

K-POP na plataforma web: uma análise semiótica didática do álbum Love Yourself

Resumo: A atual discussão em torno do amor próprio, principalmente voltada ao público jovem e a relação com a difusão de informações proporcionada pela web 2.0 motivou a realização deste estudo. Nesse sentido, o objetivo deste artigo consiste em demonstrar a relação semiótica didática existente entre as letras das músicas DNA, FAKE LOVE e IDOL e seus respectivos videocliques, pertencentes ao grupo sul-coreano BTS, de acordo com os princípios da abordagem imagética. Para tanto, o aporte teórico adotado está circunscrito a Pierce (2003), Vygotsky (2015), Moreira (1999), Levy (1996) e Marcuschi (2008). A metodologia adotada de cunho qualitativo (LAKATOS, MARCONI, 2001) baseia-se nos cliques ancorados na plataforma You Tube. A pesquisa em andamento aponta para as relações ideológicas oriundas do discurso social e sua possibilidade de aplicabilidade na educação juvenil.

Palavras-chave: didática; gênero K-pop; amor próprio; análise semiótica; web.

Introdução

Sabendo que a semiótica leva em conta o signo sobre todas as formas de manifestação e que ela integra significado e significante, buscou-se a partir da semiótica interpretar os MV's do grupo sul-coreano Bangtan Sonyeondan (BTS), para assim compreender o significado da mensagem por traz das letras das canções. O grupo faz parte do chamado K-pop que é a música pop coreana.

A concepção de música pop coreana, o chamado K-pop passou por várias influências e transformações além das desapropriações no decorrer do século passado, sobretudo pelo fato de os produtos internacionais serem mais valorizados e procurados dentro do próprio país, uma consequência da influência dos Estados Unidos, após a divisão das Coreias em norte e sul. Mas segundo (KOCIS, 2011) na década de 1990 essa tendência começou a mudar, pois foi nessa época que os produtos sul-coreanos passaram a ser mais apreciados e valorizados pela sua população, e foi essa valorização que possibilitou o interesse internacional pela Onda Coreana, também conhecida como Hallyu.

A Onda Coreana pode ser compreendida como o fenômeno cultural do crescimento da popularidade do entretenimento e da cultura popular da Coreia do Sul, abrangendo a música, os filmes, os produtos televisivos bem como sua gastronomia, por exemplo. O fenômeno se popularizou primeiramente na Ásia e, mais recentemente, na Europa e nas Américas.

Ruth Evelin de Souza Alves

Discente da Universidade do Estado do Pará, curso de Licenciatura em Letras-Língua Portuguesa.

ruthewy32@gmail.com

Luise Cristini Macias da Silva

Discente da Universidade do Estado do Pará, curso de Licenciatura em Letras-Língua Portuguesa

luh.16macias@gmail.com

Fiamma Latoia Martins Moraes

Discente da Universidade do Estado do Pará, curso de Licenciatura em Letras-Língua Portuguesa

fiammamoraes1@gmail.com

ALVES, R.E.S.; SILVA, L.C.M.; MORAES, F.L.M. K-POP na plataforma web: uma análise semiótica didática do álbum Love Yourself. In: Linguagens, Tecnologia e Ensino, 2, 2019. Timóteo. **Atas da [...]**. Timóteo: CEFET-MG, 2019, p. 133-143. Disponível em: <http://www.lite.cefetmg.br/publicacoes/atas-2a-lite>. Acesso em: ...

Sobre a Onda Coreana, Hanaki et al, Jin e Yoon (2014) afirmam:

O fenômeno Onda Coreana [...] se refere ao intenso fluxo de produtos advindos da Coreia do Sul. Música pop, dramas e programas televisivos, gastronomia, filmes, celebridades, jogos e o próprio idioma são vertentes da hallyu que está conquistando os mercados internacionais e expandindo sua zona de influência para além da Ásia. (HANAKI et. Al 2007; JIN: YOON, 2014)

Neste estudo o foco dada a Onda Coreana concerne ao K-pop referenciando as influências que fizeram a indústria da música na Coreia ser o que é hoje. O K-pop é a adaptação de Korean Pop, expressão usada para denominar como o estilo musical é conhecido ao redor do mundo. Esse gênero musical nasceu na Coreia do Sul nos anos 1990 e se espalhou a priori na Ásia e Oceania, até chegar ao continente ocidental. Isso só foi possível porque grupos musicais do país começaram a se destacar não só nas paradas musicais locais como também nos países vizinhos da Coreia como o Japão, China, Tailândia, Vietnã e Filipinas e outros fora da área de abrangência da Ásia, como a Austrália, países europeus e latino-americanos. Na época sobressaíram-se 20 bandas do K-pop, que passaram a fazer sucesso nas paradas musicais mundiais.

Este estudo está organizado em seções. A primeira seção contém a introdução e a contextualização do tema. A segunda seção é dedicada ao referencial teórico, que fala acerca da semiótica, conforme Saussure (1916) e Pierce (2010), ainda nesta seção, será abordado o conceito do virtual para a contextualização do fenômeno Onda Coreana ou Movimento Hallyu. A terceira seção dedica-se a metodologia, em que as etapas do trabalho serão descritas. Por fim, as considerações finais, com as referências que orientaram todo o estudo.

Referencial teórico

O signo conforme Saussure

Segundo Saussure, a explicação clássica de signo é a de uma coisa que é usada, referida ou tomada no lugar de outra. Desta forma, o signo linguístico é, pois, uma entidade psíquica de duas faces, que é representado por um conceito e uma imagem acústica. Esse conceito, o autor explica dessa forma:

Esses dois elementos estão intimamente unidos e um reclama o outro. Quer busquemos o sentido da palavra arbor, quer a palavra com a qual o latim designa o conceito “arvore”, está claro que somente as vinculações consagradas pela língua nos parecem conforme a realidade, e abandonamos toda e qualquer outra que se possa imaginar. (SAUSSURE, 1916, p. 107)

Quando pegamos esse conceito e o ligamos com a imagem acústica, temos o que Saussure chama de signo. Mas, no usual, essa maneira designa geralmente a imagem acústica apenas. Isso acontece porque o signo linguístico é artificial, pois sugere uma relação dicotômica arbitrária entre um significado e um significante. Segundo o autor, a imagem acústica ou sonora não é um som material, físico, mas a impressão psíquica dos sons, que só é perceptível quando pensamos em uma palavra, mas não a falamos. Saussure explica ainda:

Propomo-nos a conservar o termo signo para designar o total, e a substituir conceito e imagem acústica respectivamente por significado e significante; esses dois termos têm a vantagem de assinalar a oposição, que os separa, quer entre si, quer

do total de que fazem parte. Quanto a signo, se nos contentarmos com ele, é porque não sabemos por que substituí-los, visto não nos sugerir a língua usual nenhum outro. (SAUSSURE, 2012, p. 107)

Contudo, não se deve ter a ideia de que o significado dependa da livre escolha do que fala, não se está ao alcance do indivíduo trocar coisa alguma do signo. Nesse sentido o significante é emotivo, ou seja, arbitrário em relação ao significado, não estabelecendo nenhum laço com o significado, como explica Saussure:

O laço que une o significante e o significado é arbitrário ou então, visto que entendemos por signo o total resultante da associação de um significante com um significado, podemos dizer mais simplesmente: o signo linguístico é arbitrário. Assim a ideia de que “mar” não está ligada por relação alguma anterior a sequência de sons M-A-R que lhe serve de significante (SAUSSURE, 2012, p. 108)

Saussure define que o signo linguístico não é motivado por nenhuma relação necessária entre o som e o sentido, ou seja, não há nada no significante que lembre o significado. O signo também tem no seu significante, quando estabelece a ideia que representa, a livre escolha. Contudo, com relação ao grupo linguístico que o usa, ele não é livre, ele é imposto. Desse modo, a língua sempre aparece como uma herança, como uma convenção aceita pela comunidade linguística e que é repassada para as gerações seguintes. A esta característica do signo Saussure dá o nome de Imutabilidade:

A língua encontra-se em constante movimento, então, o tempo opera outro efeito sobre o signo linguístico, a mutabilidade. Parece contraditório, mas a mutabilidade pode proporcionar alterações ao signo linguístico. Segundo, Saussure, as alterações no tempo assumem diversas formas, cada uma das quais forneceria matéria. Assim, é que temos várias palavras que chegaram a nossa língua pela mudança da relação significante/ significado, por exemplo: mácula em latim significa mancha, e deu origem a mágoa em português. Nesse sentido. Conclui-se que a língua mesmo não sendo livre, o tempo desenvolve seus efeitos por meio das forças sociais, alterando a forma de falar dessa língua, além das novas palavras que começam a compor nosso vocabulário.

Semiótica

Primeiramente é importante ter em mente que a semiótica é algo complexo no que tange a sua aplicação, segundo Peirce (2010, p. 13) “A linha de raciocínio que me proponho desenvolver é peculiar e requererá algum estudo cuidadoso para avaliar sua força”, o que significa dizer que é necessário não só entender as nuances que envolvem o objeto em análise, mas as possibilidades de análise que o envolve. Outro importante ponto a ser citado são alguns pontos na metodologia de investigação semiótica, que dentro deste artigo são importantes de ressaltar, pois a semiótica abordada pretenderá adaptar-se ao público vigente no ensino médio. Segundo o autor Iasbeck (2005, p. 194) “(...) a semiótica não se refere diretamente à realidade. Ela o prefere fazer por meio do signo e do texto.”

Outro ponto importante é o fato de que “Um projeto semiótico não tem pretensões a conclusões gerais ou a fechamentos contundentes. Normalmente, busca o alargamento de possibilidades, fator estritamente ligado à proliferação dos sentidos.” (IASBECK, 2005, p. 196). Logo, a proposta aqui apresentada ao pretende tirar conclusões quantitativas, mais qualitativas e interpretativas que se encaixam nos princípios da didática de Vygotsky que visa adaptação no processo intelectual, haja vista a abrangência de possibilidades de interação social e condição de vida de um indivíduo.

Dentro da análise semiótica aqui proposta focaremos na tríade Peirce, que segundo o mesmo serão categorias da consciência dividida em três momentos:

as verdadeiras categorias da consciência são: primeira, sentimento, a consciência que pode ser compreendida como um instante do tempo, consciência passiva da qualidade, sem reconhecimento ou análise; segunda, consciência de uma interrupção no campo da consciência, sentido de resistência, de um fato externo ou outra coisa; terceira, consciência sintética, reunindo tempo, sentido de aprendizado, pensamento. (PIERCE, 2010, p. 15).

A relação triádica será exibida para o aluno através dos três principais singles do álbum do grupo BTS intitulado Love Yourself e testado posteriormente através de um exercício que visa a assimilação dos princípios semióticos através do uso da tecnologia.

O que é o virtual?

A sociedade moderna encontra-se diante de uma nova forma de produção social do espaço, apresentando um sistema de relações sociais, expressas no ciberespaço, no qual o tempo real-instantâneo é um tempo sem tempo e a nova cotidianidade é destituída de espaço e matéria. A presentificação, a imediatez, a realidade virtual e as diversas possibilidades de comunicação online sugerem um novo ambiente.

Lévy (1996) define os conceitos de virtualidade, realidade, além da análise da desterritorialização. Para ele o real é semelhante ao possível, faltando a este apenas a existência. Quando o possível se realiza, nada em sua determinação ou natureza muda.

A palavra virtualidade vem do latim medieval *virtualis*, derivado de *virtus*, força, potência. No cotidiano, o virtual é empregado para significar a ausência de existência. O virtual se atualiza sem ter passado à concretização efetiva ou formal. O termo seria da ordem do “terás”, ou da ilusão, enquanto o real seria a ordem do “tenho”. Contudo, o virtual não se opõe ao real, mas ao atual. Ele não é estático e constituído, mas é um nó de tendências ou forças que acompanha uma situação, um acontecimento, um objeto ou entidade qualquer, e que pressupõe um processo de resolução: a atualização. Desta forma, o atual responde ao virtual e a atualização é uma criação, uma invenção de uma forma a partir de uma configuração dinâmica de forças e finalidades.

Quando alguém ou algo se virtualiza, ela se desterritorializa, isto é, o indivíduo a partir do ciberespaço sai do seu conforto e passa a conviver com outras culturas e ideias. Através do sistema de realidade virtual, o ser humano é capaz de viver em dois planos, o real e o virtual, nos quais será compartilhado conhecimentos. A esta troca de conhecimentos, Lévy (1996) irá chamar de inteligência coletiva.

A inteligência coletiva é a somatória das inteligências individuais, que compartilhadas por toda a sociedade. Caracteriza-se pela nova forma de pensamento sustentável através de conexões sociais que se tornam viáveis pela utilização das redes abertas de computação da internet, assim ela possibilita o compartilhamento da memória, da percepção e da imaginação, resultando na aprendizagem coletiva e na troca de conhecimentos. Portanto a inteligência coletiva é toda forma de pensar e compartilhar seus conhecimentos por meio de recursos mecânicos como a internet. Neste exemplo da internet, podemos considerar o site Wikipédia, que tem conteúdos construídos pelos próprios usuários que interagem e acessam a página.

Mediante o compartilhamento não só de conhecimentos, mas de cultura, costumes e ideias, percebeu-se a criação de uma linguagem nova e constante deste novo espaço virtual. Segundo Souza (2012), a internet é um ciberespaço que tem demonstrado essa dinamicidade, rompendo com determinadas regras tradicionais da norma padrão. Isso tem fomentado críticas quanto à nova forma de escrita utilizada. O internauta, ao interagir com seus interlocutores, desenvolve uma escrita com características que a aproxima da oralidade. Esse recurso tem por objetivo tornar a interação mais próxima de uma conversa face a face, faz com que os interagentes se sintam mais à vontade, e aumente o fluxo de comunicação verbal atendendo à exigência de velocidade no momento de interação.

Segundo Lévy (1996, p. 106), a sociedade do conhecimento requer uma nova leitura de mundo em que vivemos. Entretanto, difícil são nos despirmos de velhos conceitos, velhas linguagens, dos velhos paradigmas passados quando eles ainda são naturalmente uma parte de nós mesmos. Para nos tornarmos aprendizes, precisamos desaprender, recuperando a capacidade que o homem naturalmente possui a de comunicar-se.

Se concebermos a linguagem como produção de conhecimento, não é possível pensá-la apenas como veículo de informação ou de conteúdo, ela é a própria materialização da consciência, daquilo que permite a formação do sujeito e que, ao mesmo tempo, não prescinde da interação social. A linguagem só assume sua essência na coletividade, em situações em que sejam possíveis experiências intersubjetivas como condição para a formação da intersubjetividade. Mas, mesmo neste contexto, onde a interação social não é o foco da produção da linguagem, não quer dizer que não se espera que o conhecimento seja posteriormente definido (Kramer, 2003, p. 73).

Onda coreana

A música coreana começou muito antes, mais precisamente em 1925, contudo, foram os anos 1990 que determinaram a transformação da música coreana e o surgimento do que se entende por K-pop hoje. A Hallyu foi dividida, pelo menos até agora, em três partes. A primeira se dá pelo investimento de agências de entretenimento no final dos anos 1900 e início dos anos 2000 em badbandse girlbands com H.O.T, by VOX e a cantora BoA. As bandas dessa primeira onda foram se dissipando no início dos anos 2000, por desentendimento com as agências e diminuição do sucesso e tentativas individuais de continuar a carreira solo.

A segunda Hallyu é compreendida como o lançamento de artistas voltados para o público do sudeste asiático, como Japão, China e Tailândia. Os artistas dessa época falavam mandarim e japonês e lançavam seus CDs também nessas duas línguas. O principal fator para as agências fazerem sucesso com esses artistas segundo Messerlin e Shin (2013, p. 3) é que essas agências se juntaram e se especializaram progressivamente, criando elementos necessários para um sucesso mundial. Segundo os autores, as agências focaram em um segmento negligenciado, porém muito promissor dentro das habilidades artísticas da Coreia, em como desenvolveram essas habilidades e as mostraram ao mundo com uma combinação de velhas e novas técnicas.

A terceira Hallyu aconteceu com a exportação de produtos do K-pop que teve um “boom” no ocidente, mais precisamente em 2008, com a explosão de músicas nas paradas de sucesso

dos Estados Unidos. Com o fim dos grupos que fizeram sucesso nos anos 2000, outros grupos surgiram e formaram uma nova era no K-pop, com músicas mais eletrônicas e videocliques com alto nível de produção e tecnologia.

Na compreensão de Soares (2012):

o pop dentro da cultura pop é o lugar do fabricado, dando a entender que aquele produto faz parte de uma lógica de produção muito maior que dá importância para a figura do produto, do diretor do videoclipe, do cenógrafo do show e do figurinista, pois a música não está sozinha enquanto canção, a visualidade e a performance midiática são tão importantes quanto a música. (SOARES, 2012, p. 8)

Outra grande importância para o K-pop é a dança, visto que a letra e o conteúdo quase nunca são entendidos, devido a poucos consumidores falarem coreano. “deste modo, assistir a uma performance pop pressupõe muita expectativa no que diz respeito a precisão técnica do show e a fidelidade ao roteiro que dificilmente se altera” (MASCARENHAS; LIMA, 2015, p. 1)

No Brasil, o consumo e difusão da onda coreana começou um pouco mais tarde e ainda são diferenciados e limitados, porém, apresentam forte presença e movimentação entre os fãs. O consumo da Hallyu no Brasil foi possibilitado especialmente pelo desenvolvimento tecnológico da Web 2.0 e das mídias digitais, fundamental para a disseminação em mercados fora da Ásia.

Assim como no Brasil, o que ajudou na divulgação do K-pop para os outros países, foi a vantagem do rápido alcance promovido pela internet, o que possibilitou o conhecimento do K-pop por produtores e cantores internacionais. O estilo musical dinâmico do K-pop fez com que empresas, compositores e produtores estrangeiros buscassem artistas e agências sul-coreanas para ter parcerias. Sobre as mídias sociais:

Mídias sociais ou social media, podem ser consideradas como um grupo de aplicações para entretenimento construídas com base nos fundamentos ideológicos e tecnológicos da Web 2.0 que permite a criação e troca de conteúdo gerado pelo usuário (KAPLAN, HAENLEIN, 2010 apud. JUNG, 2010)

Desse modo, a divulgação dos produtos do K-pop bem como a sua circulação acontece de maneira rápida e as pessoas podem ter acesso a esse conteúdo a hora que achar oportuno. As redes sociais proporcionam a formação de uma comunidade ativa de fãs e aproxima os artistas dessas comunidades.

Desta forma, os audiovisuais ou MV's e a letras que aqui serão analisados, fazem parte do álbum Love Yourself, dividido em três: começando com “HER”, que retrata o processo de cair em paixão e que nós trás o single “DNA”. “TEAR” fala sobre a perda, e traz o single “FAKE LOVE”, e por fim, “ANSWER” conclui com a seguinte mensagem: devemos nos amar antes de podermos amar outras pessoas, e nos traz o single “IDOL”. Portanto o objetivo desta pesquisa consiste em abordar a relação semiótica existente entre as letras das músicas DNA, Fake Love e Idol e seus respectivos videocliques do grupo sul coreano BTS de acordo com os princípios da abordagem imagética.

Didática

Tema: Semiótica

Assunto: Semiótica e seus elos com a cultura pop.

Objetivos gerais: Realizar uma interação com base nos aprendizados posteriores dos conceitos semióticos.

Objetivos específicos: Tornar os alunos analistas semióticos através da sua utilização didática e interativa com conceitos culturais e sociais presentes na atualidade através da exposição dos exercícios elaborados pelos mesmos e mediados por tecnologia.

Procedimentos de ensino: Comunicação oral e expositiva dos exercícios elaborados e debates acerca da exposição dos mesmos e dos resultados apresentados.

Recursos didáticos: Utilização de data show, notebook e papel A4.

Metodologia

Nesta seção, apresentam-se os procedimentos metodológicos empreendidos para a realização da pesquisa no que concerne a análise semiótica e suas questões com a didática, para tal utilizamos os conceitos de Vygotsky (1987-1988). Segundo o autor, a linguagem representa a cultura, e a cultura desenvolve o psicológico do indivíduo, ou seja, molda à sua maneira de pensar. Esse conceito vinculado aos conceitos semióticos triádicos de Pierce (2003), pretendendo-se assim estabelecer um panorama no qual os alunos visualizem a semiótica em sua realidade social e tornem-se analistas dos fenômenos que os circundam.

Dentro de tal possibilidade selecionou-se a escola E.E.E.F.M Professora Clotilde Pereira, no município de Castanhal/PA, como fonte para coleta de dados. No âmbito metodológico a pesquisa se inscreve como qualitativa (LAKATOS; MARCONI, 2001). Em face da adequação da temática para a sua aplicabilidade em sala de aula em consonância com os parâmetros presentes na BNCC (2018) a pesquisa também apresenta cunho descritivo (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Análise dos MV'S

Podemos ter em mente que os vídeos ou audiovisuais que aqui serão trabalhados também carregam em si, significados próprios, potencializados pela linguagem e suporte utilizados para sua divulgação. Ao se caracterizarem como produtos midiáticos híbridos, a partir de matrizes sonora, verbal e visual, o método de análise semiótica mostrou-se apropriada para que pudéssemos explorar as nuances presentes nos vídeos do grupo sul-coreano BTS, especificamente os singles do álbum Love Yourself.

Conforme Machado “As imagens são puros estímulos visuais (cor, movimento, ritmo), e mesmo quando podem ser reconhecíveis enquanto referências miméticas, o que importa nelas é a massa, a metamorfose das cores e texturas ao longo do tempo” (MACHADO, 2000, p. 179). Assim, nos vídeos não existe uma forma pré-moldada para a construção dos vídeos, o mais importante é a experimentação, a liberdade que os diretores têm de compor, sem que a sociedade rejeite. Além disso, outra característica é a descontinuidade em que ocorre as mudanças de um plano, de cenário, de iluminação, tudo isso por causa dos novos suportes, principalmente da internet.

Portanto, as mensagens são seus signos inseridos em um outro signo (o próprio vídeo). As reações e interpretações a serem despertadas em seus espectadores ilustram o interpretante do signo proposto, construindo uma relação entre a mensagem transmitida e a recepção dela na mente dos espectadores em geral. Partindo desta ideia, que será feito a análise

dos singles “DNA”, “Fake Love” e “Idol”, respectivos do álbum Love Yourself, divididos em três miniálbuns: Her, Tear, Answer.

O álbum ou a saga Love Yourself em 2017/2018, cria uma jornada sinuosa de descobertas sobre si mesmo inspiradas pela literatura (Hesse, Le Guin, Orwell, Doty, Murakami), arte renascentista e filosofia (Nietzsche, Jung).

Segundo o site Bangtan Brasil, o primeiro miniálbum intitulado Her foi lançado em 18 de setembro de 2017, tendo como single a música “DNA”. Em 24 horas após o lançamento, o vídeo do single foi visto 20,9 milhões de vezes, tornando-se o primeiro vídeo musical de um grupo k-pop a alcançar mais de 20 milhões de visualizações nesse espaço de tempo. Durante entrevistas de promoção e apresentação do novo miniálbum Her, Suga um dos membros do grupo, disse: “há muitas canções que expressam o momento em que você se apaixona”. O amor, entretanto, tem muitos lados. “Pied Piper” uma das músicas do mini álbum, uma alusão viva ao Daft Punk, fala sobre um amor obsessivo, onde eles repreendem os fãs por negligenciarem o estudo e o trabalho enquanto sentem o prazer de serem os culpados (“Eu estou aqui para te salvar, Eu estou aqui para te destruir”).

No doce “Dimple” música do miniálbum Her, Jungkook o membro mais novo do grupo canta “Esse sorriso é mais que cruel... Eu quero cair e morrer nele, eu quero me afogar nele, para mim, você é um lago”; suas palavras oscilando entre adoração e loucura. Essa ambiguidade intrigante também aparece na abertura do álbum — “Intro: Serendipity” de Jimin, um dos sete membros, com tons de encanto e súplica. Suave com a presença de violão e sintetizadores extasiantes, a sua representação do amor, este advindo do destino, também constrói a premissa do single, a singular e magnética “DNA”.

Análise do audiovisual “DNA”

O audiovisual de “DNA”, fala sobre como nossos DNA's são conectados no universo, o vídeo inicia-se com um gancho de assobio e ritmo de violão acústico que depois traz uma "explosão" eletrônica melódica. O mv apresenta uma explosão de cores intensas como por exemplo; azul, preto, vermelho e amarelo, predominantes em todo o videoclipe, bem como, imagens de DNAs reais, cenários diferentes, fórmulas químicas e matemáticas. O reconhecimento destas características, está associada a Primeiridade apresentada por Pierce (2003) em sua tríade e mais bem explicado por Santaella que afirma ser tudo que está na mente de alguém no instante presente e imediato, é a primeira sensação sentida.

A Secundidade para Santaella (1983) é o factual, é a reação aos fatos externos, é o representar de si mesmo, é a ação do sentimento sobre nós. Dialogando com este conceito para o audiovisual de “DNA”, podemos identificar dois momentos na roupa dos meninos, no primeiro momento as cores utilizadas são: azul e amarelo e no segundo: preto e vermelho, tendo assim cores vibrantes e o preto na reta final do audiovisual que se interligará com o próximo mv “Fake Love”.

Santaella (1983) acredita que a terceiridade é a interpretação do fenômeno, é o terceiro dos três elementos que constituem as categorias universais do pensamento e da natureza. É quando um objeto passa a representar alguma coisa (signo). No audiovisual, identificamos o uso de imagens de DNAs e na coreografia feita pelos membros há sempre menção do DNA a partir do toque no antebraço para o pulso, pode-se entender que devemos conhecer o nosso “eu” e amá-lo, para assim amar aos que estão ao nosso redor.

O audiovisual inicia com o assobio de um dos membros do grupo, como abordado no tópico anteriores, o grupo sul-coreano utiliza neste álbum de influencias de algumas literaturas, como por exemplo a obra de Hermann Hesse mais especificamente o livro chamado “Demian”, no videoclipe identificamos a seguinte passagem: quando Sinclair mente sobre o furto das maçãs, Kriker descobre que tudo não passa de uma grande mentira e como um bom vilão, deixa avisado: quando eu assobiar, você deve me dar o que eu quiser. O assobio é descrito como um momento que causa medo e pânico em Sinclair. No MV do BTS, ouvimos os assobios em ‘DNA’, descobrimos que Jungkook era quem estava assobiando o tempo todo.

Portanto “DNA” é sobre a expressão de um amor jovem e intenso. Ao analisarmos a letra diz, “nós dois estamos destinados a estarmos conectados desde o começo, nosso DNA é o mesmo”. Ao mesmo tempo, “DNA” está levando o BTS a novos caminhos. DNA é aquele que corre pelas veias, que está em seu DNA e que te faz entender que você amando a si mesmo, você se torna alguém suficiente para amar e estar com outra.

Análise do audiovisual “Fake Love”

Ao analisar o audiovisual Fake Love, o que chama a atenção no primeiro momento é a melodia que no início que no início é quase inexistente, como se fosse aguar caindo de uma cachoeira, em contraste com resto da música que é bastante ritmada. Outra coisa que chama atenção são as cores, que neste videoclipe teve como preferência o contraste luz e sombra, mas os tons escuros se sobressaem, para simbolizar escuridão, solidão. O ambiente também mostra o quão caótico está o estado de espírito deles. Lugares fechados, sujos, sem luz dando a sensação de desespero, aparecem no videoclipe do início ao fim. Essa primeira impressão, vaga e imprecisa, é o que Peirce (2003) chama de primeiridade. O que analisamos no imediato.

Quando analisamos o audiovisual pela segunda vez, podemos ter uma ideia um pouco mais profunda do que estamos vendo. Começamos a tomar consciência, é o que Pierce vai chamar de secundidade. Nessa visão já conseguimos perceber que os membros estão todos de roupas em tons escuros e que as expressões de seus rostos estão sombrias. Percebemos também que nas cenas em que eles aparecem sozinhos, sempre estão com expressões vazias e demonstrando sofrimento.

Quando associamos o audiovisual com a letra da música, percebemos o que quer dizer o comportamento dos integrantes dentro da coreografia e entendemos o porquê das expressões deles estarem tristes, agora estamos na terceiridade, pois começamos a refletir sobre o contexto da mensagem que está sendo passada através do videoclipe e da letra da música. O nome da música já diz muito, compreendemos a partir dessa visão que estão vivendo um amor falso que está fazendo com que eles não sejam eles mesmos. Percebemos também que as cenas remetem a solidão e a recusa de sair dessa situação. Para eles, essa alternativa é melhor do que a dor, a rejeição, a traição, enfim, quando observamos com minúcia Letra e videoclipe, percebemos que eles estão angustiados e deprimidos dentro desse ciclo vicioso que é o amor falso, mas não querem se libertar dele.

Dentro desse cenário podemos inferir, que na verdade, não é que eles não queiram ajuda, apenas existem muito de si mesmos, colocam a culpa nas próprias costas, se sentem confusos e acham que a solidão é a melhor opção. Isso remete ao amor próprio, visto que

quando não negligenciados nossas falhas, acabamos dando valor a nós mesmos como pessoa. À medida que nos conhecemos, sabemos quem somos. Cuidamos de nós mesmos, nos protegemos e com isso nos tornamos mais fortes. Quanto mais fortes nos tornamos, menos lágrimas caem, menos magoas temos dos outros e menos culpa carregamos. Às vezes, se precisa chegar nesse ponto sozinho.

Análise do audiovisual “Idol”

Primeiridade: Cores vibrantes e quentes que complementam o ritmo frenético da canção, caos visual através de diversas informações como aparição de diversos animais, várias trocas de roupas dos participantes do grupo durante o decorrer do videoclipe e outras alegorias, o excesso de informações complementa as diversas viradas rítmicas na música.

Secundidade: Percepção da referência a predominância da cultura asiática através de algumas das vestimentas como o robe de seda negro e dourado com ilustrações referentes a tal cultura utilizado pelos integrantes dentro de uma construção também típica da Ásia que se interliga com perfil dos cantores, bem como da escolha de alguns dos cenários no videoclipe.

Terceiridade: Ao se aprofundar nas informações do videoclipe aquele que analisa perceberá que o clipe faz referência a insurgência e rebeldia e a cultura pop, mais especificamente a cultura pop asiática. Em associação com a tradução da letra será possível depreender que o clipe faz referência a críticas sofridas pelo grupo e a valorização da autoestima descrita no videoclipe e na canção através do amor próprio que os integrantes do grupo sentem pelo que são e fazem.

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

Considerações finais

Levando em consideração que a pesquisa continua em andamento, mas que em sua primeira semana de aplicação no início do segundo semestre na E.E.E.F.M. Professora Clotilde Pereira na cidade de Castanhal no estado do Pará em todas as etapas do ensino médio, já obteve inúmeras reações por parte dos discentes como interesse, embate, curiosidade, indagação e até mesmo descrença, deve-se levar em conta a interação entre a semiótica e as práticas educacionais, já que tal relação é citada até mesmo dentro da Base Nacional Comum Curricular, logo, a perspectiva aqui abordada traz um ato de letramento importante no que tange a realidade dos docentes e sua interação com o virtual e com outras perspectivas sociais como o citado amor próprio.

Referências bibliográficas

BRASIL, Bangtan. [LETRA] [DNA](#) – BTS. Acesso em: 01 jun. 2019.

CRUZ, Caio Amaral da. *E precisa falar coreano? Uma análise cultural do K-Pop no Brasil*. 104 f. il. 2016. Monografia – Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2016.

BRASIL, Bangtan. [LETRA] [Idol](#) – BTS. Acesso em: 01 jun. 2019.

LÉVY, Pierre. *O Que é Virtual?* Rio: Editora 34, 1996.

SOUZA, Luciene Pinheiro de. A linguagem utilizada nas redes sociais e sua interferência na escrita tradicional: um estudo com adolescentes brasileiros. Anais II Congresso Internacional TIC e Educação, Portugal, 2012.

KRAMER, S. A política do pré-escolar no Brasil: a arte do disfarce. 7. ed. São Paulo: Cortez, 2003.

MACHADO, Arlindo. *A televisão levada a sério*. São Paulo: Editora SENAC, 2000.

SANTAELLA, Lúcia (1983). *O que é semiótica?* São Paulo: Brasiliense, 33a. reimpressão, 2004.

PEIERCE, C, S. *Semiótica*. Tradução: José Teixeira Coelho Neto. 4ª ed. São Paulo: Perspectiva, 2017.

Hanaki, T.; Singhal, A.; Han, M.; Kim, D.; Chitnis, K. (2007), *Hanryu sweeps East Asia: How Winter Sonata is gripping Japan*. International Communication Gazette, Vol. 69 No. 281, pp. 281-294.

VYGOTSKY, Lev Semionovich. *Pensamento e Linguagem*. s/l: Ridendo Castigat Mores. 2001.

IVIC, Ivan. *Lev Semionovich Vigotsky*. Tradução: José Eustáquio Romão. Recife: Fundação Joaquim Nabuco, Editora Massangana, 2010.

MÚSICA, Letras. [Fake Love](#) – BTS. Acesso em: 01 jun. 2019.

MOREIRA, Marco. A. *Teoria de Aprendizagem*. São Paulo: EPU, 1999.

SAUSSURE, F. de. *Curso de Linguística Geral*. Organização Charles Bally e Albert Sechehaye; com a colaboração de Albert Riedlinger. Tradução Antônio Chelini, José Paulo Paes e Izidoro Blikstein. 28 ed. São Paulo: Cultrix, 2012.

Korean culture and information service [KOCIS]. *The Korean Wave: A New Pop Culture Phenomenon*. Korean Culture, vol 1, 2011a.

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Método semiótico. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio(Org.).*Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. São Paulo: Atlas, 2008.