze e Guattari – de ordens estética e semiótica, desvelando formas de desterritorialização e reterritorialização. A partir das ambiguidades de uma palavra-chave (o termo “pop-cult-descolado”) do uso coloquial entre os viventes do Recife (e certamente de outras cidades) a proposta aqui é construir um itinerário possível para refletir sobre as insurgências estéticas do pop, em diálogos com Lawrence Grossberg, Homi K. Bhabha, Motti Regev, entre outros.

**Palavras-chave**

Cultura Pop; Música Pop; Rock; Popular

Pop-cult-descolado: Substantivo ou adjetivo. Quando substantivo, descreve um certo tipo de indivíduo que transita por diferentes esferas de uma cultura urbana, dos circuitos culturais de consumo mais *mainstream*, passando pelo *underground*, sem necessariamente se preocupar com rótulos como “da moda” ou “da galera”. O sujeito pop-cult-descolado, em geral, agrega amigos de todas as esferas sociais: dos colegas do ensino médio, em colégios de classe média, branca, cristã, passando pelos amigos “da noite”, construídos na efemeridade das passagens, dos teores alcoólicos, das insurgências das festas; chegando aos conhecidos de circunscritos e ambientes bastante específicos: amigos “das artes”, “da festa”, “da praia”, “do posto de gasolina”, e assim por diante. Por não se filiar tão deliberadamente, digamos, a uma dimensão da vida cultural, mas almejar todas, ao mesmo

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Melômano, Pesquisador CNPq com bolsa produtividade, professor dos cursos de graduação em Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFPE, entre suas publicações destacam-se “Aumenta que Isso Aí é Rock and Roll” (E- Papers, 2003), “Cenas Musicais” (Anadarco 2013, organizada junto com Simone Pereira de Sá) e “Rock Me Like the Devil: Assinatura das Cenas Musicais e das Identidades Metálicas” (Livrinho de Papel Finíssimo, 2014). Email: [jederjr@gmail.com](mailto:jederjr@gmail.com)

<sup>3</sup> Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), autor dos livros “A Estética do Videoclipe” (Editora da UFPE, 2014) e “Videoclipe – O Elogio da Desarmonia” (Livro Rápido, 2004). Email: [thikos@gmail.com](mailto:thikos@gmail.com)

tempo, o sujeito pop-cult-descolado é frequentemente taxado de “sem ideologia”, “maria-vai-com-as-outras”, que circula “nos lugares da moda”. É mais classificado como um enganador do que como um fruidor em diferentes escalas. Pelos mais ortodoxos, pode até ser chamado de “fraude”. E, às vezes, é mesmo uma fraude. Mas não sempre.

O sujeito pop-cult-descolado pode também se afeiçoar pela cultura hipster, aquela que acha a última tendência, mapeia “a novidade”, sabe “onde todos se encontram”. Talvez o termo que mais defina este indivíduo seja “descolado”, ou seja, aquilo que não está atado, não se prende, viaja e transita por ambientes, entrando e saindo deles sem a pretensão de se fixar, mas experienciando momentos possivelmente até o seu esgotamento. Sujeito que parece entender das efemeridades, das impermanências e, por isso mesmo, se apropria delas em suas vivências.

Quando adjetivo, pop-cult-descolado se refere a uma forma ambígua de classificar práticas de consumo. Pode significar alguma lógica de não-pertencimento, evocando algo em torno de uma não-verdade, um baixo valor dentro de um regime de autenticidade. Mas também é possível evocá-lo diante do elogio para algo ou alguém que tem a destreza das negociações, das entradas e saídas, de saber lidar com todos os tipos de público, falar para todas as gentes, todas as classes, etnias, diferenças. Adjetivar algo de pop-cult-descolado pode ser sintoma de que o enunciador quer se fazer ambíguo, sair pela tangente das formas adjetivais mais canônicas, se fazer “insider”, “jovem”. Na cidade do Recife, o termo pop-cult-descolado é usado por falantes, em geral, da classe média, escolada, universitária, se referindo a seus pares, reconhecíveis em bares, boates, “inferninhos” comuns, como uma forma, inclusive, de classificar o Outro a partir de uma leitura ligeiramente superficial de suas práticas discursivas, que envolvem circulação em ambientes reais ou virtuais, também através de opiniões expressas em redes sociais.

Num exercício de partir de uma palavra-chave, neste caso, a expressão pop-cult-descolado, para pensar rotas de fuga para conceitos que envolvem música e Cultura Pop, este artigo parte de um pressuposto de leitura: a fuga das análises binárias e opostas sobre fenômenos midiáticos.

### **O pop é uma “nebulosa afetiva”**

Os rótulos música e cultura pop parecem carregar uma miríade inesgotável de referências. Parte desses acionamentos são, muitas vezes, intercambiáveis (como o binômio

pop-rock), outros excludentes (como as desqualificações do pop como música descartável efetivada por alguns roqueiros). Apenas esses primeiros zumbidos já parecem tornar quase impossível a tarefa de definir o que seria, mesmo em contornos móveis, a cultura pop. Mas, antes de abandonar o enfrentamento em torno das territorializações do pop, desistindo do mapa pelo cansaço de uma cartografia que exige-se contínua, o desafio nos instiga a pensar, pelo menos em parte, o que está sendo acionado quando o agenciamento “cultura pop” entra cena. Ou seja, que supostos modo de povoar, habitar e desabitado o mundo estão em jogo através das diversas linhas de fuga que perpassam os atravessamentos pop.

Tal desafio nos é ainda mais instigante quando percebemos que, antes de um conceito acadêmico, que busca delinear um fenômeno anterior à sua cartografia, pop é uma “nebulosa afetiva”, acionada em contextos diversos e de diferentes formas - como modos de encontrar mapas para atravessar o turbilhão cultural que parece marcar nossas vidas nestes primeiros anos do século XXI. Desde já cabe afirmar que, neste contexto, entendemos afeto como capacidades sensíveis-sensoriais de afetarmos e sermos afetados pelos mundos em que vivemos e que nos constituem como seres culturais. Deste modo, afeto

é uma multiplicidade de modos em que as pessoas ancoram suas vidas, os modos de pertencimento a certos lugares e através de certas trajetórias. É a produção, de fato, da identificação. Ele opera através de múltiplos regimes e formações, produzindo múltiplas modalidades e organizações diferentes, incluindo por exemplo, emoção, humores, desejos, pertencimentos, estruturas de sentimento, mapas de importância, mapas de sentido (significação) e sistemas de representação (ou ideologia, como um investimento afetivo em significações particulares que lhes concedem a representação do mundo) (GROSSBERG, 2010, p.195)<sup>4</sup>.

Assim, pode-se traçar, em termos históricos, as evidências que nos permitem compreender de forma diferenciada as “tonalidades afetivas” do agenciamento pop. Em termos estritos, Cultura Pop é um rótulo cunhado pela crítica cultural inglesa nos anos 1950 para tentar dar conta, e em certa medida desqualificar como efêmero, o surgimento de produtos musicais e audiovisuais voltados para o emergente público juvenil: como o *rock and roll*, os primeiros seriados televisivos e os filmes de adolescentes rebeldes (BARCINSKI, 2014)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Todas as citações de obras referenciadas em outras línguas que não o português são de responsabilidade dos autores do artigo.

<sup>5</sup> Em recente conferência na UFPE (06/07/2015) intitulada “Pop/Art/Rock: Canned Music and History of Popular Authenticity”, o professor Keir Keightly (University of Western Ontario) fez uma série de referências a utilização do termo no pop no início do século XX, relacionando-as aos teatros de vaudeville e ao seu aparecimento na crítica musical para se referir à música produzida em Nova York na Tin Pan Alley. No caso da visão aqui apresentada, não se trata de deixar de

Neste sentido, os agenciamentos de fluxos e conjunções em torno de uma Cultura Pop estão conectados a afirmações da cultura midiática a partir de atravessamentos que envolvem o popular e o massivo. Como escreveu Raymond Williams, “o conceito de mídia como nós o usamos é uma invenção do século XX, e realmente tornou-se parte do senso comum somente na segunda metade do século” (apud GROSSBERG, 2010, p.204). Tal afirmação parece deixar ainda mais evidente as injunções entre a afirmação da cultura midiática como lugar privilegiado de materialização do popular a partir das últimas décadas do século XX e a emergência da Cultura Pop como modo diverso de habitar o mundo através do popular-midiático ou “popular massivo”.

Seguindo esta trilha, tomemos um primeiro cuidado em relação aos mapas possíveis para guiar a viagem aqui proposta: não se deve dar por resolvidos os inúmeros fluxos e contradições que os amplos denominadores cultura midiática e cultura pop englobam. Se hoje a mitologia pop carrega as tintas de sua gênese no sucesso de Elvis Presley, a partir da gravação de “That’s All Right Mamma” de 1954 na cidade de Memphis nos EUA (e seu posterior sucesso não só como músico mas como ídolo pop audiovisual) não se deve deixar de lado a lembrança de que, na mesma época, o guitarrista afro-americano Chuck Berry também alicerçava as bases do rock and roll com a gravação da canção “Maybellene” pela gravadora Chess Records, especializada em música negra. Longe de propor aqui um embate dual entre uma suposta formação autêntica do rock, os exemplos acima pretendem mostrar que quando se trata de Cultura Pop, estamos diante de um emaranhado de multiplicidades. Altercar Elvis Presley e Chuck Berry, para ficarmos somente com dois casos, pressupõe fazer funcionar um complexo processo de articulação de sentidos que envolve gêneros musicais (blues, bluegrass, country, rockabilly), traduções midiáticas (o papel das gravadoras Sun e Chess Records), debates de ordem étnica (o embaquecimento da indústria musical) e performática (matrizes de corporalidades hegemônicas) e agenciamentos circulares diversos na emergência da Cultura Pop.

Para não sair das facilidades dos valores através dos acionamentos binários, que poderia reduzir a Cultura Pop aos jogos do isto/aquilo, cabe lembrar como um terceiro vetor, a importância de Little Richard para a “gênese mítica” do rock and roll, e por amplificação, da música e Cultura Pop, pois conjuntamente à presença de “Maybellene” e “That’s all Right Mamma” nas listas das músicas mais tocadas em meados dos anos 1950 nos EUA, também havia a canção “Tutti Frutti”, executada por um cantor/pianista

---

reconhecer que historicamente o termo pop aparece antes da segunda metade do século XX e sim que, a “cultura pop” emerge a partir do aparecimento do rock e do mercado cultural apoiado inicialmente na cultura juvenil e que daí advém.

excêntrico, Little Richards, que além de contribuir para os alicerces das sonoridades rock, misturava ao caldeirão inicial dos gêneros musicais que serviram de base para o rock and roll, o boogie woogie e uma performance andrógina, que merece ser lembrada não só como contraponto à emergência do galã e do guitar hero (personificadas por Presley e Berry), bem como uma linha de fuga para que fosse incorporado à essa mistura a figura da diva, personagem do imaginário pop tão bem materializada por Richards. Assim, para tentar dar conta em parte da “nebulosa afetiva pop” é importante, pensar que nem todo valor é construído de maneira opositiva, como nos parece fazer crer o suposto embate pop-rock. Trata-se mais de uma valência do que relação oposicional.

### **Maquinário e mastigação**

Assim, observando a importância da tessitura mítica do pop star como personagem da cultura pop, voltemos a duas narrativas que cercam os afetos ao redor dos mitos de origem que cercam Elvis Presley:

- 1) a frase atribuída a Sam Phillip, dono da gravadora Sun Records, ao descobrir o talento de Presley: “Se eu encontrar um branco que cante como um negro ganharei um milhão de dólares”
- 2) as “estórias” ao redor de Coronel Parker, o empresário que teria sido responsável pelas estratégias que alçaram Presley ao título de “Rei do Rock” - e que supostamente aprendeu suas artimanhas ao gerenciar o circo Royal American Shows (além das vendas de algodão doce e caramelos nos espetáculos), circulando em um trem particular pelos EUA e Canadá nos anos 1930.

Antes de discutir esses enunciados como verdades ou mentiras, interessa-nos observar uma série traços múltiplos que agenciam Elvis Presley como uma pop star: os aspectos mercadológicos, midiáticos, afetivos, étnicos, estéticos e mercadológicos da cultura pop, pois como afirmam Gilles Deleuze e Félix Guattari:

Não existe um enunciado individual, nunca há. Todo enunciado é o produto de um agenciamento maquínico, quer dizer de agentes coletivos de enunciação (por “agentes coletivos” não se deve entender povos ou sociedades, mas multiplicidades). Ora, o nome próprio não designa um indivíduo: ao contrário, quando um indivíduo se abre às multiplicidades

que o atravessam de lado a lado, ao fim do mais severo exercício de despersonalização, é que ele adquire seu verdadeiro nome próprio. O nome próprio é a apreensão instantânea de uma multiplicidade. O nome próprio é o sujeito de um puro infinitivo compreendido como tal num campo de intensidade (DELEUZE e GUATTARI, 1995, p.51)

Parece que uma das linhas de fuga que podemos reter momentaneamente para delinear a multiplicidade pop é seu atravessamento pela amplo alcance e circularidade desta formação cultural. Daí sua associação à pipoca (*popcorn*) e às guloseimas que não se consegue parar de mastigar (*bubblegum*), alimentos que num certo senso comum “não alimentam”, mas devido ao seu prazer gustativo, não se consegue parar de mastigar - gerando seu espraiamento “popular”.

Aliado a esses traços “efêmeros”, nota-se que a Pop Art, movimento que incluía artistas como Andy Wharol e Richard Hamilton, também se valia dessa suposta “mastigação” do popular para tentar tirar as artes plásticas dos bunkers eruditos em que haviam se transformados as mostras e galerias em geral - uma das táticas da Pop Art foi popularizar o restrito universo das belas artes através da assimilação de imagens da iconologia pop como histórias em quadrinhos, ídolos do cinema, embalagens de sopas prontas e sabão em pó.

Mas o agenciamento pelo valor estético não segue somente trajetões unidirecionais que vão das artes tradicionais à sensibilidade pop. Boa parte da intensidade artística da cultura pop é acionada a partir de formas e formatos oriundos de dentro da própria indústria cultural, como as *graphic novels*, narrativas que procuram dar tons plásticos-literários à arte sequencial dos quadrinhos, ou o controverso rótulo “cinema de arte” que se valendo do dispositivo cinema, explora aspectos artísticos de uma das expressões culturais mais populares do século XX (JANOTTI JR, 2015, p. 46).

Essa operacionalização não se assenta sem engessamentos com linhas de oposição entre arte pop e pop convencional, intensidade e efêmero, ou com a ideia de que “a música pop e o rock foram se diferenciando conforme as ênfases e tonalidades que receberam, conforme os propósitos para os quais foram sendo adotados e convertidos” (SILVEIRA, 2013, p.17). Ao contrário desta perspectiva, partimos de linhas de fuga que agenciam a ideia de pop em uma partilha comum, não necessariamente de um popularesco inconsequente, pois como debate Rancièrre, ao apontar a partilha do sensível na política, “trata-se de uma distribuição possível, que é também uma distribuição da capacidade que

uns e outros têm de participar nessa mesma distribuição do possível” (RANCIÈRE, 2111, p.19).

### **Fronteiras móveis do pop**

Para nós, não é interessante esvaziar os afetos que circulam pelas fronteiras móveis do pop. Há diferentes modos de entrar e sair da cultura globalizada invocando o pop. Neste sentido, cabe pensar na proposta de Motti Regev (2013), de que através do imbricamento das histórias culturais do pop e do rock, postula-se uma forma cultural chamada “pop-rock music”, ou uma espécie de atravessadora estética que “viajaria” das bandas de rock da cultura anglo-americana até a distante Ásia, passando pelo Oriente Médio e países africanos: dicções sonoras ancoradas na guitarra e nos diferentes usos do teclado e instrumentais eletrônicos como acionadores de uma noção de modernidade, apoiada no senso de singularidade (“uniqueness”) das culturas nacionais, embora diante do horizonte transnacional e do capitalismo tardio – e financeiro. Regev parece estar tratando de um certo “idioma estético” do que chama de “pop-rock music” - da ordem de um acento cosmopolita que refuta um tipo de leitura sobre local e global, imperialismo, americanização, Mcdonaldização dos fenômenos, tentando entender os diferentes usos da música e da Cultura Pop em contextos específicos que, inclusive, vão acentuar características locais.

Ao fazer referência, por exemplo, à cantora italiana Laura Pausini e às inúmeras comparações feitas a outras cantoras pop, como Madonna, Mariah Carey ou Whitney Houston, o autor reconhece que é neste contato com referências externas, da cultura pop, que se constrói um certo senso de “italianidade” para Laura Pausini. A análise proposta não é simplesmente pensar Pausini como uma espécie de “cópia italiana” de uma certa diva pop, mas sim, visualizar complexos processos de reterritorialização da ideia de cantora pop. No Brasil, se pensarmos no mito de origem da cantora Gaby Amarantos, saída do bairro de Jurunas, na periferia de Belém, no Pará, para se transformar numa cantora de textura sonora nacional, usou-se também uma cantora pop como ancoragem discursiva: Beyoncé. Sempre se apresentando sob a égide performática das equipes de Aparelhagem, Gaby Amarantos esteve fortemente conectada a uma geração de músicos paraenses que integravam um circuito de apresentações calcadas na sonoridade do tecnobrega. No entanto, foi quando passou a cantar em shows “Hoje Eu tô Solteira”, versão tecnobrega para “Single Ladies”,



da norte-americana Beyoncé, que a paraense pareceu adentrar a um certo idioma estético cosmopolita. Logo em seguida, Gaby Amarantos foi prontamente chamada pela imprensa, blogueiros e formadores de opinião de “Beyoncé do Pará” - o que, deliberadamente, não ofuscava a singularidade de ser paraense (muito pelo contrário), mas colocava este senso de pertencimento ao Pará em diálogo com a cultura das divas pop, cosmopolita, transnacional.

Voltando um pouco mais no tempo, quando, na década de oitenta do século XX, há o estouro do Brock materializado em bandas como Blitz, Barão Vermelho, Kid Abelha, Paralamas do Sucesso e Titãs, afirmar-se roqueiro era reconhecer-se, pelo menos em parte, como corsário da cultura pop que se desgarrava dos grilhões da MPB, afirmando-se como de “lugar nenhum”. Se pensarmos no contexto brasileiro de abertura política pós-ditadura militar, alta circulação de bens de consumo norte-americanos, ressaca do suposto nacionalismo dos militares, ser de “lugar nenhum” era talvez uma das mais potentes formas de se afirmar brasileiro – e crítico, politizado.

Já no início dos anos 1990, os atravessamentos pop que ocorreram quando a dupla Chitãozinho e Xororó incorporou arranjos de teclados (instrumento “pop”) à música sertaneja na gravação de “Fio de Cabelo”<sup>6</sup> não se tratava, possivelmente, de afirmar-se como um transeunte globalizado da cultura pop e sim de amplificar-se, projetando-se através de outras transterritorialidades. Antes de serem posições estanques, o global e o local nestes exemplos são associações que possibilitam reterritorializar-se através da cultura pop. “Se o espaço é essa rede móvel de coisas e humanos, de lugares em mutação, de comunicação entre objetos e humanos, não há nunca uma coisa meramente local ou global” (LEMOS, 2013, p.194). Nesses casos, pode-se imaginar uma multiplicidade de cartografias, acarretando significados que vão desde vincular-se de maneira densa à cultura pop até atravessá-la, mesmo sendo indiferente aos carimbos afetivos que possam marcar nossos “passaportes culturais”.

Atravessamentos da tradição (como atesta a própria mudança de figurino de Chitãozinho e Xororó que, à época, abandonaram as botas e chapéus de vaqueiro em prol de blazers e camisas “sociais”) permitem notar como agenciamentos entre sensibilidades globais e locais articulam-se com modos de habitar mundos a partir e de dentro de certas tonalidades cosmopolitas. Esse tipo de circularidade estabelece relações de proximidades e diferenças que são reunidas em torno do modo como os produtos culturais contemporâneos projetam um comum: um espaço midiático. Antes de ser a projeção de habitações frívolas, a

---

<sup>6</sup> Sucesso do álbum *Somo Apaixonados* (Copacabana, 1982) que estourou à época nas rádios e programas de televisivos de alcance nacional.



Cultura Pop também é uma densa zona de conflito, daí constantes rearticulações (e às vezes negação) do próprio reconhecimento de seus traços populares.

### **Popular-descolado**

O “popular” pode articular possibilidades de alta circulação midiática, envolvendo e sendo envolvido pelo povo, como aquilo que é pop, consumido em escala ampla, o que “pipoca”; ao mesmo tempo carregar a desconfiança de supostas homogeneizações de padrões produtivos. A emergência do pop é perpassada por uma vivência urbana cosmopolita. Assim, o popular nesse contexto carrega as marcas dos encontros, tensões e da violência características da urbanização, ou seja,

*o tecido urbano prolifera, estende-se, corrói os resíduos da vida agrária. Estas palavras, “o tecido urbano” não designam, de maneira restrita, o domínio edificado nas cidades, mas o conjunto de manifestações do predomínio da cidade sobre o campo. Nessa acepção, uma segunda residência, uma rodovia, um supermercado em pleno campo, fazem parte do tecido urbano (LEFEBVRE, 1999, p.15).*

A Cultura Pop aciona, ao mesmo tempo, modos de habitar a cidade bem como de desabitá-la, nos projetando em espaços cosmopolitas em que as raízes locais se tornam difusas. Deste modo,

*o popular consiste em formas culturais e práticas – variando em conteúdo de um período histórico a outro – que constitui o terreno em que valores e ideologias culturais dominantes, subordinadas e oposicionais encontram-se e unem-se, em diferentes misturas e permutações, rivalizando umas com as outras em suas tentativas de assegurar os espaços em que se tornam influentes em enquadrar e organizar a experiência e a consciência popular. Ele consiste não de duas formas separadamente compartimentadas – uma pura e espontaneamente oposicional cultura “do povo” – e uma totalmente administrada cultura “para o povo” – mas é localizada em pontos de conflitos entre as tendências oposicionistas cujas orientações contraditórias enformam toda organização das formas culturais em que elas se encontram e interpretam umas às outras (GROSSBERG, 2010, p.209).*

O pensamento de Grossberg encontra reverberação na premissa de Motti Regev: ambos parecem estar tratando das inúmeras formas de entradas e saídas do que se chama de fenômenos da ordem do “cosmopolitismo estético”, ou seja, um processo contínuo de formação, na Modernidade Tardia, de uma cultura mundial como uma complexa entidade

interconectada, no qual agrupamentos de todas as ordens e tipos ao redor do mundo compartilham premissas comuns em suas percepções estéticas, formas expressivas e práticas culturais, de tal maneira que se pense como isto ocorre, de que forma isso se legitima e quais as consequências deste processo. Estaríamos diante de uma força, uma espécie de modelo de produção de música na contemporaneidade que reivindique não necessariamente a “conquista” de um outro mercado, mas antes se volte para o seu próprio mercado. Nesta direção, a perspectiva é de reconhecer a preservação de um senso de singularidade local, ao mesmo tempo que se adentra ao jogo da Modernidade Tardia. Pense-se, inclusive, o cosmopolitismo estético como uma saída, aos olhares exotizantes, reivindicando a quebra de uma mirada ingênua sobre fenômenos culturais.

Para além de uma certa ingenuidade, reconhecer, por exemplo, que canções pop, rock, indie e MPB, apesar de toda singularidade que as separam, transitam em um mesmo ambiente de agenciamentos culturais, talvez permita refletir sobre problemas comuns aos diferentes fazeres e apropriações culturais que circulam nas esferas midiáticas, além de reconhecer dissensos. Inspirados por Homi Bhabha (1998), podemos pensar que o pop é o suplemento que corta o popular e o midiático. As travessias que circulam através das expressões da chamada Cultura Pop pressupõem abertura para popularização de partilhas sensíveis que podem ser ao mesmo tempo inclusivas (quando conectam participantes dispersos), exclusivas (quando funcionam como formas de reivindicação de distinções sensíveis), bem como excludentes (quando o global pode servir como forma de desqualificação do local).

O popular inclui não somente a cultura popular mas também as linguagens e lógicas que as pessoas usam para fazer sentido de, para se localizarem, calcular suas escolhas, em suas vidas cotidianas e seus mundos sociais O popular aponta não somente para o cotidiano, mas para um reino do senso comum (no sentido gramsciano) como um terreno de disputas (GROSSBERG, 2010, p. 208).

A Cultura Pop não é a produção de outras realidades para além do local e sim uma espécie de máquina de reterritorialização, uma discursividade, ou seja: “um ambiente de possibilidades ou, melhor, um espaço virtual de possibilidades e imaginação se assim você o desejar”(GROSSBERG, 2010, p. 192), em que os atravessamentos culturais articulam mediações não somente como um entre, mas como agenciamentos que perpassam a Cultura Pop e seus modos próprios de acionar o “popular”. Assim,

mediação, neste sentido, descreve uma casualidade não-linear; mapeia fluxos, interrupções e paradas que descrevem o devir ou autoprodução da realidade ou melhor, realidade- sempre-configurada. Mediação é o movimento de eventos ou corpos de um conjunto de relações para outras como se elas estivessem constantemente devindo em alguma coisa diferente do que são. É o espaço entre o virtual e o atual, o devir atual (GROSSBERG, 2010, p.191).

### **Considerações finais**

Propomos pensar a Cultura Pop através de sua multiplicidade de agenciamentos, uma constelação de conceitos, para além das circulações binárias acionadas por binômios como rock/pop, arte/entretenimento, erudito/popular. Não que as denticões não sejam importantes operadores políticos que configuram e alicerçam partes do maquinário pop, mas sim que no trajeto que aqui se propõe essa é apenas uma das entradas possíveis neste universo. Abordar a Cultura Pop através de uma “constelação de conceitos” permite-nos a partir de entradas diversas, pensá-la como maquinário cultural, máquina distintiva, formação popular, território, região discursiva, dispositivo estético, mercadológico e social, assumindo que “todo conceito, tendo um número finito de componentes, bifurcará sobre outros conceitos, compostos de outra maneira, mas que constituem outras regiões do mesmo plano, que respondem a problemas conectáveis, participam de uma co-criação” (DELEUZE; GUATARI, 1992, p. 30).

Levando-se em conta um comum inscrito em suas diversas linhas de fuga e na multiplicidades de agenciamentos que fundam essa complexa formação estético-semiótica propomos abordar a Cultura Pop como um maquinário que se espraia, ao mesmo tempo como potência e poder, devir e engessamento, arquitetando-se como um dispositivo cultural que projeta mapas de valências que não só nos fazem viver através de valorações pop, como transformam essas vivências em experiências que nos permitem habitar e desabitatar o mundo. Pertencimentos nos colocam diante das partilhas possíveis de um comum, mas também de dinâmicas de alteridade (que podem ser inclusive da ordem da exclusividade e da exclusão), espaço vivido (lugar) em que o pop é agenciado como um “suplemento” do “popular midiático”. Assim,

dispositivos culturais produzem mapas através da produção de alteridade, eles são dispositivos de diferenciação. A produção da alteridade toma duas formas distintas: a produção da diferença e a produção da distância (fronteiras). A primeira é a produção de uma grade sistemática, interligada, ou rede, de investimentos afetivos como relações do mesmo e

do diferente, ou melhor, de identidade e de diferença entre eles. A segunda é o efeito da produção de uma grade, um mapa, suas divisões. Fronteiras dividem espaços, criam distâncias entre aqui e lá, o dentro e o fora, nós e eles. Entretanto, essencialmente, essas categorias de alteridade- diferenças e fronteiras- não descrevem possibilidades únicas, existem muitos mapas de diferenças e distâncias. Eles podem unir bem como também dividir; de fato, eles podem fazer ambos, de diferentes modos e em diferentes graus, em todo e qualquer instante. (GROSSBERG, 2010, p. 200).

## Referências Bibliográficas

- BHABHA, H. K. **O Local da Cultura**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1998.
- DELEUZE, G; GUATARRI, F. **Kafka, Por uma Literatura Menor**. Belo Horizonte: Autêntica, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Mil Platôs (volumes II)**. São Paulo: Editora 34, 1995.
- \_\_\_\_\_. **O que é a Filosofia?** São Paulo: Ed. 34, 1992.
- FOUCAULT, M. **O Corpo Utópico, As Heterotopias**. São Paulo, N-1 Edições, 2013.
- GROSSBERG, L. **Cultural Studies in The Future Tense**. Durham/London: Duke University Press, 2010.
- JANOTTI JR., J. Cultura Pop: entre o popular e a distinção In CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério; SÁ, Simone Pereira de. **Cultura Pop**. Salvador: Edufba, 2015.
- LEMONS, A. **A Comunicação das Coisas: teoria ator-rede e cibercultura**. São Paulo: Annablume, 2013.
- \_\_\_\_\_. **Mídia Locativa e Territórios Informacionais**. Curitiba: E-Compós, 2007.
- LEMONS, M. Recife, abril. 2015. Entrevista concedida ao projeto de pesquisa Metodologia de Análise das Cenas Musicais Através das Assinaturas das Redes e Performance de Gosto.
- LEFEBVRE, H. **A Revolução Urbana**. Belo Horizonte: Editora da UFMG, 1999.
- LINS, D. **Estética como Acontecimento- O Corpo sem Órgãos**. São Paulo: Lumme Editora, 2012.
- RANCIÈRE, J. O Que Significa Estética? Projecto Imago, 2011. Disponível on line em <<http://cargocollective.com/ymago/Ranciere-Txt-2>>, último acesso em 20 de outubro de 2013.
- \_\_\_\_\_. O Dissenso IN: NOVAES, Adauto. **A Crise da Razão**. São Paulo: Cia. Das Letras, 1996.
- REGEV, M. **Pop-Rock Music**. Cambridge: Polity, 2013.
- SILVEIRA, F. **Rupturas Instáveis: entrar e sair da música pop**. Porto Alegre, Libretos: 2013.