

Tap your glass: uma análise semiótica do videoclipe em sua versão como produto da cibercultura¹

Miriam BARROS²

Marcos NICOLAU³

Universidade Federal da Paraíba

Resumo

Este artigo tem como propósito explorar, através de conceitos da semiótica peirciana, o processo de geração de símbolos atrelado à produção do videoclipe “*Tap your glass*”, da banda *iamamiwhoami*, que tenta fortalecer suas raízes no mundo digital. Devido ao hibridismo do videoclipe (constituído pelas matrizes sonora, visual e verbal), o uso da semiótica permite, através do estudo dos signos apresentados na obra, que compreendamos o discurso construído pela banda, identificando a existência e importância de seus símbolos criados através da narrativa audiovisual.

Palavras-chave

iamamiwhoami; semiótica; audiovisual; videoclipe.

Introdução

iamamiwhoami é um projeto audiovisual independente que nasceu e firmou suas bases na internet, desde o final de 2009. Isso porque, diferente de muitos artistas já consolidados no âmbito musical, seu processo de criação e distribuição de produtos mostra-se incomum perante ao modelo tradicional de bandas que estão situadas no centro da indústria fonográfica (pertencentes a uma cena *mainstream* do segmento).

Percebe-se que a maior parte dos artistas passaram a explorar o videoclipe como um fator agregador do que anteriormente foi divulgado como *singles* componentes de seus álbuns. Ou seja, o videoclipe gerou a visualização das músicas sobre as quais o público já possui conhecimento, na maioria dos casos. Dissemos “a maior parte dos artistas” porque existe exceção, como o trabalho de Beyoncé com seu álbum intitulado “BEYONCÉ” que, sem aviso prévio, disponibilizou 14 músicas e 17 clipes inéditos vendidos apenas em conjunto pelo *iTunes*.

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Música e Entretenimento do XV Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação - PPGC/UFPB. Integrante do Grupo de Pesquisa em Processos e Linguagens Midiáticas (Gmid/UFPB). E-mail: miriamsmb@gmail.com

³ Professor Pós-Doutor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação – PPGC/UFPB. Coordenador do Grupo de Pesquisa em Processo e Linguagens Midiáticas - Gmid/PPGC. Email: marcosnicolau.ufpb@gmail.com

Ao tratar do *iamamiwhoami*, percebemos que o processo de distribuição de conteúdos é diferenciado. O projeto audiovisual dessa banda, desde o seu surgimento, busca dialogar com sua audiência através de videocliques: imagem e som caminham unidas desde seu primeiro lançamento audiovisual. Os álbuns ganham forma com o tempo, através de publicações no *Youtube*, de clipes que possuem uma ligação narrativa clara, sendo, cada um, quase sempre um continuidade do outro. Dessa forma, a narrativa consolida-se em uma serialidade que ganha aspectos de saga, na qual, o público acompanha a mesma personagem desde o primeiro vídeo publicado.

Mediante uma média de intervalo de um mês entre cada vídeo lançado em seus álbuns (e períodos de hiato ao término de cada álbum), os fãs de *iamamiwhoami* são apreciadores assíduos que demonstram expectativa pelo que será compartilhado em seguida. Estes fãs, em seu período de anseio pelos próximos "capítulos", buscam atores sociais que compartilham da mesma admiração para que possam discutir sobre as possíveis simbologias que os vídeos carregam em si, o que está sendo transmitido e qual a mensagem incutida em cada um deles. Sendo assim, é comum nos depararmos com análises extensas dos vídeos publicados, seja em grupos do *Facebook* (criados pelos próprios fãs, de países diferentes, como: *iamamiwhoami* Brasil, *iamamiwhoami* Itália etc), fóruns dedicados à música em geral, *Tumblrs* e *Blogs* na internet. Por ser um projeto voltado para o mundo digital, suas comunidades também estão situadas no universo do ciberespaço.

Por possuírem uma estrutura inteiramente audiovisual, os videocliques carregam em si, significados próprios, potencializados pela linguagem e suporte utilizados para sua divulgação. Ao se caracterizarem como produtos midiáticos híbridos, a partir de matrizes sonora, verbal e visual, o método de análise semiótica mostrou-se apropriada para que pudéssemos explorar as nuances presentes nos videocliques, tanto do *iamamiwhoami* como de qualquer outra banda que busque explorar esse discurso imagético e sonoro como forma de expressão própria.

No Brasil, são poucos os estudos sobre a linguagem dos videocliques, como é o caso da pesquisa de Thiago Soares (2012), pertinentes às análises semiológicas de autores estrangeiros, embora ele reconheça o caráter híbrido desse gênero:

Qualquer iniciativa que se destina a propor uma grade metodológica de análise de algum objeto comunicacional compreende um feito perigoso. Perigoso porque estamos lidando, sobretudo, com um objeto (o clipe) que é amparado na idéia do hibridismo. (SOARES, 2012, p. 132)

Procurando outras perspectivas, através do estudo da Semiótica do filósofo americano Charles Sanders Peirce, foi-nos possível compreender os elementos explorados nas narrativas de cada vídeo publicado pelo projeto da banda sueca. Estes elementos e seu poder de representação simbólica criam uma significação que molda o *fandom* que se estabelece em torno do projeto: admiradores querem compreender a mensagem enviada através de processos proporcionados pela cibercultura. A arena digital proporciona discussões e compartilhamento de ideias, através das quais os fãs buscam o senso comum, que os guiam pelo universo que se solidifica na mente de cada um, através da narrativa que lhes é apresentada.

O esforço do presente estudo foi focar na análise semiótica do videoclipe "*Tap Your Glass*", capítulo que constitui o álbum *BLUE*. Procuramos, através dos elementos apresentados na obra, compreender a forma como o discurso da banda é construído para, em seguida, analisarmos a presença dos símbolos identificados dentro do universo do projeto, fator agregador de consistência e significação à mensagem emitida. Não seriam, então, estes pequenos signos, cruciais para a solidificação da estética discursiva de um artista digital, que busca desbravar uma terra repleta de possibilidades interacionais, na qual o papel da comunidade construída a sua volta é de extrema importância?

1. *Tap your glass*: propriedades internas, referenciais e interpretativas

Por se tratar de um produto audiovisual, o videoclipe é um discurso híbrido, carregando em si as naturezas da imagem, do som e da palavra. A metodologia e análise aqui aplicadas apresentam-se possíveis na medida em que buscamos analisar os signos apresentados na obra, suas referências e a maneira como podemos compreender ou reagir às suas mensagens.

Os signos são qualquer coisa que representem uma outra coisa, esta denominada de objeto do signo, capaz de produzir em diferentes mentes reações interpretativas, chamadas de interpretante do signo. Segundo Santaella (2002, p. 114), o objeto do signo pode ser qualquer coisa de qualquer espécie.

Tap your glass constitui parte de uma narrativa construída em tempo real pelo projeto audiovisual *iamamiwhoami*. Dessa forma, o vídeo analisado corresponde a um capítulo específico de uma saga que vem sendo construída desde o final de 2009. Devido a preferência por um produto hipermídia (visual, sonoro e verbal), compreendemos que todos os vídeos do projeto carregam em si uma mensagem própria, repletos de significações.

Essas mensagens são seus signos inseridos em um outro signo (o próprio videoclipe). As reações e interpretações a serem despertadas em seus espectadores ilustram o interpretante do signo proposto, construindo uma relação entre a mensagem transmitida e a recepção da mesma na mente dos espectadores em geral.

É importante salientar que essa recepção se diferencia em relação ao público que a mensagem atinge: ao ser interpretada por um fã ou admirador, que conhece a saga e busca acompanhar a narrativa apresentada, a significação é diferenciada em relação ao público que se depara com o vídeo por acaso, sem conhecimento prévio do trabalho do artista. Neste artigo, traremos informações retiradas de entrevistas cedidas pelo projeto, o que resulta em uma recepção diferenciada.

Estruturamos a análise do videoclipe seguindo os três conceitos básicos da semiótica peirciana: a análise do signo em relação a si mesmo (suas propriedades internas), a relação do signo com seu objeto (suas referências ao que é sugerido ou representado por ele) e a relação do signo com seu interpretante (as interpretações por ele despertadas em seus receptores).

1.1 Propriedades internas

Ao nos referirmos às propriedades internas do videoclipe, estamos falando de seus aspectos de qualidade, denominados por Peirce de quali-signos. Como qualidade, podemos perceber os aspectos que primeiramente sobressaltam-se aos nossos olhos, como cores predominantes, texturas, iluminação, movimento etc. ou seja, suas características intrínsecas. Essas características constituem o âmbito da espontaneidade, da imediaticidade, do frescor, do sentimento.

Em *Tap your glass*, após a exibição do nome do selo independente de *iamamiwhoami* (“*To whom it may concern*”), o primeiro contato que temos é com a matriz sonora do videoclipe, ligada ao visual e ao verbal (ao apresentar-se o título do vídeo em questão). O som carrega em si a dominância de quali-signo por ser naturalmente fugaz e imediato, constituindo o nível de Primeiridade⁴. Neste primeiro momento, o som de gotas de água tocando uma superfície líquida dão ênfase aos quali-signos percebidos durante o videoclipe: textura líquida (água) e a presença de tons azul e verde. Ainda como quali-

⁴ Referimo-nos à Primeiridade, Secundidade e Terceiridade na semiótica peirciana ao denominarmos nossa forma de reconhecer o mundo à nossa volta: primeiro as coisas se apresentam como meras qualidades de sentimento, em seguida são relacionadas com algo que já conhecemos (matéria, existência) para, por último, interpretarmos o fenômeno em nossa mente.

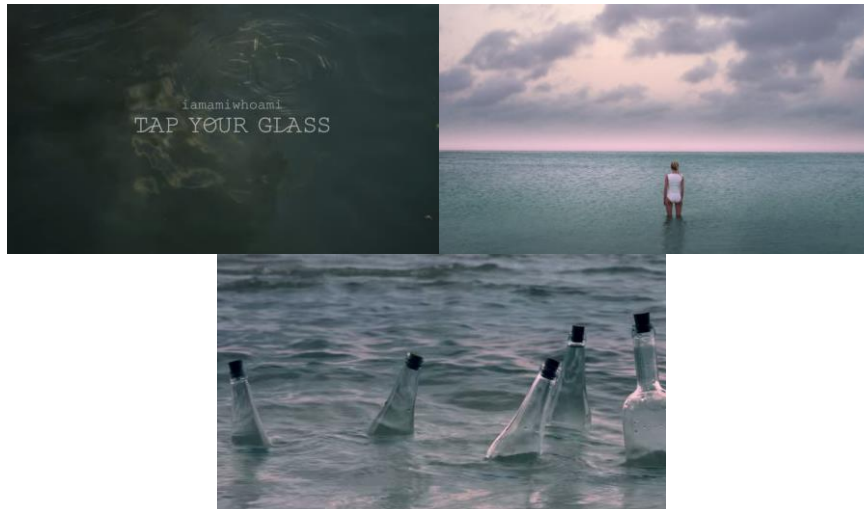
signos podemos identificar partes de um corpo (braços, pernas e mãos), areia e a presença de elementos como animais e garrafas.

Referindo-se aos aspectos relativos à aparência do vídeo em questão, identificamos o contraste de cores em suas diferentes tomadas (ora com iluminação de dia, ora se aproximando do anoitecer) além da sincronia entre batidas sonoras e cortes de câmera durante todo o videoclipe.

Segundo Santaella (2012), existe uma qualidade onde quer que exista um fenômeno, mas essa qualidade constitui apenas parte desse fenômeno. Para que essa qualidade exista, ela precisa estar conectada a uma matéria e é através do princípio de Secundidade que compreenderemos como é constituída essa corporificação que, quando relacionadas ao próprio signo são denominadas de sin-signos.

Já que os quali-signos estão presentes em um fator existente, o próprio videoclipe de *Tap your glass* é um sin-signo: ele carrega características próprias, que o diferenciam de qualquer outro videoclipe produzido por *iamamiwhoami*. Dessa forma, *Tap your glass* materializa-se como um conjunto de dados digital distribuído na internet, contendo uma duração e existência própria.

Ao identificarmos a existência de nosso signo, relacionamos este à convenções gerais que recebem o nome de legi-signos. Segundo Santaella (2002, p. 121), “todo signo convencional é um legi-signo. Uma palavra, uma sentença, um discurso, por exemplo, são legi-signos”. Ao voltarmos nossos olhos para o videoclipe, identificamos que ele se representa através das regras do videoclipe musical: repleto de intenções artísticas, percebemos a presença de uma artista (as qualidades como parte de corpo agora se materializam em um corpo feminino) performando movimentos com o corpo parcialmente submerso no mar (a qualidade de água mostra-se na ambiência do vasto oceano) enquanto insere papéis dentro de garrafas vazias, jogando-as no mar. Percebemos signos de animais presentes no videoclipe explorando seu próprio habitat: peixes e aves em movimento, algumas vezes mergulhando no oceano. Estes signos são legi-signos por se tratarem de elementos convencionados, conseqüentemente de fácil reconhecimento.



Figuras 1, 2 e 3: Screenshots do vídeo mostrando elementos de qualitativos e genéricos do videoclipe
 Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=r46Wcr58mCc>

Esta etapa refere-se a como o signo se relaciona consigo mesmo dentro das instâncias qualitativa, existencial e convencional, demonstrando como o objeto se mostra presente dentro do signo. A seguir, exploraremos a relação do signo com seu objeto, representando-os com o aspecto de ícone, índice e símbolo. São as propriedades referenciais que percebemos no videoclipe em análise.

1.2 Propriedades referenciais

Ao observarmos os quali-signos presentes em *Tap Your Glass*, percebemos qualidades de aparência, elementos que, como foi dito anteriormente, saltam aos olhos, vindos do inconsciente para o consciente. Estes elementos, por sua vez, são icônicos por carregarem a capacidade de se remeterem a outras qualidades, possuindo um caráter sugestivo através da semelhança com outros ícones existentes.

De forma mais perceptível, identificamos as qualidades de contraste de cor com o que conhecemos como a passagem temporal do dia para a noite. A forma como as cores são retratadas no vídeo são gritantes aos olhos: uma iluminação se opõe em relação à outra. Outra relação icônica se refere à sincronia entre som e imagem, retratando a edição do vídeo como um arranjo proposital de união entre matrizes sonora, verbal e visual. As garrafas presentes no videoclipe também funcionam como ícones por representarem, da maneira que foram inseridas no contexto, elementos capazes de enviar uma mensagem, os

quais o receptor busca semelhança com a ideia de pedidos de socorro enviados por náufragos. Nesse caso, é o ícone desdobrado em uma metáfora⁵.

Levando em consideração os sin-signos que *Tap Your Glass* apresenta, sua relação com o objeto caracteriza-se como índice. Essa relação baseia-se entre existentes factivos: a qualidade do objeto está encarnada em uma matéria, ou seja, ele existe. Dessa forma, percebemos que o que está sendo retratado no videoclipe é de fato um existente: a artista, conectada a um ambiente materializado pela água. Aquela ambiência se mostra indicial em relação à narrativa proposta: a água é um meio capaz de carregar mensagens engarrafadas pelo oceano.

Ao direcionarmos nossos olhos aos legi-signos do videoclipe, sua relação com o objeto será simbólica: este signo está relacionado a um objeto convencionalizado, que segue uma lei geral e poderá ser interpretado como símbolo. Nesse momento, percebe-se que a mulher presente no vídeo envia mensagens ao oceano em busca de um objetivo: sua mensagem será entregue, mas a mesma não possui destinatário. É através da letra da música, matriz verbal e majoritariamente simbólica, que este endereçamento é feito: a mensagem está destinada para aqueles que reservarão parte do seu tempo para ouvi-la, decifrá-la, e estes, claramente, não são todos aqueles que serão atingidos, mas apenas os "aos que possa interessar" (o nome do selo da banda carrega sua simbologia nesse momento: "*To whom it may concern*"). A iconização das cores ganha uma simbologia própria: a representação de uma ação contínua, que se estende pelo tempo.

1.3 Propriedades interpretativas

Existem três tipos de interpretantes: o interpretante imediato, o dinâmico e o final. O imediato é um interpretante abstrato que emana do poder interpretativo do signo. Por se tratar de um produto híbrido compartilhado na internet, os clipes de *iamamiwhoami* podem atingir qualquer público, sendo este não determinado previamente. Mesmo tratando-se de algo vago, percebe-se que o conteúdo do vídeo atrairá pessoas interessadas em narrativas audiovisuais e que se interessem minimamente por música eletrônica⁶.

⁵ "O signo icônico foi dividido por Peirce em três níveis, chamados de hipócones: imagem, diagrama e metáfora". (NICOLAU et alii, 2010, p. 13)

⁶ Por se tratar de um termo vago, aproveitamos este espaço para delimitar com mais precisão alguns gêneros musicais nos quais *iamamiwhoami* se insere: dreampop, experimental, synthpop.

O interpretante dinâmico relaciona-se com o efeito que a mensagem produz no intérprete através do signo, podendo este efeito existir de três formas: emocional, energético e lógico.

Por estarmos nos referindo a um videoclipe que constitui uma narrativa temporalmente construída pela banda, compreendemos que os interpretantes estão mais comumente situados dentro do *fandom* que se concretiza em volta do projeto audiovisual. O projeto *iamamiwhoami* busca, desde seus primeiros compartilhamentos, produzir mensagens icônicas que, através da convenção estabelecida pelos seus próprios fãs, tornam-se simbólicas. A prática de interpretação conjunta é constante neste universo, no qual as mensagens são entregues sem grandes explicações, cabendo aos seus interpretantes buscarem a significação unindo elementos visuais, sonoros e verbais constituintes dos videoclipes.

Dessa forma, antes de mais nada, a emoção emanada torna-se predominante entre os interpretantes dinâmicos dos vídeos, por despertar o sentimento de afeição pela artista que se mostra visualmente presente desde o início do projeto, unindo-se à sede pela interpretação simbólica de suas mensagens.

Em *Tap Your Glass*, os ícones anteriormente apresentados aos seus intérpretes tornam-se símbolos à medida que seus interpretantes analisam a mensagem. Alguns ícones ganham uma nova significação dependendo da mente que os observa: um exemplo disso é um dos papéis mostrados no clipe que, através do close da câmera, mostra a letra de uma música já conhecida dentre os fãs da banda: “*it’s how it goes*”⁷. Ao ser identificado, este ícone torna-se um símbolo: aqueles papéis representam as letras das músicas escritas por seus compositores. Estas letras são inseridas em garrafas e jogadas ao mar, sem endereçamento: elas buscam a sua audiência que, ao serem entregues, podem receber todo tipo de tratamento: estão sujeitas a serem analisadas, ignoradas, descartadas ou simbolizadas, isso vai depender da mente interpretante que a receberá.

De maneira simbólica percebe-se que as garrafas podem sugerir a materialização do próprio produto que é concebido pela banda: sua forma transparente e material condiz com seu formato híbrido de videoclipe que traz dentro de si uma mensagem única para cada capítulo disponibilizado pela artista.

⁷ Vale salientar que essa letra se refere a uma música que ainda não havia recebido sua versão em estúdio, conhecida pelos fãs apenas por sua performance ao vivo no primeiro show do projeto. Nesse momento o papel ganhou um valor indicial, de um signo que alguns de seus interpretantes já possuíam conhecimento.

Voltando ao conceito de interpretante dinâmico, é importante salientar que os fãs propriamente ditos da banda buscam informações adicionais que possam auxiliar no processo de construção simbólica de suas mensagens. Ou seja, cada pronunciamento público da artista em relação à sua obra torna-se peça constituinte de um grande quebra-cabeça montado em tempo real por esses interpretantes. Por isso, torna-se oportuno trazer à tona uma declaração feita por Jonna Lee (principal artista componente do *iamamiwhoami*, protagonista de todos os vídeos, compositora, diretora e criadora do projeto junto à Claes Björklund, produtor musical e *co-songwriter*), em um comunicado à imprensa, ao ser questionada sobre o tema do álbum *BLUE*, que é predominantemente água: “*It is a symbol of the digital world, a visualisation of where iamamiwhoami exists*”⁸.

Tendo esse conceito em mente (reiterando que apenas interpretantes específicos possuiriam provavelmente esse conhecimento), a simbologia de *Tap Your Glass* carrega em seus ícones a característica de metáfora ao se criar uma analogia entre a água e o mundo digital. O videoclipe, então, possui uma possível mensagem concreta a ser passada: ele simboliza o modo como a produção da banda é destinada aos seus seguidores. Sem endereçamento, o reflexo da artista corporificado (garrafas) em letras, imagens e sons é enviado ao vasto oceano (internet) no qual eles constroem seu próprio habitat, explorando a força da correnteza a fim de vivenciar sua eficácia em entregar sua mensagem a quem possa interessar: é assim que o mundo digital se apresenta para diversos artistas que buscam seu solo para se enraizar, tornando possível que cada espectador trace seu próprio caminho na rede e entre em contato com produtos que, por estarem localizados às margens da indústria fonográfica, não os alcançariam com facilidade por meios tradicionais de comunicação.

A simbologia temporal criada a partir das qualidades das cores utilizadas no videoclipe levantam a ideia de que esse trabalho realizado pelo projeto é contínuo e acontece em tempo real. A dedicação à criação e distribuição do conceito se estende dia e noite. Por se tratar de um conceito voltado para o mundo digital, o projeto carrega em si características de um organismo vivo, em constante mudança que pode ser retratado justamente pelo contraste de cores utilizada em *Tap Your Glass*.

⁸ (Água) é um símbolo do mundo digital, uma visualização de onde *iamamiwhoami* existe. Disponível em: <http://iambountyfan.com/post/93781736583/bluepress>. Acessado em 11 de julho de 2015. (Tradução nossa)



Figuras 4, 5 e 6: Aspectos simbólicos do videoclipe. Respectivamente: Papel contendo trecho de uma música, a artista demonstrando cuidado com seu produto e a artista mergulhando seu corpo no oceano.
 Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=r46Wcr58mCc>

Torna-se oportuno também verificar a letra da música que constitui a simbologia da mensagem enviada: a artista fala sobre aumentar sua voz para poder chamar a “nossa” atenção, convidando-nos a mergulhar no oceano e sentir a água salgada descendo por nossa garganta. Ela sugere que somos capazes de construir, juntos, novas ilhas neste imenso mar, o que poderia simbolizar um novo espaço interacional, uma comunidade sólida, um espaço destinado aos fãs e seguidores do *iamamiwhoami*. Este aspecto será reforçado no próximo tópico de nossa análise.

2. Abordagem dos signos presentes no universo do *iamamiwhoami*

Como já foi dito anteriormente, *iamamiwhoami* é um projeto audiovisual independente proveniente da Suécia. Por independente, compreendemos que a banda não está relacionada a nenhuma gravadora de grande porte, produzindo seu conteúdo e o distribuindo por conta própria. Porém, ao analisarmos a particularidade de sua narrativa e estrutura criada, temos consciência de que se trata de um produto que, como qualquer outro, requer manutenção, e aparatos tecnológicos de qualidade para captura de imagens em alta definição, além da presença constante na internet, já que este é o solo em que o projeto se firma.

Grande parte dos artistas atualmente lucram basicamente com turnês, sendo esta prática bastante rentável. No caso do *iamamiwhoami*, até o presente momento, a prática de shows presenciais não se mostrou um fator a ser explorado pela banda. Isso se prova pela

forma como os shows de cada álbum aconteceram: o primeiro concerto foi realizado via *streaming* pela banda, disponibilizado em seu site oficial de forma gratuita. O mesmo aconteceu com a única performance ao vivo de seu mais recente álbum, o *BLUE*, até o momento. A banda se apresentou em alguns festivais alternativos da Europa e poucas vezes em outros continentes.

A preferência pela apresentação virtual pode ser compreendida como uma maneira de oferecer de forma igual a todos os fãs uma experiência única que possa ser compartilhada dentro da comunidade, sem segregações. Por seu *fandom* ainda ser restrito e reunir pessoas localizadas em diversas partes do mundo, a forma mais acessível de criar-se uma comunhão entre seus seguidores é explorando as ferramentas que a internet proporciona.

Tap Your Glass, no contexto de significação simbólica de elementos inseridos na narrativa mostrou-se um videoclipe repleto de signos explorados pelo projeto que ganham sentido fora da narrativa audiovisual, atingindo uma esfera que vai além do produto principal do *iamamiwhoami*. Construindo um valor simbólico para aqueles que acompanham a produção da banda de perto, *Tap Your Glass* estendeu seus signos para outra etapa do processo de consumo do produto.

Primeiramente, ao encarar o título do videoclipe, percebemos uma linguagem imperativa: existe uma ordem, que convida o interpretante à uma ação. *Tap Your Glass* significaria, ao pé da letra, “toque em seu vidro” (no caso do videoclipe, através de seus ícones, podemos relacionar o “vidro” às garrafas presentes na obra). De forma metafórica, compreendemos que “tocar no vidro” representa uma ação que produz uma consequência, minimamente sonora. O toque em um vidro pode remeter a momentos que antecedem um discurso, vistos com frequência em cenas de filmes nos quais as personagens desejam deferir algumas palavras para seus convidados antes de um jantar: para silenciar o burburinho ao seu redor, o barulho de um objeto (garfo, faca, colher) tocando o vidro de um cálice, por exemplo, é efetivo. O barulho chama a atenção dos que estão presentes e todos silenciam para ouvir o que a pessoa pretende dizer.

Dessa forma, podemos compreender que “*Tap Your Glass*” é um convite a levantar sua própria voz, chamar atenção, se fazer ouvir. A letra da música carrega essa simbologia no início, ao conter “*Tap my glass, raise my voice to call upon your attention*”⁹. Percebe-se que a artista tem um discurso a ser feito, e esse discurso pode chegar ao seu intérprete de

⁹ Toco (bato) em meu vidro, aumento minha voz para chamar a sua atenção. (Tradução nossa)

diversas formas. No caso do videoclipe em questão, esse discurso se solidifica em formato de uma garrafa com letras de música dentro, jogadas no oceano (analogia à internet, dentro desse contexto).

Para reforçarmos a ideia de proferir um discurso através do título da música, atentemos para outro momento da letra: “*we’re creating new islands*”¹⁰. Pouco antes da publicação de *Tap Your Glass*, o projeto *iamamiwhoami* anunciou o lançamento do álbum *BLUE*, que estaria disponível em versões física e digital. A versão digital posteriormente foi divulgada como “*the BLUE island*”. Percebemos aqui uma conexão direta entre a letra de *Tap Your Glass* e a ambiência digital construída pela banda. Em junho de 2015, o *To Whom It May Concern*. comunicou à comunidade que “*the BLUE island*” passaria a se chamar “*the ISLAND*”, abraçando dessa forma o conceito de todo o projeto e não apenas de seu mais recente álbum.

Dentro da *BLUE island* (que só pode ser acessada por aqueles que compraram a versão digital do álbum *BLUE* ou o acesso à nova *ISLAND*) existem sessões que dividem o ambiente em *downloads*, apresentações e compartilhamento. Nesta última sessão, nos deparamos com outras sessões que a constituem, uma delas chamada de “*Tap Your Glass*”.

O conceito de compartilhamento e discurso agora toma forma dentro do ambiente digital: a sessão traz uma mensagem breve que diz “*we value our independence. you can help us grow by sharing. this way we can maintain our creative freedom*”¹¹ seguida por uma caixa de texto na qual o usuário pode escrever o que desejar utilizando, se quiser, *hashtags* sugeridas na própria sessão (*#diveintotheblue*, *#tapyourglass* e *#outoftheblue*). Ao pressionar “*TAP*” (botão localizado abaixo da caixa de texto), o usuário é levado ao *website* do *Twitter* para que seja efetuado o *login* na rede social e sua mensagem seja compartilhada com seus seguidores.

¹⁰ Estamos criando novas ilhas. (Tradução nossa)

¹¹ Nós valorizamos nossa independência. Você pode nos ajudar a crescer através do compartilhamento. Dessa forma, podemos manter nossa liberdade criativa. (Tradução nossa)

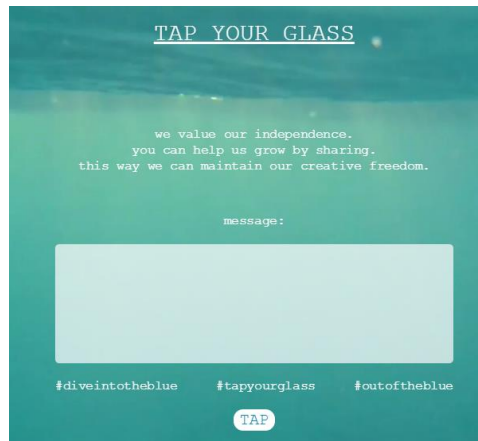


Figura 7: Screenshot retirada da BLUE island, dentro da sessão “SHARE”.
 Fonte: <http://towhomitmayconcern.cc/blue/>

O diálogo construído pelo projeto com seu público é transparente (ideia que, oportunamente, nos remete ao vidro), buscando reiterar a importância que a liberdade criativa implica em suas produções. A consciência do poder da voz de cada indivíduo que transita por aquele universo restrito é demonstrada de diversas formas pelo *iamamiwhoami*, seja incluindo seus fãs no processo de criação, seja fazendo-os participar de perto de suas produções ou simplesmente através de um simples pedido de compartilhamento. Artistas digitais cada vez mais percebem a importância da ressonância provocada pelos seus seguidores dentro das mais diversas redes.

Outro signo identificado no videoclipe e que ganhou vida fora da narrativa audiovisual é o das garrafas de vidro. Dois produtos foram criados no *shop* da *To Whom It May Concern*, utilizando-se da simbologia construída a partir de *Tap Your Glass*¹². Os produtos possuem um valor simbólico que ganha sentido apenas para aqueles que acompanham a trajetória da banda.



Figuras 8 e 9: “Bottle necklace” e “Message in a bottle”, dois produtos vendidos no *shop* da *To Whom It May Concern*, respectivamente.

¹² As garrafas são signos que foram utilizados em outros videoclipes de *iamamiwhoami*, mas é importante salientar que a primeira vez que elas foram apresentadas ao público foi em *Tap Your Glass*.

Fonte: <http://shop.towhomitmayconcern.cc/collections/belongings>

Os dois produtos acima representam esse valor simbólico constituído dentro do *fandom* do *iamamiwhoami*. Ao encarar uma garrafa de vidro com uma folha de papel dentro, dificilmente pessoas que não possuem conhecimento da banda relacionarão aquele signo com um artista audiovisual. A garrafa ganha uma simbologia diferenciada para um grupo de pessoas que, de forma convencionada, enxergam-na como um souvenir relacionado à artista que admiram. Jonna Lee comenta sobre o significado e a importância do compartilhamento em rede refletida nos itens vendidos em sua loja virtual:

Our shop items are all items from the *BLUE* series for our followers to support us whilst keeping within the concept of *BLUE*. It's important that all things coming from us have a creative relevance. The message in a bottle necklaces you refer to are a representation of that sharing is a forceful tool, as our followers know, being the makers of *iamamiwhoami*.¹³ (LEE, Jonna. *Bullet Magazine*, 2014)

É relevante salientar que o consumidor tem a opção de escolher qual música virá datilografada na folha de papel de sua garrafa, reforçando dessa forma a relação que cada fã possui com sua possível música favorita

3. Considerações finais

A análise semiótica de *Tap Your Glass* nos orientou a identificar signos que possuiriam diversos significados dependendo da mente a interpretá-los. Para artistas audiovisuais, a construção e consolidação destes signos é um fator de importância extrema caso exista uma mensagem a ser transmitida.

Se, em um primeiro momento, a configuração de um videoclipe parece-nos bastante complexa, devido ao imbricamento das matrizes sonora, visual e verbal, em um segundo momento, com apoio dos pressupostos da Semiótica é possível compreender como a escolha de determinados ícones manifestam-se enquanto índice e finalmente enquanto símbolos. Esse movimento participa do construção da mensagem que se revela no discurso da banda, tornado-se representativo do seu estilo, pelo movimento da significação.

¹³ Os itens de nosso shop são todos itens da série *BLUE* para nossos seguidores poderem nos dar suporte enquanto mantemos o conceito do *BLUE*. É importante que todas as coisas que vem de nós tenham uma relevância criativa. Os colares de mensagem na garrafa são uma representação de que o compartilhamento é uma forte ferramenta, como nossos seguidores sabem, por serem os construtores de *iamamiwhoami*. (Tradução nossa)

E esse projeto audiovisual conhecido por *iamamiwhoami* é repleto de significações, nem sempre de fácil interpretação, visto que é dever do interpretante explorar essas matrizes sonora, visual e verbal em busca de um significado único. Por isso, o trabalho de construção simbólica e compartilhamento de ideias não parte de todos os fãs da banda, mas é claramente uma prática em constante evolução. Desse modo, ao nos depararmos com signos que transpassam a barreira da narrativa audiovisual e ganham forma em outros contextos, a significação de cada um deles torna-se sólida, permitindo uma compreensão maior da proposta levantada pelo projeto independente.

As narrativas audiovisuais instituídas no espaço digital que se instaurou no contexto da cibercultura são capazes de criar, dessa forma, universos repletos de significados únicos para aqueles que estão inseridos nessas ambiências do ciberespaço. Projetos independentes como o *iamamiwhoami*, dificilmente alcançariam seus objetivos de disseminação de mensagem unida à utilização de artefatos audiovisuais em uma realidade na qual o compartilhamento e a mobilização de pessoas em busca de troca de ideias e experiências não fosse possível, como atualmente ocorre na internet.

REFERÊNCIAS

LEE, Jonna. *Iamamiwhoami on her new visual album and the struggle for creative freedom*. In: **Bullet**, 2014. Disponível em: <http://bulletmedia.com/article/iamamiwhoami-on-her-new-visual-album-and-the-struggle-for-creative-freedom/>. Acesso em: 20/06/2015.

_____. *Jonna Lee on BLUE press release*. In: **Iambountyfan**, 2014. Disponível em: <http://iambountyfan.com/post/93781736583/bluepress>. Acesso em: 20/06/2015

NICOLAU, Marcos et ali. *Comunicação e Semiótica: visão geral e introdutória à Semiótica de Peirce*. In: **Revista Temática**, ano VI, n. 08. João Pessoa, 2010. Disponível em: http://www.insite.pro.br/2010/Agosto/semiotica_peirce_nicolau.pdf

PONTE, Raquel; NIEMEYER, Lucy. *Matrizes da linguagem e pensamento como análise da identidade televisiva*. **Revista Tríades**, v. 1.1. Rio de Janeiro, 2010.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2012.

_____. **Semiótica aplicada**. São Paulo: Thomson Learning, 2002.

_____. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal**. São Paulo: Iuminuras, 2001.

SOARES, Thiago. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012. Disponível em: http://www.insite.pro.br/elivre/clip_thiago_pc.pdf