

## Apresentação

A música popular é uma temática em franca expansão na pesquisa em Comunicação. Sua inegável importância sociocultural tem sido pesquisada há quase três décadas por antropólogos, musicólogos, etnomusicólogos, sociólogos, historiadores, pesquisadores da área de Letras e diversas outras disciplinas, mas seu espaço na Comunicação ainda é pequeno perto de sua projeção midiática. Notadamente interdisciplinar, a pesquisa sobre música popular permite uma grande diversidade de enfoques e abordagens, que tendem a incorporar colaborações de áreas distintas, tensionando as próprias fronteiras disciplinares. Quase sempre, o estudo de seus aspectos formais, sociais, contextuais, históricos e midiáticos fundem-se na análise de diversos pesquisadores que se debruçam sobre o tema.

No campo da Comunicação, alguns trabalhos localizados sob a classificação de Estudos Culturais têm progressivamente chamado a atenção para as práticas musicais de grupamentos urbanos – notadamente os jovens – e pouco a pouco vão abrindo caminho para a temática. No Brasil, apesar da grande relevância de alguns trabalhos publicados e defendidos nos Programas de Pós-Graduação nos últimos 20 anos, o objeto música popular ainda carece de maior difusão, assento em fóruns, espaço em congressos e visibilidade.

Nota-se, contudo, que a partir da virada do século diversas iniciativas de pesquisadores da área espalhados pelo Brasil começam a ganhar projeção, destacando a colaboração que o campo da Comunicação tem para o estudo da música popular a partir de seu enfoque midiático, numa época marcada por agudas indefinições no mercado musical e irremediavelmente entrecortada por todo o debate sobre internet e digitalização, seara consagrada de nossa área.

Esta edição da Ícone reúne alguns trabalhos apresentados na I Mostra de Mídia e Música da UFPE, um encontro nacional promovido pelo PPGCOM-UFPE em 2008, que agregou pesquisadores de várias partes do Brasil. O intercâmbio entre pesquisadores consagrados da área com jovens em formação (tanto da pós-graduação como das várias graduações em Comunicação) se mostrou altamente

produtivo e promissor em virtude do enorme interesse sobre o tema. Como resultado, podemos destacar a grande variedade de objetos abordados em suas configurações mercadológicas e midiáticas, que englobam amplo espectro estilístico e teórico-metodológico, envolvendo análises de cenários musicais locais como o brega paraense, o mangubeat recifense, o samba carioca, o rock gaúcho e o reggae maranhense, perpassando ainda debates sobre o mercado, sobre ferramentas analíticas e sobre as conexões entre música, rádio e literatura.

Acreditamos que esta edição possa ajudar a sedimentar o espaço da pesquisa em música em nossa área, sem esquecer de buscar diálogos com outras disciplinas que tradicionalmente abordam o fenômeno.

Boa leitura!

Os editores