

UNIVERSIDADE DE PASSO FUNDO

Bruno Quevedo

頭

GAGA, *SHIVA* E A BORBOLETA
UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Passo Fundo

2012

Bruno Quevedo

頭

GAGA, *SHIVA* E A BORBOLETA
UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Ms. Jacqueline Ahlert.

Passo Fundo

2012

Bruno Quevedo

頭

GAGA, *SHIVA* E A BORBOLETA
UMA ANÁLISE SEMIÓTICA

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação, da Universidade de Passo Fundo, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, sob a orientação da Ms. Jacqueline Ahlert.

Aprovada em 07 de dezembro de 2012.

BANCA EXAMINADORA

Prof^a. Ms. Jacqueline Ahlert - UPF

Professor (a) Dr^a Bibiana de Paula Friderichs - UPF

Professor (a) Dr^a Sônia Regina Schena Bertol - UPF

Agradeço aos Educadores que tive ao longo da jornada que iniciou em 1996 - quando entrei na Escola -, até o presente momento: sem vocês eu nada seria. Ao meu querido Mário Valente - fã incondicional de Gaga -, pela compreensão, paciência e apoio durante o desenvolvimento desta Monografia. À minha Mãe, por ter aceitado e entendido que o Jornalismo era minha escolha. À professora Jacqueline Ahlert, pela orientação e tempo despendidos. À Fabiana Beltrami: sem você possivelmente o objeto de estudo deste trabalho seria outro. Por fim, à Lady Gaga, por mostrar que não há nada de errado em “ser quem você é”.

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso teve como objeto de estudo a fotografia da capa da revista *V Magazine, The Asian Issue* (edição asiática), número 71, de maio de 2011, com a cantora *pop* Lady Gaga. O objetivo foi realizar uma análise semiótica da fotografia da *The Asian Issue* e, a partir disso, o método do estudo abrangeu pesquisa bibliográfica de conceitos pertinentes sobre fotografia e, para a leitura da imagem, a semiótica americana de Charles Sanders Peirce. A leitura semiótica considerou que a fotografia de Gaga tem alto poder de representação - não só da vida da cantora -, mas de fatores sociais relevantes da cultura e história japonesa, como o *tsunami* - desastre natural ocorrido em 2011.

Palavras-chave: Fotografia. Semiótica. Lady Gaga. *V Magazine. The Asian Issue.*

SUMÁRIO

Introdução.....	06
1 FOTOGRAFIA: MEDIAÇÃO ENTRE HOMEM E REALIDADE.....	08
1.1 Da mediação para a análise.....	09
2 ASPECTOS HISTÓRICOS DOS ESTUDOS SOBRE A SEMIÓTICA - DE PLATÃO À PEIRCE.....	12
2.1 A ciência dos signos.....	12
2.2 A semiótica peirceana como método.....	15
2.2.1 Processo de análise semiótica peirceana.....	18
3 O <i>SPECTRUM</i> DA FOTOGRAFIA: LADY GAGA - MUDANÇA DE STEFANI PARA GAGA.....	20
3.1 Gaga como Stefani.....	20
3.2 Nasce a <i>performer</i> : Lady Gaga.....	21
4 LEITURA SEMIÓTICA DA FOTOGRAFIA.....	25
4.1 Nos bastidores da fotografia de Lady Gaga: os fotógrafos, a <i>V Magazine</i> e a moda.....	25
4.2 A realidade envolta do <i>representamen</i>	27
4.3 A semiótica no <i>representamen</i>	28
4.4 Diferentes interpretantes: Mitologia, <i>Harry Potter</i> e as três cabeças de Gaga.....	30
4.5 O público e o objeto dinâmico.....	31
4.6 Os sentidos da fotografia: Gaga, <i>Shiva</i> e a borboleta.....	32
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	34
BIBLIOGRAFIA.....	36
ANEXOS.....	41
APÊNDICES.....	43

INTRODUÇÃO

O presente estudo foi realizado como Trabalho de Conclusão do Curso de Comunicação Social - Habilitação em Jornalismo, da Faculdade de Artes e Comunicação (FAC), da Universidade de Passo Fundo (UPF).

Desde a Pré-História a imagem vem despertando a atenção do homem, seus sentidos e o atraindo para a observação atenta de cenas que, por vezes, nem mesmo o próprio entende. Na Antiguidade Clássica, Platão definiu imagem como sombras e reflexos, projeção da mente. Diferente de Platão, o filósofo Aristóteles acreditava que a imagem era a representação mental do objeto real. Já, na Idade Média, o conceito estava relacionado a algo que está no lugar de outro (JORGE, 2012, p. 02). Fica claro que destes períodos até o século XXI a imagem evoluiu em seu conceito e sua representatividade: de desenhos em paredes de cavernas a um método físico-químico que fez com que surgissem novas acepções para a reprodução de cenas, objetos e momentos - a fotografia.

A chamada “era da imagem” instiga estudiosos de várias áreas, da comunicação à psicologia, da história e antropologia às artes visuais, além, dos afeiçoados pela própria prática fotográfica que - com o desenvolvimento social, cultural e, principalmente, científico e tecnológico -, foi aperfeiçoada até chegar ao que se tem hoje: equipamentos fotográficos que se equiparam e/ou superam o olhar humano. Mais que belas imagens, novas e complexas teorias e formas de interpretação aguçam os sentidos para a análise fotográfica. Entretanto, mesmo com tais evoluções, nenhuma máquina é capaz de ultrapassar o olhar do fotógrafo e, principalmente, do observador, e sua sensibilidade de analisar e, posteriormente, compreender o significado do que foi representado na fotografia. E com o passar do tempo, mais aumenta a atração do homem pela imagem.

Desse encanto pela fotografia veio o objeto de estudo desta monografia: a fotografia de ícone do *pop* - a cantora Lady Gaga - na capa de uma das revistas de referência na editoria de moda - a *V Magazine*. A referida fotografia está presente na capa da *The Asian Issue* (edição asiática), número 71, de maio de 2011. O símbolo do idioma japonês 頭, que consta no título deste trabalho, significa “cabeça”, e lê-se foneticamente como *atama*.

O objetivo deste estudo é realizar uma análise semiótica da fotografia na capa da *V Magazine*, que mostra Lady Gaga, fotografada pelo casal Van Lamsweerde e Vinoodh

Matadin. Este estudo busca, também, servir como bibliografia para futuros estudos sobre comunicação, semiótica e fotografia.

Para isso, foram abordadas diferentes teorias pertinentes à linguagem fotográfica e à semiótica americana, por meio de bibliografia selecionada. A semiótica - representada por Charles Sanders Peirce e Lucia Santaella - fornece os subsídios para a análise da imagem. No que tange à fotografia, as contribuições de Vilém Flusser, Roland Barthes e Winfried Nöth, entre outros, foram importantes para contextualizar e complexificar seus usos e sentidos. Além disso, foram ponderadas informações relevantes sobre os fotógrafos autores da imagem e moda, que estiveram diretamente relacionados ao objeto de estudo. Foi fundamental para a análise, traçar aspectos da carreira e vida de Lady Gaga, por meio de sua primeira biografia, de autoria da jornalista Helia Phoenix.

O capítulo um traz reflexões importantes acerca da fotografia e sua ligação com a realidade. O capítulo dois destaca momentos importantes da teoria semiótica, bem como seus conceitos e o método utilizado para a leitura semiótica. O capítulo quatro é dedicado às descrições importantes sobre moda e os profissionais que estiveram envolvidos na produção da fotografia analisada, bem como à análise do objeto de estudo. Logo após, seguem as considerações a que esta análise chegou.

1 FOTOGRAFIA: MEDIAÇÃO ENTRE HOMEM E REALIDADE

Neste capítulo são abordadas reflexões pertinentes acerca de conceitos de teóricos da Fotografia.

Mais que a união das palavras gregas *fós* (luz) e *grafis* (caneta, pincel ou estilo), mais que a técnica de fixar a imagem no filme ou no sensor digital, a fotografia é

[...] O momento vivido, congelado pelo registro fotográfico [...] As personagens retratadas envelhecem e morrem, os cenários se modificam, se transfiguram e também desaparecem. O mesmo ocorre com os autores-fotógrafos e seus equipamentos. De todo o processo, somente a fotografia sobrevive [...] (KOSSOY *apud* ALVES, 2011, p. 07).

Kossoy (*apud* ALVES, 2011, p. 07), ao menos em partes, concorda com Roland Barthes: “O que a fotografia reproduz ao infinito só ocorreu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca mais poderá repetir-se existencialmente” (BARTHES, 1984, p. 13). A fotografia reproduz ao infinito: registra o momento que não volta a se repetir, pois consegue representar aspectos de uma época, costumes e personagens que um dia deixarão de existir, mas que o autor tornou relevantes: o *operator*, *spectator* e o *spectrum* da fotografia, que se não existissem, nenhuma representação fotográfica também existiria, uma vez que sem o fotógrafo (*operator*) as fotografias seriam desprovidas de subjetividade, ao passo que o público (*spectator*) não veria o objeto fotografado (*spectrum*).

Para Koury (*apud* ALVES, 2011, p. 08) as experiências individuais humanas podem ser visibilizadas e comprovadas através da fotografia, já que é o recorte de tal cena que ocorreu, o que torna o sujeito “real”, e não apenas um objeto que foi retratado dentro de determinado contexto.

Lima (2001, p. 04), afirma que a imagem tem relação com a *mimesis* (imitação), ou a *diegesis* (o relato), ou seja, é reprodução, reflexo e pode corresponder à realidade, e o humano, como ser dotado de sentido, desde o nascimento tem contato com imagens, seja pelo reflexo da água, do espelho, através de equipamentos ou, antes de tudo, na mente: “Imaginação é a capacidade de fazer e decifrar imagens” (FLUSSER, 1985, p. 07). A imagem capta e prende o olhar, o chamando à contemplação e breve análise, e quando isso acontece, na maior parte das vezes, o olhar se demora sobre tal representação. Flusser ressalta a

importância de olhar para a imagem e fazer uma primeira leitura, mas alerta para uma experiência superficial de significado que somente poderá ser extinta se o observador “[...] vaguear pela superfície da imagem. Tal vaguear pela superfície é chamado *scanning*”, (p. 7) caracterizado pela análise estrutural da imagem fotográfica em consonância com fatores psicológicos do observador e, como resultado disso, irá se ter a base para uma boa análise, dotada de subjetividade por parte de quem observa, assim como do próprio fotógrafo, que também deixa sua marca (1985, p. 7). Flusser (1985, p. 07), cita que ao admirarmos uma imagem pela primeira vez, seja uma fotografia ou não, o olhar estabelece “[...] relações temporais entre os elementos da imagem: um elemento é visto após o outro” (p. 07), depois de esquadrihada toda a imagem, o olho volta e vê novamente os mesmos detalhes, é “[...] o olhar diacroniza a sincronicidade *imagística* por ciclos” (p. 07).

Um dos pontos mais relevantes de qualquer teoria existente acerca da fotografia é essa íntima relação com a realidade, seja a imagem produzida artificialmente ou não. De acordo com Santaella e Couchot (*apud* AGUIAR, 2006. P. 05), a imagem de uma pintura, por exemplo, é um instante observado ou imaginado e gravado pelo artista, é “uma amostragem hábil, no interior do acontecimento que ele quer representar, com o melhor instante, o mais significativo, mais típico, mais pregnante” (AUMONT *apud* AGUIAR, 2006, p. 04), mostrando que a imagem, nesse caso, tem forte relação com a realidade e é “[...] mediada, construída pelo artista.” (AGUIAR, 2006, p. 04). Já na fotografia, esse vínculo que, por natureza, é forte, se intensifica, pois mostra como algo foi, servindo de documento, prova de que tal momento aconteceu e ligou o objeto fotografado e a própria imagem: “[...] a fotografia sempre traz consigo seu referente, ambos atingidos pela mesma imobilidade amorosa ou fúnebre, no âmago do mundo em movimento: estão colados um ao outro, membro por membro.” (BARTHES *apud* AGUIAR, 2006, p. 04). Entretanto, mesmo com essa afirmação, o fotógrafo ainda sim funciona como filtro da cena/realidade registrada pela fotografia.

1.1 Da mediação para a análise

Nunes (2011, p. 04) diz que a fotografia como produto final é dotada de subjetividade e intervenção cultural, já que o fotógrafo detém a intenção, assim como o objeto a ser fotografado também interfere no processo de criação fotográfica. E o receptor tem papel fundamental, como salienta Nunes: “[...] há abordagens que consideram que a nossa visão está

confirmada a esquemas prévios, determinados pela experiência.” (NUNES, 2011, p. 4), reafirmando o que Barthes já havia citado em *A Câmara Clara*, quando cita o *spectator*.

Sobre essa relação permanente da fotografia com a realidade exposta, Creus (2011, p. 01) diz que a fotografia funciona como agente fragmentador do tempo e se reflete na memória: “Quando fotografamos determinamos uma ruptura, estabelecemos os limites daquilo que queremos ver” (p. 01), ou seja, a imagem fotográfica se torna a lembrança do momento vivido, servindo de documento dotado de significados que só têm relevância a partir dos “[...] desejos e mecanismos afetivos” (p. 4) de cada indivíduo. Assim, toda e qualquer fotografia vai ser carregada de subjetividade e ligada diretamente com algo que existe de alguma forma, ou seja, real.

Com isso, se tem dois aspectos fundamentais a serem observados em uma análise fotográfica. Primeiro, do ponto de vista da fotografia e realidade, em segundo, levar em consideração a subjetividade existente no processo fotográfico. De acordo com Nunes, a fotografia pode ser analisada a partir dessas duas vertentes: o “[...] registro real da fotografia, a ligação física com o referente [...]” (NUNES, 2011, p. 1). A segunda corrente teórica vem de Umberto Eco e Ernst Gombrich (*apud* NUNES, 2011, p.1), destacando a análise a partir da composição da fotografia - diretamente ligada ao fotógrafo, que escolhe enquadramento, profundidade de campo, etc. -, ou seja, dos elementos que a constituem, ou “[...] seu aspecto de expressividade artística [...]” (p. 1).

Entretanto, Nunes ressalta que durante muito tempo as análises giraram em torno da visão de que a fotografia constitui cópia da realidade. No entanto, Dubois (*apud* NUNES, 2011, p. 02), já destacava que não se pode absolutizar a análise da fotografia como sendo totalmente fiel ao real, pois com isso, se perde de fazer “[...] uma verdadeira análise da condição da imagem fotográfica [...]” (DUBOIS *apud* NUNES, 2011, p. 02), ou seja, todo o processo envolvido na produção da fotografia pode ser levado em consideração na análise fotográfica.

Nöth e Santaella (1999), porém, vão além em um de seus textos, pois explicam que para entender os vários aspectos pelos quais a fotografia pode ser abordada, é necessário compreender, primeiramente, a técnica, descrevendo o equipamento e aspectos práticos, e depois é que se chega ao julgamento filosófico da fotografia. Para isso, citam passos necessários que conduzem à suposta totalidade de análise da imagem fotográfica: o papel do fotógrafo como agente produtor da imagem; a relação triádica do fotógrafo, fotografia e mundo; o equipamento como meio de produção; a fotografia em si; a relação da foto com o referente; a distribuição fotográfica e a recepção da fotografia. Isso quer dizer que a análise da

fotografia não é restrita a sua ligação com a realidade e subjetividade do fotógrafo, mas envereda por muitos outros caminhos.

Para Nunes (2011, p. 08), as duas formas de analisar a fotografia, seja pela representação da realidade ou pelo contexto completo de sua produção, precisam dialogar, ou seja, é

através da articulação entre o aspecto indicial e o analógico, o documental e o expressivo, o espontâneo e o construído numa imagem fotográfica, uma das vias possíveis para que possamos lançar um outro olhar em direção a novas possibilidades de interpretação da fotografia [...](NUNES, 2011, p. 08).

Joly conceitua imagem e semiótica e sua íntima relação, e justifica sua afirmação:

Se ela [a fotografia] se assemelha é porque ela não é a própria coisa; a sua função é pois a de evocar, a de significar outra coisa que não ela própria utilizando o processo da semelhança. Se a imagem é entendida como *representação*, tal significa que a imagem é entendida como *signo* (JOLY, 1994, p. 43).

Joly compartilha da teoria de Santaella (1983, p. 15), quando afirma que a fotografia é um signo híbrido, ou seja, as imagens produzidas por uma máquina são hipoícones (imagens) e índices (signo imagético que representa outro objeto por força de semelhança).

Complementariamente a estes conceitos, podem-se somar algumas considerações de caráter sociológico aplicada aos sentidos de uso e circulação da imagem. Bourdieu (*apud* PAULA e MARQUES, 2012, p. 01), no livro *Un art moyen*, de 1965, coloca a fotografia como prática essencialmente social com capacidade formadora da “identidade coletiva”. Se a fotografia tem essa natureza - a de formar identidades - ao olhar um retrato qualquer, o *spectator* mergulha na imagem e absorve todo seu poder visual, suas linhas, cores, ângulos e mais, sua essência? Bourdieu (*apud* PAULA E MARQUES, 2012, p. 01) diz que não, pois o que caracteriza essa relação é a “rede de relacionamentos sociais e não sua qualidade pictorial” (2012, p. 01). A conclusão de Paula e Marques é que a fotografia pode ser analisada não somente do seu contexto individual de produção, mas a análise sociológica da fotografia é tão importante quanto, pois as “relações sociais de produção, circulação, apropriação/consumo cultural” conferem à fotografia “outro *status*.” (p.09).

2. ASPECTOS HISTÓRICOS DOS ESTUDOS SOBRE A SEMIÓTICA - DE PLATÃO À PEIRCE

Neste capítulo são apresentados pontos relevantes sobre os estudos da Semiótica, principal ferramenta para a análise da fotografia de Lady Gaga na *V Magazine*.

A ciência é antiga: suas primeiras aplicações deram-se antes de Cristo pelo médico Galeno de Pérgamo, "O médico [...] referiu-se à diagnóstica como sendo 'a parte semiótica' (*semeiotikón méros*) da medicina" (NÖTH, 2005, p.19), mas teve seus primeiros estudos dentro da teoria dos signos iniciados em 1960, como destaca Nöth: "A semiótica propriamente dita teve seu início com filósofos como John Locke (1632-1704) que, no seu *Essay on human understanding*, de 1690, postulou uma "doutrina dos signos" com o nome de *Semeiotiké* [...]" (2005, p.18). Nöth define semiótica como "[...] a ciência dos signos e dos processos significativos (semiose) na natureza e na cultura" (2005, p. 17). Etimologicamente, semiótica vem do grego *semeíon* (signo) e *sêmea* (sinal ou signo) (p. 21).

2.1 A ciência dos signos

Foi na medicina que a semiótica adquiriu sua importância primeira, quando começaram estudos baseados em três perspectivas: o quadro anterior do paciente, os indícios de patologias, e a previsão de como as doenças poderiam desenvolver-se (NÖTH, 2005, p. 19). A partir das análises médicas é que a semiótica ganhou novas vertentes, dentre elas a que viria a abordar o "[...] conhecimento dos homens [...]" (2005, p. 20).

Os signos verbais e não-verbais foram destacados por Platão e foi com o filósofo que as três perspectivas do signo ganharam relevância: o nome, a noção ou ideia, e a coisa. Segundo Nöth, as ideias "[...] são entidades subjetivas que não só existem na nossa mente, como também possuem uma realidade numa esfera espiritual além do indivíduo" (2005, p. 27).

Outro filósofo, Aristóteles, definiu signo como uma relação de implicação: "[...] se (q) implica (p), (q) atua como signo de (p)" (2005, p. 29). Além disso, denominou o signo como símbolo e também o abordou a partir de uma relação triádica.

O modelo triádico foi proposto também pelos Estóicos, quando definiram que o *semáionon* (significante), o *semáionómenon* (significado) e o *tygchánon* (objeto ao qual o signo se refere) compunham os três elementos principais de um signo semiótico (2005, p. 30).

As três correntes da filosofia basearam-se na relação triádica do signo para entender a semiologia, proposição não compartilhada por Epicuristas. Para eles, o signo possuía relação diádica, excluindo do modelo até então proposto o “significado imaterial do signo (*lékton*) [...]” (2005, p. 30). A contribuição mais relevante dos epicuristas para o modelo atual de semiótica foi a de que o animal já nasce com predisposição inerente a interpretar signos: raízes basicamente naturais e utilitárias (*utilitas*) (2005, p. 31).

Conforme Nöth, “a história da antiga semiótica atinge seu apogeu com a obra de Aurélio Agostinho” (2005, p. 31). Este, por sua vez, foi considerado, por E. Coseriu como o maior semioticista da Antiguidade e seu verdadeiro criador. Como os epicuristas, Agostinho concordou que o signo é “[...] um fato perceptivo que representa alguma coisa atualmente não perceptível” (2005, p. 32). Também ampliou os estudos dos signos verbais aos não-verbais, dando relevância também a gestos, sintomas, barulhos, dentre outros, que se tornaram elementos tão importantes quanto o signo verbal (2005, p. 33).

Gramática, retórica, dialética e, ao fundo, a teologia. O desenvolvimento da semiótica medieval deu-se por meio desses conceitos. À filosofia e teologia medievais deram o nome de escolástica ou escolaticismo, que teve como objetos dominantes as “[...] doutrinas do realismo e do nominalismo, [...] suposições e dos modos de significação.” (2005, p. 34). Com esses temas, denotação e conotação ganharam destaque, assim como uma “teoria da representação” (2005, p. 35), que abordava signos, símbolos, imagens e seus conceitos semióticos.

Da visão medieval, mais tarde, partiram análises do mundo natural, ou seja, “[...] uma inversão cronológica do processo da evolução: em vez de explicar os textos em termos da semiose no mundo, o mundo é interpretado em termos de sentidos de textos escritos, depois de sua evolução.” (NÖTH, 2005, p. 38).

Os renascentistas opuseram-se radicalmente ao teocentrismo medieval, considerando que tudo que existe no universo deve submeter-se à razão humana. Os signos seriam considerados como “*a representação adequada do mundo natural*” (FOUCAULT *apud* BATISTA, 2003, p. 61). O signo deixa de ser parte do objeto para tornar-se seu representante.

No século XVII, difunde-se o racionalismo dos gramáticos de Port Royale. Já no seguinte, a biologia tornou-se o modelo de todas as ciências. A concepção darwiniana sobre a origem das espécies foi estendida às linguagens (BATISTA, 2003, p. 61).

No final do século XIX e início do XX surgiram dois vultos de grande valor na discussão sobre signos: Charles Sanders Peirce, ainda no âmbito dos estudos filosóficos (NÖTH, 2005, p. 60), e Ferdinand Saussure, o pai da linguística científica.

O contributo de Peirce se faz sentir, sobretudo, em três aspectos: na definição de signo, na definição da semiose e na visão pansemiótica do mundo, ressaltada em vários momentos de sua obra, como o que se segue:

Nunca estive em meus poderes estudar qualquer coisa – matemática, ética, metafísica, gravitação, astronomia, psicologia, fonética, economia, a história da ciência, jogo das cartas, homens e mulheres, vinho, meteorologia — exceto como um estudo de semiótica (SANTAELLA, 1983 p. 64).

Concebeu o signo de forma triádica (como muitos o fizeram desde Platão), só que constituído de um *representamen* (signo), o elemento perceptível ao receptor, ou o significante da teoria saussureana; o *objeto* que é o referente, a coisa material ou mental que o *representamen* representa e o *interpretante*, que é a significação do signo, melhor dizendo, o efeito do signo na mente do intérprete. A interpretação do signo é um processo dinâmico na mente do receptor: cada signo gera um interpretante que, por sua vez, funciona como *representamen* de um novo signo. A semiótica deixa de ser o estudo do signo para sê-lo da semiose, definida como o processo durante o qual o signo atua sobre o interpretante, isto é, o processo de interpretação do signo pelo interpretante e sem o qual aquele não existiria. A consideração do interpretante ressaltou o fazer interpretativo do discurso que caminha ao lado do fazer persuasivo (referente ao enunciador) destacado nos estudos semióticos modernos (NÖTH, 2005, p. 66).

Saussure, considerado o pai da Linguística Científica, exerceu grande papel no desenvolvimento do estruturalismo que concebeu a língua como um todo cujas partes, solidárias e interdependentes, exercem uma função em relação ao todo. Cada elemento só tem valor em oposição a outro. Retomou a concepção diádica de signo dos antigos, propondo para ele uma dupla face: o Significado, que seria o conceito, e o Significante, a imagem acústica. Esses dois elementos estão intimamente relacionados como as duas faces de uma folha de papel. Só podemos chamar signo se houver a participação efetiva de ambos (LIMA BARRETO, 2009).

2.2 A semiótica peirceana

A semiótica - Ciência Humana -, que estuda os signos, como já citado, teve três vertentes simultâneas - uma dos Estados Unidos, outra da União Soviética e outra da Europa Ocidental (SANTAELLA, 1983, p.15). Neste estudo será utilizada a semiótica do filósofo Charles Sanders Peirce, originada nos EUA (1983, p.16), e, no Brasil, estudada por Lúcia Santaella.

Santaella¹ define Semiótica como “a ciência que tem por objeto de investigação todas as linguagens possíveis, ou seja, que tem por objetivo o exame dos modos de constituição de todo e qualquer fenômeno como fenômeno de produção de significação e de sentido” (1983, p.13). As linguagens e fenômenos citados por Santaella podem ser designados como “[...] uma coisa que representa uma outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma outra coisa diferente dele” (1983, p. 58), ou seja, signo é aquilo que representa algo com o qual tem uma conexão de fato. No entanto, “há sempre uma sobra do objeto que o signo não pode recuperar, pelo simples fato de que o objeto é um outro diferente dele” (SANTAELLA, 2000, p. 23). Dessa forma, o signo estará sempre em falta com o objeto que representa, pois está ligado ao objeto sob algum aspecto e qualidade, no entanto, se fosse ligado a todos os aspectos e qualidades, então não seria um signo, mas o objeto em si. O signo somente é signo porque não pode ser o objeto, e sempre há aspectos do objeto que o signo não pode significar (SANTAELLA, 2000, p. 30). Santaella (2002, p. 4), cita que uma análise semiótica pode levar ao entendimento da natureza e referência dos signos e, ainda, os possíveis efeitos causados no receptor.

Para conceituar semiótica, Peirce baseava-se na fenomenologia, uma

quase-ciência que investiga os modos como apreendemos qualquer coisa que aparece à nossa mente, qualquer coisa de qualquer tipo, como um cheiro, uma formação de nuvens no céu, o ruído da chuva, uma imagem em uma revista etc., ou algo mais complexo, como um conceito abstrato, a lembrança de um tempo vivido etc., tudo que se apresenta à mente. (SANTAELLA, 2002, p. 2).

¹ Lucia Santaella é pesquisadora e professora titular da PUC-SP. É fundadora do "CS Games", Grupo de Pesquisa em Games e Semiótica da PUC-SP. É autora de *O Que é Semiótica*, *Semiótica Aplicada* e *A Teoria Geral dos Signos*, entre outros.

Peirce concluiu que tudo que aparece à nossa mente é através três instâncias, que correspondem a três elementos formais de todo e qualquer conhecimento. Essas categorias foram chamadas de qualidade, relação e representação. Após o passar do tempo, essas denominações foram substituídas por Peirce e passaram a ser designadas por primeiridade, secundidade e terceiridade (SANTAELLA, 1983, p. 35).

“Nenhuma outra coisa senão pura qualidade de ser e de sentir” (SANTAELLA, 1983, p. 43). Assim foi definido o termo primeiridade, ou seja, aquilo que vem à mente no primeiro momento; é a impressão primeira que se tem. Pode ser comparada à qualidade do sentimento que se tem ao se deparar com algo: um fato, uma foto, uma pintura. Nessa categoria o julgamento ainda não entrou em ação, é apenas Estética. Entretanto, apesar de parecer simples, a primeiridade exige “o raro poder de ver o que está diante dos olhos, como se *apresenta*, não substituído por alguma interpretação” (PEIRCE *apud* SANTAELLA, 1996, p. 189).

A secundidade é “ação e reação ainda em nível de binariedade pura, sem o governo da camada mediadora, da intencionalidade, razão ou lei” (SANTAELLA, 1983, p.51). A partir desse nível de percepção a ética entra em cena e é o momento em que se gera o conflito: ação e reação (SANTAELLA, 1996, p. 190).

Já a terceiridade “corresponde à camada de inteligibilidade, ou pensamentos em signos, através da qual representamos e interpretamos o mundo” (SANTAELLA, 1983, p.51). A interpretação dos signos e seu total entendimento, bem como os referenciais históricos e sociais trazidos à mente acontecem na terceiridade. Esse estágio foi denominado por Pierce como Lógica ou também Semiótica. Segundo Alzamora, a primeiridade - ou estética - refere-se à mera contemplação. A secundidade - ou ética -, condiz à ação e, a terceiridade - ou lógica, semiótica -, torna as ideias claras (p. 3).

De acordo com Santaella, (2002, p. 7), a forma mais simples de terceiridade provém do próprio signo, quando se mostra como “[...] primeiro (algo que se apresenta à mente), ligando um segundo (aquilo que o signo indica [...]) a um terceiro (o efeito que o signo irá provocar em um possível intérprete)” (p. 7).

A partir das três facetas do signo - seu poder de significar; sua relação com o que indica, e o grau de entendimento que cria no receptor -, pode-se “[...] penetrar no próprio movimento interno das mensagens, no modo como elas são engendradas, nos procedimentos e recursos nelas utilizados” (2002, p. 5). Em nível mais profundo de análise está a capacidade de compreensão não apenas do que se apresenta de imediato, mas também de um contexto

maior que envolve desde a história até elementos como a subjetividade deixada pelo indivíduo que produziu tal signo (2002, p. 5).

O objeto de um signo é aquilo que o mesmo representa e, o interpretante, é o efeito causado em um indivíduo. Santaella ressalta que essa classificação é “sua posição lógica que cada um desses três elementos ocupa no processo representativo” (2002, p. 08), ou seja, ao passo que um signo é um signo, também pode ser o objeto do signo.

Assim, a relação triádica do signo proposta por Peirce está alicerçada em três teorias: significação - a relação do signo consigo mesmo -, objetivação - a do signo com seu objeto -, e a interpretação - a relação do signo com o interpretante (p. 10).

Entre as infinitas propriedades materiais de um signo, há três que fazem um signo funcionar como tal: a qualidade, a existência e seu caráter de lei. A cor, o cheiro, o volume e a textura são quali-signos, pois são qualidades que funcionam como signos por causa do poder de sugestão que possuem. O que de fato existe é um signo porque indica vários outros existentes e é chamado de sin-signo, onde “sin” quer dizer singular. O signo que tem a propriedade da lei, ou seja, o singular que se ajusta a uma generalidade é chamado de legi-signo (SANTAELLA, 2002, p. 12-13).

Santaella explica que por serem três os tipos de propriedade, também são três os tipos de relação que o signo pode ter com o objeto a que se aplica. “Se o fundamento é um quali-signo, na sua relação com o objeto, o signo será um ícone; se for um existente, na sua relação com o objeto, ele será um índice; se for uma lei será um símbolo” (SANTAELLA, 2002, p.14).

Para melhor compreender a relação do signo com seu respectivo objeto Peirce fala sobre o objeto dinâmico e o objeto imediato. O objeto dinâmico é uma situação ou um estado, e o objeto imediato é a forma como essa situação ou estado é relatado, através de um signo (SANTAELLA, 2002, p.15). Segundo Santaella, “O objeto imediato do ícone é o modo como sua qualidade pode sugerir ou evocar outras qualidades. O objeto imediato do índice é o modo particular pelo qual esse signo indica seu objeto. O objeto imediato do símbolo é o modo como o símbolo representa o objeto dinâmico.” (2002, p. 20).

O terceiro elemento da tríade, o interpretante, possui três classificações. O interpretante imediato é inato ao signo, é o poder que o signo tem de ser interpretado. Ao efeito que o signo de fato provoca no psicológico do intérprete, Peirce chamou de interpretante dinâmico, e é o segundo nível no processo interpretativo, além disso, divide-se em mais três diferentes categorias: interpretante emocional, energético e lógico. Essas subdivisões seguem alinhadas aos conceitos de primeiridade, secundidade e terceiridade

(2002, p. 24), e dizem respeito, respectivamente, à qualidade do sentimento que o signo produz no interpretante; ao ato físico ou mental, e ao processo que se desencadeia na mente do intérprete, através de associações. O interpretante lógico último seria a última instância de interpretação dentro do processo de análise signíca: a mudança de hábitos, introdução de novas atitudes e/ou conceitos pelo intérprete (p. 26). O terceiro e último nível do interpretante é o final. Nessa etapa de interpretação a capacidade de entendimento supera o interpretante dinâmico, entretanto, é um estágio “[...] jamais possível, o interpretante final é um limite pensável, mas nunca inteiramente atingível” (p. 26). Esse nível de interpretação também se divide: o interpretante do quali-signo icônico chama-se rema, ao interpretante do sin-signo indicial dá-se o nome de discente e, o interpretante do legi-signo denomina-se argumento (p.26).

A leitura semiótica inicia com a contemplação, sem pressa de chegar a interpretações. Num segundo nível, observa-se, para perceber a existência singular do fenômeno, o que o diferencia do contexto ao qual pertence. No terceiro nível surge a capacidade de generalização (SANTAELLA, 2002, p. 29).

2.3 A SEMIÓTICA PEIRCEANA COMO MÉTODO

A pesquisa desenvolvida para a análise da fotografia da capa da revista *V Magazine*, com Lady Gaga, é bibliográfica. Tendo como base a semiótica americana de Peirce e a reflexão acerca dos conceitos pertinentes sobre fotografia, além de informações relevantes sobre moda, a análise semiótica da fotografia de Gaga segue a forma analítica adotada por Santaella.

Não foram levados em consideração nesta análise aspectos de manipulação fotográfica, bem como conceitos e aplicação sobre design asiático.

2.2.1 Processo de análise semiótica peirceana

Olhar e contemplar. Esse é o primeiro passo para a análise semiótica, segundo Santaella (2002, p. 29). Perceber o signo em todas as suas formas, cores e demais

características, sem qualquer intenção de interpretação. Nessa primeira etapa é preciso perceber todas as qualidades que classificam a coisa como signo. “Aquilo que apela para a nossa sensibilidade e sensorialidade são qualidades. O signo diz o que diz, através do modo como aparece, tão-somente através de suas qualidades” (2002, p. 30).

O próximo passo é a observação. Santaella cita: “[...] nossa capacidade perceptiva que deve entrar em ação. Estar aberta para a existência do singular do fenômeno [...] estar atento para a dimensão de sin-signo do fenômeno, para o modo como sua singularidade se delinea no seu aqui e agora” (p. 31), ou seja, entender o signo como algo que representa outra coisa que existe e como está relacionado a essa existência singular.

A terceira fase de análise baseia-se no caráter de lei do signo: “[...] para se detectar as funções desempenhadas pelos legi-signos, deve-se dirigir a atenção para as regularidades, as leis [...]” (p. 32).

Santaella ressalta que na parte primeira de análise o conceito de signo e fenômeno se confundem, já que “[...] o mundo não é feito de coisas, de um lado, e de signos, de outro [...]” (2002, p. 33). Os signos estão contidos nas coisas, como por exemplo, o signo linguístico que tem seu corpo físico no papel. Entender que uma coisa tem poder para agir como signo é perceber seu fundamento, apenas enquanto fenômeno e, buscar nesse fenômeno suas propriedades de quali-sin-legi signo é começar a entendê-lo como signo (p. 33).

“A que o signo se refere? A que ele se aplica? O que ele denota? O que ele representa?” (p. 34). Para responder a essas perguntas, caracteristicamente de referencialidade, é necessário que o objeto imediato seja conhecido e, a partir dele, o objeto dinâmico. Tanto na análise do objeto imediato quanto do imediato, novamente os três níveis devem ser observados: quali-sin-legi.

Para Santaella, é apenas na interpretação que o “[...] signo completa sua ação como signo” (p. 37). Nessa etapa, deve-se estar atento aos aspectos de seu fundamento e de sua relação com o objeto.

3 O SPECTRUM DA FOTOGRAFIA: LADY GAGA - MUDANÇA DE STEFANI PARA GAGA

Neste capítulo é apresentado o objeto de estudo e objeto dinâmico da fotografia que será analisada: Stefani Joanne Angelina Germanotta, e como transformou-se em Lady Gaga. Faz-se necessário conhecer parte de sua trajetória, pois aspectos de sua vida estão intimamente ligados à figura fenômeno do pop que a cantora mostrou ser.

Gaga alcançou a fama em dois anos de carreira por saber associar sua versatilidade à criatividade, à polêmica e ao talento. Castro diz que

[...] na atualidade não é mais necessário produzir-se objetos para que ocorra o processo de espelhamento na imagem do outro. A construção da própria imagem, fundamentada em conceitos estudados a partir de valores da moda passou a render frutos, enquanto a internet e os programas de interação em tempo real ajudam a disseminar estas novas imagens híbridas. (Um exemplo mais atual é a cantora performática Lady Gaga). (2010, p. 4)

A autora resume a performance de Gaga como um objeto produzido a partir dela própria embasada em sua moda pouco usual, enquanto a internet ajuda a divulgar sua imagem construída. Defende ainda que exemplos como Gaga são ações transformadoras abrangentes, interferindo na vida das pessoas, na cultura, e, conseqüentemente, na constituição das imagens e representações da sociedade (CASTRO, 2010, p.4).

3.1 Gaga como Stefani

Stefani nasceu na cidade de Yonkers, no estado de Nova York (EUA), em 28 de março de 1986. Sua vida sempre esteve atrelada à música: desde pequena seu pai colocava, no toca-discos, melodias de *Led Zeppelin*, *The Beatles*, *Rolling Stones*, *Elton John* e *Frank Sinatra* (PHOENIX, 2010, p. 13). Aos quatro anos, numa tentativa de disciplinar a filha, a mãe de Stefani, Cynthia Germanotta, matriculou-a em aulas de piano, ainda que contra sua vontade. Todo dia, durante uma hora, a menina dava socos nas teclas, como protesto. O problema não

era com a música ou o instrumento, mas com as regras. Gaga gostava de tocar piano, mas não das aulas, assim, começou a tocar de ouvido, pois achava mais fácil (2010, p. 14).

Já nessa idade, percebeu que possuía forte atração por chocar as pessoas: a primeira experiência foi quando sua empregada chegou à casa e encontrou a menina completamente nua. “Descobri muito cedo minha paixão pela arte do choque” (GAGA *apud* PHOENIX, 2010, p. 15). Indícios de que a pequena Stefani teria um diferente futuro pela frente, rodeado de polêmicas. Na mesma idade, começou a desenhar suas próprias roupas, “[...] Sua primeira performance no primário foi em *The Billy Goats Gruff*, em que desempenhou o papel do grande bode” (2010, p. 16).

Quando Gaga foi para o *Convent of the Sacred Heart*, a mais antiga escola para meninas de Manhattan, (2010, p. 18), Stefani tinha aulas de “[...] economia, política, educação sexual e computação [...]” (2010, p. 19). Como a escola era católica, suas vestimentas e comportamento eram baseados na religião, moral e disciplina, “absolutamente o oposto do que a figura pública de Lady Gaga se tornaria” (2010, p. 20). Lá, a futura Gaga mantinha seu foco na arte e música, assim como no teatro, nos corais da escola e sempre procurou aperfeiçoar sua técnica ao piano.

Um dos momentos cruciais que a colocaram rumo à fama foi quando estava cantando distraída em uma boutique, em Nova York, e um dos funcionários gostou de sua voz e lhe indicou seu tio para que fizesse aulas de canto (PHOENIX, 2010, p. 23). O que Stefani não esperava era que o tio do garoto fosse um dos melhores preparadores vocais da sua geração, Don Lawrence. Por ele já haviam passado Mick Jagger, Bono, Beyoncé e outros (2010, p. 24). Foi o preparador que a encorajou a começar a escrever música: aos 13 compôs sua primeira canção, o que a levaria a, mais tarde, escrever para artistas como Britney Spears (2010, p. 26). Quando começou a tocar em bares, clubes de jazz, apoiada por sua mãe, Stefani deu início à experiência de vida que queria levar (2010, p. 29).

3.2 Nasce a *performer*: Lady Gaga

Após o *Sacred Heart*, Stefani escolheu a Universidade de Nova York para continuar seus estudos (2010, p.32) e, aos 17 anos, ingressou na *Tisch School of the Arts*, para estudar música. A experiência na antiga escola católica proporcionara à futura Gaga a “[...] disciplina e orientação [...]” (2010, p. 30). Segundo ela,

As irmãs ensinaram-me a pensar. [...] [por exemplo] se decido fazer um casaco vermelho para o programa, ele não é apenas vermelho. Eu penso: é o vermelho comunista? O vermelho do licor de cereja? O vermelho rubi? Ou o vermelho maçã? [...] Porque há muitos componentes para se fazer um show e fazer arte, e minha escola me ensinou a pensar dessa maneira (GAGA, *apud* PHOENIX, 2010, p. 30).

Stefani acreditava que a vida que almejava ter estava longe do *Sacred Heart*, e ela estava disposta a buscar aquilo em que acreditava. “Se a escola fez algo por Stefani foi mostrar quem ela *não queria ser*. Agora tinha apenas de descobrir quem *queria ser*” (PHOENIX, 2010, p.34).

Quando iniciou suas aulas na Universidade de Nova York, Stefani descobriu artistas pop que influenciariam suas performances, aprendeu sobre direção criativa e como atuar como personagem no palco (2010, p. 34). Nessa época a cantora descobriu o outro lado que sempre buscou. Continuava se apresentando pelas noites de Nova York com sua banda, inclusive no *Bitter End*, uma casa noturna “descobridora” de talentos. A liberdade descoberta na faculdade era totalmente nova e desenvolveu, aos poucos, a Gaga que viria. “As tradições do cabaré, do burlesco e do teatro musical [...] deram-lhe ideias que influenciariam suas performances” (2010, p. 35). Segundo Gaga, “Meu nome de nascimento e a garota que eu era no ensino médio foram eliminados. [...] Gaga sempre estivera ali, esmaecida, tentando se ajustar. Quando entrei na universidade tornei-me quem sou agora” (GAGA, *apud* PHOENIX, 2010, p. 36). Entretanto, Stefani ainda não se sentia totalmente satisfeita e, por isso, foi preciso abandonar a faculdade, o conforto da casa dos pais: decidiu viver por conta própria, para buscar o que ainda lhe faltava. “Esta foi uma decisão que mudaria sua vida” (PHOENIX, 2010, p. 37).

Com 19 anos e ao sair da casa dos pais, a futura cantora *pop* sabia exatamente onde queria morar: o *East Village*, bairro badalado de Nova York frequentado por *hippies* e músicos: foi nesse local que Madonna, Ramones e outros mais começaram a galgar sua fama. Gaga acreditava que morar no mesmo local onde muitos de seus ídolos começaram a carreira seria uma influência positiva na sua própria (2010, p. 39). A vida que Stefani conheceu no *EasVillage* era o que ela queria para si: as mulheres eram livres e ousadas, vestiam-se com roupas baratas, mas sentiam-se como em uma passarela (2010, p.40).

Suas músicas começaram a sofrer a influência de seu novo estilo de vida: sem abandonar seu instrumento de aptidão, o piano, a artista partiu de uma musicalidade mais

suave, para o som mais pesado. Nessa época, sua banda, chamada de *SG Band* (SG em menção à Stefani Germanotta), fez sua primeira aparição no *Bitter End*, gravou seu primeiro EP (gravações nem curtas, nem longas), chamado *Red & Blue*, que foi um grande sucesso, levando Gaga até *New Songwriters Showcase*, em 2006 (2010, p. 43). Na Mostra, um grande produtor assistiu a apresentação de Stefani: Rob Fusari. Responsável por Gloria Gaynor e Britney Spears, por exemplo, Rob começou a trabalhar com ela após a Mostra, no estúdio de sua casa. Nas aulas, Fusari exaltava os “[...] exageros teatrais de Stefani” (2010, p. 44). Foi em uma dessas muitas aulas que Fusari chamou-a de Gaga, por causa da música *Radio GaGa*, da banda *Queen*. Stefani adorou e resolveu adotar o nome. Daquele dia em diante seus amigos, familiares e conhecidos começaram a chamá-la assim. Nascia a *performer* Lady Gaga.

Aquele foi o momento que fez a, até então Stefani, desenvolver um perfil completamente novo, mais ousado e original. Essa nova identidade trazia Stefani como Gaga, em apresentações solo - ao piano, na maioria das vezes -, e com apresentações mais vibrantes (2010, p. 45). Sempre atenta a elementos de outros artistas, Gaga abusava do estilo cabaré e burlesco. Junto com a “nova personalidade” vieram as drogas: a cantora começou a consumir cocaína. Acreditava que dessa forma atingiria o estilo de vida de Andy Warhol e Mick Jagger e todos os artistas que admirava (2010, p. 48). Segundo a biógrafa, Gaga não era viciada e, sua determinação, amor à música e a carreira a fizeram diminuir o consumo de drogas.

Após algumas tentativas, Gaga conseguiu espaço no cartaz do *Bitter End*, se passando por sua própria agente. Segundo Phoenix (2010, p. 49) sua apresentação foi um desastre: ao invés de um público repleto de amigos, encontrou o *Bitter* cheio de rapazes. Quando Gaga sentou ao piano para tocar, ninguém a deu atenção. Nesse momento ela descobriu que poderia usar de outros artifícios para conseguir manter os olhares da plateia: resolveu reviver o choque que causara em sua empregada anos atrás. Lady Gaga ficou nua. Como esperava, a atenção dos homens, em poucos instantes, estava exclusivamente nela. “Senti uma espontaneidade e uma coragem que achei que deviam estar encerradas em um caixão durante um longo tempo [...]. Naquele momento ascendi dos mortos” (GAGA *apud* PHOENIX, 2010, p. 50). A experiência libertou o lado artístico de Gaga, antes suprimido pelos anos vividos no *Sacred Heart* (PHOENIX, 2010, p. 51). Seu lado Stefani descobriu que nunca faria aquilo, mas “[...] Gaga adorava fazer o inesperado [...].” (2010, p. 51).

Depois de Gaga alcançar a fama com o primeiro álbum de sua carreira, *The Fame*, em agosto de 2008, sua carreira esteve em constante ascensão, comprovada pelos prêmios e números agregados. Segundo o site da cantora, o primeiro álbum vendeu mais de 15 milhões

de cópias, resultando em seis indicações ao *Grammy* (único prêmio da música para honrar realizações artísticas, proficiência técnica e excelência global na indústria de gravação, sem levar em conta as vendas de álbuns ou posição nas paradas) e duas vitórias; um total de mais de 1,3 bilhões de visualizações de todos seus videoclipes no *Youtube*; seu nome no *Guinness Book 2011* (livro que reúne recordes mundiais) por ter o perfil da rede social *Twitter* com o maior número de seguidores, contabilizando mais de 12 milhões (BIO, 2012).

Se os números podem deixar controvérsia quanto a quem é Lady Gaga, sua performance nos palcos não: em resposta à pergunta do jornalista Zeca Camargo, em 2008, se a cantora considerava-se uma artista de seu tempo, Gaga afirmou que

Eu acho que havia, sim, um espaço aberto para liberação e escapismo, e essa é a minha arte. Minha arte é de liberação. Então, tudo – os vídeos, as músicas, a moda e a maneira que eu me visto – é um elemento de uma ilusão, algo que não é real, como uma história, um universo alternativo surreal para o qual eu quero levar os meus fãs. É o meu verdadeiro estilo de vida, e é assim que funciona nos meus shows. Meus fãs vêm e são transportados para um outro lugar (GAGA, 2008).

A declaração expressa nitidamente que o que Gaga faz é performance. Em agosto de 2009, por exemplo, numa premiação americana, ao cantar a música *Paparazzi*¹ a cantora se apresentou coberta de um líquido que se assemelhava a sangue. Ainda no mesmo ano, em outra ocasião, na apresentação de *Bad Romance*², ousou quebrar garrafas de vidro sobre um piano sendo incendiado, enquanto tocava *Speechless*. Já em 2010, ao receber um prêmio³, Gaga apareceu com um vestido feito de carne crua. Suas performances, dessa forma, causam polêmica, entretanto, uns encaram como atitudes de marketing, para gerar mídia e chamar atenção, já, outros, enxergam como subsídios essenciais no desenvolvimento de sua atuação.

¹ Confira o vídeo da apresentação de *Paparazzi* neste endereço <http://bit.ly/Slqb1i>

² Confira o vídeo da apresentação de *Bad Romance* neste endereço <http://bit.ly/Slpzst>

³ Confira o vídeo de Lady Gaga recebendo a premiação neste endereço <http://bit.ly/SloAs5>

4 LEITURA SEMIÓTICA DA FOTOGRAFIA

Neste capítulo são descritas informações importantes sobre profissionais que estiveram diretamente relacionados à produção da fotografia de Lady Gaga para a capa da *The Asian Issue*, bem como um breve descritivo sobre a *V Magazine*. Também, a leitura semiótica do signo fotográfico é apresentada neste capítulo.

4.1 NOS BASTIDORES DA FOTOGRAFIA DE LADY GAGA: OS FOTÓGRAFOS, A *V MAGAZINE* E A MODA

Conforme Gomes (2010, p. 48), a fotografia de moda - mais explorada em revistas - mantém a tradição de conter modelos em cenas previamente construídas, com roupas da coleção em questão, além de adereços e acessórios. A capa da revista, por sua vez, é o principal atrativo do conjunto (GOMES, 2010, p. 46), pois é o primeiro local onde o leitor irá olhar, então, necessita de dotes visuais suficientes para que fisgue a atenção, deslumbre. A fotografia de moda entra justamente para construir essa estratégia de comunicação, já que vai conter toda cena expressa através da imagem fotográfica.

Segundo Barthes (*apud* GOMES, 2010, p. 50) existem três estruturas que regem o discurso comunicacional da moda: a real/tecnológica; a icônica e a verbal:

A primeira estrutura apresenta-se como a base a partir da qual são criadas as outras duas. É o real, a criação artística e industrial materializada num objeto que se apresenta como o discurso do qual partem as outras realidades. Como tal, os discursos visuais e verbais possuem uma natureza mais distante, mas também mais dependente da estrutura real. Estes são discursos onde o objeto é representado por meio da imagem – fotografia e o desenho/ilustração [...] (GOMES, 2010, p. 51).

A segunda estrutura que trata do ícone - a imagem - baseado pela fotografia, que é a “[...] realidade construída com base em jogos de luz, posição, acessórios e adereços, entre outros inúmeros fatores. É um retrato da peça real sob uma visão estética com o intuito de passar uma mensagem específica, um determinado efeito.” (GOMES, 2010, p. 51), e para que

a mensagem em questão seja transmitida através da fotografia de moda, que, retomando, precisa conter elementos visuais ricos para atrair o olhar do observante, é necessário um profissional que saiba como atingir esse efeito: é o momento do fotógrafo unir as técnicas fotográficas à sensibilidade e transpor para a fotografia - de acordo com a mensagem a ser repassada -, o cenário, o modelo, as roupas, enfim, todo componente do *spectrum* da fotografia (GOMES, 2010, p. 58).

Nesse contexto, a dupla de fotógrafos autores da fotografia de Lady Gaga para a *V Magazine* não poderia ser outra: o casal de holandeses Inez Van Lamsweerde e Vinoodh Matadin realizam ensaios fotográficos históricos da editoria de moda há 25 anos, para diferentes e consagradas revistas, dentre elas, a *Vogue* francesa e própria *V Magazine*, ou para campanhas de grandes marcas como *Gucci*, *Calvin Klein*, *YSL* e *Chloé*. Seus trabalhos são reconhecidos pela ousadia, inovação, beleza e criatividade. Em entrevista ao Portal *iG*, Inez comentou sobre o estilo fotográfico que segue com o marido, Vinoodh:

Sempre soube o que queria. Já na escola sabia que essa seria a minha direção, uma coisa meio imperfeita na foto, como se ainda faltasse algo. Minha mãe é uma jornalista de moda, então desde o início minha atenção se voltou para esse lado. E através da moda eu comecei a traduzir comportamentos e a desenvolver minha linguagem [...] (YAHN, 2011).

Inez e Vinoodh, em entrevista¹, citaram que Lady Gaga os inspira: “[...] a pessoa que nos inspira é a Lady Gaga. Deixando de lado a viagem visual da cantora, ela se importa muito em como as pessoas ao redor se sentem. [...] Depois que a fotografamos, queremos que as pessoas se sintam assim também, livres e fortes.” (TRINDADE, 2011). Já em outra declaração², citaram que fotografar pessoas famosas os anima muito.

Como a fotografia de Lady Gaga foi para uma revista de moda, é necessário conhecer quem foram os responsáveis por sua produção. O japonês Nicola Formichetti, nascido em Tóquio, foi o diretor de moda do ensaio (Apêndice A), e conheceu Gaga em 2009, através de outra sessão de fotos para a *V Magazine* e, segundo o estilista, o amor foi “instantâneo”. Desde então Formichetti é o estilista responsável por qualquer produção de Gaga (NICOLA FORMICHETTI CREATIVE DIRECTOR, 2012). Responsável pela direção criativa da

¹ Confira a entrevista com os fotógrafos, na íntegra, neste endereço <http://bit.ly/Sls7Xy>

² Confira a declaração dos fotógrafos neste endereço <http://bit.ly/SlsPnL>

Mugler, da famosa marca *Thierry Mugler*¹, Nicola assinou, também, as peças usadas por Lady Gaga na fotografia da capa da *The Asian Issue*, e que fazem da coleção de 2011 e 2012, intitulada *Thierry Mugler A/w*, que marcou sua estreia para a *Thierry Mugler*. Além disso, o diretor criativo do ensaio fotográfico foi Stephen Gan, fotógrafo e também fundador da *V Magazine*, diretor criativo da revista *Visionaire* e *V Man*, começou sua carreira como fotógrafo. Lançada em setembro de 1999, a *V Magazine* é tida como a publicação “irmã mais nova” da *Visionaire* (ABOUT, 2012). A *The Asian Issue* teve circulação não somente no Japão, mas no mundo todo, pois foi uma edição especial, com direito a exemplares exclusivos para colecionadores, feita com material superior, como capa dura.

4.2 A REALIDADE ENVOLTA DO REPRESENTAMEN

A *V Magazine* trouxe em sua capa, na edição 71, de maio de 2011 - *The Asian Issue* (edição asiática) - a fotografia da cantora pop Lady Gaga, que marcou sua estreia como colunista da revista que demorou cerca de um ano para ser concluída. Baseada na cultura e imaginário do Japão, traz em suas páginas um ensaio fotográfico com Gaga sob a autoria dos fotógrafos de moda Inez Van Lamsweerde e Vinoodh Matadin, e direção de moda do japonês Nicola Formichetti - também estilista de Stefani -, inspirado na coleção de 2011 e 2012, intitulada *Thierry Mugler A/w*, da qual Formichetti é, também, Diretor Criativo, fotógrafo e também fundador da *V Magazine*, foi o diretor criativo do ensaio fotográfico, e, Sandra Gan foi a diretora de arte. O ensaio foi realizado para ilustrar a entrevista concedida pela artista ao cantor americano Elton John², intitulada *Memories of Gaga* (Memórias de Gaga), e publicada na referida edição.

Pouco mais de um mês antes do lançamento da *The Asian Issue*, em 11 de março de 2011, o Japão foi atingido por um *tsunami*, originado pelo mais violento terremoto da história do país (atingiu 8,9 graus na escala *Richter*³), e que matou mais de 15 mil pessoas (TSUNAMI NO JAPÃO, 2012). Para ajudar os atingidos pela catástrofe, Gaga desenhou uma

¹ A marca leva o nome de seu criador Thierry Mugler. Estilista, suas criações sempre se destacaram pela ousadia, sensualidade e propostas divertidas. Nos anos 90, criou o perfume *Angel*, sucesso entre famosas fragrâncias.

² Premiado cantor, compositor e músico britânico.

³ É uma escala logarítmica usada para quantificar o nível de energia liberada por um sismo.

“pulseira de oração”, com a inscrição *We Pray For Japan* (Anexo B), e colocou à venda em seu site. A arrecadação mais a doação espontânea de quem adquiriu a pulseira foi doada para as vítimas do *tsunami* (WE PRAY FOR JAPAN PRAYER BRACELET, 2012). Paralelamente, 10% da renda obtida com a venda da *V Magazine*, edição 71, asiática, depois de seu lançamento, também foi doada em prol de quem precisava.

A participação - ensaio fotográfico, coluna e entrevista - de Lady Gaga na *The Asian Issue* - foi à mesma época do lançamento de seu terceiro álbum, *Born This Way*¹.

4.3 A semiótica no representamen

Ao olhar para a fotografia de Lady Gaga pela primeira vez, o interpretante emocional já é ativado na mente: a primeira qualidade sensorial que se tem pode ser o estranhamento e choque ao ver um instantâneo onde o personagem retratado possui três cabeças, ao passo que o observador fica desorientado e não sabe se o que vê lhe causa desconforto ou aceitação: o interpretante energético se confunde. Esse interpretante é instigado pelos quali-signos icônicos presentes, que geram diferentes sensações. Os tons neutros da imagem - predominância da cor preta, expressa na roupa e nos cabelos -, mostram sobriedade e uniformidade que confere identidade à fotografia: o design é “limpo”, gerando um interpretante energético onde não se percebe excessiva mistura de cores, tons e texturas, a imagem chega a ser “simples” em comparação com outras fotografias de moda. Dessa forma, o interpretante energético aproxima-se do objeto dinâmico que está sob sua visão.

Ao passo que esses quali-signos orientam o observante a admirar a fotografia, a linguagem corporal de Gaga o intimida e o deixa incomodado com o que vê. A pose de Gaga - sin-signo indicial de sensualidade com toque levemente erótico, e, por indicar tais sentimentos ligados diretamente com a feminilidade, atua como legi-signo -, ampara e acompanha perfeitamente a feição das três cabeças: a do meio poderia ser substituída sem problemas por qualquer uma das outras duas. Como destaca Garcia, o corpo, na cena fotográfica, tem o poder de aguçar “[...] os relevos que abraçam as linhas e contornam dorsos, pernas, braços, lábios.” (2007, p. 01), ressaltando que o corpo dita o mundo, hoje, e “muito mais que criar a

¹ Lançado em maio de 2011, *Born This Way* leva o nome do primeiro *single* de lançamento.

possibilidade de emanar erótica e desejo, o corpo torna-se a chave enigmática que suspende direcionamentos conceituais na fotografia” (p. 01).

Um dos fortes conceitos é o do corpo como mercadoria: o corpo vende, ou seja, movimenta o mercado, já que atua como objeto midiático disseminado nos muitos meios de comunicação, como, no caso, a capa da revista *V Magazine* (2007, p. 02), e Gaga conhece e explora muito bem a potencialidade de mostrar seu corpo. O observador que compra a revista exclusivamente por sua capa e fotografia está sob efeito do interpretante energético. A roupa de Gaga - transparente em alguns locais, como a perna e abdome - instiga e contribui para a sensação de sedução, sendo que não expõe partes íntimas do corpo. Suas unhas longas em vermelho marcante acentuam os quali-signos de volúpia, assim como a mão direita delicadamente apoiada na coxa direita, onde ambos os polegares estão direcionados - sobretudo pelo formato pontiagudo das longas unhas da *performer* -, para a sua genitália. Este conjunto de quali-signos compõe um legi-signo indicativo de charme, sedução e atração, potencializados pelo vermelho do esmalte e pelas formas triangulares que se repetem sistematicamente direcionando o olhar do observador para a sexualidade da composição, cujo ponto nodal é a vagina de Gaga.

Na parte superior da coxa esquerda se vê uma de suas tatuagens - um unicórnio com a inscrição *Born This Way* - autêntico legi-signo indicial de seu terceiro álbum e da própria Gaga. Legi-signo indicial, o braço esquerdo na cintura, com o cotovelo ligeiramente voltado para frente, simboliza novamente a cantora, que utiliza a mesma posição nas suas performances, seja em shows, vídeos ou fotografias. Suas pernas cruzadas criam um eixo de equilíbrio com a posição da cabeça do meio, que segue a linha central da fotografia, acompanhada pela letra v, que preenche o vazão da letra com corpo de Gaga perfeitamente, moldando-o como a um quadro: sua pose quase personifica o v, atuando como legi-signo indicial que representa, por força de lei, o logotipo da *V Magazine*, já que a composição é muito utilizada nas capas da revista.

O único acessório utilizado por Lady Gaga pode passar até despercebido ou sem muita importância. Entretanto, a pulseira branca, usada no pulso esquerdo, tem fortes significados. Agindo como legi-signo simbólico, este é o bracelete *We Pray For Japan*, desenhado por Gaga e posto à venda para ajudar as vítimas, à época em que o Japão foi atingido pelo *tsunami*. Mais que uma simples pulseira de silicone, o objeto representa, por força de lei, toda a tragédia ocorrida com a população japonesa, já que a notícia de que a cantora doaria os recursos adquiridos com a venda do bracelete foi amplamente divulgada pela imprensa mundial. A cor branca age como quali-signo e sugere paz e esperança. Como interpretante

lógico, o observador poderia até ficar inclinado a auxiliar a causa, comprando a pulseira e, como signo remático, o objeto poderia possibilitar a aceitação do público pela polêmica *performer* Lady Gaga.

4.4 Diferentes interpretantes: Mitologia, Harry Potter e as três cabeças de Gaga

O observador inicia um passeio pela fotografia de Lady Gaga, esquadrinhando suas formas, curvas, detalhes, absorvendo cores. De todos os possíveis quali-sin-legi signos disponíveis no objeto imediato, certamente o que mais desperta a atenção do observador são as três cabeças de Gaga.

Provenientes de efeito de edição, cada uma possui diferentes quali-signos. A da direita mostra a cantora com adereços em seu rosto, nas cores dourada e preta, que sugerem requinte, sofisticação e riqueza. O batom e a maquiagem pesadas, na cor preta, lembram um estilo gótico, reforçado pelo olho direito encoberto pelos longos cabelos pretos, porém, com o natural loiro de Gaga, na raiz. No conjunto de quali-signos icônicos o interpretante energético gerado é a sensação de subversão, raiva, inquietação, expressos ainda mais no semblante duro do olhar e boca de Gaga - que força os dentes uns contra os outros - representa seus próprios legi-signos, posto que a cantora costuma usar desse artifício em performances. Cabe ressaltar que tal elemento somente age como legi-signo para o receptor que conhece Gaga e está familiarizado com sua carreira e performances.

A cabeça do meio é simples em comparação com as outras. Os olhos suavemente entreabertos - assim como sua boca, que serve de legi-signo da atitude de inúmeras modelos, uma vez que é uma característica muito utilizada no mundo da moda -, maquiagem com cores claras - como o rosa -, que destacam os longos cílios da cantora, o rosto levemente erguido - que afina e espicha seu pescoço -, são qualidades que sugerem a mesma sensualidade do corpo de Gaga: expressam sedução e atitude, não de uma forma explícita, mas do contrário, parece tentar seduzir o observador não pela extravagância de ornamentos e cores saturadas, com alto contraste, mas através de uma produção trivial, e sem deixar de ser atraente. Um detalhe no rosto age como lei: a pequena pinta escura na bochecha direita - feita através de maquiagem - atua como legi-signo indicial (ainda que para seu público) de Gaga e sua performance, pois a cantora já a utilizou em outras aparições. E, por vezes, a pinta aparece perto do olho direito. Historicamente, a pinta no rosto permeia o imaginário interpretante há

várias décadas. Tornou-se legi-signo de sensualidade através da atriz americana Marilyn Monroe, e índice de sua peculiaridade. Ambas qualidades apreciadas pelo objeto dinâmico em análise.

Novamente trazendo Gaga com adereços - mas dessa vez coloridos -, a cabeça da esquerda representada na fotografia, mostra-a com fisionomia muito diferente das representações anteriores: o olhar não sugere sedução ou raiva, porém, parece acuado, como se a cantora quisesse dizer alguma coisa através dos olhos. A maquiagem colorida - seguindo a linha dos adornos de seu rosto -, também é suave, apesar de conter mais cores - como diferentes tons de azul, verde, amarelo, preto, vermelho e laranja -, não apresenta exagero, mas confere beleza ao conjunto. Como quali-signo remático, surge a ligação com a arte *nouveau*¹, através das linhas que contornam seus olhos, bem como os adereços coloridos ou, ainda, o Carnaval, que faz uso de recursos estéticos semelhantes.

No conjunto, as três cabeças unidas geram - como interpretante imediato -, a lembrança mitológica da Medusa², a bela jovem grega transformada em górgona pela deusa Atena, que no lugar de cabelos possuía cobras e, cujo olhar, teria o poder de matar qualquer indivíduo que a fitasse. Ainda na mitologia, a Hidra de Lerna³ também traz o imaginário de mais de uma cabeça, como o cão Cérbero,⁴ ou, ainda - em um interpretante mais moderno - o Cão de três Cabeças, na fantasia de *Harry Potter e a Pedra Filosofal*⁵.

4.5 O público e o objeto dinâmico

Além dos diferentes interpretantes citados, há a expectativa que o público receptor da fotografia e seguidor de Lady Gaga tem ao observá-la. Santaella cita que o público deseja

¹ Estilo de arte que utiliza temática naturalista, entre outros, e tem o propósito de comunicar otimismo, alegria, leveza e juventude

² Figura mitológica grega. Reza a lenda que a Medusa tinha o corpo e rosto de uma bela mulher, asas de ouro e presas de bronze.

³ Figura mitológica grega. Segundo a lenda, possuía sete cabeças e matava apenas com o seu hálito. Matar a Hidra era o segundo dos doze trabalhos de Hércules, outra figura mitológica grega.

⁴ Figura mitológica grega. Cão de múltiplas cabeças e cobras ao redor do pescoço que guardava a entrada do Hades, o reino subterrâneo dos mortos, na mitologia grega.

⁵ Cão que guardava o terceiro andar de Hogwarts, em *Harry Potter e a Pedra Filosofal*, primeiro livro da série *Harry Potter*, lançada na Inglaterra em 1997, pela autora britânica J. K. Rowling.

[...] o impossível acesso ao objeto dinâmico: ver, tocar, ouvir, na ilusão de que o ver é, por si só, presença, sem se dar conta de que o ver e mesmo toque também são mediados por um feixe de impressões perceptivas que nos põe diante mas, até certo ponto, também nos afasta da pura presença [...] (SANTAELLA, 2002, p. 102).

Nessa mesma linha de raciocínio as fotografias funcionam, mas com o adicional recorte que a fotografia traz da cena em questão, ou seja, “[...] a mediação da máquina se soma a do olhar” (SANTAELLA, 2002, p. 102). Dessa forma, um observador fã de Lady Gaga, por exemplo, que aguarda ávido por mais uma aparição polêmica, por um novo álbum, que se “alimenta” das performances do ídolo, teria diferentes interpretantes dinâmicos a respeito da fotografia. A nível interpretante, pode-se citar que as três cabeças agiriam como legi-signo indicial das diferentes performances de Gaga: na TV, em suas turnês, nos vídeos, nas fotografias, na relação com a mídia e os fãs. Fãs enxergariam a liberdade que a cantora tem de vestir-se da maneira que e como quer, de fazer declarações polêmicas, e de atuar como tem vontade.

O cabelo longo atuaria, também, como legi-signo - dentro do interpretante remático -, e representaria - por força de lei -, as diversas perucas e apliques de diferentes cores e tamanhos utilizados por Gaga em suas aparições performáticas.

4.6 Os sentidos da fotografia: Gaga, *Shiva* e a borboleta

O diretor criativo da *The Asian Issue* Stephen Gan, afirmou que escolheu Gaga para estampar a capa da edição, primeiramente, porque, na época, estava difícil encontrar celebridades que aceitassem fotografar na América. O segundo motivo, segundo o diretor, foi porque queria que a cantora estivesse mais uma vez na capa da *V Magazine*, sendo, essa edição, a terceira aparição de Gaga como protagonista da capa da revista. O terceiro e último motivo, foi por causa do lançamento de *Born This Way*, que ocorreu 10 dias após a edição asiática (THE ASIAN ISSUE – INTERVIEW WITH STEPHEN GAN, 2011).

A ideia de fotografar Lady Gaga com as três cabeças veio do casal Inez e Vinoodh, que conversaram com Stephen e sugeriram três diferentes representações. Assim, tratando as três cabeças da fotografia como signo, tem-se, como objeto dinâmico: a própria Gaga - cabeça

do meio -, uma borboleta japonesa - cabeça da direita -, e uma deusa *Shiva* Bolywoodiana - cabeça da esquerda (THE ASIAN ISSUE – INTERVIEW WITH STEPHEN GAN, 2011).

Shiva é um dos principais deuses do Hinduísmo - “filosofia de ordem religiosa que engloba tradições culturais, valores e crenças obtidas através de diferentes povos” (CABRAL, 2012) e representa o “princípio masculino” (CABRAL, 2012), de ordem destruidora. De acordo com os conceitos do Hinduísmo, o deus Brahma - o criador -, Vishnu - o preservador - e *Shiva* - o destruidor - representam os aspectos fundamentais do fundamento divino: a criação, a preservação e a destruição. Na fotografia, Gaga, por ser mulher, foi representada como uma deusa, entretanto, de acordo com os ditames Hindus, não há deusa, apenas o deus *Shiva*. Expressa através de perspectivas de *Bollywood* - o termo nasceu da união de Bombaim (antigo nome de Mumbai, na Índia), e de Hollywood (indústria cinematográfica americana), e significa a indústria cinematográfica indiana -, Gaga utiliza adereços visivelmente inspirados no design de joias indianas. A borboleta representa, na cultura japonesa, a feminilidade ou a benção matrimonial.

Cabe ressaltar a limitação para intérpretes ocidentais, posto que não possuem experiências socioculturais suficientes para decodificar - a nível de interpretantes finais - a simbologia presente nestes legi-signos japoneses e indianos. Dessa forma, a metodologia da leitura semiótica nunca será capaz de interpretar signos em sua totalidade sem a conexão interdisciplinar, como destaca Santaella

[...] a semiótica não é uma chave que abre para nós milagrosamente as portas de processos de signos cuja teoria e prática desconhecemos. Ela funciona como um mapa lógico que traça as linhas dos diferentes aspectos através dos quais uma análise deve ser conduzida, mas não nos traz conhecimento específico da história, teoria e prática de um determinado processo de signos. Sem se conhecer a história de um sistema de signos e do contexto sociocultural em que ele se situa, não se pode detectar as marcas que o contexto deixa na mensagem. (SANTAELLA, 2002, p. 6).

Ainda no contexto do deus Shiva, o interpretante final possível do observante poderia ser a ideia de que o *tsunami* - personificado no deus - destruiu o Japão para que houvesse a possibilidade da reconstrução, renovação e superação que é símbolo da nação japonesa. A partir de outro ângulo de análise, Gaga e suas atitudes polêmicas caberiam bem no papel do deus Shiva, já que por onde passa, chama atenção com sua forma de vestir, falar e portar-se.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo aqui apresentado pretendeu analisar - através dos conceitos semióticos do filósofo Charles Sanders Peirce, e do processo de leitura semiótica de Lúcia Santaella -, a fotografia de um dos maiores ícones do mundo *pop* na capa de uma das revistas de moda mais importantes do segmento: Lady Gaga e *V Magazine*, respectivamente. Atrelado a isso, a reflexão acerca de conceitos sobre fotografia e moda.

Com a análise foi possível perceber que a semiótica tem papel muito relevante dentro do processo de leitura e interpretação não só de fotografias, mas do mundo: é através da mediação dos signos que vemos que o conhecimento, a comunicação e a cultura são fenômenos possíveis. A fotografia em questão - como qualquer signo potencial de ser interpretado - tem como interpretante imediato, diversos quali-sin-legi signos expressos em imagem, o que os torna mais potenciais pela atração que causam no homem. O objeto dinâmico da fotografia é uma artista muito conhecida e, como não bastasse, capaz de atitudes extremamente polêmicas para criar, manter e divulgar sua carreira - basicamente performática -, e que a mantém na mídia e, conseqüentemente, instiga o público a tornar-se potencial observador de suas performances - como na fotografia da *V Magazine* -, e, de forma geral, de sua vida, dotada de interpretantes imediatos à espera de serem compreendidos.

A análise semiótica expôs que a fotografia de Gaga, antes de qualquer consideração, é um recorte limitado de sua realidade, entretanto, com muito potencial de sugerir, indicar e representar aspectos relevantes de sua vida enquanto cantora performática, e, mais que isso, de agir como legi-signo indicial de aspectos da sociedade que em nada tem a ver com sua carreira: o desastre natural ocorrido no Japão, em 2011. A partir disso, fica evidente que a fotografia da capa da *The Asian Issue* acaba por representar muito mais que uma simples ilustração de uma revista de moda, já que a pulseira *We Pray for Japan*, que aparece na fotografia, foi posta a venda por Gaga e sua arrecadação foi doada para as vítimas. Esse sin-signo representado tornou a fotografia um elo social, significando, à época, a população japonesa que sofreu perdas materiais e, mais que isso, perdeu vidas humanas. A ligação com a realidade se estende quando um incontável número de pessoas ao redor do mundo acompanhou, através da mídia, o que ocorreu com parte do continente asiático. Dessa forma, a fotografia da capa da *V Magazine* - bem como a própria revista, inspirada na cultura japonesa -, acaba por fazer parte da história do Japão e, quiçá, do mundo. Paralelamente, os legi-signos representados através das três cabeças, novamente trazem a inseparável união com

a realidade, pois indicam a cultura indiana e nipônica, por meio da representação da deusa *Shiva* Bolywoodiana e da borboleta japonesa.

Para o público de Gaga - seus fãs e admiradores -, a fotografia, com todo seu potencial de referencialidade, pode desencadear o interpretante lógico de seus observadores: como quali-signo remático, a Lady Gaga representada na fotografia pode os influenciar a ceder à mensagem da moda contida na capa, por exemplo, e levá-los a comprar peças da *Mugler*. Possibilidades do interpretante final que só podem ser cogitadas.

A análise semiótica da fotografia da capa da *V Magazine* apenas teve um princípio, pois toda e qualquer leitura semiótica não possui fim, já que o interpretante final é jamais alcançado. Dessa forma, cada observador que se aventurar à análise semiótica ou qualquer outra forma de estudo, encontrará novos interpretantes, e assim consecutivamente.

A fotografia pode ser mais que um simples recorte/mediação de uma cena e ter muito a representar. Entretanto, a semiótica comprova que, ao final, toda e qualquer fotografia torna-se, também, um recorte específico de uma realidade - com seus contornos sociais, culturais e temporais. Por mais marcante que essa seja.

BIBLIOGRAFIA

ABOUT. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <<http://www.vmagazine.com/site/about/#!/about>>. Acesso em: 10 out. 2011.

AGUIAR, Kátia Fonseca. 2006. Especialização em Comunicação - Universidade Federal de Minas Gerais, Minas Gerais, 2006. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/aguiar-katia-fotografia-digital.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2011.

ALVES, Iulo Almeida. O Que Vemos: experiências fotográficas a partir do mundo interior. Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/alves-iulo-o-que-vemos-experiencias-fotograficas.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2011.

BARTHES, Roland. A Câmara Clara: notas sobre fotografia. 9ª impressão. Rio de Janeiro: Nova Fronteira S. A., 1984.

BIO, Lady Gaga. Página de informação. Disponível em: <<http://www.ladygaga.com/bio/default.aspx>>. Acesso em: 04 out. 2011.

BATISTA, Maria de Fátima B. de M. A semiótica: caminhar histórico e Perspectivas atuais. *Revista de Letras*. Número 25, jan./dez. 2003, volume 1/2.

CABRAL, Gabriela. *Hinduísmo*. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <<http://www.brasilecola.com/religiao/hinduismo.htm>>. Acesso em: 10 out. 2011.

CAMARGO, Zeca. Entrevista com Lady Gaga. Programa Fantástico, Rede Globo, 2008. Disponível em: <<http://video.globo.com/Videos/Player/Noticias/0,,GIM1160044-7823-VEJA+A+INTEGRA+DA+ENTREVISTA+DE+ZECA+CAMARGO+COM+LADY+GAGA,00.html>> Acesso em: 19 set. 2011.

CASTRO, Rosana Costa Ramalho de. Analisar, compreender e conceber as representações visuais e culturais: a semiótica como um novo paradigma teórico. 2010. Artigo científico. Pós-doutorado em Semiologia, 2010. Disponível em: <http://ppgav.ceart.udesc.br/revista/edicoes/4ensino_de_arte/4_artigo_5_rcastro.pdf>. Acesso em: 19 set. 2011.

CORDEIRO, Ricardo. Fotografia publicitária e fotografia jornalística: pontos em comum. 2005/2006. Tese (Mestrado em Ciências da Comunicação) - Universidade da Beira do Interior, Covilhã (Portugal). Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-ricardo-fotografia-publicitaria.pdf>>. Acesso em 10 set. 2011.

CREUS, Amalia. Olho, máquina e coração: Um estudo sobre as imagens fotográficas e sua relação com a memória e afetividade. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/creus-amalia-olho-maquina.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2011.

FLUSSER, Vilém. Filosofia da caixa preta: Ensaios para uma futura filosofia da fotografia. São Paulo: Hucitec, 1985.

GAGA, Lady. Biografia completa de Lady Gaga. Texto online. Portal iG. Disponível em: <http://gente.ig.com.br/ladygaga/p1237862821804.html#VIDA_PESSOAL>. Acesso em: 19 set. 2011.

GARCIA, Wilton. *O corpo na fotografia: anotações*. Jul. 2007. Disponível em: <<http://www.fotografiacontemporanea.com.br/artigos/16/F9E781E2EE0A44C6801982F048374DD5.pdf>>. Acesso em 10 out. 2012.

GOMES, Nelson Pinheiro. O Marketing da Aparência: Comunicação e Imagem nas Publicações Periódicas de Moda. 2010. Dissertação (Mestrado em Ciências da Cultura) - Universidade de Lisboa, Lisboa, Portugal, 2010. Disponível em: <http://repositorio.ul.pt/bitstream/10451/1935/1/ulfl072331_tm.pdf> Acesso em: 19 set. 2011.

JOLY, Martine. Introdução à análise da imagem. Lisboa, Portugal: Edições 70, Lda, 2007.

JORGE, Ana Maria Guimaraes. *Imagem: uma leitura sensorio-perceptiva*. Mar. 2012. Disponível em: http://www.fotografiacontemporanea.com.br/artigos/35/imagem_uma_leitura_sensorio-perceptiva.pdf>. Acesso em 10 out. 2012.

JONES, Katie. *Catwalk Review: Thierry Mugler A/w 2011/12*. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <<http://www.mydaily.co.uk/2011/03/03/catwalk-review-thierry-mugler-a-w-2011-12/>>. Acesso em: 10 out. 2012.

LIMA, Cláudia Albuquerque de. Representações em imagens equivalentes. 2001. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Universidade Federal de Pernambuco, Pernambuco, 2001. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lima-claudia-imagens-equivalentes.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2011.

LIMA, Osvaldo Santos. Câmara Clara, Um diálogo com Barthes. Universidade Federal do Paraná. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lima-osvaldo-Camera-Clara7.pdf>>. Acesso em: 10 set. 2011.

LIMA BARRETO, Evanice Ramos. *A visão saussuriana da linguagem. P@rtes*. São Paulo. Out./2009. Disponível em <<http://www.partes.com.br/educação/visaosaussuriana.asp>>. Acesso em 23 out. 2012.

NICOLA FORMICHETTI CREATIVE DIRECTOR. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <http://www.mugler.com/int/en/#/12-nicola_formichetti/893-creative_director/894-creative_director>. Acesso em: 10 out. 2012.

NÖTH, Winfried; SANTAELLA, Lúcia. A fotografia entre a morte e a eternidade. In: IMAGEM: COGNIÇÃO, SEMIÓTICA, MÍDIA. São Paulo, Iluminuras, 1999. Disponível em:

<http://www.geocities.ws/hgodoy2000/TextosFOTO/fotografia_ternidade.pdf>. Acesso em: 19 set. 2011.

NÖTH, Winfried. *A Semiótica no Século XX*. 1ª ed. São Paulo: Annablume, 1996.

_____. *Panorama da semiótica: de Platão a Peirce*. 4. ed. São Paulo: Annablume, 2005. 149 p. ALZAMORA, Geane Carvalho. *Jornalismo cultural online: uma abordagem semiótica*. (S/D). Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, (S/D).

NUNES, Karliane Macedo. *A fotografia entre o índice e o ícone: por uma dupla abordagem*. Disponível em: <<http://www.filologia.org.br/ixfelin/trabalhos/pdf/03.pdf>>. Acesso em: 19 set. 2011.

PHOENIX, Helia. *Lady Gaga: Biografia*. São Paulo: Lua de Papel: 2010.

SANTAELLA, Lucia. *A Teoria Geral dos Signos*. São Paulo: Cengage Learning, 2000.

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

_____. *Produção de Linguagem e Ideologia*. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Cortez, 1996.

_____. *Semiótica Aplicada*. São Paulo: Cengage Learning, 2002.

TSUNAMI NO JAPÃO. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/multimedia/galeria-fotos/tsunami-no-japao-dia-apos-dia>>. Acesso em: 10 out. 2012.

THE ASIAN ISSUE – INTERVIEW WITH STEPHEN GAN. Entrevista: banco de dados, página de internet. Disponível em: <<http://models.com/oftheminute/?p=31731>>. Acesso em: 10 out. 2011.

THE VOGUE LIST, THIERRY MUGLER. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <<http://www.vogue.fr/thevoguelist/thierry-mugler/134>>. Acesso em: 10 out. 2012.

TRAQUINA, Nelson. Teorias do Jornalismo – Por que as notícias são como são. Florianópolis: Insular, 2004.

TRINDADE, Michelle. *Fotógrafos holandeses lançam retrospectiva da carreira no SPFW*. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <<http://modaspot.abril.com.br/desfiles/desfiles-spfw/spfw-verao-2012/fotografos-holandeses-lancam-retrospectiva-da-carreira-no-spfw>>. Acesso em: 10 out. 2012.

WE PRAY FOR JAPAN PRAYER BRACELET. Banco de dados: página de internet. Disponível em: <<http://www.ladygaga.com/news/default.aspx?nid=34654>>. Acesso em: 10 out. 2012.

YAHN, Camila. Top fotógrafos Inez & Vinoodh estão em SP para abertura de sua exposição. 2011. Entrevista com os fotógrafos Inez van Lamsweerde e Vinoodh Matadin para site FFW, do Portal iG. Disponível em: <<http://ffw.com.br/noticias/exclusivo-ffw-entrevista-a-super-fotografa-inez-van-lamsweerde/>> Acesso em: 19 set. 2011.

ANEXOS

Anexo A - capa da Revista *V Magazine, The Asian Issue*, edição asiática - número 71 -, com Lady Gaga



Anexo B - pulseira *We Pray For Japan*



APÊNDICES

Apêndice A - ensaio fotográfico completo de Lady Gaga para a revista *V Magazine, The Asian Issue*, edição asiática - número 71

