



Apropriação, identidade e ressignificação em videoclipes pop: uma análise semiótica¹

Pedro Savir da COSTA²

Ricardo Jorge de Lucena LUCAS³

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

Produzido como trabalho final da disciplina de Semiótica e Comunicação, o artigo utiliza dois produtos do gênero videoclíptico como um auxílio no exercício dialético do pensar semiótico, fazendo, para isso, um uso superficial da gramática especulativa conceituada por Pierce. Passando por concepções como a de apropriação e identidade, os videoclipes *Bad Girls* e *Run The World (Girls)*, respectivamente das cantoras M.I.A. e Beyoncé, são analisados sem nunca deixar de lado a idéia de recorte, seja nos diagnósticos quanto aos signos que as produções propagam, nas classificações quanto os divergentes modos se apropriar, ou nas questões identitárias que permeiam a concepção, a feitura, a divulgação e as performances observadas nas obras.

PALAVRAS-CHAVE: videoclipe; semiótica; identidade; apropriação.

1. Introdução

A ciência dos signos, da significação e da cultura, das mais novas no panorama das chamadas ciências humanas, apesar de possuir três alegadas origens (praticamente simultâneas, nos Estados Unidos da América, na Europa Ocidental e na então União Soviética), foi reconhecida apenas no século XX como um campo de estudos. Este “surgimento” espacialmente tão dispare, mas de localização temporal tão próxima, corrobora com a ideia de Santaella de que a ascendente proliferação de códigos e linguagens (e dos meios de produção, reprodução e comunicação) culminou no florescimento de uma chamada consciência semiótica, “consciência da linguagem” que viria a gerar a necessidade “de criar dispositivos de indagação e instrumentos metodológicos aptos a desvendar o universo multiforme e diversificado dos fenômenos de linguagem.” (SANTAELLA, 1983, p. 16).

A semiótica, termo advindo da raiz grega *semeion*, traduzível na língua portuguesa para algo como *signo*, tem por objeto de estudo e investigação todas as

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de junho de 2015.

² Professor do Curso de Comunicação Social e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da UFC, email: ricardo.jorge@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Publicidade e Propaganda da UFC, email: pedrosavir@gmail.com



linguagens possíveis, uma vez que “todo e qualquer fato cultural, toda e qualquer atividade ou prática social constituem-se como práticas significantes, isto é, práticas de produção de linguagem e de sentido” (SANTAELLA, 1983, p. 13).

A linguagem videoclíptica, com clara influência da videoarte como o gênero televisivo pós-moderno que a corporifica, possui uma estética própria, híbrida, que converge imagem, som e montagem passando pelas teorias do cinema, pela abordagem da própria televisão e pelos ecos da retórica publicitário-mercadológica – atualmente veiculados em canais televisivos especializados ou disponibilizados para streaming online, os videoclipes (em geral filmes curtos, com uma forte pulsão rítmica e uma duração aproximada da música que representa, narra, ilustra, complementa ou, talvez, transcreve, no que seria uma concepção da tradução intersemiótica) são uma poderosa ferramenta de divulgação de artistas pop, incluindo as que serão analisadas neste texto.

2. Metodologia

Dentre os três citados, o berço que mais levaremos em conta para a análise do recorte determinado é o norte-americano. Tendo como pai o, entre outras especializações-não-tão-especializadas, cientista, matemático, filósofo e lógico Charles Sanders Peirce, a teoria semiótica peirceana tem três ramos principais: o primeiro, mais lembrado durante o século passado e muitas vezes reconhecido como a totalidade da obra de Peirce, foi batizado como gramática especulativa e é o selecionado para a presente análise por estudar os mais diferentes tipos de signo e as formas de pensamento que eles viabilizam; os outros dois braços se chamam lógica crítica e retórica espetacular ou metodêutica e se dedicam a estudar os modos de condução de pensamento e os métodos a que cada um dos tipos de raciocínio dá origem, respectivamente.

A conjuntura atual, em que o universo de signos aumenta exponencialmente, cria uma demanda por compreensão, reflexão, análise e diálogo que cresce ininterruptamente. Para tal, encontramos no primeiro ramo da corrente semiótica de Peirce uma valiosa fonte de conceitos, entre tipos de signos e de misturas signicas. É possibilitada assim a retirada de estratégias metodológicas para a leitura e análise dos chamados “processos empíricos de signo”: imagens, publicidade, literatura, canções, filmes, entre outros – como os videoclipes, mais recentemente concebidos.

Fazendo uso do entendimento de signo de Pierce, concebido como Lógica e nesse ramo específico baseado na tríade do quali-signo (ícone), base do ponto de vista qualitativo-icônico; o sin-signo (índice), do ponto de vista singular-indicativo; e olegi-signo (símbolo), do convencional-simbólico, uma vez que este “certamente a mais importante quando se pretende analisar



semioticamente linguagens manifestas, visto que ela nos fornece as definições e classificações gerais de todos os tipos de códigos, linguagens, signos, sinais etc.” (SANTAELLA, 2002, p. 47), será feita uma análise comparativa entre os cliques de *Bad Girls*, de M.I.A. e *Run the World (Girls)*, de Beyoncé.

O objetivo com isso é, com o auxílio da semiótica, chegar a uma enatuação quanto à mutável questão da identidade e da apropriação cultural no pós-moderno, fazendo uso dos signos presentes nos videoclipes e passando pela concepção social de identidade em diferentes espaços, com atenção especial a algumas, como a de gênero.

Uma mudança estrutural diferente é a que está transformando as sociedades modernas desde o final do século passado através da fragmentação das paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, essas que, anteriormente, nos localizavam como indivíduos sociais com facilidade. Estas transformações mudam nossas identidades pessoais, abalando a concepção de um sujeito integrado e estável. Esse processo é por vezes denominado de deslocamento do sujeito, e este, quando deslocado tanto de seu lugar no mundo social cultural quanto de si mesmo, adentra na chamada “crise de identidade para o indivíduo” (HALL, p. 09, 2011).

Esse deslocamento dá base aos regimes de “apropriação cultural” nas produções da pós-modernidade. O tema ainda é subteorizado na academia brasileira, sendo o assunto estudado ainda sobre outras alcunhas, como hibridização, que dão outro peso político à caracterização.

Outra das objeções formuladas ao conceito de hibridação é que pode sugerir fácil integração e fusão de culturas, sem dar suficiente peso às contradições e ao que não se deixa hibridar. (...) Uma teoria não ingênua da hibridação é inseparável de uma consciência crítica de seus limites, do que não se deixa, ou não quer ou não pode ser hibridado. (CANCLINI, 2001, p. XXVII).

Definida de maneira simples como o uso dos símbolos, artefatos, gêneros, rituais ou tecnologias de uma cultura por membros de indivíduos que se identificam como de outra (ROGERS, 2006, p. 474), a apropriação é intrínseca às relações entre as culturas “abertas”. E são essas relações, na taxonomia de Rogers, que subdividem os tipos de apropriação em quatro: troca cultural (intercâmbio recíproco dos elementos supracitados entre culturas de poder relativamente igual – uma definição utópica, quando se pensa na questão dos recortes; um povo, uma cultura, pode ter mais poder bélico que outras, mas menos influência midiática globalmente, assim como pode ter sido colonizada e atualmente atuar em uma postura com traços neocolonizadores); dominância cultural (uso dos elementos de uma cultura dominante por membros de uma cultura subordinada, incluindo apropriações que enatuam resistência); exploração cultural (a apropriação de elementos de uma cultura subordinada por uma dominante, sem



permissão ou reciprocidade substancial); por último, a transculturação (elementos criados por duas ou mais culturas, em que identificá-las com uma única é problemático).

Numa concepção sociológica, a identidade preenche o espaço entre o “interior” e o “exterior” entre o mundo pessoal e o público. Por conta disso, é importante que contextualizemos a obra e a biografia de ambas as cantoras.

3. Análise: as artistas, os contextos e as obras

Mathangi Arulpragasam, também conhecida como Maya, é uma artista londrina de ascendência cingalesa que em suas produções mistura e se apropria das culturas (muitas vezes já advindas de outras apropriações) do rap, do hip-hop, do reggae, do electro, e até mesmo do funk carioca, presente em uma das suas primeiras produções de sucesso; ainda assim, a cantora, reconhecida profissionalmente como M.I.A., pode ter o material que produz considerado pop, atualmente atingindo uma projeção massiva.

M.I.A., desde seu nome artístico, advindo de um jogo acronômico entre a sigla em inglês “*Missing In Action*” (usada para reportar a ausência em campo de um profissional em seu horário de trabalho, normalmente utilizada no contexto policial ou bélico) e *Acton*, o nome de seu bairro na Inglaterra, é um personagem interessante para se falar de identidade e de apropriação no pós-moderno.

Natural da Inglaterra, retornou ao Sri Lanka, país de seus pais, logo nos primeiros meses de vida; anos depois, voltaria refugiada a sua cidade de nascença, Londres, sem antes deixar de passar uma temporada na Índia, e viraria uma expoente (ao longo da sua pouco mais de uma década de carreira, já foi nomeada a prestigiados prêmios da indústria fonográfica *mainstream*, como o *Nationwide Mercury Prize*⁴, o *Brit Awards*⁵, o *Grammy Awards*⁶ e aos *Academy Awards*⁷, conhecido no Brasil como Oscar) do rap.

O rap, gênero musical de origem americana, é neste recorte descritivo uma expressão, no contexto do imperialismo cultural, possivelmente interpretável como hegemônica; contradizendo a afirmação anterior, contudo, ela é também negra, e, assim, essencialmente não-hegemonica, priorizando desta vez o recorte histórico da colonização na América do Norte, encabeçada pela supracitada Inglaterra – casa e “casa grande” da qual M.I.A. faz e não faz parte, pertence e não pertence de diferentes formas ao mesmo tempo.

⁴ Prêmio atribuído para o melhor álbum de música do Reino Unido, criado pela Indústria Fonográfica Britânica e pela Associação Britânica de Negociadores Discográficos.

⁵ Prêmios anuais da música no Reino Unido, fundados pela Indústria Fonográfica Britânica em 1977.

⁶ Mais prestigiado prêmio da indústria musical internacional, apresentado pela National Academy of Recording Arts and Sciences dos Estados Unidos.

⁷ A maior premiação anual do cinema internacional, fundada em Los Angeles em 1927 pela Academia de Artes e Ciências Cinematográficas.



São muitas as negociações entre hegemonia e contra-hegemonia, opressão e oprimido, colonizador e explorado; o sujeitos estão deslocados de muitas maneiras.

Bad Girls, a obra selecionada, não tem compreensão identitária mais fácil: se tem sua trilha composta e interpretada pela complexa M.I.A., é produzida e lançada sob um selo americano, mas dirigida por Romain Gavras, franco-grego. Vale ressaltar: não por acaso o radical “clipe”, em videoclipe, significa recorte, pinça ou grampo.

Projetamos a “nós próprios” nessas identidades culturais, ao mesmo tempo em que internalizamos seus significados e valores, tornando-os parte de nós, contribuindo assim para alinhar nossos sentimentos subjetivos com os lugares objetivos que ocupamos no mundo social e cultural. Esses lugares, contudo, estão em constante mudança na atualidade. O sujeito está cada vez mais fragmentado – os próprios processos de identificação, “através dos quais nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático” (HALL, 2011, p. 13). A identidade se tornou uma “celebração móvel” formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados e interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É exatamente aí que se encontra a relevância dos videoclipes em análise.

Tecendo imagens e narrativas da realidade, os enredos e imagens dos meios midiáticos serão absorvidos no cotidiano de milhares de pessoas e se transformarão nos códigos interpretativos com os quais elas abalizam o mundo e tecem suas próprias narrativas pessoais. (JAGUARIBE, 2007, p. 30)

Ainda que usadas como objetos de uma discussão maior, essa elucidação quanto ao contexto gregário de Matangi é importante, assim como será a de Beyoncé, para evidenciar suas referências e propostas enquanto artistas, e, enquanto artistas, possíveis agentes de mudanças sociais. E tão importante quanto isso é o cenário histórico em que ambas se localizam. Todo este tópico funciona como propedêutica, um prelúdio para a melhor compreensão dos signos que serão apontados. Isso foi conceituado por Pierce como experiência colateral, ou seja, a intimidade prévia com o que um signo denota.

Bad Girls (Maya "M.I.A." Arulpragasam, Nate "Danja" Hills, Marcella Araica), primeiramente divulgada em uma mixtape de 2010, *Vicki Leekx* (posteriormente em plataformas digitais, no início de 2012, mesma época em que o videoclipe é produzido, visando o lançamento como parte de um álbum de inéditas, *Matangi*, em novembro de 2013), é publicizada em um contexto social-identitário não menos complexo, mas recorrente em sociedades distintas – talvez todas as citadas até agora: o da opressão do sexo feminino. O foco, contudo, é lançado no Oriente Médio.



Vivendo sob o regime islamita, em que as linhas de separação entre Estado e religião são intensamente nubladas, as mulheres têm suas liberdades individuais restringidas e sua sexualidade reprimida desde uma tenra idade. O feminino é tratado como motivo de vergonha, repulsa e culpa, ao menos quando observado sob o ponto de vista científico-ocidental.

Alguns estudiosos ocidentais acreditam que existe uma condição específica da mulher no contexto do Islã, caracterizada pelo isolamento e pelo controle da sua sexualidade de forma bem mais extrema do que em outras sociedades. Na visão de Peter Demant, em sua obra “O mundo muçulmano”, o processo de segregação da mulher foi feito em nome da proteção os homens contra a tentação sexual. Para não distrair os homens, por exemplo, elas rezam separadamente na mesquita. A associação da mulher à sexualidade e, por outro, a necessidade de o homem controlar essa sexualidade em favor de sua honra, resultou no enclausuramento do objeto de desejo. Entretanto, os versículos do Alcorão que regulam e limitam o comportamento da mulher são poucos e passíveis de múltiplas interpretações. A situação da mulher no islã reflete mais valores e necessidades de uma sociedade tribal, como da época na qual ele surgiu, do que valores especificamente religiosos. Há, portanto, um entrelaçamento entre normas sociais e preceitos religiosos. (SOUZA, 2008, p. 4)

No clipe em questão, mulheres vestem as típicas vestimentas que as cobrem quase completamente. O sentido destas, de recatção, porém, é subvertido; vindo em padronagens chamativas e sensuais, mulheres se cobrem voluntariamente como forma de empoderamento. A cena em que uma das personagens dirige um carro, ato que é coibido socialmente, relembra também muito mais os manifestantes que se cobrem durante um protesto tentando evitar o reconhecimento do que um ato de pudor. É uma ressignificação, uma apropriação.

A primeira pessoa a utilizar a expressão “apropriação cultural” neste contexto acadêmico estava também analisando as mesmas identidades. A pesquisadora americana Helene Shugart cunhou a expressão em “Counterhegemonic Acts: Appropriation as a Feminist Rhetorical Strategy” (“Atos contrahegemônicos: apropriação como uma estratégia retórica feminista”, em tradução livre), no ano 2000.

“Recortando” ainda mais, a apropriação de resistência é definida por Rogers como uma estratégia retórica da categoria da apropriação de dominância cultural que ocorre quando grupos oprimidos se apropriam da hegemonia para sobreviver à ela, assim como para uma compensação psicológica e/ou para a opor a esta.

A apropriação de elementos de uma cultura dominante por grupos subordinados pode desnaturalizar os sistemas de representação da cultura dominante, provendo assim uma possibilidade de forma de agência. (...) Agência não nasce do vácuo, mas constitui e é constituída por ambientes e articulações discursivas, culturais, políticas e econômicas, incluindo aí atos de apropriação cultural (ROGERS, 2006, p. 485).



Essa classificação, de “resistência”, vai ao encontro de uma situação factual no Oriente Médio, onde mulheres chegam a ser presas por tentarem guiar um automóvel. Pode-se checar tal fato na notícia veiculada pelo jornal *Estadão* em outubro de 2013 a seguir:

Dezenas de mulheres sauditas tomaram as estradas do país neste sábado, desafiando uma nova onda de avisos do governo e da polícia sobre acabar com a luta contra a proibição das mulheres dirigirem. No total, mais de 100 mulheres em todo o país afirmaram ter tomado o volante em protesto. Ao longo do dia, as manifestantes postaram vídeos e fotos na internet que as mostravam no volante, dirigindo em direção a restaurantes e supermercados, passando por vários veículos no caminho, dirigidos por homens. Embora não haja uma lei específica sobre o assunto, mulheres não têm direito à carteira de habilitação no reino do Golfo Pérsico. Antes do início da campanha, a polícia avisou que "usaria a força" contra qualquer um que tentasse perturbar a ordem pública. (...) A campanha é uma rara demonstração de desafio na Arábia Saudita. O primeiro grande protesto do gênero ocorreu em 1995. Na ocasião, 50 mulheres foram detidas por um dia após dirigirem, tiveram os passaportes confiscados e perderam seus empregos. Já em junho de 2011, cerca de 40 mulheres assumiram o volante em várias cidades do país, numa manifestação que teve início após a prisão de uma saudita que havia postado um vídeo de si mesma dirigindo. (ESTADÃO)

A tal “visão ocidental” citada, entretanto, é um prisma de observação cada vez mais presente no oriente, apesar da opressão de seus regimes totalitaristas. O videoclipe de *Bad Girls* é um retrato dessa situação – jovens mesclam os trajes tradicionais e ritualísticos com roupas tipicamente ocidentais (ainda que característicos de subculturas, como a do rap e do hip hop), como moletons e tênis de marcas famosas (o próprio uso destas vestimentas em sua origem já configura uma apropriação: a de classe, por parte de um grupo que era explorado na lógica escravocrata e, atualmente, também o é na capitalista; essa própria lógica, num processo de retroalimentação, posteriormente a absorve). Um dos fatores responsáveis para isso é o imperialismo midiático e a divulgação de valores através da indústria cultural ocidental, sendo os Estados Unidos da América os maiores produtores de conteúdo nesta alçada. Vale lembrar que se de um lado existe a dominância cultural, em que uma minoria política absorve (ou é coagida a absorver) elementos da maioria mais poderosa (nesse caso, fala-se de relevância midiática, mas não se pode esquecer que esta se alcança através de outros poderes), há também a exploração cultural: no fim das contas, as inclinações políticas e sensibilidades assumidas não mudam o fato da produção sobre a qual se discute ser ocidental.

Um grande nome da indústria fonográfica atual, por sua vez, é Beyoncé Knowles, homenageada pelo RIAA⁸ como a artista com mais certificações de venda na última década e, iniciando sua quarta década de vida e de carreira, ganhadora de centenas de prêmios. É, inclusive, a segunda maior vencedora de Grammy's da história.

⁸Recording Industry Association of America, em português Associação da Indústria de Gravação da América.



Se as conquistas não são poucas, as contradições também não são: Beyoncé, auto-identificada como negra, é extremamente bem sucedida em um sistema branco e remanescente do colonizante em seu cerne, apesar de sua origem afro-descendente.

Constante e repetidamente nas especulativas listas de pessoas mais influentes do planeta de publicações especializadas⁹, ela usa de sua valência para chamar atenção às questões que julga pertinente: teve posicionamento e participação ativa na eleição (e na reeleição) do presidente americano Barack Obama e, mais recentemente, pagou a fiança de manifestantes de Ferguson e Baltimore, por exemplo. A crescente politização em suas produções é facilmente notável, ao passo que sua identificação com questões (e expressões culturais) dos movimentos negros e feministas são externadas. Tal processo vai ao encontro das reflexões de Stuart Hall: “Uma vez que a identidade muda de acordo com a forma como o sujeito é interpelado ou representado, a identificação não é automática, mas pode ser ganhada ou perdida. Ela tornou-se politizada.” (HALL, 2001, p. 22). Se há pouco mais de uma década ela clamava intempestiva pela “independência feminina” ao lado do extinto grupo Destiny’s Child, o qual liderava, em ****Flawless* (Knowles, Nash, Chauncey Hollis, Rey Reel), música de sua última produção, autointitulada e lançada no fim de 2013, ela sampleia diretamente o discurso feminista de Chimamanda Ngozi Adichie, escritora nigeriana acadêmica da Universidade de Yale, reconhecida por seu ativismo político.

Na via contrária, o machismo, identificado como uma retórica ideológica que prega a superioridade do homem sobre a mulher, até meados do século passado era algo visto de maneira muito mais natural em nossa sociedade. Desde as conquistas da mulher ocidental quanto a sua emancipação nas últimas décadas (incluindo aí o direito ao voto, à direitos trabalhistas, à representação política – e a dirigir), começa-se a reconhecer esta enraizada reprodução ideológica como incorreta, injusta, ilegítima e, em alguns casos, ilegal. Ainda assim, continua fácil observar a influência patriarcal dos últimos milênios nos discursos de alguns. E por “alguns”, compreende-se muitos.

A agressiva música *Run the World (Girls)* (The-Dream, Beyoncé Knowles, Nick van de Wall, Wesley Pentz, David Taylor, Adidja Palmer), foco desse trabalho, é outra obra estrelada por Beyoncé que alude à este tema, recorrente em sua carreira.

⁹Listas como as das edições que revelam as 100 pessoas mais influentes do mundo da Time (revista de notícias semanal mais vendida da América), da Forbes (revista quinzenal americana de economia e negócios) e da Vanity Fair. (publicação estadunidense com foco no entretenimento). Beyoncé esteve presente nas 3 no ano de 2013, por exemplo.

4. Classificação

Como dito, os objetos de análise deste estudo são os clipes de *Bad Girls*, de M.I.A., e de *Run the World (Girls)*, de Beyoncé. “O objeto é aquilo que determina o signo e que o signo representa”, diz Santaella (2002, p.23), e se divide em dois: o objeto dinâmico e o objeto imediato. Nestes casos, o dinâmico de ambos é o papel imposto e o papel almejado da mulher na sociedade atual e é este o motivo das duas produções estarem juntas nessa análise. Já o imediato é o recorte específico dado ao assunto por cada um dos clipes e também as duas concepções do tema dadas pelas produções, evidenciada já em suas letras.

Já o interpretante, a terceira parte da tríade do signo de Pierce, também se divide em dois recortes: o imediato, que é, basicamente, o potencial interpretativo de um signo; o emocional, que provoca qualidade de sentimento; o energético, provocador de ação física ou mental em sua compreensão, que consome energia; e o terceiro, lógico, que demanda uma interpretação lógica através de regras associativas.

Outros pontos compartilhados entre as produções são, além do ritmo musical pop permeado por influências estilísticas “étnicas”, sua contemporaneidade e até mesmo um produtor em comum (Danja não é creditado na música interpretada por Beyoncé, mas sua participação é reconhecida), alguns de seus signos, os quais classificarei quanto suas propriedades agora. Vale a pena ressaltar, entretanto, que “as três propriedades são sempre onipresentes em todos os fenômenos” (SANTAELLA, p.14), ou seja, tais qualificações se interpolam, se comunicam, possuem interseção. O que será apontado é uma possível dominância que os caracterizem.

Essas propriedades não são excludentes. Na maior parte das vezes, operam juntas, pois a lei incorpora o singular nas suas réplicas, e todo singular é sempre um composto de qualidade. Quase todas as coisas, se não todas, estão sempre sob o domínio de uma lei, de modo que, no mais das vezes, as três propriedades estão operando conjuntamente. (SANTAELLA, p.14)



Captura 1 de *Bad Girls* e 1 de *Run the World (Girls)*

Ambos os clipes se passam em um terreno ardente de destruição e conflito. A coloração do primeiro é puxada mais ao azul, apesar do terreno árido – numa análise mais aprofundada, remetaria ao interpretante dinâmico uma visão mais natural, um sentimento de quem é natal à algum lugar. Já

a segunda, com uma fotografia mais ligada a cor amarela, capta uma reprodução mais alegórica de uma realidade, provocando um sentimento vago de caricaturização. Assim também fazem outros elementos estéticos presentes no videoclipe: certos objetos, animais, roupas etc. Essas imagens configuram quali-signos, ícones marcados pelas suas qualidades – as citadas cores, por exemplo.



Captura 2 de *Bad Girls* e 2 de *Run the World (Girls)*

Já os índices, sin-signos, tem seu sentido advindo de uma conexão mental. É o caso da figura do cavalo, no caso do primeiro clipe montado por um homem e no segundo pela própria Beyoncé. O cavalo está associado a figura do cavaleiro, do guerreiro medieval (e não do guerrilheiro); está também associado, no mundo mulçumano, à figura de Buraq, criatura meio-equino meio mulher que carregou o profeta do islã Maomé, homem, em suas costas durante a *Miraj*, sua ascensão aos céus; já no da mitologia helênica, que viria a influenciar intensamente o mundo ocidental, à figura das amazonas, grupo de guerreiras formado apenas por mulheres.



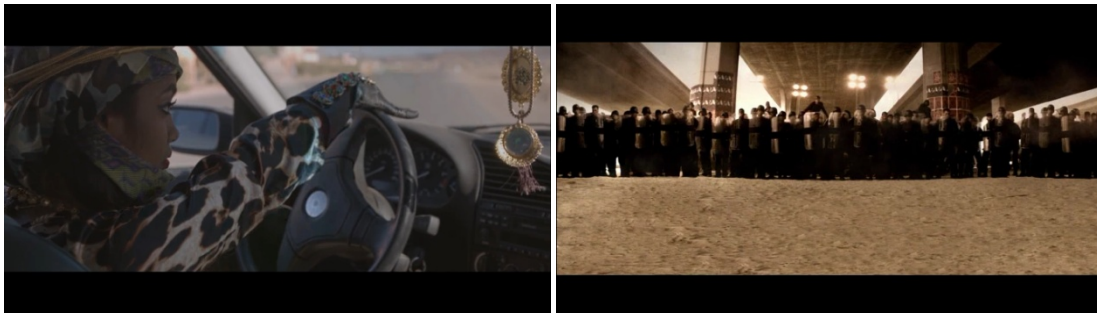
Figura indiana de Buraq do século 17 e a segunda face de um vaso grego do ano de 420

A.C. retratando uma amazona.

Essa associação só é feita com algum esforço mental e repertório cultural por parte do intérprete, portanto seu interpretante é energético, típico desde signo. Ele despende uma ação física ou mental para sua compreensão.



Captura 3 de *Bad Girls* e 3 de *Run the World (Girls)*



Captura 4 de *Bad Girlse* 4 de *Run the World (Girls)*

É o mesmo caso dos índices presentes para o militarismo. As armas empunhadas pelas mulheres em *Bad Girls* e a estampa militarista criada com o intuito da camuflagem usada no traje de uma delas são associadas diretamente à exércitos militares, assim como, no segundo clipe, os quepes utilizados pelas “amazonas” e a continência batida durante a coreografia e ao final do vídeo. Tais elementos, quando usados pelo feminino de *Run The World (Girls)*, são referências irônicas, paródicas – do mesmo modo o é quando Beyoncé ergue o dedo médio, uma referência ao órgão sexual masculino. Já quando usadas pelos homens, não. E nesse caso, são os já conceituados ícones, por imagem ou diagrama, com uniformes, escudos, carros e tanques característicos, uma vez que a semelhança entre os signos e o que se tenta significar são bastante evidentes.



Captura 5 de *Bad Girls* e 5 de *Run the World (Girls)*

Se no primeiro videoclipe se faz uso da linguagem árabe em “ةئىستاي تفل”, que significa *Bad Girls*, o nome da cantora desta música aparece em ambos os alfabetos árabe e romano. Em *Run The World (Girls)*, por sua vez, um carro possui a inscrição

“REVOLUTION”. Só é possível compreender tais passagens por existir um tipo de acordo, um sistema de regras e leis que as regem. Os da, respectivamente, línguas árabe e inglesa, que determinam o significado das palavras pertencentes aos tais códigos linguísticos. A interpretação do legi-signo ocorre através de uma regra interpretativa internalizada, ou seja, da propriedade de lei, como as das palavras e as do direito. Assim agem os símbolos, através de conexões criadas pelo objeto e seu interpretante, o lógico, em que o símbolo está associado ao objeto que representa através de um hábito associativo.



Captura 6 de *Bad Girls* e 6 de *Run the World (Girls)*

Outro símbolo, menos explícito, é o dos carros. Essa falta de explicitude é importante, pois para agir como signo, símbolo não deve ter uma ligação factual com seu objeto, assim como independe de qualquer semelhança, como dito por Peirce. Apenas em alguns lugares do Oriente Médio existem leis que proíbem explicitamente as mulheres de dirigirem, mas na maioria dos países, elas apenas não possuem esse direito. Quando tentam guiar um carro, como nos protestos supracitados, são detidas. Existe, portanto, um acordo que liga os carros aos homens e, portanto, trata-se de um legi-signo. O mesmo, em um nível menor, ocorre no ocidente, materializado no clipe de Knowles. Aqui, a publicidade do mercado automobilístico ainda é voltada ao público masculino, por exemplo, pois são eles os maiores consumidores. Décadas atrás, elas eram uma ínfima parcela da porcentagem de motoristas, denotando certo contrato social que liga o homem ao carro, de forma menos opressora, mas relacionada ao que ocorre no oriente. O automóvel passa, então, a ser um símbolo do masculino.

5. Conclusão

Concluimos, portanto, que os dois objetos tratam os signos de maneiras diferentes. M.I.A. se apropria do que remete ao masculino, como os carros, relação já aclarada, e o militarismo (uma vez que mulheres não podem servir nos exércitos do Oriente Médio e há algumas décadas não o podiam também no ocidente); ela tenta alcançar um novo local no mundo se colocando ao lado do homem, numa posição de



paridade, ainda que também seja de provocação. A relação com estes símbolos, o carro e o militarismo, são explicitadas também durante a música:

“My chain hits my chest When I'm banging on the dashboard My chain hits my chest When I'm banging on the radio Get back, get down Pull me closer if you think you can hang” M.I.A. – Bad Girls.	“Minha corrente bate no meu peito Quando eu agito perto do painel Minha corrente bate no meu peito Quando eu agito perto do rádio Pra trás, se abaixe Me puxe pra perto se você acha que aguenta” Tradução livre.
---	---

Outro ponto de apropriação desta produção é a do ocidente. Como já dito, os jovens misturam elementos tipicamente ocidentais em suas vestimentas. Correntes, coletes, estampas, calçados, óculos. Muitos destes elementos fazem parte da citada subcultura do rap, original das comunidades negras dos Estados Unidos.

Outro elemento dessa relação são os dutos em que se aglomeram os espectadores das perigosas corridas demonstradas no clipe. Esses dutos revelam uma ligação com o resto do mundo, como veias que percorrem um único corpo. Essa região é rica em petróleo, e uma parcela deste valioso recurso mineral abastece outras partes do mundo, inclusive (os carros da e) a parte oeste, que cada vez intervém mais em seu território, bélica ou midiaticamente.

O próprio símbolo do carro, já tão discutido, também poderia representar o ocidente, uma vez que estes são importados de montadoras que se localizam do lado poente do planeta. Mais uma vez, esses significados são reiterados na letra da música. A frase “Live fast, die young” é atribuída ao ator americano James Dean, que morreu no auge de sua juventude em 1955, com 24 anos, e ficou famosa ao ser título de sua biografia. Ele faleceu num acidente de carro, pouco depois de filmar Juventude Transviada (*Rebel Without a Cause*, 1955). Um *bad boy*, sem dúvidas – e é nesta posição, masculina e de rebeldia, que M.I.A. poe as mulheres. Com uma causa, entretanto.

Já na posse de Beyoncé, carros são amassados, explodidos e reduzidos a pó; quando na mão de homens, os veículos continuam intactos. Veículos classicamente militares, assim a caracterização dos homens. Existe até mesmo um embate físico entre Beyoncé, “heroína do feminino”, e os representantes do sexo masculino durante o clipe. As tais imagens do vídeo compactuam com muitos versos da música, que, de forma violenta, prega uma total “superação feminina”.

Some of them men think they freak this Like we do But no they don't	Alguns homens acham que conseguem fazer Isso como nós fazemos Mas não, eles não conseguem
---	---



Make your check come at they neck Disrespect us? No they won't <i>Beyoncé – Run The World (Girls)</i>	Jogue seu dinheiro na cara deles Nos desrespeitar? Não, eles não irão <i>Tradução livre.</i>
--	---

Por último, vamos ao significado dos cavalos em ambas as manifestações artísticas. Para isso, recorro mais uma vez às letras das músicas para confirmação.

Take it, take it Wheels bouncing like a trampoline When I get to where I'm going, gonna have you trembling <i>M.I.A. – Bad Girls</i>	Agente, agente As rodas pulam feito um trampolim Quando eu chegar onde quero, você vai estar tremendo <i>Tradução livre.</i>
--	--

Who run the world? Girls! Who run the world? Girls! Who run the world? Girls! <i>Beyoncé – Run The World (Girls)</i>	Quem domina o mundo? Garotas! Quem domina o mundo? Garotas! Quem domina o mundo? Garotas! <i>Tradução livre.</i>
---	---

Se os equinos remetem, como sin-signo, ao cavaleiro, estamos no campo semântico de um campo de batalha. Neste campo, outro signo quase oculto pode passar despercebido, mas possui forte significado: por alguns segundos, aproximadamente em 1 min e 55 seg no clipe da americana, uma placa com as indicações de Tbilisi, Tskhinvali e Gori é evidenciada. São cidades da Geórgia, país que em que um conflito armado com a Ossétia do Sul estourou apenas há 5 anos atrás, sendo uma das guerras mais recentes à época do lançamento do vídeo, 2011. Existem também inscrições em geórgico, um terceiro código linguístico. Retomando, em *Bad Girls* o cavalo é montado por um homem. Existe uma negociação em que a agência do gênero masculino não é ignorada, mas também não é abordada: em uma virada retórica, os homens são meros acessórios. Já em *Run The World (Girls)*, se uma mulher monta o cavalo, não é só porque é capaz. É porque é capaz, porque quer e porque precisa. Num sistema retórico de compensação diferente do primeiro, a mulher ocupa sozinha o espaço que foi lhe historicamente negado pelo patriarcado, enquanto os homens protagonizam o lado oposto do campo de batalha.

Os videoclipes se mostraram fontes ricas para se pensar os conceitos de classificação de signos de Pierce, perpassados pelas reflexões de Santaella, assim como os de identidade e apropriação, confirmando a tendência à fragmentação dos sujeitos observada por Hall e provendo material passível de classificação quanto a suas relações culturais consoante aos estudos de Canclini e Rogers.

Referências

A, SOUZA et al; **Por Trás do Véu**. 07 f. Artigo - Universidade Metodista de São Paulo, São Bernardo do Campo, SP, 2008.



BAD Girls. M.I.A. Direção: Romain Gavra. Maya "M.I.A." Arulpragasam, Nate "Danja" Hills, Marcella Araica. Ouarzazate, MA– RS, 2012. 04 min 09seg. Son, Color.

Beyonce And Jay Z Top Vanity Fair's List Of Influencers, Proving The Music Industry Is Still On Top. Huffington Post. 10 set 2013. Disponível em http://www.huffingtonpost.com/2013/10/09/beyonce-jay-z-vanity-fair_n_4072397.html> Acesso em 16 dez 2013.

BEYONCÉ Knowles. Forbes. Jun 2013. Disponível em <http://www.forbes.com/profile/beyonce-knowles/>> Acesso em 16 dez 2013.

CANCLINE, N. G. **Culturas Híbridas.** São Paulo, EDUSP, 1939.

DINIZ, T. F. N. **Tradução intersemiótica: do texto para a tela.** Cadernos de Tradução, número 3, Florianópolis, 1998. p. 313-338.

RUN the World (Girls). Beyoncé. Direção: Francis Lawrence. The-Dream, Beyoncé Knowles, Nick van de Wall, Wesley Pentz, David Taylor, Adidja Palmer Los Angeles, EUA, 2011. 04 min 50 seg. Son, Color.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** Rio de Janeiro, DP&A Editora, 2011.

JAGUARIBE, Beatriz. **O Choque do Real: Estética, Mídia e Cultura.** Rio de Janeiro: Rocco, 2007.

MAIS de cem mulheres sauditas dirigem em protesto. Agencia Estado. Estadão. 26 out 2013. Disponível em: <http://www.estadao.com.br/noticias/internacional,mais-de-cem-mulheres-sauditas-dirigem-em-protesto,1090055,0.htm>>. Acesso em 16 dez 2013.

ROGERS, A. Richard. **From Cultural Exchange to Transculturação: A Review and Reconceptualization of Cultural Appropriation.** Communication Theory 16.4, 2006.

SANTAELLA, L. **Semiótica aplicada.** São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SANTAELLA, L. **O que é semiótica.** São Paulo: Editora Brasiliense, 1983.

SHUGART, Helene A. **Counterhegemonic Acts: Appropriation as a Feminist Rhetorical Strategy.** Quarterly Journal of Speech 83.2, 1997.

SOARES, Thiago. **Videoclipe, o elogio da desarmonia: Hibridismo, transtemporalidade e neobarroco em espaços de negociação.** In: Anais do XXVII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. INTERCOM, 27, 2004. Porto Alegre.

The 2013 TIME 100 - Icons: Beyoncé. Baz Luhrmann. Time. Disponível em: <http://time100.time.com/2013/04/18/time-100/slide/beyonce/>> Acesso em 16 dez 2013.

XAVIER, M; SOARES, T; **Da Video-arte ao Videoclipe: Tecnologia e Linguagem Musical no Audiovisual.** 2012. 10f. Artigo - Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, 2012.

ZUCOLOTTO, Juliana. **O Paradigma da Imagem,** in: Semiosfera, nº 3, Rio de Janeiro: ECO/UFRJ, 2002.