

MÍDIA E LINGUAGEM

» A divulgação científica no telejornalismo brasileiro

Isaltina Maria Azevedo Mello Gomes

Partindo do pressuposto que a divulgação do conhecimento científico é uma das características inerentes às sociedades democráticas, o presente projeto pretende avaliar o papel da divulgação científica no telejornalismo brasileiro, iniciando com o estudo comparativo do jornalismo científico praticado no Jornal Nacional, da TV Globo, e o Jornal da Cultura, da TV Cultura. O trabalho pretende, por um lado, fazer uma análise quantitativa, e, por outro, realizar uma análise das matérias veiculadas, observando o comportamento textual e discursivo das mesmas. Nossa investigação parte da seguinte questão de pesquisa: Quais as principais diferenças e semelhanças entre a divulgação científica praticada em tvs públicas e comerciais?

Objetivo Geral: Avaliar o papel da divulgação do conhecimento científico no telejornalismo brasileiro em Tvs públicas e privadas.

Objetivos Específicos

- Fazer um levantamento da quantidade de matérias sobre a divulgação do conhecimento científico veiculadas nos telejornais Jornal da Cultura e Jornal Nacional.
- Identificar a temática/área do conhecimento das matérias sobre a divulgação do conhecimento científico veiculadas nos telejornais Jornal da Cultura e Jornal Nacional.
- Verificar a regularidade com que são veiculadas matérias sobre divulgação do conhecimento científico nos telejornais Jornal da Cultura e Jornal Nacional.
- Verificar as estratégias discursivas empregadas nas matérias sobre divulgação do conhecimento científico nos telejornais Jornal da Cultura e Jornal Nacional.
- Identificar as regularidades discursivas utilizadas para marcar a infalibilidade da ciência nas matérias sobre divulgação do conhecimento científico nos telejornais Jornal da Cultura e Jornal Nacional.
- Analisar as estratégias discursivas que criam a imagem de informação científica como sinônimo de verdade nas matérias sobre divulgação.

» A viabilidade da publicidade nas novas mídias: implicações no consumo de produtos e serviços

Karla Regina Macena Pereira Patriota

O ciberespaço é uma nova fronteira midiática, surgido a partir da evolução de novas tecnologias de informação capazes de produzir uma comunicação de via dupla, o que já o torna diametralmente diferente do espaço comunicacional produzido pelos mass media. Os novos media (digitais), que aparecem com a revolução da microeletrônica na segunda metade da década de 1970, fruto direto de convergências e fusões, em particular, da informática e das telecomunicações, vão abrir diversas frentes de atuação direta criando um ambiente ideal para o surgimento de novas formas de consumo de mensagens publicitárias. A Internet provê algo que nenhuma das outras mídias convergentes (inclusive aí a ainda neonata TV digital) foi capaz de nos dar a possibilidade de uma personalização praticamente ilimitada, quer pelo rastreamento dos nossos comportamentos, quer pelo próprio cardápio de possibilidades que oferece para o usuário escolher por si. Com isso somos capazes hoje de entregar mensagens com maior relevância, para públicos que realmente se interessam por esses conteúdos. O presente projeto desponta, portanto, como um referencial para as indústrias do entretenimento e da publicidade, já que a investigação a respeito da forma de consumo das novas mídias fornecerá subsídios para o direcionamento eficaz de mensagens publicitárias para infinitos segmentos dentro dos segmentos clássicos do mercado de consumo.

Objetivo Geral: Investigar as novas mídias com base bibliográfica, levantamento, utilização e análise de dados e resultados, de forma que possamos estabelecer um cenário amplo de novos modelos para a comunicação publicitária.

Objetivos Específicos

- Identificar e descrever as principais mídias tecnológicas disponíveis para a estruturação dos conteúdos publicitários;
- Analisar as perspectivas de consumo geradas pelas atividades comunicacionais inseridas nas novas mídias disponíveis;
- Mensurar os efeitos da propagação publicitária nos meios individuais digitais, através da segmentação dos targets e personalização das mensagens;
- Relacionar possíveis novos critérios para a comunicação publicitária que atendam às novas demandas de consumo de produtos e/ou serviços.

Metodologia

Para o desenvolvimento deste projeto realizaremos análise bibliográfica para fundamentação teórica das novas mídias e do estímulo ao consumo através da comunicação publicitária e faremos o levantamento do Estado da Arte desse tipo de trabalho, serão consultados os acervos de diversas instituições que fomentam pesquisas acadêmicas ligadas à comunicação. Investigaremos pesquisas em instituições de fomento, dissertações de mestrado e teses de doutorado com temas relacionados ao presente projeto. Deverão ser incluídos nesta pesquisa também, estudos de outras instituições universitárias e grupos de pesquisa de cibercultura, convergência e consumo midiático.

» Televisão e digitalização: transformações do meio no ambiente de convergência

Yvana Fechine

O desafio de pensar tendências da produção televisiva contemporânea está, hoje, intrinsecamente ligado às discussões sobre a digitalização dos meios. Inserida dentro de uma mesma ecologia mediática, a televisão tem sido afetada, de modo direto, pelos novos modos de produção das tecnologias da convergência, seja pela emergência dos meios interativos, seja pela

circulação de conteúdos por diferentes sistemas de distribuição. No Brasil, a TV digital começou a operar comercialmente em 2 de dezembro de 2007 com a primeira concessão outorgada às emissoras de São Paulo (capital). O Sistema Brasileiro de TV Digital (SBTV) tem como base o padrão japonês, que permite a mobilidade, a portabilidade e a interatividade. Como os novos conteúdos não poderão ser indiferentes a essa realidade tecnológica, a pergunta que desafia produtores, pesquisadores da Comunicação, nesse momento de implantação da TV digital, é como tais propriedades influenciarão os programas e a programação das emissoras nacionais. Assumindo a necessidade de pensar o que pode vir a acontecer com a TV a partir do que já está acontecendo com ela, o presente projeto propõe estudar as transformações da linguagem televisual, com particular atenção aos processos/procedimentos de transmediação e roteirização. Para isso, propõe, de um lado, a análise de experiências sinalizadoras em curso nas emissoras de TV nacionais (Globo, sobretudo) e internacionais (BBC, em particular) e, de outro, a formulação de princípios norteadores da produção de conteúdo para a TV digital, articulando as características históricas do dispositivo com as novas possibilidades expressivas abertas pelas novas tecnologias. A reflexão será fundamentada nos estudos do audiovisual e das novas mídias (J. Murray, H. Jenkins, L. Manovich, M. Gawlinski entre outros), bem e nas teorias da linguagem (a semiótica discursiva, em particular), mas contará também com aporte de referenciais interdisciplinares (design, informática).

» **Mapas narrativos: construindo um modelo teórico para conteúdos de web**
Carolina Dantas Figueiredo

O projeto visa desenvolver através de pesquisa bibliográfica e análise de produtos elaborados para a web um conceito de mapas narrativos que se aplique aos processos de navegação em rede.

» **O telejornalismo e a construção social da realidade: a função pedagógica**
Alfredo Eurico Vizeu Pereira Junior

Este trabalho tem como objetivo entender como o jornalismo desempenha a função que denominamos de “pedagógica”. Ou seja, como cotidianamente os telejornais têm como preocupação tornar o mundo a complexidade do mundo que vivemos mais acessível às pessoas procurando informar, esclarecer e contribuir para que elas se situem no que acontece no mundo que a cerca.

Consideramos que esse tipo de pesquisa pode fornecer dados importantes para tentarmos entender como as pessoas se informam, percebem e conhecem o mundo que as cerca. A mídia, pela disposição e incidência de suas notícias, vem determinar os temas sobre os quais o público falará e discutirá. A hipótese do “agendamento” sustenta que as pessoas agendam seus assuntos e suas conversas em função do que a mídia veicula.

Consideramos que buscar entender o modo como as notícias são produzidas é a chave para compreender como produzem sentidos, como agendam os acontecimentos, como definem os fatos, oferecendo interpretações de como compreendê-los contribuindo para a orientação das pessoas em sociedades cada vez mais complexas.

Objetivo Geral: Identificar como as rotinas de trabalho, os constrangimentos organizacionais, a cultura profissional e operações/construções jornalísticas acionadas pelos jornalistas contribuem para que um telejornal regional oriente, construindo representações sociais, as pessoas no mundo, contribuindo assim para a redução da sua complexidade, exercendo dessa forma uma “função pedagógica”.

Objetivos Específicos:

- investigar as estratégias mobilizadas pelos jornalistas no processo de produção das notícias, procurando identificar pistas de como eles mobilizam a função pedagógica na elaboração das informações;
- tentar mostrar como os constrangimentos organizacionais, a cultura profissional, as rotinas de trabalho e as operações/construções jornalísticas mobilizadas pelos jornalistas, nas quais eles criam representações sociais do mundo, influenciam e contribuem a função pedagógica;
- procurar mostrar como nas operações/construções didáticas os jornalistas produzem representações sociais do mundo buscando torná-lo mais familiar para as pessoas.

Metodologia:

Como objeto de estudo investigaremos o NETV 1ª Edição, jornal que é apresentado de segunda a sábado ao meio-dia, na Rede Globo Nordeste, com sede em Olinda, Pernambuco, empresa jornalística líder de audiência e que atinge com sua programação todo o Estado. Na investigação acompanharemos a atividade dos editores de texto (jornalistas) na edição (decupagem - seleção das imagens e falas -, a edição propriamente dita (montagem e finalização do material decupado) e a elaboração das aberturas das matérias e do script (lauda no telejornalismo).

É importante ressaltar que efetuamos um recorte em um dos momentos do complexo processo de produção da notícia, que consideramos de fundamental importância, já que a edição está ligada e tem conexões com todo o processo: da captação até a recepção (audiência), não podendo ser concebida como um fato isolado nos caminhos da informação num telejornal. O material coletado será transcrito e debatido pelo grupo, em reuniões semanais, para eventuais correções de rota. Além disso, as reuniões também servirão para a troca de informações sobre como está o acompanhamento da atividade dos jornalistas. Todo o material será guardado para posterior análise.

Ao final do trabalho organizaremos e sistematizaremos o material coletado para análise posterior e dentro da metodologia que temos desenvolvido (VIZEU, 2008). Na análise empírica, a partir de uma adaptação do modelo de pacto comunicativo de Casetti, Chio (1999, p.281-292), procuramos identificar como os jornalistas fazem ver, isto é, oferecem percepções, como operam com o texto na edição, que se materializa em discursos. Na investigação etnográfica, procuraremos evidenciar como os elementos extratextuais (constrangimentos organizacionais, rotinas de trabalho, noticiabilidade, valores-notícia e cultura profissional) estão imbricados e contribuem para os jornalistas desempenha uma função de “enunciadores pedagógicos”.

» **Fotojornalismo e convergência digital**
José Afonso Junior

O objetivo primário da pesquisa é verificar as alterações existentes na cadeia produtiva (produção, tratamento/ edição e circulação de imagens) do fotojornalismo em tempos de convergência digital a partir de três níveis interdependentes e complementares de investigação, a saber:

- (a) uma recuperação conceitual e bibliográfica baseada nas histórias e teorias do jornalismo e do fotojornalismo;
- (b) dos conceitos vigentes sobre a questão da convergência digital aplicada ao jornalismo de modo geral;
- (c) da observação e acompanhamento direto da produção fotográfica vinculada ao jornalismo em casos relevantes e significativos que permitam caracterizar o estado da prática do problema proposto.

Para efeito de delimitação do corpus principal da pesquisa - porém não exclusivo - organizaremos a observação em torno de três casos significativos e possuidores de relevância no âmbito desta investigação, sendo neste caso, dois jornais (um de caráter regional/ local, o Jornal do Commercio de Pernambuco, outro de caráter nacional, O Estado de São Paulo) e uma agência de notícias de caráter Internacional (a Reuters).

O caráter de não exclusividade se deve a necessidade de comparações e paralelos com órgãos jornalísticos similares, quando a pesquisa assim exigir.

Outro aspecto que permeia em comum a escolha do corpus é o fato das três organizações terem soluções de agenciamento de imagens, em funcionamento concomitante à organização jornalística. Assim, O Estado de São Paulo possui serviços fotográficos na agência e, no caso do Jornal do Commercio de Recife, se apresenta o JC Imagem, como alternativa de agenciamento de imagens. Este aspecto do estado da prática, pode ser verificado durante o desenvolvimento da tese doutoral do proponente desta pesquisa (SILVA JR, 2006). Este quadro, além de permitir a observação de como ocorre o fenômeno da convergência em diferentes escalas, permite o estabelecimento de paralelos em relação a um fundo comum.

Prosseguindo, os três casos elegidos para a pesquisa apresentam desdobramentos de intensidade diferentes do mesmo fenômeno - a convergência digital - que empurra para a realidade da prática do fotojornalismo contemporâneo um espectro de problemas e condicionamentos, que, por sua vez, desdobra-se em ajustes necessários a manutenção desse conjunto de práticas na realidade do jornalismo atual.

No desenvolvimento do projeto, incidirão algumas questões teóricas importantes:

- (a) verificar o percurso da fotografia em relação a outras bases tecnológicas;
- (b) realizar uma recuperação das características da cadeia produtiva do fotojornalismo;
- (c) delimitar e conceitualizar o problema da convergência na sua intersecção com o estado da prática do fotojornalismo;
- (d) contribuir com a elaboração de modelos de análise que sejam capazes de indicar os usos e características do fotojornalismo digital na contemporaneidade; e os percursos, alterações e condicionamentos do fotojornalismo pelo contexto da convergência digital.

MÍDIA E ESTÉTICA

» Imagens periféricas: redefinições do cinema mundial na contemporaneidade

Ângela Prysthon

Partindo da experiência anterior com o cinema latino-americano, esta pesquisa pretende não apenas continuar explorando, mas ampliar de modo significativo as possibilidades de conexão entre o campo dos Estudos Culturais e o Cinema contemporâneo. A intenção é tanto verificar como a própria configuração do cinema (especialmente aqueles filmes produzidos na periferia mundial ou em termos históricos aquilo que ainda pode ser chamado de Terceiro Cinema) demanda o olhar interdisciplinar que caracteriza a empresa metodológica dos Estudos Culturais, como também encontrar, em alguns traços comuns que definem o cinema periférico, novos desafios e inquietações para a teoria da cultura contemporânea. O cinema periférico contemporâneo (nessa proposta de definição incluímos tanto o cinema produzido na Ásia, África e América Latina, sobretudo, como o cinema dos países desenvolvidos influenciado pelos contextos periféricos migrações, periferias das grandes metrópoles, sujeitos periféricos) parece atualizar o discurso revolucionário do terceiro-mundismo (ou seja, uma maneira pós-moderna de falar da subalternidade, do periférico). Pretendemos compreender de que modo se dá essa atualização, utilizando como corpus fílmico alguns exemplos-chave do cinema mundial contemporâneo.

O objeto central dessa proposta de pesquisa é o cinema mundial contemporâneo - a partir do redimensionamento e redefinição do conceito de Terceiro Cinema. Serão analisados filmes que reelaboram as questões políticas, que tematizam os problemas das megacidades dos países não-centrais, que trazem à tona as ?margens? (nas suas mais diversas naturezas). O corpus será selecionado a partir da catalogação de momentos emblemáticos do cinema periférico ? que inclui filmes produzidos em países periféricos como também a cinematografia de países centrais que foi influenciada pelo conceito e pelos contextos da periferia das décadas de 90 e 2000.

Podemos mencionar algumas cinematografias que farão parte desse corpus no momento inicial, como Fernando Solanas (cuja trajetória cobre desde os primórdios do Terceiro Cinema à sua reconfiguração); Wong Kar-Wai (que estabelece de modo enfático o diálogo entre Oriente e Ocidente); Daniel Burman, Lucrecia Martel e Pablo Trapero (que reconfiguraram o cinema argentino nos últimos anos); Atom Egoyan (que trouxe uma dicção periférica para o cinema mainstream canadense e posteriormente hollywoodiano); Lírio Ferreira, Marcelo Gomes, Paulo Caldas e Sérgio Machado (que marcaram o lugar do Nordeste no cinema brasileiro); Abbas Kiarostami, Mohsen e Samira Makhmalbaf (que projetaram o cinema iraniano no mundo); entre muitos outros.

» Por uma epistemologia da experiência estética

Eduardo Duarte

As ciências contemporâneas fazem surgir uma forma de construção do conhecimento não apenas a partir da análise de estruturas lógicas e racionais, mas também com a presença dos campos sensíveis, vistos anteriormente como desrazões, como a loucura, a poesia e a fé. Nesse sentido, a experiência estética cria mundos de sensibilidade ao artista e ao cientista promovendo a vivência de temporalidades, rupturas vertiginosas de sistemas e emergências não apenas de novos paradigmas de ciências, mas de novos campos de experimentação artística, como as que se pode observar ao longo do século 20.

Objetivo Geral: Investigar a formação dos valores sensíveis de experiência estética na recepção de produtos audiovisuais.

Objetivos Específicos:

- Compreender como a recepção identifica as manifestações estéticas do bom gosto e do mau gosto nos produtos audiovisuais;
- Entender os elementos antropológicos que emergem na construção de valores sensíveis durante as experiências estéticas;
- Conhecer as principais referências teóricas do campo da estética;
- Realizar duas pesquisas de recepção: uma com o público de filmes de grande circuito de comercialização e outra com o público de filmes de baixo circuito de comercialização.

Metodologia:

Este projeto se desenvolverá em quatro etapas:

1 - No primeiro momento se faz necessário o estudo da vasta bibliografia em torno do conceito de estética: um tema amplamente trabalhado dos gregos até os nossos dias e que possui pontos matriciais de reflexão ao longo da história. Nessa fase, tentaremos formar uma compreensão mais ampla do conceito de estética e suas implicações ao campo da comunicação, compreendendo-os em contextos históricos, sociais e filosóficos distintos, observando todas as abrangências possíveis da sua utilização.

2 - No segundo momento pesquisaremos metodologias de formalização de estudos de recepção para o desenvolvimento de um questionário e/ou entrevistas abertas a fim de que possam ser utilizados no campo a ser pesquisado no terceiro momento.

3 - O terceiro momento diz respeito à pesquisa de campo em si com a aplicação de questionários e/ou entrevistas junto aos públicos de duas salas de exibições cinematográficas na cidade do Recife-PE.

Em princípio, nos interessa observar duas categorias de recepção:

a) a recepção de filmes com baixo circuito de comercialização, os considerados filmes alternativos, ou seja, um grupo, em tese, de formação mais crítica dos produtos audiovisuais. Esses filmes chegam, geralmente, no máximo a 100 mil pessoas de público e são considerados mais autorais, logo, sem abrir concessão a uma recepção mais massiva da obra.

b) a recepção de filmes de grande circuito de exibição, formado por um grupo mais variado e diversificado que consome produtos culturais de massa. Esses filmes são realizados com o intuito de atingir milhões de espectadores.

4 - No quarto momento vamos analisar as pesquisas de recepção à luz de nossas referências teóricas, em busca de compreender a formação dos valores sensíveis de experiência estética na recepção de produtos audiovisuais.

» **Fotografia numérica, estética e memória**

Nina Velasco e Cruz

O presente projeto pretende investigar as mudanças ontológicas da fotografia com o advento da tecnologia digital e as conseqüentes modificações do uso social e estético das imagens fotográficas numéricas, mais especificamente, em sua relação com a memória. A partir de uma discussão teórica acerca da natureza deste híbrido entre fotografia e imagem numérica, a chamada fotografia digital, coloca-se em questão a existências de novas funções sociais e estéticas associadas à disseminação desta prática de produção imagética. Se a foto digital não pode ser considerada de modo algum fotografia strictu sensu, como vem defendendo alguns teóricos, como o historiador francês André Rouillé; tampouco o uso social e estético destas imagens e sua relação com a memória se manterão inalterados. Serão analisadas obras de artistas que tematizam a relação entre fotografia, memória e imagem digital, como a artista brasileira Rosângela Rennó e o artista francês Christian Boltanski. O objetivo geral deste projeto é investigar as transformações estéticas e sociais da fotografia em sua modalidade numérica com o advento da tecnologia digital.

» **Estratégias de produção, circulação e consumo do cinema de gênero no Brasil**

Rodrigo Carreiro

Resumo: Este projeto de pesquisa investiga os modos e estratégias de produção, circulação e consumo do cinema de gênero, localizando e atualizando o conceito de gênero fílmico para o século XXI e tendo como eixo principal os filmes ligados a esse termo produzidos, circulados e/ou exibidos dentro do Brasil. Pretendemos examinar de que maneira as demandas culturais, sociais, afetivas e emocionais do espectador por experiências oferecidas pelo cinema de gênero têm sido supridas.

O objeto amplo da pesquisa consiste, pois, de realizações audiovisuais heterogêneas, constituindo tanto a produção internacional e globalizada quanto as realizações nacionais de filmes de gênero, acrescida das obras audiovisuais amadoras ou independentes que são produzidas, circuladas e exibidas em sistemas situados à margem dos dispositivos de exibição institucionalizados. Trata-se de uma produção que carece de mapeamento, catalogação e seleção mais rigorosa, tarefa que esta pesquisa pretende cumprir em sua primeira etapa.

Compreende-se o conceito de gênero fílmico, aqui, como um grupo de obras que compartilham de uma série de códigos e convenções de estilo e narrativa, obedecendo a “um conjunto de processos de orientações, expectativas e convenções que circulam entre a indústria, o texto e o sujeito” (NEALE, 1980, p. 19).

Metodologia: A pesquisa tem a intenção de explorar uma abordagem metodológica ligada ao projeto cognitivista (BORDWELL, 1985), ou à semiótica cognitivista (BUCKLAND, 2000), combinada com o método de estudo dos estilos desenvolvido por Michael Baxandall (2006) e E.H. Gombrich (2007). O recorte cognitivista agrupa conhecimentos multidisciplinares oriundos da psicologia, da filosofia analítica, da antropologia, da linguística, da neurociência e de outras disciplinas, procurado explorar as maneiras como corpo e mente do espectador trabalham juntos para providenciar a compreensão e os afetos que permeiam o consumo dos objetos-filme. Aqui, essa abordagem aparece associada a uma teoria que resgata a importância dos contextos sócio-culturais e históricos no trabalho dos artistas responsáveis pelas elaborações das obras audiovisuais que constituem o objeto amplo da pesquisa.

Acreditamos que a abordagem de cunho cognitivista oferece um instrumental teórico adequado ao objeto de estudo, inclusive porque “o cognitivismo (...) desvaloriza as questões relativas à avaliação e à classificação, em prol da investigação das maneiras como são compreendidos os textos” (STAM, 2003, p. 272).

Objetivo geral:

- Investigar as estratégias de produção, circulação e consumo do cinema de gênero, tendo como eixo filmes produzidos, circulados ou exibidos no Brasil.

Objetivos específicos:

- Reconstituir e examinar os contextos sócio-culturais, tecnológicos e políticos que permeiam a trajetória do cinema de gênero.
- Compreender os contextos sociais e culturais que impulsionaram uma progressiva valoração positiva (inclusive acadêmica) do cinema de gênero a partir dos anos 1970.
- Investigar aproximações e distanciamentos entre o conceito de cinema de gênero, a produção e o consumo de filmes amadores.
- Identificar e examinar as demandas culturais, afetivas, emocionais e psicológicas preenchidas pelo espectador que consome no Brasil realizações audiovisuais ligadas ao conceito de gênero fílmico.
- Verificar quais as ferramentas de narrativa e estética (operadas por realizadores e consumidas por espectadores) que as realizações de gênero mobilizam, relacionando-as aos contextos de produção, circulação e consumo.
- Cotejar as teorias mais recentes relacionadas ao cinema de gênero e verificar como elas podem ser úteis para lançar luz sobre o fenômeno relacionado à produção e consumo de filmes de gênero no Brasil.
- Revisar e atualizar a bibliografia sobre cinema de gênero no Brasil.
- Investigar as relações entre gênero, autoria e cinema de bordas.
- Elaborar produção documental sobre o tema (artigos para periódicos especializados, papers para congressos, apresentações de seminários, etc.).

» **Música Pop: Valores, Performances, Territorialidades** **Thiago Soares**

O projeto investiga um dos epicentros da problemática terminológica da Cultura Pop, a música. Grande parte do que se entende por Cultura Pop advém de relação dos sujeitos com a música pop, suas sonoridades, imagens, corpos e espaços. Por isso, delinea-se como problema de pesquisa a investigação de como se constroem valores (FRITH, 1996; POWERS, 2004; SANJEK, 2005; DOUGHER, 2005) nos sistemas da Música Pop e mais amplamente na Cultura Pop, tendo como epicentros investigativos: 1. as performances de artistas emblemáticos da música pop; de fãs destes artistas articulados em comunidades (fandoms) e destas experiências performáticas enunciadas em espaços codificados (como shows, eventos ou rituais midiáticos), seus sentidos e linguagens gerando experiências. Toma-se aqui a noção de performance na música como a corporificação de sonoridades em espaços pré-definidos, espetáculos musicais mediatizados e em canções ou álbuns fonográficos (FRITH, 1996; AUSLANDER, 2012), reconhecendo que a performance é a disposição material a ser investigadas como princípio orientador das lógicas de gêneros musicais e da indústria da música. O interesse sobre a performance encaminha os estudos deste projeto para o debate em torno da dimensão estética das experiências performáticas, suas formas de produção e reconhecimento a partir de premissas de ordens individuais ou coletivas. 2. as territorialidades sônico-expressivas; os ambientes de circulação, fruição e consumo de artistas da música pop; as cidades que emolduram cenários e cenas musicais (STRAW, 2003; JANOTTI e SÁ, 2013) e as experiências de passagens e espaços que orientam nomadismos na cultura das festas e dos eventos, desenhando-se uma geografia de desejos (PARKER, 2002; THORNTON, 1995) e devires embalados por acordes musicais. Tem-se aqui a territorialidade (DENORA, 2000) como moldura teórica capaz de pensar geopolíticas das sonoridades e das indústrias da música; culturas que se encenam em corpos musicais e ambientes banhados por músicas; sexualidades e performances de gêneros (BUTLER, 1993) em trânsito entre canções, espaços e afetos; estados emocionais que motivam deslocamentos numa cultura musical em contextos culturais. Pensa-se territorialidade numa interface com gêneros musicais (NEGUS, 1992, 1996, 1999), sobretudo reconhecendo endereçamentos genéricos como capazes de gerar estéticas que habitam lugares políticos nas metrópoles. A música pop é uma articuladora de tessituras urbanas reais e ficcionais, a partir de vozes e corpos que se materializam entre redes de sociabilidades.