
A Pesquisa em Cultura Pop na Comunicação: Categorias de Estudos, Conceitos e a Centralidade da Música Pop (Intercom e Compós, 2000-2020)¹

Christian GONZATTI²
Universidade do Vale do Rio dos Sinos, RS

RESUMO

O artigo mapeia os textos publicados na Compós e na Intercom entre os anos 2000 e 2020 que trazem os termos “cultura pop” ou “pop” no título ou como palavra-chave. Com esse movimento, visa entender como a cultura pop vem sendo pensada nas Ciências da Comunicação nesses contextos. Foram coletados, assim, 97 artigos acadêmicos. Ao serem analisados, foi possível perceber os GTs e GPs nos quais predominam reflexões sobre cultura pop, as categorias de estudos que compõem os estudos sobre pop, a centralidade da música pop, da noção conceitual de performance e as brechas existentes para que novas perspectivas ascendam.

PALAVRAS-CHAVE: cultura pop; música pop; comunicação; cultura nerd; estado da arte.

INTRODUÇÃO

O esforço apresentado aqui é fruto da tese de doutoramento desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos. Desde o início da minha trajetória acadêmica – em 2012, ainda como bolsista de iniciação científica, no grupo LIC, Laboratório de Investigação do Ciberacontecimento – tenho me desdobrado sobre perspectivas transdisciplinares que interpelam a cultura pop em sua articulação com os estudos de gênero e sexualidade, teorias do acontecimento, redes e plataformas digitais e, mais recentemente, com a semiótica. Nesse percurso, entender como o conceito – ou a indefinição de um conceito – sobre a cultura pop vem sendo pensado nas Ciências da Comunicação é um movimento que me mobiliza tangenciando os estudos que venho desenvolvendo. Ao estudar a relação entre celebridades e ciberacontecimentos (GONZATTI, 2015) e os sentidos queer acionados pelo jornalismo de cultura pop mais focado em música pop (GONZATTI, 2017) não encontrei lacunas expressivas na compreensão de fenômenos pop. No entanto, ao buscar discussões que

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento no XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Doutorando em Ciências da Comunicação do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, e-mail: christiangonzatti@gmail.com.

expressassem e definissem a cultura nerd na perspectiva da cultura pop para a tese em desenvolvimento, notei que não havia uma relação muito aparente na produção de teorias sobre o pop na comunicação para pensar casos que emergem desse contexto.

Provocado pela banca de qualificação e pela necessidade de entender “O que é operacionalizado como cultura pop nas Ciências da Comunicação nos eventos da Intercom e da Compós?”, desenvolvi o movimento teórico-exploratório que desdobrou nesse artigo. Oriente-me a partir das considerações de Jiani Bonin (2011) sobre os processos que envolvem a construção de uma pesquisa. Ela aponta como parte essencial de um estudo o trabalho com investigações que são produzidas em determinado campo (e em suas áreas de interface) e se relacionam com determinado problema/objeto para, assim, contribuir de maneira ativa e produtora no avanço das teorias, métodos e epistemologias. Esse movimento contempla ações mais operativas de levantamento das pesquisas já desenvolvidas, além de uma reflexão sobre os dados coletados que permita apropriações, reformulações e alargamentos das propostas percebidas, em vários níveis. Para a arquitetura da pesquisa que está por trás do movimento desse artigo, esse foi um importante processo para entender os limites e a potência das lentes teóricas e da empiria da tese – inclusive, em relação com outros temas e palavras-chave para além da cultura pop, mas que não serão explorados nesse texto. Partindo do que foi discutido, empenho-me na construção dessa pesquisa bibliográfica (GIL, 2008) em articulação com uma análise de conteúdo textual utilizando as programações de análise da linguagem *Python* (CARNEIRO DOS SANTOS, 2017), buscando, assim, contribuir para os estudos sobre cultura pop.

O recorte em torno dos eventos da Intercom e da Compós emerge da importância deles para as Ciências da Comunicação no contexto brasileiro. O primeiro, segundo informações que constam no site³, ocorre desde 1977, sendo denominado Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, reunindo trabalhos de estudantes de graduação e pós-graduação, docentes, pessoas que atuam como pesquisadoras e profissionais da área. No ano de produção desse texto, 2021, está em sua 44ª edição, ocorrendo na modalidade online em decorrência da pandemia de Covid-19. A segunda, Compós - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação -, como aponta o seu site⁴

³ Fonte: <https://www.portalintercom.org.br/eventos1/congresso-nacional/apresentacao5>. Acesso em: 23 jul. 2021.

⁴ Fonte: http://www.compos.org.br/a_compos.php. Acesso em: 23 jul. 2021.

foi fundada em 16 junho de 1991, em Belo Horizonte, com o apoio da Capes e do CNPq. Em 2021, ocorreu a 30ª edição do Encontro Anual da Compós.

Apresento, no próximo item, o mapeamento que envolveu o levantamento dos dados nos dois eventos.

MAPEAMENTO

Foram consideradas duas palavras-chave para a busca de artigos: “cultura pop” e “pop”. O levantamento realizado com elas foi feito a partir dos títulos do artigo, isso porque se entende que um trabalho que enfatiza algumas das expressões no seu título, dá mais destaque a ela no corpo do trabalho, e também pelas palavras-chave. Ao mesmo tempo, as plataformas dos eventos apresentaram alguns problemas em relação aos sistemas de pesquisa. O Portcom⁵, por exemplo, portal que reúne os trabalhos da Intercom apresentava falhas, não trazendo resultados após o ano 2014. Realizei, então, a busca através do Google Acadêmico, plataforma de indexação de trabalhos acadêmicos do Google, utilizando a palavra “intercom” junto com “pop”, no título. No entanto, observei que os resultados não correspondiam ao que eu localizava nos anais do evento. A solução foi, conseqüentemente, encontrada através da navegação nas edições do evento, buscando pelas palavras através da funcionalidade “Ctrl + F⁶” no navegador na lista de trabalhos de cada um dos GPs (Grupos de Pesquisa). Na Compós, a busca foi facilitada através do site de evento⁷, no qual foi possível realizar a busca em cada um dos anos. A planilha final com os resultados pode ser acessada através do endereço disponibilizado aqui⁸. Não foi possível inseri-la no texto dada a sua extensão, mas irei desdobrar os seus principais aspectos.

Importante destacar que há probabilidade de outros textos que não foram mapeados nos eventos e que também podem lidar com objetos e teorias da cultura pop – não utilizando a expressão como palavra-chave ou no título. Ao priorizar os trabalhos cujo os títulos que trazem as expressões “cultura pop” ou “pop”, entendo que estou dando

⁵ Fonte: <http://www.portcom.intercom.org.br/index.php>. Acesso em: 23 jul. 2021.

⁶ “Ctrl + F” é um atalho presente em todos os navegadores de internet e também em editores de texto que possibilita que você procure uma palavra ou frase no documento ou página em questão.

⁷ Fonte: https://www.compos.org.br/busca_anais.php?idEncontro=MzA=&termoBusca=pop. Acesso em: 30 jul. 2021.

⁸ Na pasta estão disponibilizados três arquivos para leitura. Duas versões em PDF e uma versão em planilhas do Google. Todos contém as mesmas informações: o mapeamento realizado nos sites da Intercom e da Compós.

maior centralidade aos textos que focalizam nessas discussões. As palavras-chave também aparecendo como um critério de foco nesse sentido – em segundo plano em relação ao título.

PRODUÇÕES POP

Foram publicados 97 trabalhos entre os anos de 2002 e 2020 nos anais dos eventos que atendem ao recorte estabelecido. Nos anais da Compós, o primeiro ano com artigos disponíveis é o ano 2000. Assim, a primeira publicação que utiliza o termo “pop” é “O Rock e as bases de uma cultura musical pop”, de Renato Costa Villaça (2002)⁹, publicado no GT (Grupo de Trabalhos, nomenclatura adotada pela Compós) “Comunicação e Cultura”. Nos anais da Intercom, o primeiro trabalho localizado dentro dos critérios estabelecidos aqui pelo sistema de buscas Portcom pertence, igualmente, ao ano de 2002. É o artigo “A sensualidade cotidiana dos Parangolés”, de Denise Trindade (2002), publicado no GP (Grupo de Pesquisa, nomenclatura adotada pela Intercom) de “Semiótica da Comunicação”. O quadro abaixo apresenta a distribuição de artigos ao longo dos anos em cada um dos eventos.

Quadro 1 – Artigos publicados por ano

Evento	Ano	Artigos
Compós	2020	2
	2019	2
	2017	4
	2015	2
	2004	1
	2003	1
	2002	1
Intercom	2020	5
	2019	8
	2018	13
	2017	12
	2016	11
	2015	11
	2014	3
	2013	2
	2012	2
2011	3	

⁹ No Google Acadêmico, o texto está referenciado como sendo do ano 2009. No entanto, segundo o site da Compós, ele pertence ao evento realizado no Rio de Janeiro, em 2002.

	2010	2
	2009	3
	2008	2
	2007	1
	2006	2
	2005	1
	2004	1
	2003	1
	2002	1

Fonte: elaborado pelo autor.

Através do Quadro 1, pode-se estabelecer o ano de 2015 como um marco quantitativo no que se referem aos estudos sobre cultura pop nos eventos. Na Compós, após desde 2004 o termo não ter aparecido em títulos de trabalhos, ele reaparece em dois artigos: “‘*What's Going On*' é o '*Sgt. Pepper's*' da soul music: Autonomia, Cânone e Valor numa Lista de Melhores Álbuns da Música Pop”, de Adriana Amaral, Camila Monteiro e Thiago Soares (2015), no GT de “Estudos de Som e Música”, e “Os beats dos bits: games, ficção científica e música pop nos anos 1970/1980”, Letícia Perani e Fátima Regis (2015), no mesmo GT. A centralidade da música pop estabelecida na Compós também é reiterada na Intercom. Dos 11 artigos submetidos em 2015, 7 estavam alocados no GP “Comunicação, Música e Entretenimento” e 8 estabelecem a música pop ou celebridades da música pop como objeto de reflexão. Um texto importante nesse recorte cronológico para estabelecer o pensamento teórico-comunicacional sobre cultura pop é do ano de 2013: “Cultura pop: interfaces teóricas, abordagens possíveis”, de Thiago Soares (2013), publicado também no GP de “Comunicação, Música e Entretenimento”. Segundo o Google Acadêmico, ele foi citado em outros 30 artigos. O artigo também possui uma versão diferente que foi publicada na revista *Logos* em 2014 (SOARES, 2014). Esse citado em outros 61 artigos. A noção de performance, principalmente centrada na música pop, é uma das marcas presentes nesse estudo que alicerçou os desdobramentos e a constituição dos estudos sobre cultura pop na comunicação. O quadro abaixo aponta para a já mencionada centralidade da música pop, que também está presente nos artigos de Soares (2013, 2014).

Quadro 2 – Artigos publicados por GTs/GPs

Evento	GTs/GPs	Artigos
Compós	Comunicação e Cultura	1
	Cultura das Mídias	3
	Estudos de Som e Música	5
	Estudos de Cinema, Fotografia e Audiovisual	1
	Comunicação e Sociabilidade	1
	Comunicação, Gêneros e Sexualidades	1
	Consumo e Processos de Comunicação	1
Intercom	Semiótica da Comunicação	1
	Produção Editorial	1
	Histórias em Quadrinhos	1
	Comunicação e Culturas Urbanas	23
	Publicidade e Propaganda	4
	Comunicação e Esporte	2
	Comunicação, Ciência, Meio Ambiente e Sociedade	2
	Comunicação, Música e Entretenimento	37
	Televisão e Vídeo	1
	Cibercultura	2
	Cinema	1
	Comunicação e Cultura Digital	4
	Ficção Seriada	1
	Folkcomunicação, Mídia e Interculturalidade	1
	Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros	2
	Comunicação, Divulgação Científica, Saúde e Meio Ambiente	1

Fonte: elaborado pelo autor.

Os GPs e GTs estão na ordem em que eles foram aparecendo ao longo dos anos. Portanto, alguns podem ter deixados de existir – como o de “Histórias em Quadrinhos”-, enquanto outros mudaram de nome – como o de “Cibercultura”, que passou a ser chamado de “Comunicação e Cultura Digital”. É perceptível, assim, como o GT de “Estudos de Som e Música” na Compós e o de “Comunicação Música e Entretenimento” concentram a maior parte dos trabalhos sobre cultura pop – correspondendo a 42 textos de 97 publicados (43,3% dos artigos publicados nos anais entre 2000 e 2020). Os outros textos estão espalhados entre 21 GTs/GPs (20 se considerarmos a alteração de nome do GP de “Cibercultura”). Outro GP que aparece como destaque é o de “Comunicação e Culturas Urbanas”, com 23 publicações (23,7%). Embora nele também exista uma presença notável de trabalhos sobre música pop (8 artigos de 23, o que equivale a 34,7% da produção do GP), ele também dá espaço para outras perspectivas sobre a cultura pop. Ganha destaque, nele, a presença de textos sobre a cultura pop asiática (coreana e

japonesa) (9 artigos de 23, o que equivale a 39% da produção do GP). Sendo o primeiro deles de 2009, com o título “Animencontros: o hibridismo cultural midiático como consequência do relacionamento na formação de novos costumes juvenis”, de Carlos Alberto Machado (2009). Os estudos sobre a cultura *Otaku*, voltada especificamente a fãs de animes, mangás, *games* e cosplay da cultura japonesa (8 de 9 artigos, o equivalente a 88% dos textos sobre cultura pop asiática do GP), são protagonistas nesse recorte. Essas perspectivas também são estabelecidas através de determinadas autorias que se desdobram sobre temas específicos da cultura pop. O quadro abaixo apresenta as referências mais presentes no *corpus*.

Quadro 3 – Autorias mais presentes

Autoria	Artigos	Compós	Intercom
Thiago Soares	11	1	10
Alan M. Mascarenhas	5	0	5
Paula R. Travancas	4	1	3
Adriana Amaral	4	2	2
Christian Gonzatti	4	1	3

Fonte: elaborado pelo autor.

No que se refere ao pesquisador Thiago Soares, 10 dos 11 textos presentes no mapeamento possuem maior centralidade na música pop. O artigo que não está em maior evidência nessa zona é o “Coreografias de gênero em covers de K-pop”, desenvolvido com Lúcio Silva (2020), no GP “Estéticas, Políticas do Corpo e Gênero” (embora ele seja sobre música pop, mas música pop coreana). A música pop aparece através do K-Pop, estabelecendo interface com temas envolvendo as corporalidades, o gênero e a sexualidade. Alan M. Mascarenhas aparece com 5 artigos focados, também, na música pop em diálogo com os estudos de fãs e de celebridades, mais especificamente das divas pop – como é o caso do texto “Fãs e a Máquina de Guerra: experiências nômades na música pop” (MASCARENHAS, 2017), publicado no GP de “Comunicação, Música e Entretenimento”.

Paula R. Travancas direciona o seu estudo para duas perspectivas: no entendimento da cultura japonesa e da cultura nerd. Reaparece, nela, uma relação entre cultura pop e estudos de gênero e sexualidade, dessa vez focando em blogs feministas nerds com a produção “Nem toda Mulher-Maravilha usa bracelete de ouro: um

mapeamento dos blogs nerds feministas brasileiros” (TRAVANCAS, 2018), do GP “Estéticas, Políticas do Corpo e Gêneros”.

No caso de Adriana Amaral, a música pop também aparece em dois artigos, mas há, em outros, o foco em olhar para a cultura pop na perspectiva do ativismo de fãs e da cultura digital no texto com notável circulação “‘De Westeros no #vemprarua à *shippagem* do beijo gay na TV brasileira’. Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital brasileira”, desenvolvido com Rosana Vieira de Souza e Camila Monteiro (2014) e publicado no GP de “Cibercultura”. Há uma versão do artigo publicada em 2015 na Revista *Galáxia* e que, como consta no Google Acadêmico, foi citada em 58 outros artigos. O outro artigo de Adriana Amaral que figura fora do eixo mais focado na música pop é o desenvolvido com Larissa Becko, “‘IT’S A TRAP!’: reflexões acerca da cultura pop como fenômeno midiático” (BECKO, AMARAL, 2020), publicado no GT “Consumo e Processos de Comunicação”. O trabalho das autoras guarda importantes aproximações com o movimento que eu faço aqui e também apresenta como foco entender como vem sendo estabelecido o pensamento comunicacional sobre cultura pop. Foca para isso em três espaços: como a mídia, fãs e a área acadêmica vem entendendo o pop. No que se refere ao campo acadêmico, no entanto, não se desdobram sobre os eventos aqui sinalizados, mas no dossiê temático publicado pela *Revista E-Compós* (2016) e no livro *Cultura Pop*, organizado por Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro e Rogerio Ferraz (2015). Elas concluem que há um maior foco na música pop nos estudos sobre cultura pop na comunicação e que, conceitualmente, há uma carência de melhor definição do que é pop, tendo em vista que não há um consenso sobre esse aspecto.

Por fim, nos textos de Christian Gonzatti, questões relacionadas ao jornalismo de cultura pop, a cultura digital e ao gênero e sexualidade aparecem, interpelando o pop também em suas relações com super-heróis e super-heroínas, como no artigo “Quando o Feminismo Não Causou o Fracasso de Capitã Marvel nos Cinemas: ativismo digital de antifãs, performances e ciberacontecimentos pop na cultura geek/nerd”, produzido junto Guilherme Sfredo Miorando e Larissa Tamborindenguy Becko (GONZATTI, MIORANDO, BECKO, 2019) e publicado no GP de “Comunicação e Cultura Digital”. ou ainda na articulação com séries nessas interfaces, como em “Daenerys Targaryen e a Mulher Louca em Game of Thrones: Gênero e a crítica do pop no jornalismo”, escrito com Felipe Viero K. Machado Mendonça (MENDONÇA, GONZATTI, 2020), publicado no GT de “Comunicação, Gêneros e Sexualidades”.

Há, obviamente, outras referências que também possuem produções que ajudam a constituir o que seriam os estudos sobre cultura pop nas Ciências da Comunicação no Brasil. O esforço, até aqui, foi de tentar entender o que é operacionalizado como pop nos dois eventos citados. No próximo item, aprofundo algumas considerações sobre os trabalhos mapeados.

CATEGORIAS DE ESTUDOS E CONCEITOS

Visando estabelecer categorias que ajudem a entender como a cultura pop vem sendo pensada na área das Ciências da Comunicação nos eventos, desenvolvi categorias de estudos que buscam dar conta das singularidades de determinadas perspectivas. O quadro abaixo as apresenta, assim como sinaliza a quantidade de artigos que as sustenta.

Quadro 4 – Categorias dos artigos

Categoria	Artigos
Música pop	24
Cultura Pop Asiática	16
Celebridades e Música Pop	16
Cultura Pop	8
Fãs e Música Pop	7
Jornalismo e Cultura Pop	3
Séries	3
Cultura nerd	3
Política	2
Religião	2
Literatura	1
Publicidade	1
Jornalismo e Música pop	1
Identidade	1
Celebridades e Cinema	1
Cinema	1
Esporte	1
Reality Show e Música pop	1
Fãs	1
Esportes e Games	1
Moda	1
Cinema e Música Pop	1
Quadrinhos	1

Fonte: elaborado pelo autor.

O quadro ajuda a refletir sobre os objetos e temas que podem ser lidos na perspectiva da cultura pop e aponta as categorias que apresentam menor quantidade de estudos no contexto brasileiro. Importante sinalizar que essas categorias não são estanques e que um trabalho que está enquadrado em alguma delas não se distancia, necessariamente, da reflexão sobre outros elementos que configuram a cultura pop. Por isso, alguns artigos deram origem a categorias como “Fãs e Música Pop”. Há, também, outras interfaces que poderiam ter sido estabelecidas nessa categorização, como o diálogo entre cultura digital e cultura pop, presente em textos como “Cultura Digital, Videoclipes e a Consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica”, de Simone Pereira de Sá (2017), publicado no GT de “Estudos de Som e Música”, “GIFs meméticos, cultura pop e reapropriação da imagem: uma análise dos memes no Tumblr ‘Como Eu Me Sinto Quando’”, de Luana Inocencio (2015), publicado no GP de “Cibercultura” e outros textos já citados (AMARAL, SOUZA, MONTEIRO, 2014; GONZATTI, MIORANDO, BECKO, 2019). No entanto, ao entender que as práticas digitais estão diluídas e presentes em diversos textos contemporâneos, não considere necessário, para além desse apontamento, elaborar uma categoria para ela.

Tendo em vista o percurso que venho estabelecendo no estudo sobre cultura pop e o movimento que apresento aqui, cabe inferir que ela envolve a reflexão sobre práticas, fenômenos e objetos que vão além da música pop. A cultura pop envolve música, filmes, séries, celebridades, games, histórias em quadrinhos (HQs), gêneros midiáticos específicos que configuram determinadas práticas culturais, como as da cultura nerd e as cultura *otaku*, esportes, moda, jornalismo, publicidade, literatura e toda a cultura de fãs que atravessa esses processos. Podemos estabelecer, no entanto, que existem determinados recortes que podem ajudar a definir as matrizes daquilo que poderia ser estudado na perspectiva da cultura pop. Isso para não cairmos em uma banalização de que “tudo é pop”. Tomando como partida o percurso metodológico desse texto, o que inclui o estudo das referências aqui citadas, e a leitura de outros estudos sobre cultura pop (PEREIRA DE SÁ, 2016; DANESI, 2015; KELLNER, 2001; STRINATI, 1999), tenho entendido que ao evocar o pop nos referimos a produções (e práticas de sentidos que envolvem essas produções) circunscritas a espaços de notável visibilidade midiática e circulação, atravessadas pelas lógicas de grandes indústrias culturais – ou seja, voltadas, na maior partes das vezes ao consumo massivo ou mirando esse aspecto – e com uma matriz estética que remete aos territórios imaginários e culturais anglófilos-

estadunidenses. Há, evidentemente, mutações nessa leitura. Ao olharmos para a cultura pop japonesa, a matriz anglófila-estadunidense pode ser diluída, mas o pressuposto de produções desenvolvidas por indústrias culturais com potência mercadológica e de consumo se mantém. O mesmo vale para o contexto brasileiro.

Cabe também tentar entender os conceitos que são operacionalizados para o estudo da cultura pop nos artigos mapeados. Para dar conta de ter uma dimensão das características conceituais dos estudos, utilizei o programa *Python* e os *notebooks* de análise do Labcom (CARNEIRO DOS SANTOS, 2017) para ter acesso às palavras-chave mais utilizadas no *corpus*. Reunindo todas as palavras-chave em um único arquivo de texto (extensão *txt*), foi possível chegar nos seguintes resultados.

As palavras-chave mais comuns na Compós (com mais de 1 citação): ('performance', 3), ('pop', 2), ('cultural', 2), ('imagem', 2), ('música', 2) (o número ao lado da palavra representa a quantidade de vezes em que ela apareceu).

As palavras-chave mais comuns na Intercom (com mais de 2 citações): ('pop', 65), ('cultura', 51), ('música', 26), ('performance', 16), ('cultural', 9), ('mídia', 8), ('comunicação', 7), ('consumo', 6), ('madonna', 6), ('japonesa', 6), ('fãs', 5), ('indústria', 5), ('entretenimento', 5), ('identidade', 4), ('gêneros', 4), ('gênero', 4), ('k-pop', 4), ('fandom', 4), ('fã', 3), ('urbano', 3).

Para facilitar a visualização do que predomina nos eventos, elaborei, através do mesmo programa, uma imagem com uma nuvem das palavras-chave mais utilizadas. Quanto maior a palavra, maior a sua presença.

Figura 1 – Nuvem de palavras-chave da Compós e Intercom



Fonte: elaborado pelo autor através das ferramentas do Labcom.

Assim, a maior parte dos estudos sobre cultura pop no recorte estabelecido nesse estudo trabalham com discussões teórico-conceituais e empíricas em torno da noção de performance, música, consumo, entretenimento, mídia, gêneros, gênero (em sua relação com os estudos de gênero e na noção de gêneros midiáticos), Madonna (que ganhou destaque em decorrência do Simpósio "Madonna 60: Um Legado Crítico", evento realizado dentro da programação do GP Música e Entretenimento do Intercom 2018), cultura pop japonesa, identidade, k-pop, fandom e fãs, além de outras expressões que estão presentes na imagem e que podem apontar outras perspectivas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os estudos sobre cultura pop nas Ciências da Comunicação, a partir das publicações nos anais da Compós e da Intercom entre os anos de 2000 2020, estão centralizados na música pop e na noção de performance. O que ocorre em decorrência de determinadas perspectivas teóricas adotadas por pesquisadores e pesquisadoras responsáveis pela consolidação do que pode ser lido, coloca-se em possibilidade, como

um campo de estudos transdisciplinar. Há, em consequência, um multiverso de possibilidades a ser explorado no que se refere ao estudo da cultura pop.

Cabe questionar o porquê determinadas indústrias, como a de *games*, não parece estar associada conceitualmente a cultura pop no contexto analisado? O que é apenas um exemplo, pois o mesmo questionamento atravessa as séries de televisão de plataformas de *streaming*, a cultura nerd, os filmes de super-heroínas e super-heróis, as polêmicas envolvendo celebridades e uma infinidade recorrentemente atualizada de produções e práticas. É verdade que muitos desses temas citados possuem as suas áreas de estudo – no caso dos games, os popularmente conhecidos como *game studies* –, mas haveriam contribuições caso esses temas e objetos fossem abordados na perspectiva da cultura pop? Ou perdas de potência reflexiva? No que a noção de cultura pop, conceitualmente, pode contribuir para determinados temas, objetos, métodos e epistemologias? São questionamentos que, espero, possam nos acompanhar nos universos de “bate cabelo” das divas pop e nas batalhas de sabres de luz em uma galáxia muito, muito distante.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Adriana da Rosa; SOARES, Thiago; MONTEIRO, Camila Franco. "What's Going On é o Sgt. Pepper's da soul music": autonomia, cânone e valor numa lista de maiores álbuns da música. **Compós**, 2015.

AMARAL, Adriana; SOUZA, Rosana Vieira; MONTEIRO, Camila. “De westeros no# vempraru a shippagemdo beijo gay na TV brasileira”. *Ativismo de fãs: conceitos, resistências e práticas na cultura digital*. **Galáxia** (São Paulo), p. 141-154, 2015.

BECKO, Larissa Tamborindenguy; AMARAL, Adriana. “IT’S A TRAP!”: reflexões acerca da cultura pop como fenômeno midiático. **XIX Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, 2020.

BONIN, Jiani. A. Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação. In: MALDONADO, E. et al. **Metodologias da pesquisa em comunicação: olhares, trilhas e processos**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

CARNEIRO DOS SANTOS, Márcio. Big Data - o que os métodos tradicionais não conseguem ver. O conceito de distant reader aplicado à pesquisa na Comunicação. **SBPJor** – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo, 2017.

CAUSO, Roberto Francisco Fideli; COLICIGNO, Gabriela Bariani. Identidade Nerd e Consumo em The Big Bang Theory. Intercom, Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017.

-
- DANESI, Marcel. **Popular culture**. Introductory Perspectives. Rowman & Littlefield: Lanham, 2015.
- GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. Editora Atlas AS: São Paulo, 2008.
- GONZATTI, Christian. Bicha, a senhora é performática mesmo: sentidos queer nas redes digitais do jornalismo pop. **Dissertação de mestrado**. PPGCCOM, Unisinos, 2017.
- GONZATTI, Christian. Ciberacontecimento feat. Publicidade e Propaganda: but first, let me take a selfie. **Trabalho de Conclusão de Curso**, Publicidade e Propaganda, Unisinos, 2015.
- GONZATTI, Christian; MIORANDO, Guilherme Sfredo; BECKO, Larissa. Quando o Feminismo Não Causou o Fracasso de Capitã Marvel nos Cinemas:ativismo digital de antifãs, performances e ciberacontecimentos pop na culturageek/nerd. **42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**. Universidade Federal do Pará, em Belém-PA, de 2 a 7 de setembro de 2019.
- INOCENCIO, Luana. GIFs meméticos, cultura pop e reapropriação da imagem: uma análise dos memes no Tumblr “Como Eu Me Sinto Quando. **XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Rio de Janeiro, RJ – 4 a 7/9/2015.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia-** estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP: EDUSC, 2001.
- MACHADO, Carlos Alberto. Animencontros: o hibridismo cultural midiático como consequência do relacionamento na formação de novos costumes juvenis. **Intercom**, 2009.
- MASCARENHAS, Alan Mangabeira. Fãs e a Máquina de Guerra: experiências nômade na música pop. **40º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação** – Curitiba, 2017.
- MENDONÇA, Felipe Viero Kolinski Machado; GONZATTI, Christian. Daenerys Targaryen e a Mulher Louca em Game of Thrones: Gênero e a crítica do pop no jornalismo. **XXIX Encontro Anual da Compós**, Universidade Federal de Mato Grosso do Sul, Campo Grande, MS, 23 a 25 de junho de 2020.
- PERANI, Letícia; REGIS, Fátima. Os beats dos bits: games, Ficção Científica e música eletrônica nos anos de 1970 e 1980. **Compós**, 2015.
- PEREIRA DE SÁ, Simone. Somos Todos Fãs e Haters? Cultura Pop, Afetos e Performance de Gosto nos Sites de Redes Sociais. **Revista Eco Pós**, v 19, n.3, 2016.
- Revista ECO-Pós**, V. 19.3 - Dossiê Cultura Pop. 2016.
- SÁ, Simone Pereira de. Cultura Digital, Videoclipes e a Consolidação da Rede de Música Brasileira Pop Periférica. **XXVI Encontro Anual da Compós**, São Paulo, 2017.

SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRAZ, Rogerio (orgs.). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015.

SOARES, Thiago. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos**, v. 2, n. 24, 2014.

SOARES, Thiago. Cultura pop: interfaces teóricas, abordagens possíveis. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Intercom, 2013.

SOARES, Thiago. Quero ficar no teu corpo feito tatuagem. In: **Intercom**, Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017.

SOARES, Thiago; SILVA, Lúcio. Coreografias de gênero em covers de K-pop. **43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – VIRTUAL – 1º a 10/12/2020**.

STRINATI, Dominic. **Cultura Popular: uma introdução**. São Paulo: Hedra, 1999.

TRAVANCAS, Paula Rozenberg. Nem toda Mulher-Maravilha usa bracelete de ouro: um mapeamento dos blogs nerds feministas brasileiros. In: **41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Joinville, SC. 2018.

TRINDADE, Denise. A sensualidade cotidiana dos Parangolés. In: **XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, Salvador, BA – 2002.

VILLAÇA, Renato Costa. O rock e as bases de uma cultura musical pop. Trabalho apresentando no **XI Encontro Anual da Compós**, UFRJ, Rio de Janeiro–RJ, 2002.