

A Linguagem de Britney Spears no Videoclipe *Piece of Me*¹

*José Alves GARCIA NETTO*²

Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG

*Letícia de Sá NOGUEIRA*³

Centro Universitário Academia, Juiz de Fora, MG

Linha de Pesquisa: Comunicação e Mediação

RESUMO

Esta pesquisa se dedicou a realizar uma análise, através da semiótica, do videoclipe ***Piece of Me***, da cantora Britney Spears, com o objetivo de entender os sentidos discursivos e imagéticos contidos na produção deste videoclipe. Uma pesquisa bibliográfica permitiu compreender a construção midiática da celebridade Britney Spears, que vai reverberar no videoclipe ***Piece of Me***. Pelos conceitos dos principais teóricos do tema, tais como Machado (2003), Brandini (2006), Marshall (1997), Rojerk (2008), Soares (2012) e Santaella (2002), analisou-se os elementos que colaboram com as simbologias produzidas: figurinos, efeitos especiais, cores e todo o contexto que envolve Britney Spears e entender a importância do uso da semiótica para reforçar um discurso midiático.

Palavras-Chave: Britney Spears. Música Pop. Videoclipe. Celebridade. Semiótica.

1 INTRODUÇÃO

A proposta deste artigo é realizar uma análise da linguagem do videoclipe ***Piece of Me***, da cantora norte-americana Britney Spears, que se constituirá no objeto deste estudo, tendo como base uma revisão bibliográfica e uma metodologia semiótica. O intuito é entender a maneira como todas as instâncias envolvidas na produção de sentido moldam o objeto midiático ***Piece of Me*** e entender os sentidos discursivos imagéticos, por meio de um olhar da semiótica de Peirce, contidos no referido videoclipe da cantora.

Cabe registrar que o videoclipe representa um produto midiático que surge a partir de produções individuais de vários profissionais da área de produção,

¹ Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Centro Universitário Academia, como requisito parcial para a conclusão do Curso de Graduação em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda.

² Graduando do curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda pelo Centro Universitário Academia.

³ Professora do curso de Comunicação Social: Publicidade e Propaganda do Centro Universitário Academia.

escritores, diretores, bem como de empresas de gravação e estúdios audiovisuais. Analisar a transformação de uma celebridade se torna relevante, na medida que permite o entendimento sobre como funciona a indústria de música pop e seu impacto no mundo contemporâneo.

Um breve olhar investigativo no universo do marketing de celebridades demonstra de que forma ocorre essa construção desse produto-celebridade, todo o processo extremamente calculado e projetado. Assim, são fabricadas as celebridades como qualquer outro produto que se pretenda comercializar. São transformadas muito além de um videoclipe, ou uma canção e apresentam para a sociedade pós-moderna uma imagem que promove empatia ou aversão, dependendo das configurações analisadas pelo público de modo geral.

No início da carreira, Britney Spears transmitia a imagem de uma garota discreta, puritana, que não tinha o hábito de consumir drogas, e seus videoclipes seguiam nessa mesma linha. Com o passar do tempo, tanto sua vida pessoal, quanto sua imagem pública foram se transformando em um novo estilo. Casou-se, teve filhos, separou-se, envolveu-se com drogas e escândalos, perdeu a guarda dos filhos e, quando tudo parecia perdido, ela se reergueu como uma Fênix, em 2007.

O propósito é sempre o de criar uma performance de divulgação, quer seja de uma canção, ou de um cantor que agreguem valores discursivos que vão promover a circulação do produto.

O objetivo geral deste estudo foi entender a construção midiática da persona Britney Spears, que compõe o histórico da cantora e reverbera no videoclipe ***Piece of Me***, além de objetivos específicos, como: analisar figurinos, efeitos especiais, cores e outros elementos que reforçam as simbologias produzidas; identificar quais são os elementos simbólicos utilizados pela produção do videoclipe; descrever os principais elementos da linguagem semiótica, utilizados para a produção do videoclipe de ***Piece of Me***.

2 VIDEOCLIPES, CELEBRIDADES E CULTURA POP

Este referencial teórico e conceitual tem por objetivo evidenciar e fundamentar o tema objeto da pesquisa, que visa uma reflexão sobre a análise da linguagem de Britney Spears no videoclipe ***Piece of Me***, identificar e introduzir um

breve contexto para o entendimento do objeto e sua inserção no estudo comunicacional.

Para não fugir do principal recorte, que consiste em verificar a construção midiática da persona⁴ Britney Spears, decidiu-se através da seleção e leitura de autores e pesquisadores que abordam o tema conceitual e teoricamente.

A relevância deste referencial teórico se encontra no fornecimento de subsídios e elementos que fundamentam os aspectos conceituais e teóricos do estudo em questão, contribuindo para a eficiência das análises a serem realizadas e possibilitar resultados construídos com a consistência do conhecimento científico.

Os videoclipes, de modo geral, costumam se utilizar de várias linguagens de comunicação, e na concepção de Brandini (2006), pode-se recorrer às artes plásticas, fotografia, efeitos digitais ou visuais, entre tantos outros. Todos permitem trabalhar a relação da música com o audiovisual, tornando o videoclipe em “um objeto de satisfação incomparável para o consumo de fantasias, ideais e aspirações” para seu público (Brandini, 2006 p.6). Este público é conhecido como audiências, as quais têm suas formações subjetivas moldadas, em grande parte, através das celebridades, que permeiam a noção de grupo enaltecendo, simultaneamente, o individual e o pessoal, como afirma Marshall (1997).

Nos videoclipes, os significados vão se interligando e complementam-se em um frame. De acordo com Soares (2012, p.3) “[...] ao cantar uma música, trata-se de alguém cantando e ‘vivendo’ as ações existentes na letra.”

Contudo, Machado (2003) sugere que se dê mais atenção aos videoclipes apontando que eles vão além de produções para a promoção de bandas, cantores e álbuns. Para ele, ao mesmo tempo em que é um produto industrial, é também uma forma de cultura através da arte. Visão esta, complementada por Soares (2004, p.32), que considera o videoclipe como a arte de se contar uma história através da imagem que se constitui em um construto a partir de ideias, cenários e sons.

As celebridades são conceituadas por Marshall (1997) como sendo um dos principais mecanismos [...] de construção e manutenção de relações discursivas entre capitalismo de consumo, democracia e individualismo. Ao se analisar a indústria de música popular, identifica-se que um dos pilares que sustenta a

⁴ Neste contexto entende-se como persona a imagem profissional e pública da artista Britney Spears, que se desprende da pessoa por trás das câmeras e holofotes.

celebridade na preferência do grande público é justamente a construção deste discurso.

Uma matéria da Revista Blender (2008) demonstra que a exaltação de padrões produzidos por Britney Spears, aliados a constantes publicações de fotos da cantora recheadas com notícias sobre ela “promove um processo incessante de perseguição midiática” (MENDONÇA, 2013, p. 56).

Ainda sobre a mesma matéria da Revista Blender (2008), Mendonça (2013) relata que a cantora é a única celebridade do mundo a ser vigiada por fotógrafos 24 horas por dia, um tipo de vigilância geralmente reservada a prisioneiros e suicidas.

A matéria reforça a realidade da perseguição dos fotógrafos em relação à Britney Spears, com a finalidade de capturar momentos de sua vida e manuseá-los junto à grande mídia, gerando lucros aos meios de comunicação de massa.

Na concepção de Elliot (2008), todo processo de construção de imagem de Britney ancorou o seu discurso em três pontos:

[...] pela transgressão entre a inocência e a sensualidade, pela consolidação de um sonho americano da garota que participava de programas de calouro e tornou-se uma artista de impacto global, bem como pelo uso do corpo como uma estratégia de visibilidade.

De acordo com Bento (2016), o videoclipe de *Piece of Me* foi produzido pela gravadora com o objetivo de reposicionar Britney Spears como uma diva pop, e distanciá-la dos escândalos de sua vida profissional e pessoal. A opção estratégica foi recuperar sua imagem através de uma sátira da relação da cantora com a imprensa.

Os videoclipes se utilizam de estratégias promocionais que Soares (2009, p. 108) nos descreve como sendo um importante artefato que promove repetição, ênfase e grande poder de persuasão no que diz respeito à dinâmica dos produtos.

Toda essa exposição sobre as produções visaram a projeção de Britney Spears como uma cantora que recuperou a música pop aos adolescentes, tornando-se a Princesinha do Pop. Contudo, o que vem a ser a Cultura Pop? De acordo com Storey (2006), a sua definição não é tão óbvia quanto possa parecer. Tanto na concepção dele, como da maior parte dos teóricos do tema, o que se percebe é que há muita complexidade envolvida nos termos cultura e popular. O caminho mais seguro é entender que refletir sobre cultura pop requer a ciência de

que é a cultura das massas, quer tenha sido produzida por elas, ou para elas. Este é o grande desafio para descrevê-la.

Amaral (2014) afirma ser um termo emblemático, dada a dificuldade de analisá-la como um fenômeno, sem considerar toda sua conjunção com a ordem econômica, estética, sociológica, tecnológica, cognitiva, material, entre tantas outras. Nesta mesma linha conceitual, Soares (2014) também pensa como Amaral (2014), e complementa dizendo que o pop é um termo elástico que contempla o aspecto social, porém perpassa pelo mercadológico e suas lógicas de consumo. Dessa forma, torna-se impossível atrelá-lo a um significado sem considerar todo seu contexto.

Soares (2014) ainda afirma que pop pode ser apenas uma abreviação do popular, o que é do povo, o que é das massas, portanto uma cultura popular, a qual também pode ser entendida como produtos culturais caracterizados pela lógica mercantil direcionada às massas, com a mediação do capital.

Janotti (2005) alerta que, no Brasil, há uma questão semântica, pois no português, o termo cultura popular tanto pode se referir a uma cultura folclórica, como também à cultura popular midiática/massiva. Portanto, é preciso deixar claro que, quando falamos de cultura pop neste trabalho, estamos trabalhando com a expressão de produções midiáticas, e não há nenhuma intenção em se emitir qualquer juízo de valor, nem do ponto de vista de sua legitimidade enquanto arte, ou à sua qualidade. O que se propõe é entendê-la, a partir da visão de Dalla Vecchia (2017), como uma estética das identidades plurais dentro de um corpo social heterogêneo e multiforme.

3 METODOLOGIA

Para ancorar a metodologia deste estudo, utilizou-se da pesquisa de elementos da comunicação, mais especificamente no campo da semiótica. Reunir informações, analisar o objeto por meio da semiótica de Peirce e desvendar os significados dos signos e elementos do videoclipe de *Piece of Me* foi o roteiro traçado para esta análise de linguagem.

A semiótica pode ser descrita, segundo Santaella (2003), como um campo científico que investiga todas as linguagens possíveis, além de identificar e compreender qualquer fenômeno que tenha uma produção de sentido ou significado,

sejam eles diretos ou indireto, evidentes ou necessitados de estudos para compreendê-los. Significa que, como afirma Santaella (2003), tudo que podemos identificar como um signo deve haver um sentido para estar presente e esclarecer uma ideia; e para seguir o processo da semiótica é necessário entender suas afirmações, por se tratar de um estudo de elementos que representam ideias e significados.

No mesmo sentido, Santaella (2002) aponta que a semiótica de Peirce é uma vertente que se adequaria à leitura de signos presentes em um videoclipe, por exemplo, por ser mais ampla, pois a semiótica peirceana se enquadra em uma filosofia capaz de compor um cenário amplo e generalizado, permitindo nos atentar a um caráter mais abrangente nas interpretações e identificações de signos e suas composições para o discurso criado.

Seguindo as afirmações de Nogueira (2012), o processo de identificar os signos e desvendá-los em um contexto, por meio de etapas chamadas de primeiridade, secundidade e terceiridade, nos permitiria uma visão ampliada da mensagem contida em *Piece of Me* pela artista. Nogueira (2012) ainda afirma que a denominação das etapas de contato com o signo foi proposta por Peirce, pai da semiótica moderna, destacando que o contato inicial com os signos nos permite a sua identificação qualitativa imediata, como cores e movimentos que despertam a atenção. Na segunda etapa, percebe-se a relação dos signos ao objeto central do estudo, neste caso, a própria Britney Spears, e o que eles nos apontam. Por fim, a terceiridade nos permite traduzi-los para uma mensagem, contexto e significado completo.

No mesmo sentido, Santaella (2002) contribui ao explicitar que a semiótica de Peirce classifica os signos, também, como três camadas. O primeiro contato é o que os desperta para as qualidades dos signos, entendendo-os como quali-signos. São parte de um olhar contemplativo, que indica por “tornar-se disponível para o que está diante de nossos sentidos.” (SANTAELLA, 2002, p. 29).

Seguindo nesse pensamento, o segundo contato com o signo, como afirma Santaella (2002), é o que nos instiga a perceber os sinais e sugestões. O então chamado sin-signo é o que nos permite “estar alerta para a existência singular do fenômeno, saber discriminar os limites que o diferenciam do contexto ao qual está inserido” (SANTAELLA, 2002, p. 31).

Santaella (2002) teoriza que é o terceiro contato, que nos permite estabelecer um significado e entender sua construção. O legi-signo é o responsável por “conseguir abstrair o geral do particular, extrair de um dado fenômeno aquilo que ele tem em comum com todos os outros com que compõe uma classe geral.” (SANTAELLA, 2002, p. 32).

Segundo Santaella (2002), podemos, enfim, afirmar que a semiótica moderna de Peirce torna-se eficaz por abranger uma vasta possibilidade de signos, como os presentes no videoclipe de *Piece of Me*, perceber sua relação com a mensagem principal e, por consequência, entender de forma mais ampla o discurso de Britney Spears ao questionar por que todos queremos um pedaço dela.

4 A PERSONA BRITNEY SPEARS

No contexto desta pesquisa, que envolve a construção de um produto midiático, é preciso entender o conceito de persona, que são constituídas estrategicamente como uma máscara para formular ou reformular uma imagem. Para tanto, faz-se necessário entender como se dá essa transição e reinvenção de um artista.

Na concepção de Pavis (1999), pode-se interpretar essa transição como um fenômeno particular, ou seja, não se trata de olhar a carreira da artista no seu todo, é preciso dividi-la em fases para que se perceba a estratégia que o artista estabelece para se reinventar, de quais elementos utiliza para construir essa imagem. Estes aspectos são fundamentais para que se entenda o processo de construção da persona.

A partir do momento que se identifica de que forma essa imagem foi construída, entende-se que o artista entrou em uma nova fase, passando a mensagem a seu público de que um ciclo se fechou e outro se inicia. Além de perceber quais foram as chaves de ruptura e continuidades e todos os componentes que possam contribuir para essa transição. Um comparativo entre algumas fases da carreira da cantora nos permitirá compreender o processo de construção da persona até o momento de lançamento de *Piece of Me*.

De acordo com Daros (2016), em um primeiro momento, lá em 1993, Britney Spears, com doze anos, ingressou no elenco do *Mickey Mouse Club*, uma clássica produção da *Walt Disney* exibida pela ABC. Nessa época, Heard (2012) afirma que

Britney tinha uma voz forte, com vocais maduros para uma menina adolescente. Após ser lançada no mercado, ela adota técnicas para adequar sua voz à música pop e assim torna-se mais comercial. Essa fase trouxe à Britney Spears uma ampla exposição midiática, ainda segundo Heard (2012), dando início a um ciclo de sua vida com a imagem construída, sonora e esteticamente, para os sonhos das meninas.

Para a indústria e mercado fonográfico, o público adolescente é uma fatia altamente relevante. Assim, Heard (2012) aponta que Britney passa a ser moldada para conquistar cada vez mais esse público e aos dezessete anos lança ***Baby One More Time***. Este foi um momento de ruptura com qualquer elemento de seu passado e Heard (2012) nos mostra um mergulho total na construção da personagem que iria conviver e representar a música pop e seus adeptos.

No mesmo sentido, Heard (2012) nos mostra que Britney Spears se tornou artista relevante para cultura *pop* por sempre atingir o topo das paradas da *Billboard* a cada lançamento de novo álbum e single vendendo mais de 14 milhões com seu álbum de estreia, o ***Baby one more time***, e mantendo sucesso de vendas e trazendo grande relevância para sua carreira.

De acordo com Goffman (2009) e Giddens (2002), uma pessoa comum pode assumir diversos papéis e personas ao longo da vida, contudo um artista precisa se utilizar de estratégias sólidas para migrar de uma persona para outra e manter-se visível e querida por seu público e ainda conquistar novos fãs e, se possível, sem que isso cause interferência entre sua vida pessoal e profissional.

Marshall (2006) afirma que a indústria da música vê o ídolo *teen* como um produto em transição no mercado, responsável por angariar novos consumidores.

Esta ruptura de um ciclo para início de outro leva o artista a conviver com duas personalidades, que muitas vezes são antagônicas. Rojek (2008) expõe que, uma representa o eu verídico e a outra, a imagem que o público tem dele. No caso de Britney, o seu eu verídico poderia ser descrito, segundo Heard (2012), como uma menina tímida de interior, que gosta de passear, sem maquiagem, com cabelo bagunçado e roupas confortáveis. Porém, a outra é a imagem que seu público tem dela: “forte, confiante, sorridente, maquiada” (ROJEK, 2008, p.13), tudo conforme fora pensado e estudado cuidadosamente para ela compor esta imagem. “A apresentação pública do eu é sempre uma atividade encenada, na qual o ator

humano mostra uma ‘fachada’ ou ‘face’ aos outros, enquanto mantém reservada boa parte do eu” (ROJEK. 2008, p. 13).

Heard (2012) aponta que em sua vida pessoal, Britney Spears teve dois filhos, separou-se e a mídia invadia seu mundo e expunha a todos, vendendo sua intimidade e a sua carreira ficava relegada, sendo sobrepujada pelos fatos da vida privada. Sua música não é mais o ponto central de interesse de seus fãs. O público passa a acompanhar sua vida como um *reality*.

Sua carreira ficou definitivamente em segundo plano a partir de 2005, como aponta Heard (2012). Mais uma ruptura, deixando de ser a cantora, para ser a vítima da família, a que briga por seus direitos com toda intensidade. Porém, Heard (2012) também demonstra que sua vida continua sendo um bom negócio para os meios de comunicação. Ela continua na mídia, a persona é outra, mas continua sendo querida pelo público.

5 VOCÊ TAMBÉM QUER UM PEDAÇO DE BRITNEY?

Alguns diretores se inspiram em simbologias e referências do dia a dia para estabelecer os elementos que comporão a linguagem e discurso da obra para o público. Isso possibilita captar a atenção do público-alvo, assegurar durante todo minuto de duração e garantir que a mensagem será passada e entendida, seja por suas características superficiais ou pelo entendimento de todos os signos.

O videoclipe de ***Piece of Me*** foi dirigido por Wayne Isham, um diretor que tem sua trajetória construída com base no pop comercial americano. Até já havia trabalhado com Britney Spears em 2002, porém com a artista em um contexto artístico e midiático bem distinto do videoclipe ***Piece of Me***.

O vídeo foi concebido pautado na canção ***Piece of Me***. Mundy (1999) entende que a canção norteia o roteiro e as imagens do videoclipe, contudo o inverso também é verdadeiro, o vídeo ajuda a vender a música. Dessa forma, o vídeo mantém a lógica universal dos vídeos e suas características comerciais, incluindo a tentativa imagética de apresentar uma Britney Spears como artista-protagonista de sua história narrativa. Mundy utilizou-se de uma canção com uma letra bem humorada, para narrar os eventos polêmicos da sua relação densa com a mídia em uma estratégia discursiva em que a cantora faz paródia com a própria vida de forma segura e altiva.

A música é uma composição de Christian Karlsson, Pontus Winnberg e Klas Ahlund. Embora a composição não seja de Britney Spears, foi inspirada nos episódios da vida da cantora, o que deixa visível que há uma distância muito pequena entre a persona midiática e a pessoa Britney.

A linguagem do videoclipe expõe a ambiguidade e instabilidade, que é a vida de Britney Spears. Ambiguidade essa que se traduz em um recurso, tal qual o uso do corpo como estratégia para adquirir visibilidade e realizar o sonho de alcançar a fama.

O videoclipe mostra essa permanência da cantora no estrelato da fama. Sua trajetória, como bem mostra o vídeo, tem rupturas, mas ressurgem, se reinventa e se ressignifica. Assume novos sentidos.

Esse protagonismo que Britney Spears assume em seu vídeo de *Piece of Me* se torna possível graças aos “códigos visuais que derivam da natureza da canção” (SOARES, 2012, p. 3).

A cena inicial do vídeo apresenta mulheres loiras, sensuais e com roupas curtas. A escolha de loiras já é forma de multiplicar por toda a cena a presença de Britney construída ao longo de sua carreira. Em seu quarto, veste-se e se traveste em várias Britneys, tal qual no seu cotidiano (Figura 1). Maquia-se, sai de casa junto com todas as suas outras versões, ou seja, se disfarça com perucas, óculos, se mostra, se confunde e se oculta nas criações, enquanto os paparazzi a perseguem o tempo todo.

FIGURA 1 - No minuto 0:08 identifica-se as sócias de Britney Spears na frente do espelho.



FONTE: Youtube, 2009

O primeiro contato do videoclipe nos mostra que há uma tentativa de retratar fielmente seu dia a dia, a música eletrônica evoca a atmosfera de sua vida, boates, muito presentes em uma de suas fases da vida, a dança com as amigas e a vida noturna, que gera muitos dos escândalos explorados pela grande mídia. Geralmente, é na cena de dança no banheiro que o ritmo da música eletrônica e batidas se intensificam, mostrando a vida acelerada que leva.

Na boate, flerta com um rapaz, o seduz, vão ao banheiro, desabotoa sua camisa, com um batom escreve em sua testa “*Sucker*”⁵ e a câmera escondida em seu peito revela todos (Figura 2). A euforia do videoclipe nos permite o enxergar como o idiota que a persegue. O homem idiota, o macho insensato que persegue a fêmea, ou seja, o macho dominado pela fêmea imagética que a mídia construiu. Revela-se então a vida de Britney exposta pelas câmeras dos paparazzi escondidos. Temos o batom vermelho e a escrita em letras vermelhas que exibem seu nome, sua vida e sua intimidade. A câmera escondida em seu peito, o seu ser que registra o que lhe acontece.

FIGURA 2 - No minuto 1:35 acontece a cena do paparazzi oculto no banheiro.



FONTE: Youtube, 2009.

O clipe segue com as cenas se intercalando, às vezes com Spears em frente a um fundo de uma grande tela Led colorida (Figura 3), cantando ***Piece of Me***, entoando o refrão: *Você quer um pedaço de mim?*⁶, com figurino e gestos sensuais,

⁵ Gíria estadunidense para referir-se à alguém idiota, babaca ou grotesco.

⁶ Tradução do autor.

que são os ganchos visuais, citados por Goodwin (1992), e que colaboram para identificar uma marca imagética da cantora no imaginário de seu público. Todos querem um pedaço dela, dançando aleatoriamente, ou realizando passos de dança coreografados junto com as amigas dentro do banheiro feminino. Assim, ela expõe sua vida com momentos livres, seus, e com momentos em que a cena é produzida e calculada para atingir um resultado midiático específico (Figura 4). No banheiro feminino, onde é o espaço das mulheres, entre elas, as mulheres excluídas, ou protegidas, do todo.

FIGURA 3 - Durante o minuto 2:19, Britney canta o refrão no centro do plano.



FONTE: Youtube, 2009.

Figura 4 - Alguns momentos de Britney vira capa de revista no minuto 2:42.



FONTE: Youtube, 2009.

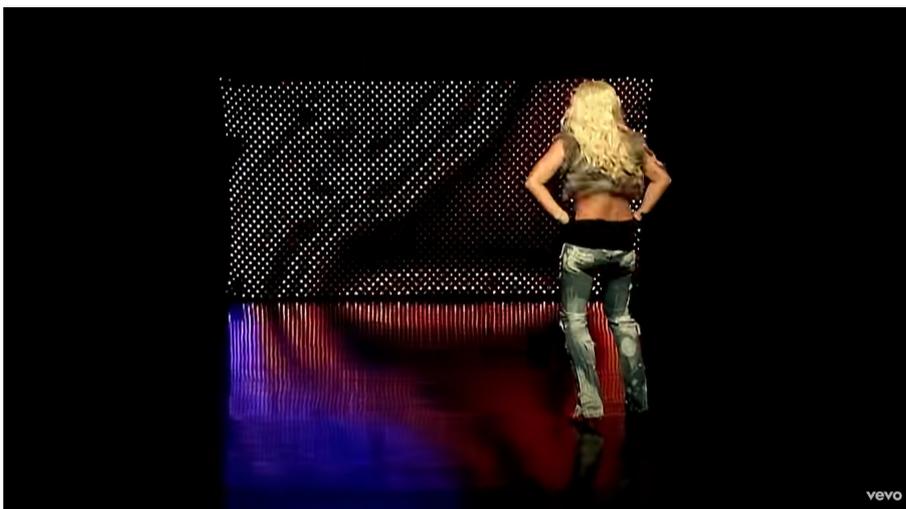
A performance colabora com a construção dos significados e o corpo torna-se o espaço no qual os sentidos são expressos em seus aspectos de discurso ideológicos ou sociais. O verso-gancho é construído estruturalmente para transmitir de forma complexa e irônica do desabafo da cantora para com a mídia. Os movimentos (Figura 5 e Figura 6) do corpo demonstram o que o artista quer transmitir ao realizar um gesto obsceno como forma de desabafo para com a mídia.

FIGURA 5 - Britney se expressa em um gesto obsceno no minuto 1:15.



FONTE: Youtube, 2009

FIGURA 6 - Britney rebola de costas para a câmera no minuto 2:21



FONTE: Youtube, 2009.

O videoclipe termina com o retorno ao início. A vida que recomeça. De volta ao quarto, olha o noticiário e se diverte vendo os relatos sobre as eventualidades de

sua vida. O final (Figura 7) é a imagem de Britney Spears em plano fechado, sorrindo, próxima, expondo os detalhes.

FIGURA 7 - Próximo ao minuto 3:08, Britney assiste as manchetes sensacionalistas na Tv.



FONTE: Youtube, 2009.

O videoclipe nos apresenta, no início, uma Britney camuflada e, no final, rindo das notícias que protagonizou. Essa abertura e encerramento do vídeo demonstram a estratégia discursiva do diretor em insinuar que ela está no controle, debochando de uma mídia exploradora e invasora de forma bem-humorada, como compete a uma “diva-rebelde” (BENTO, 2016, p. 10)

Durante todo o videoclipe, o refrão é a âncora que segura e interliga as cenas, eu sou a *Miss “Estilo de vida dos Ricos e Famosos”/ Você quer um pedaço de mim*⁷.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A principal proposta desta análise foi demonstrar de que forma os meios de comunicação transformam uma pessoa comum em um produto de consumo da massa, através do objeto de estudo que foi o videoclipe de *Piece of Me*, dos veículos de disseminação de conteúdos com teor midiático, e como a escolha de signos e simbologias servem de sustento e enriquecem um discurso, com foco no produto midiático que é o videoclipe de uma das personalidades de maior destaque da cultura *pop*. Aqui, em especial as notícias distorcidas, ampliadas e até *Fake*

⁷ Tradução do autor.

News que expõem diariamente todos os passos de Britney Spears. Com base na letra da canção ***Piece of Me***, o videoclipe retrata a vida da cantora, seus conflitos pessoais e profissionais, utilizando o figurino, os efeitos especiais, as cores e tudo o que pudesse reforçar as simbologias produzidas. As quais foram devidamente identificadas em nossa análise, como sendo elementos simbólicos da linguagem semiótica utilizados para a produção do videoclipe ***Piece of Me***.

Esta análise nos permitiu perceber a alta exposição da imagem de Britney Spears, levando-a a ser seguida e perseguida pela imprensa. A fama atinge um patamar que praticamente suprime o ser humano e aflora apenas as características produzidas para a construção da persona de Britney Spears, deixando mais evidente o lado sensual, às vezes vulgarizado, e as insanidades que uma persona criada para ser comercializada pode nos passar, o que a torna irreal.

A criação desses produtos midiáticos, tais como cantores, celebridades, entre outros, visa gerar desejo, inspirações e servir de espelhos para o grande público e vão se transformando em um padrão, muitas vezes inalcançável, a ser seguido. Exercem uma influência no comportamento da sociedade através de uma perspectiva de deslumbramento. Apesar disso, esses produtos midiáticos podem fugir do controle, principalmente quando se aproximam da realidade de quem está por trás da embalagem.

A análise também permitiu perceber a cantora como uma espécie de estereótipo de padrão estético representado no imaginário do seu público. Chama a atenção ao se analisar a forma como se identifica os valores que vão servindo de norte comportamental e formando identidades. Mesmo sendo uma celebridade, um sonho americano desde os 17 anos, Britney Spears também é e quer se reafirmar como ser humano, que possui falhas e sentimentos como qualquer um de nós.

Outra coisa que ficou muito nítida durante as pesquisas foi a capacidade que o discurso midiático tem para construir a persona e transformá-la em uma celebridade, com um poder de encantamento, e atraindo para si as características que o confirmam como célebre. Isso é percebido pelo reconhecimento e alcance que a cantora tem e que, até hoje, muitos meios de comunicação tratam-a como assunto importante para a cultura *pop* e para o mundo da moda, fofocas de celebridades, entre outros.

A investigação para este estudo tornou possível entender como a comunicação envolve os sujeitos e suas relações intergrupos e sociais que devem

sempre ser interpretadas à luz de aspectos e conceitos semióticos e embasados em conceitos da comunicação social, exigindo sempre uma análise multidisciplinar.

Nos desperta também para a necessidade de se manter alerta aos fatores aqui expostos e que envolvem os processos sociais, tais como o deslumbre pelos veículos midiáticos que projetam para os indivíduos que estão fora da mídia. As celebridades são figuras midiáticas, produzidas para envolver as pessoas anônimas que passam a se projetarem em seus ídolos.

Sob a visão da semiótica peirceana, é possível entender os mecanismos utilizados na escolha dos signos para representar e complementar o discurso da cantora no videoclipe. Elementos, principalmente visuais, como cores, roupas, composição cenográfica, entre outros, servem como estrutura, sustentando a letra da música, os movimentos do videoclipe e sendo um dos principais pilares responsáveis pela construção e reprodução dos sentidos através de seus discursos.

Assim, entende-se que a construção de uma persona, bem como um trabalho semiótico guiando a direção artística de um videoclipe é fundamental para a criação de um produto midiático de alto impacto e capaz de perdurar, levantando discussões e permanecendo, também, na mídia.

Estas foram as principais contribuições obtidas através da análise de discurso, por meio da semiótica e estudos comunicacionais, realizadas sobre o videoclipe ***Piece of Me*** de Britney Spears.

ABSTRACT

This research was dedicated to carrying out an analysis, through semiotics, of the music video ***Piece of Me***, by the singer Britney Spears, with the objective of understanding the discursive and imagetic meanings contained in the production of this music video. A bibliographical research allowed us to understand the media construction of the celebrity Britney Spears, which will reverberate in the music video ***Piece of Me***. Through the concepts of the main theorists on the subject, such as Machado (2003); Brandini (2006); Marshall (1997); Rojerk (2008); Soares (2012); Santaella (2002) analyzed the elements that collaborate with the symbology produced: costumes, special effects, colors and symbologies and the entire context that involves Britney Spears and understand the importance of using semiotics to reinforce a media discourse.

Key Words: Britney Spears. Pop Music. Music Video. Celebrity. Semiotics.

REFERÊNCIAS

- AMARAL, Adriana. **Manifestações da performatização do gosto nos sites de redes sociais: uma proposta pelo olhar da cultura pop** . Revista ECO-Pós, v. 17, n. 3, 2014.
- BRANDINI, Valéria. **Panorama histórico – MTV Brasil**. In: PEDROSO, Maria Goretti & MARTINS, Rosana. Admirável mundo MTV Brasil. São Paulo, SP: Saraiva, 2006.
- BENTO, Emmanuel. **"You Want a Piece of Me": Biografia como Estratégia de Posicionamento no Videoclipe de Britney Spears**. Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE. Disponível em: R52-0272-1.pdf (portalintercom.org.br). Acesso em: 22.03.2022.
- DALLA VECCHIA, Leonam Casagrande. **Expandindo as fronteiras do álbum visual: O caso Lemonade de Beyoncé Knowles**. 2017. Trabalho de Conclusão de Curso do Bacharelado em Cinema. Universidade Federal de Santa Catarina.
- DAROS, Otávio. **Britney Spears: A mercantilização do ser e da música**. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. 2016.
- ELLIOTT, Stephen. **Why Britney Matters**. Disponível em: <<https://www.thestranger.com/music/2008/01/03/474257/why-britney-matters>> . Acesso em 10/03/2022.
- GIDDENS, Anthony. **Modernidade e Identidade**. Zahar, 2002.
- GOFFMAN, E. **Relations in public**. New York. Transaction Publishers, 2009.
- GOODWIN, Andrew. **Dancing in The Distraction Factory: music television and popular culture**. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1992.
- HEARD, Christopher. **Britney Spears - Menina Perdida**. São Paulo: Editora Prumo, 2012.
- JANOTTI JR, Jeder; SÁ, Simone Pereira de. **Revisitando a noção de gênero musical em tempos de cultura musical digital**. São Paulo: Galáxia, n. 41, p. 128-139, 2019.
- MACHADO, Arlindo. **A Televisão levada à sério**. 3 ed. São Paulo: Editora SENAC. São Paulo, 2003.
- MARSHALL, P. David. **The meanings of the popular music celebrity: the construction of distinctive authenticity**. In: MARSHALL, P. David. The celebrity culture reader. New York: Routledge, 2006.
- MARSHALL, P. David. **Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture**. Minnesota: University of Minnesota Press, 1997.
- MENDONÇA, Rhayssa Fernandes. **Um diálogo entre as representações sociais e as representações midiáticas da cantora Britney Spears**. Monografia apresentada ao Curso

de Graduação em Comunicação Social – Habilitação em Relações Públicas da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás, como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Relações Públicas. Orientador: Dr. Claudomilson Fernandes Braga, Goiânia, 2013. Disponível em: TCCG-Relações Públicas-Rhayssa Fernandes Mendonça.pdf (ufg.br). Acesso em 25.03.2022.

MUNDY, John. **Popular Music on the Screen**. New York: Routledge, 1999.

NOGUEIRA, Leticia de Sá. **Fotografia de Moda: Linguagem e produção de sentido**. CES Revista, p. 97-108, 2012. Disponível em: <<https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/cesRevista/article/view/391/278>> Acesso em: 31/05/2022

PAVIS, P. **Dicionário de teatro**. São Paulo: Perspectiva, 1999.

REVISTA BLENDER. **Britney solta os cachorros**. Estados Unidos, 2004. Disponível em: <<http://www.x-britney.com/britney/revistas/2004-janeiro-blender>> . Acesso em: 25 Mar. 2022.

ROJEK, Chris. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SANTAELLA, Lúcia. **O que é semiótica**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2003. (Primeiros Passos, 103).

SANTAELLA, Lúcia. **Semiótica Aplicada**. São Paulo: Pioneira Thomson Learning, 2002.

SOARES, Thiago. **Videoclipe - O Elogio da Desarmonia**. Pernambuco: Livro rápido. 2012.

SOARES, Thiago. **A Estética do Videoclipe**. João Pessoa: Editora Universitária UFPB, 2011.

SPEARS, Britney. **Britney Spears - Piece of Me**. Youtube, 25 Out. 2009. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=u4FF6MpcsRw>>. Acesso em: 23 Fev. 2022

STOREY, John. **Teoria Cultural e Cultura Popular: Uma Introdução**. 1 Ed. São Paulo: Edições Sesc, 2015.