



A BUSCA PELO “NOVO” FRENTE À SEMIÓTICA: signo, subjetividade, projeção e representação

Tiago Signorini – Pós Graduando da UTFPR - Câmpus Medianeira – tiagos@unipar.br
Marlene Magnoni Bortoli (professora orientadora) - UTFPR, Câmpus Medianeira–
mbortoli@utfpr.edu.br

RESUMO

A comunicação é o ato pelo qual, dentre outros, ganhamos conhecimentos e vivências práticas sobre a mesma. O ato de comunicar-se traz consigo uma gama de elementos, os quais quase sempre estão ocultos no processo. A formação de um novo olhar e um direcionamento para o mesmo são uns dos grandes objetivos que a comunicação estabelece entre o comunicador e aquilo que comunica-se à ele. Ao afirmar que tudo é signo, remetemos ao contexto que tudo que possui um elemento visual, gráfico ou sonoro é passível de comunicar-se a um segundo elemento o qual pretende por hora extrair o que o signo representa. Este trabalho procurou mostrar as formas com as quais os signos são elementos de comunicação e os processos que os mesmos realizam no ato da comunicação para com o receptor. Como método para a formação e direcionamento de um novo olhar, em sala de aula ou não, o videoclipe é caracterizado como uma ferramenta de fácil acesso e amplamente compreensível no uso e na formação de uma semiose direcionada a um público e a um assunto abordado.

Palavras chave: comunicação; semiose; método; videoclipe.

1 INTRODUÇÃO

Sobre a caracterização do ser, Santaella (2004), estabelece que o mesmo seja fruto de numerosas linguagens e a elas são atribuídas às tarefas de gerar as projeções do “novo” para com o próprio ser se fazer humano. Também rimos e choramos outras marcas do humano. Além disso, sonhamos, fabricamos e trabalhamos. Mas isso não basta. Precisamos ser humanos porque somos simbólicos. Falamos e gesticulamos. E isso nos brincar jogar, cantar, dançar. Tudo isso junto ainda não nos foi suficiente. A aventura da linguagem parece ser infinita.

Deely (1990) ressalta que o movimento é a ação do agente sobre o paciente: essa é a definição clássica de ação dinâmica ou “força bruta”, aquilo que os escolásticos chamavam “ação transitiva”, isto é, a ação que passa de uma coisa a outra através da produção de mudança. Nas categorias aristotélicas do ser físico, o ativo e o passivo (esmurrar e ser esmurrado, digamos) são diádicos,

estritamente correlativos, um como iniciador e outro como finalizador. A mudança resultante é a ação do agente transparecendo no paciente, quer dizer, no que sofre a ação, e seus traços permanecem como parte da própria ordem física (principalmente no paciente como resultado, mas também no agente em forma de vestígios e pistas). A ação dos signos é inteiramente diferente. Não é diretamente produtora de mudança. É sempre mediada. Não é tão direta quanto esmurrar ou ser esmurrado. Mesmo quando a semiose se envolve como uma dinamicidade diádica, como ela sempre faz (embora em graus variáveis), o que empresta a ação dos signos sua qualidade etérea e distante é precisamente a sua indireção, que Peirce corretamente caracterizou como uma irreduzível triacidade. O signo não apenas representa algo que não ele mesmo, ele faz isso para um terceiro. Embora essas duas relações, signo com significado e signo com interpretante, possam ser consideradas separadamente, quando elas o são deixa de existir a questão do signo, que cede lugar a uma relação de causa e efeito, num caso, e de objeto/sujeito conhecedor, no outro.

Ainda sobre o contexto fundamental do signo e suas vertentes, Deely (1990), em resumo aponta que, para a relação de signo com significado existir enquanto relação semiótica (por exemplo, fumaça como signo de fogo), independentemente de essa relação existir também diadicamente (digamos, como uma relação de efeito e causa entre a fumaça e algo que queima), a referência ao futuro num terceiro elemento, o interpretante, é essencial. Sendo assim, toda ligação se faz necessária para um próprio entendimento da razão do signo em si. Não importa se essa terceiridade é real aqui e agora ou se ela é apenas virtual e “à espera de se realizar” (como o caso de um osso que, no próximo ano, será descoberto e relatado como pertencente a uma espécie extinta de dinossauro que nunca se pensou pudesse ter vivido na região de Montana). É como resultado dessa indireção, dessa triacidade, como aponta Peirce, que não há nada automático na ação dos signos. Em outras palavras, ela depende daquela característica mesma pela qual ser um signo é uma condição singularmente instável, e é dar conta da especificidade dessa singularidade que constitui nossa preocupação aqui.

Sendo a semiótica uma ferramenta no processo de comunicação e linguagens, pode-se assim dizer que a mesma é capaz de gerar produtos sobre

os quais os usuários dos mesmos irão, até um certo ponto direcionar o seu olhar e fazer com que formas de interpretações sejam utilizadas afins de um processo de interpretação e assimilação com algo comunicado a si.

O objetivo deste trabalho foi o de apresentar a semiótica como uma ciência investigativa, caracterizar o signo como sendo um meio pelo qual a semiótica comunica-se e evidenciar a semiose e os processos de representações por ela assim formados tendo em vista a produção do “novo”, tudo com base em leituras e pesquisas bibliográficas em obras relacionadas para com o assunto em questão e, apresentar o videoclipe e seus conceitos como forma de aplicação de uma nova metodologia a ser utilizada no ambiente escolar, afins de demonstrar como a formação e o direcionamento do olhar pode ser criado.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A Semiótica e a premissa da formação do “novo olhar”

Quando paramos para tentar responder a uma simples questão: O que é Semiótica? Várias e ao mesmo tempo duvidosas respostas certamente surgirão em nosso pensamento, com isso, Noth (1995) tenta propor uma resposta com base nos escritos de uma das mais conceituadas tradutoras e pesquisadora de Peirce no Brasil, a docente da PUC/SP professora Lucia Santaella:

O que é Semiótica é o título de um pequeno livro publicado por Lucia Santaella em 1983. Diante do desenvolvimento de uma área de investigações que se estende da semiótica da arquitetura, da biossemiótica ou da cartassemiótica até a zoosemiótica: uma resposta possível e pluralista à questão é: a semiótica é a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura. Essa definição não é, porém, aceita por todos os estudiosos da área. Várias escolas da semiótica preferem definições mais específicas e restritas; muitas exigem que a semiótica se ocupe apenas na comunicação humana e a escola de Greimas até se recusa a definir semiótica como uma teoria dos signos, postulando, ao contrário, defini-la como uma teoria da significação (NOTH, 1995, p. 17).

Sobre as possíveis naturezas relacionadas ao surgimento da semiótica como uma ciência aplicada, Noth (1995) comenta que a semiótica propriamente dita encontra seu ancestral mais antigo na história da medicina, aí entendida

como o primeiro estudo diagnóstico dos signos das doenças. O médico grego Galeno de Pérgamo (139-199), por exemplo, referiu-se à diagnóstica como sendo “a parte semiótica” (*semeiotikón meros*) da medicina. No século XVIII a literatura médica também começou a empregar o termo sem(e)iologia como alternativa de semiótica, às vezes com algumas variações de sentido. Naquela altura, a semiótica médica foi ampliada para três ramos de investigações: a anamnésia, estudo da história médica do paciente; a diagnóstica, estudo dos sintomas atuais da doença; e a prognóstica, que trata das predições e projeções do desenvolvimento futuro das doenças.

A semiótica esteve e ainda está atrelada a um campo da filosofia, Eco (1991) sustenta que o que chama a atenção, ao contrário, é que, nas últimas décadas esta razoável atitude crítica gerou a própria maneira. Assim como se diz que é bom alvitre iniciar um curso de filosofia anunciando a morte da filosofia, ou um debate sobre psicanálise anunciando a morte de Freud (e estas estelas funerárias abundam no atual jornalismo cultural), eis que pareceu útil a muitos estrear na semiótica anunciando a morte do signo. Como raramente este anúncio é precedido de uma análise filosófica do conceito ou de uma reconstrução em termos de semântica histórica, condena-se à morte algo desprovido de carteira de identidade; de modo que, frequentemente, é fácil ressuscitar o morto, mudando apenas o seu nome. Por outro lado, esta obstinação moderna contra o signo nada mais faz do que repetir um rito antiquíssimo. Ao longo dos dois mil e quinhentos anos, o signo foi submetido a uma espécie de extinção silenciosa. O projeto de uma ciência semiótica atravessou os séculos: frequentemente, sobre formas de tratados orgânicos (pense-se no *Organon*, de Lambert, em Bacon, em Peirce, em Morris ou em Hjelmslev); na maioria das vezes como série de alusões espalhadas no seio de discussões mais gerais (Sexto Empírico, Santo Agostinho ou Husserl); de quando em quando, sob forma de prenúncios explícitos, auspiciando um trabalho a ser realizado e como se todo o trabalho até então realizado tivesse que ser repensado em termos semióticos (Locke e Saussure).

Contudo, a semiótica ganhou novos campos de atuação com o passar do tempo, bem como sua real e fixa proposta de investigação científica, a busca de um modelo associado à filosofia moderna, talvez seja a mola mestra na compreensão da semiótica, conforme Deely (1990) comenta:

A semiótica tem propiciado o surgimento de vários métodos e o número deles, já bem grande, sem dúvida tende a aumentar, dada a engenhosidade do grupo cada vez maior de semioticistas. O problema aqui é saber se a semiótica consiste em tais métodos ou se ela se identifica com eles. A questão é se a semiótica, ao estabelecer-se, continuará a obsessão que a filosofia moderna tem com o método, ou se ela estabelecerá seu arcabouço teórico com riqueza e flexibilidade suficientes para abranger todo o campo dos fenômenos da significação com toda a variedade e flexibilidade de métodos que seu eventual entendimento irá evocar. Um método implementa um ou alguns aspectos de um ponto de vista. Na verdade, um método consiste exatamente na implementação sistemática de algo sugerido por um ponto de vista. Entretanto, um ponto de vista que pudesse ser totalmente implementando por um único método seria bastante acanhado. Quanto mais rico um ponto de vista, tanto mais diversos são os métodos necessários para a exploração das possibilidades de entendimento latentes nele. Essa distinção entre método e ponto de vista é, portanto, fundamental. É como a distinção que se faz em lógica entre extensão e abrangência: sem a segunda, a primeira não seria possível (DEELY, 1990, p.26).

A semiótica é uma das disciplinas que fazem parte da ampla arquitetura filosófica de Peirce, assim, Santaella (2005) estabelece que essa arquitetura está alicerçada na fenomenologia, uma quase-ciência que investiga os modos como apreendemos qualquer coisa que aparece à nossa mente, qualquer coisa de qualquer tipo, algo simples como um cheiro, uma formação de nuvens no céu, o ruído da chuva, uma imagem em uma revista, etc., ou algo mais complexo como um conceito abstrato, a lembrança de um tempo vivido etc., enfim, tudo que se apresenta à mente. Essa quase-ciência fornece as fundações para as três ciências normativas: a estética, a ética e a lógica e, estas, por sua vez, fornecem as fundações para a metafísica. Todas elas são disciplinas muito abstratas e gerais que não se confundem com ciências práticas. A estética, a ética e a lógica são chamadas normativas porque elas têm por função estudar ideias, valores e normas. Quem ideias guiam nossos sentimentos? Responder essa questão é tarefa da estética. Que ideias norteiam nossa conduta? Esta é a tarefa da ética. A lógica, por fim, estuda os ideais e normas que conduzem o pensamento. Não podemos negar nenhuma disciplina, ambas não são necessárias a um complemento em si, mas, todavia, são necessárias à compreensão de algo ligado ao sentido filosófico, seja em qual área for.

Digo agora, em contraste com tudo isso, que a semiótica fornece antes de tudo não um método, mas um ponto de vista. A partir

desse ponto de vista fica claro que as ideias não são auto-representações mas signos daquilo que objetivamente outro que não a ideia no seu Ser como representação privada. A semiótica é uma perspectiva ou um ponto de vista que emerge de um reconhecimento explícito daquilo que todo método de pensamento ou todo método de pesquisa pressupõe. Ela resulta da tentativa de tematizar esse campo que é comum a todos os métodos e que os sustenta transparentemente, na medida em que eles sejam meios genuínos de desenvolvimento da investigação. A semiótica, ou o ponto de vista semiótico, alicerça-se na constatação de uma única forma de atividade na natureza. É para essa atividade que, como vimos, Chales Sanders Peirce cunhou o nome semiose (DEELY, 1990, p. 28).

Ainda sobre o contexto da semiótica peirceana, Santaella (2005) disserta que muitas pessoas pensam que a semiótica peirceana se reduz apenas a esse seu primeiro ramo, o da teoria geral dos signos, esquecendo dos outros dois. Para Peirce, entretanto, esse primeiro ramo deve funcionar como uma propedêutica para o estudo da validade dos argumentos e das condições de verdade do método da ciência. De qualquer maneira, embora esse ramo da semiótica tenha uma natureza filosófica, ontológica e mesmo epistemológica mais ampla, que deveria ser propedêutica para a lógica e os métodos da ciência, também pode ser tomado de uma maneira reducionista, pode ser considerado na sua autonomia e pode valer por si mesmo, se nosso objetivo é analisar processos de signos existentes. Consideramos então a semiótica como sendo uma ciência que é derivativa e ao mesmo tempo amplamente conclusiva.

Ao questionar-se sobre o que a semiótica estuda, ou mesmo tem por interesse em seu processo de investigação, Deely (1990), estabelece:

Se nos perguntamos o que é que os estudos semióticos investigam, a resposta deve ser uma única palavra: ação. A ação dos signos. Esse tipo peculiar de ação, correspondendo ao tipo distinto de conhecimento que o nome semiótica propriamente caracteriza, tem sido há muito tempo reconhecido em filosofia em conexão com vários tipos de causalidade física. Mas, a esse respeito, fator “ideal” ou objetivo, o padrão de acordo com o qual as investigações podiam estabelecer as dimensões materiais, formais e determinantes da causalidade no sentido produtivo ou “eficiente” aparecia de maneira marginal. Esse fator objetivo tem mais a ver com a observação do que com o observado em sua existência independente. Daí esse fator não ter sido considerado claramente pertinente aos resultados de investigação que não tinham como meta o estabelecimento de alguma conexão essencial entre o observador e o observado, de tal forma que tornasse a “observação” uma conexão formal extrínseca entre o

sujeito conhecedor e o objeto reconhecido, possível logo de início (DEELY, 1990, p.41).

Na semiótica geral, Santaella e Noth (1999) afirma que se encontram definições muito variadas do conceito de representação. O âmbito da sua significação situa-se entre apresentação e imaginação e estende-se, assim, a conceitos semióticos centrais como signo, veículo do signo, imagem (“representação imagética”), assim como significação e referência. Ou seja, a imagem é completamente inerente e fundamental a compreensão do signo.

2.2 O signo como processo de representação

As contribuições de Santaella (p.12) nos propõe a pensar sobre a caracterização e as devidas finalidades específicas de um signo, bem como, o seu poder de criação em nossa mente:

Se qualquer coisa pode ser um signo, o que é preciso haver nela para que possa funcionar como um signo? Para Peirce, entre as infinitas propriedades materiais, substanciais, etc. que as coisas tem, há três propriedades formais que lhes dão capacidade para funcionar como signo: sua mera qualidade, sua existência, quer dizer; o simples fato de existir; e seu caráter de lei. Na base do signo, estão como se pode ver; as três categorias fenomenológicas. Ora, essas três propriedades são comuns a todas as coisas. Pela qualidade, tudo pode ser signo, pela existência, tudo é signo, e pela lei tudo deve ser signo. É por isso que tudo pode ser signo, sem deixar de ter suas outras propriedades (SANTAELLA, 2005, p.12).

Por outro lado, porém ao mesmo pensamento lógico, Peirce (p.46) conclui que o signo é fruto da criação de algo, mesmo atrelado a coisas meramente abstratas e subjetivas:

Um signo, ou *representamen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria, na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino interpretante do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu objeto. Represente este objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de ideia que eu, por vez, denominei fundamento do representamen. “Ideia” deve aqui ser entendida num certo sentido platônico, muito comum no falar cotidiano; refiro-me àquele sentido em que dizemos que um homem pegou a ideia de um outro homem; em que, quando um homem relembra o que estava pensando anteriormente, relembra a mesma ideia, e em que, quando um homem continua a pensar

alguma coisa, digamos por um décimo de segundo, na medida em que o pensamento continua conforme consigo mesmo durante esse tempo, isto é, a ter um conteúdo similar, é a mesma ideia e não, em cada instante deste intervalo, uma nova ideia (PEIRCE, 1999, p.46).

Para Santaella (1983) o signo é uma coisa que representa outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma coisa diferente dele. Um signo intenta representar, em parte, pelo menos, um objeto que é, portanto, num certo sentido, a causa ou determinante do signo, mesmo se o signo representar seu objeto falsamente. O signo assim interpõe coisas associadas a algo que lhe é semelhante ou mesmo que lembram algo em comum acordo a si.

Segundo Peirce, nenhum signo, por si mesmo, pode ser absolutamente preciso, visto que a relação do signo com seu objeto (aquilo que o signo representa) é uma fonte de indefinição na extensão ou aplicabilidade do signo e a relação do signo com o interpretante (o efeito que o signo produz na mente que o interpreta) é uma fonte de indefinição na profundidade (poder conotativo) do signo (SANTAELLA, 1992, p.50).

Também fazendo referências as necessidades existenciais de um signo, Deely (p.53-54) pondera que:

O signo em primeiro lugar depende de algo que não ele mesmo. Ele é representativo, mas apenas de maneira derivativa, numa condição de subordinado. No momento em que um signo desliza para fora dessa subordinação, como acontece com freqüência, aí então ele deixa de ser um signo por algum tempo. Um signo visto em si mesmo não é visto como um signo, muito embora possa sê-lo virtualmente. Em si mesmo ele é um mero objeto ou coisa tornada objeto, esperando talvez se tornar um signo, ou talvez tendo antes sido um signo, mas em si mesmo não sendo um signo de maneira nenhuma. Um signo, então, é um representante, mas nem todo representante é um signo. As coisas podem se auto-representar na experiência. Na medida em que fazem isso, são objetos, nada mais, muito embora ao se tornarem objetos elas pressuponham signos. Para ser um signo, é necessária a representação de algo que não o próprio ser. Ser um signo é uma forma de prisão a outro, ao significado, o objeto que o signo não é, mas que, todavia, representa e substitui (DEELY, 1990, p.53-54).

2.3 Semiose: uma formação ligada ao novo

A semiose surge pelo pensamento ligado na formação prévia de um novo conceito, ou mesmo de uma projeção sobre signo pensado e observado em questão, com base nisto, Deely (p.42) estabelece a distinção entre as tarefas e os movimentos da semiose:

A semiose como um tipo de atividade se distingue de outras, no sentido de que ela sempre envolve três elementos. Mas seu caráter é ainda mais próprio na medida em que um desses três elementos não precisa ser uma coisa existente. Em todos os outros tipos de ação, os atores são correlativos. Daí a ação entre eles, independentemente de quantos eles sejam, se essencialmente diádica e dinâmica: para que ela ocorra, ambos os termos tem de existir. Um carro não pode colidir com uma árvore a não ser que a árvore esteja lá, mas um signo numa estrada pode significar uma ponte que não está mais lá. Os olhos e o telescópio de Galileu interagiram dinamicamente com a luz das estrelas. Mas além dessa interação, e por causa dela, ele apresentou opiniões sobre esferas celestes que se revelaram inexistentes. Entretanto, o não-ser dessas esferas determinou a prisão de Galileu e proposições sobre elas foram citadas como razões para as graves sanções impostas a ele pelas autoridades (DEELY, 1990, p.42).

A singularidade da semiose, segundo o mesmo autor citado acima (p.43) é inevitável quando se considera o caso de duas coisas existentes afetadas ao longo de sua existência por algo que não existe. Mas se entendermos o que torna a semiose singular e distinta, essa singularidade continua sendo inegável mesmo quando os três termos envolvidos em uma semiose são existentes. Peirce dá o exemplo do movimento do mercúrio num termômetro, que é causado “de modo puramente bruto e didático” pelo aumento do calor ambiente, mas que, ao ser percebido por alguém que esteja familiarizado com termômetros, produz também a ideia de aumento da temperatura ambiente. Essa ideia como evento mental pertence inteiramente à ordem da existência física e subjetiva, não mais e não menos do que o movimento do mercúrio e a temperatura ambiente ao redor do termômetro é, como diz Peirce, o “objeto imediato” do termômetro considerado como um certo tipo de signo, a saber, um signo indicial de uma condição do ambiente.

Podemos assim observar que pela semiose os processos de criações atrelados à comunicação são formados a partir de uma necessidade para com a interpretação de algo que nos é apresentado. A semiose surge como um produto intermediário no que se diz respeito ao ato de interpretação, logo, a assimilação à

algo, ou mesmo à uma utilização pelo qual o produto da semiose é gerado será de fato utilizado.

2.4 A representação propriamente dita e experimentada

O conceito de representação associada ao signo, conforme Santaella e Noth (p.15-16) não é atual, mas mesmo assim, é usual desde o seu princípio:

O conceito de representação tem sido um conceito-chave desde a escolástica medieval, na qual este se referia, de maneira geral, a signos, símbolos, imagens e a várias formas de substituição. Hoje o conceito encontra-se no centro da teoria da ciência cognitiva, que trata de temas como representação analógica, digital, proposicional, cognitiva ou, de maneira geral, representações mentais. O conceito de representação encontra-se principalmente no conceito inglês representation(s) como sinônimo de signo. Como um sinônimo de signo, representação se encontra já em Locke, e na sua primeira fase Peirce caracteriza a semiótica, em 1865, como “a teoria geral das representações”, falando também simplesmente de “signo ou representações” (SANTAELLA; NOTH 1999, p.15-16).

Sperber (p.77) também utiliza o conceito de representação, de uma maneira geral, como um sinônimo de signo, quando diferencia o âmbito conceptual em “representação mental” e “representação pública”:

Devemos distinguir dois tipos de representação: há representações internas ao dispositivo do processo informativo, isto é, representações mentais, e há representações externas ao dispositivo [...], isto é, representações públicas. [...] há, então, duas classes de processos [...]: processos intra-subjetivos de pensamento e memória, e processos intersubjetivos através dos quais as representações de um sujeito afetam as representações de outros sujeitos através de modificações dos seus ambientes comuns (SPERBER, 1985, p.77).

A significação de um signo não deve ser confundida com o significado desse mesmo signo, conforme Netto (1999), o significado é algo conceito ou imagem mental que vem na esteira de um significante, e significação é a efetiva união entre um certo significado e um certo significante. Se preferir, pode-se dizer que a questão do significado está no domínio da língua, e a da significação, no da fala. Em outras palavras, a significação de um signo é uma questão individual, localizada no tempo e no espaço, enquanto o significado depende apenas do sistema e, sob este aspecto, está antes e acima do ato individual. A ordem em si

não é tão fundamental, mas, logo as características e propostas de afinidade, bem como de especificidade são sempre necessárias ao entendimento.

2.5 Videoclipe: uma semiose

O videoclipe caracteriza-se como um elemento de comunicação audiovisual onde a presença ou não de uma narrativa formal e uma série de elementos atrelados a música, ao cinema e a interpretação do artista, muito embora a presença da imagem do artista e/ou intérprete não constitui uma regra padrão para a completude de um videoclipe, compõem parte de o que a massa refere-se a um clipe. Machado (1995, p. 169) ressalta a importância dada ao videoclipe e mesmo o diz que o videoclipe se impôs como uma nova forma de expressão dentro do universo do vídeo e rapidamente ganhou espaço dentro e fora da televisão, conquistando amplo contingente de adeptos e provocando uma pequena revolução no interior das indústrias do vídeo e do disco. Mas, com isso, podemos notar novas formas e características empregadas nos videoclipes mais recentes, uma forma esta de satisfazer o desejo do olhar do cliente, bem como as exigências do mercado contemporâneo. Portanto, é natural que ele se tenha convertido em objeto de discussões apaixonadas entre produtores, consumidores e estudiosos da área da cultura de massa.

Tendo como base alguns elementos do cinema, o videoclipe ampara-se em partes no próprio cinema, porém em escalas e proporções bem menores, para de tal forma demonstrar um caráter de projeção de algo sobre e para algo. Certamente inúmeras diferenças são presente ao ato de comparar videoclipe e cinema, o videoclipe distingue da “prosa” cinematográfica por sucatear a base narrativa do sintagma audiovisual, substituindo-a por uma sucessão de imagens sem nenhuma ligação imediata, sem qualquer denotação direta, sem referência alguma no sentido fotográfico do termo Conforme observou corretamente Salles Júnior. (1985, p. 45), o que está presente na maioria dos videoclipes.

O videoclipe ainda supre um olhar de assimilação e desejo ao que é apresentado. O espectador toma para si o que de fato lhe é atraente e, com isso, a real necessidade de fazer com que o videoclipe demonstre algo a ser desejado é também uma procura de seus produtores, conforme Machado (p. 52) apresenta:

Ora, se a posição do espectador no cinema é largamente caracterizada pela repressão do seu exibicionismo, ele faz projetar nos protagonistas o seu desejo reprimido. Identificando-se com as personagens, o espectador converte a tela transparente em espelho, onde ele vê projetado o(s) seu(s) ego(s) ideal(is) e onde ele pode fazer um reconhecimento feliz (MACHADO, 2007, p. 52).

Dentro das concepções e futuros questionamentos sobre um videoclipe em foco, vale sempre a premissa de que, como detalhado por Monteiro (2014, p. 6), o videoclipe é uma linguagem híbrida, ou seja, está inserido na tradição dos sistemas de signos que nascem da mistura entre linguagem verbal e imagem. Por ocorrer uma intensa relação entre o discurso verbal e à imagem, não é possível analisado somente os sons do clipe (arranjo da canção, voz do artista, instrumental, efeitos de produção sonora) e depois imagens (planos, edições, efeitos pós-produção). Sendo assim, são por estas possibilidades de intervenções na forma de numerosas interpretações que o videoclipe gera ao espectador, que o mesmo é atrelado a uma grande importância para o mercado e, logo, para a pesquisa.

“A relação do observador com a imagem já não é mais a de um objeto quantificado em relação a uma posição no espaço, mas antes a de duas imagens dissimilares cujas posições simulam a estrutura anatômica do corpo do observador” (CRARY, 1992, p. 128). Deste modo as diferenças e necessidades do uso da imagem presente no videoclipe para uma aproximação ao olhar do imaginário do espectador se confundem e ao mesmo tempo projetam-se na realidade ou no desejo pela mesma. Esta talvez seja uma das mais inquietantes características de um videoclipe – aproximar-se o apresentado para a realidade daquele que o assiste e o deseja.

Partindo de características associadas de ideias particulares de um artista, ou mesmo de um gênero musical, Soares e Janotti Júnior (2008) observam o papel do videoclipe como marca de uma verdadeira *performance*, cabendo neste interrogações semióticas e analíticas relacionadas a imagem, ao som, ao movimento, ao ritmo, etc.

O videoclipe se situa como um desdobramento da *performance* da canção popular massiva, uma vez que integra a cadeia de produção de sentido que articula o sonoro e o visual, sendo “regido” por uma sistemática de construção de imagens que opera com signos visuais “inseridos” na canção e segundo pressupostos das próprias *performances* apresentadas. Nessa lógica, podemos

entender o videoclipe como uma nova camada de mediação sobre a canção popular massiva, desta vez, estando sujeita à sobreposição de uma camada visual. Essa nova camada de mediação visual está articulada à construção de um objeto (o videoclipe) que seja o mais próximo e fiel ao universo do objeto que sintetiza (a canção) e, portanto, estando articulado ao gênero musical e à narrativa particular do artista que performatiza a canção. O videoclipe como construtor de um espaço na canção popular massiva obedece a uma série de regras que articulam, portanto: o percurso da própria canção, as reverberações sonoras existentes na canção, a dinâmica da construção imagética do gênero musical e a narrativa particular do artista protagonista do videoclipe (SOARES; JANOTTI JÚNIOR, 2008, p. 106).

Como sendo um produto de mercado, o videoclipe deve estar e ser atual ao tempo cronológico de seus espectadores, para que assim ganhe espaço e consumo. Machado (p. 176) atesta algumas possibilidades para esta finalidade:

Várias tendências estilísticas e conceituais estão contribuindo para a redefinição do conceito do videoclipe. Em primeiro lugar, o velho clichê publicitário segundo o qual o clipe se constrói a partir da exploração da imagem glamourosa de astros e bandas da música *pop* vai sendo aos poucos superado e substituído por um tratamento mais livre da iconografia. [...] Há, em todo caso, uma tendência mais ou menos generalizada no sentido de minimizar a presença física dos intérpretes na cena, em troca de uma maior liberdade de manejo plástico do quadro. Isso tem possibilitado um salto qualitativo no tratamento visual dos clipes e ao mesmo tempo permitido que a imagem seja trabalhada como textura, tapeçaria cromática e sofra a mesma interferência ou processamento que já ocorre na música (MACHADO, 2005, p. 176).

Outras características relacionadas ao videoclipe são observadas por Machado (2005): “[...] a descontinuidade. Tudo muda na passagem de um plano a outro: a indumentária dos intérpretes, o lugar onde se ambienta a canção, a luz que banha a cena, o suporte material (filme ou vídeo de distintas bitolas) e assim por diante” (p. 180). “[...] abandono ou rejeição total das regras do “bem fazer” herdadas da publicidade e do cinema comercial. O que vale agora é a energia que se imprime ao fluxo audiovisual, a fúria desconstrutiva e libidinosa” (p. 177). “[...] O clipe já não é algo que necessariamente vem depois da música, tampouco um acessório à música: ele passa a fazer parte do processo integral de criação. Imagem e som nascem juntos, fazem parte de uma só e mesma atitude criativa” (p. 184).

Um novo conceito observado dentro do videoclipe é o que Oliva (2014, p. 2) apresenta como *transcinecli*, segundo o qual o autor faz referências para propor reflexões sobre a relação presente na linguagem do videoclipe e a cinematográfica, articulando essa relação para com a ideia de passagem e paisagem. Atribuindo à primeira uma relação característica da montagem na determinação temporal e rítmica do universo fílmico e, à segunda uma relação direta com a imagem e seu caráter figurativo e fotográfico.

O destino e o público que consomem o videoclipe e seus produtos é a guia de amparo e aproximação da linguagem do videoclipe para com uma necessidade de mercado e de produção. Oliva (2013, p. 7) trata a linguagem do videoclipe como sendo uma linguagem extremamente jovial e esbarrada num cinema definido por Lipovetsky como sendo hipercinema, ou seja, um cinema sensorial. Um cinema jovem, um cinema de configurações tecnoestéticas. Futuros e esperados questionamentos associados ao novo videoclipe sempre surgirão: quem consome esta produção híbrida e multimidiática? Como se dá a recepção neste processo? Como as mediações se estabelecem entre públicos e meios?

Quando existe uma proposta de análise de um videoclipe de maneira mediática e também semiótica, Verón (2004, p. 29) ressalta que se faz necessário considerar a produção de sentido de um clipe na cultura mediática, pressupondo uma manifestação material ancorada nos aspectos expressivos dos produtos em suas particularidades sobretudo de suportes. O analista deve se questionar de que forma as especificidades dos suportes mediáticos são determinantes na expressividade dos clipes. A desconstrução de um videoclipe com vistas a identificar a produção de sentido deste produto leva em consideração as condições de produção e as condições de reconhecimento inscritas nos audiovisuais. Concordando e também argumentando sobre a forma ideal de análise de um videoclipe em vistas a absorver dele diversas características e particularidades, Janotti (2005, p. 6) conclui: “A análise mediática do videoclipe prevê a localização de modos de mediação entre as estratégias de produção e o sistema de recepção, entre os modelos e os usos que os receptores fazem dos produtos mediáticos através das estratégias de leituras inscritas nesses produtos”.

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É fato e notório que todo processo de comunicação é realizado por uma necessidade pela interpretação e assimilação a algo em questão. Os signos enquanto elementos comunicativos são as premissas válidas e utilizáveis que a comunicação estabelece entre estes elementos e os seus interpretantes.

A semiose surge como uma tarefa de tentar fazer com que se crie uma organização e um sentido, de modo com o qual o processo pela expressão do signo e seus significados sejam aceitos e utilizados ao ser comunicador e receptor de informações.

Tendo como um meio de comunicação o videoclipe, este é de grande e certa valia nos processos de comunicação e direcionamentos de olhares, sem contar sobre a formação de novos juízos formados pelo mesmo. É um elemento de comunicação de fácil utilização no ambiente escolar, bem como moldável à diversos e amplos temas à serem trabalhados em um ambiente educacional ou não.

REFERÊNCIAS

CRARY, J. **Techniques of the observer**. Cambridge: The Mit Press, 1992.

DEELY, J. **Semiótica Básica**. São Paulo: Ática, 1990.

ECO, U. **Semiótica e Filosofia da Linguagem**. São Paulo: Ática, 1991.

JANOTTI JÚNIOR, J. Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções: uma proposta de análise da música popular massiva a partir d noção de gênero mediático. **Anais da XIV Compós**: XIV Compós. Rio de Janeiro, 2005.

MACHADO, A. **A arte do vídeo**. 3.ed. São Paulo: Brasiliense, 1995.

_____. **A televisão levada a sério**. 4.ed. São Paulo: SENAC, 2005.

_____. **O sujeito na tela:** modo de enunciação no cinema e no ciberespaço. São Paulo: Paulus, 2007.

MONTEIRO, V.E.C. Funk da ostentação: uma análise do videoclipe “Na pista eu arraso” do Mc Guime. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:** Intercon – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Foz do Iguaçu, 2014.

NETTO, J.T.C. **Semiótica, Informação e Comunicação.** 5.ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

NOTH, W. **Panorama da Semiótica:** de Platão a Peirce. 2.ed. São Paulo: Annablume, 1995.

OLIVA, R. Reflexão sobre a linguagem do cinema e do videoclipe e suas interferências enquanto um objeto de comunicação. **Revista Temática**, ano IX, n. 04, abril 2013, p. 1-11.

_____. Passagem e paisagem transcineclípica: inter-relações entre a linguagem do videoclipe e do cinema. **Anais do XXXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:** Intercon – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. Foz do Iguaçu, 2014.

PEIRCE, C.S. **Semiótica.** 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1999.

SALLES JÚNIOR, W. **Videomakers e a nova desordem da imagem.** São Paulo: Folha Ilustrada, 1985.

SANTAELLA, L.; NOTH, W. **Imagem, Cognição, Semiótica, Mídia.** 2.ed. São Paulo: Iluminuras, 1999.

SANTAELA, L. **O que é Semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 1983.

_____. **A Assinatura das Coisas.** Rio de Janeiro: Imago, 1992.

_____. **A Teoria Geral dos Signos:** Como as linguagens significam as coisas. São Paulo: Thomson, 2004.

_____. **Semiótica Aplicada.** São Paulo: Thomson, 2005.

SOARES, T.; JANOTTI JÚNIOR, J. O videoclipe como extensão da canção: apontamentos para análise. **Revista Galáxia**, n. 15, jun. 2008, p. 91-108.

SPERBER, D. Anthropology and psychology: Towards an epidemiology of representations. **Man**: 20:70-89, 1985.

VERÓN, E. 2004. Dicionário das ideias não-feitas (1979). In: **Fragmentos de um tecido.** São Leopoldo: Unisinos.