

- Nome completo:

Fabício Lopes da Silveira

- Situação Acadêmica (graduando, mestrando, mestre, doutorando, doutor):

Doutor em Ciências da Comunicação (Unisinos). Mestre em Comunicação e Informação (UFRGS). Jornalista (UFSM).

- Instituição a que pertence:

Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação.

- Título da apresentação:

Afterpop. Um conceito operacional e novas abordagens teórico-metodológicas para o estudo da cultura pop

- Resumo do trabalho a ser apresentado (até 3000 caracteres com espaços, em fonte times, tamanho 12, espaçamento simples):

Em março de 2012, a revista *Serrote*, que é uma revista de crítica cultural sediada em São Paulo, publicou um artigo de autoria de um jovem autor espanhol chamado Eloy Fernández Porta. O artigo intitulava-se “*Afterpop*: dez não-logos sobre literatura e pop”.

Inicialmente, o texto chama a atenção já pelo título, por fazer constar, já no título, esta curiosa expressão – “*afterpop*”. A expressão, de fato, é bastante sonora, parece um bom rótulo, parece possuir uma boa força comunicativa e, principalmente, é inquietante porque indica a formulação de um pensamento de caráter histórico (ou historicista) sobre a cultura pop. O prefixo “*after*” está a indicar uma forte dimensão de temporalidade, definindo mesmo um certo contexto de problematização – supostamente, o pop precisaria ser pensado aí, em sua progressão histórica, no ritmo de seus avanços e desdobramentos, em seus movimentos diacrônicos.

Além disso, o texto também chama a atenção pela indicação, dada também já em seu título, de que estaria propondo algum tipo de exame de relações possíveis entre literatura e pop. Sendo que a literatura, por convenção, hábito ou preconceito cultural, se apresenta, quase sempre, ou é tomada, quase sempre, como um terreno um pouco alheio, distanciado, pouco permeável por aquilo que entendemos costumeiramente como sendo o âmbito genuíno do objeto pop – a expressão “pop”, agora, fazendo menção, claro, a um tipo de produto cultural de caráter aparentemente mais frívolo, descomprometido, vocacionado ao divertimento e/ou ao consumo fácil, etc, etc.

Ou seja: o texto é interessante por tocar numa discussão muito clássica no campo das Teorias da Comunicação, que diz respeito ao escalonamento dos níveis da cultura. Uma discussão que é bem representada (e bem apresentada) por Umberto Eco, na década de 1960, quando falava sobre os níveis da cultura (dividindo-os em alta, média e baixa cultura), no livro *Apocalípticos e Integrados*. De algum modo, trata-se de uma discussão constituinte de nosso campo de estudos. No mínimo, é uma discussão histórica, colocada desde sempre, desde a fundação da área, desde o surgimento das primeiras teorias sociológicas mais voltadas à compreensão das mídias, à repercussão das mídias na sociedade ou sobre a emergência de uma sociedade de massas.

Mas há ainda outro ponto curioso e atraente naquele escrito: a idéia dos “dez não-logos”. O que seriam “não-logos”? Quais seriam os “dez não-logos”? Por que justamente “dez” – e não oito ou onze “não-logos”?

A partir destas percepções e suspeitas iniciais, pretendemos fazer uma leitura muito pontuada do referido escrito, bem como de outros textos do mesmo autor, destacando, sobretudo, os novos enquadramentos teórico-metodológicos, os novos conceitos e os novos procedimentos narrativos que formula para o entendimento da cultura pop contemporânea.

Referências

- ECO, Umberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Ed. Perspectiva, 5ª ed, 1993.
- FERNÁNDEZ PORTA, Eloy. *Afterpop*. La literatura de la implosión mediática. Córdoba – ES: Ed. Berenice, 2007.
- _____. *Homo Sampler*. Tiempo y consumo en la Era *Afterpop*. Barcelona – ES: Editorial Anagrama, 2008.
- _____. *Afterpop*: dez não-logos sobre literatura e pop. Revista *Serrote*. São Paulo – SP: Instituto Moreira Salles, n.10, março de 2012, p.119-143.
- _____. **€@0\$**. La superproducción de los afectos. Barcelona: Editorial Anagrama, 2010.