

Construção de persona midiática: um estudo de caso da *pop star* Madonna

Samuel dos Santos Pereira¹, samuel_kta@yahoo.com.br; **Lenise Lantelme**²

1. Graduado em jornalismo pela Faculdade de Minas (FAMINAS), Muriaé, MG;
2. Mestre em Comunicação Social pela Universidade Metodista de São Paulo (UMESP); professora na Faculdade de Minas (FAMINAS), Muriaé, MG.

Artigo recebido em 03 mar. 2011 e aprovado em 10 jun. 2011

RESUMO: Este estudo analisa, através da análise de discurso de tendência francesa, o conteúdo textual da obra da cantora norte americana Madonna Ciccone. Conclui-se que, para alavancar as vendas e se fixar no *hall* das cantoras do *pop music*, Madonna usou a contestação do papel da mulher na sociedade patriarcal e assuntos polêmicos como o racismo e a segmentação étnica, a gravidez na adolescência, a religiosidades, a sexualidade, a globalização e a nova ordem mundial, entre outros.

Palavras-chave: comunicação de massa, indústria fonográfica, *pop music*, Madonna.

RESUMEN: **La construcción del personaje mediático: un estudio de caso de la estrella del pop Madonna.** Este estudio analiza, a través del análisis de la tendencia del habla francés, el contenido textual de la obra de América del Norte cantante Madonna Ciccone. Se concluyó que es, para aumentar las ventas y se asientan en la sala de los cantantes de música pop, Madonna utiliza para

cuestionar el papel de la mujer en la sociedad patriarcal y temas controvertidos como el racismo y la segmentación étnica, el embarazo adolescente, la religiosidad, la sexualidad, la globalización y la nueva orden mundial, entre otros.

Palabras llaves: medios de comunicación, industria de la música, la música pop, Madonna.

ABSTRACT: Construction of media persona: a case study of pop star Madonna. This study examines, through French trend analysis of speech, the textual content of the work of North American singer Madonna Ciccone. It is concluded that, to boost sales and settle in the hall of the singers of pop music, Madonna used to challenge the role of women in patriarchal society and controversial issues such as racism and ethnic segmentation, teenage pregnancy, the religiousness, the sexuality, globalization and new world order, among others.

Keywords: mass media, music industry, pop music, Madonna.

Introdução

Nosso trabalho aborda a relação entre cultura de massa e indústria fonográfica. Escolhemos estudar o caso da cantora Madonna Luise Verônica Ciccone, popularmente conhecida como Madonna, através da análise textual de suas músicas.

Através da Análise de Discurso, foram pesquisadas 40 canções interpretadas pela cantora, cujas letras foram organizadas em seqüências discursivas autônomas (SDAs) que, por sua vez, foram agrupadas por temas.

I – Cultura de Massa

1.1 – Apontamentos sobre ideologia e teorias da comunicação

Para falarmos sobre cultura de massa, é importante entendermos um pouco sobre ideologia, já que ela tem imbricações com a cultura popular e a cultura de massa.

Lowy (1991) analisa a ideologia dialeticamente, seguindo três pontos de suma importância:



Primeiro, parte-se do princípio de que não existe nada eterno, nada fixo ou absoluto. Não há princípios, idéias, categorias, entidades ou correntes de pensamento que não se adapte a realidade e que não se altere para tal adaptação. A vida humana é de constantes mudanças, às vezes brutas às vezes lentas. Tudo é perecível e sujeito ao fluxo da história.

Essa consideração radical da historicidade da transitoriedade de todos os fenômenos sociais, o próprio marxismo tem que aplicar a si próprio esse princípio, tem que considerar a si mesmo em sua transitoriedade (Lowy, 1991).

O segundo ponto a ser trabalhado é o da totalidade, que implica numa análise da realidade social como um todo orgânico, estruturado e interligado de tal forma que não se analisa um elemento sem levar em consideração outros aspectos que o influenciam. Não se pode perder as relações do conjunto de vista. Não se pode analisar uma ideologia sem deixar de perceber o meio e contexto social em que ela é gerada. A evolução de acontecimentos que a permitiram acontecer. Aspectos econômicos, políticos, sociais e religiosos que se correlacionam.

Não existe uma história pura da ideologia, da filosofia, da religião ou da ciência social, essas histórias tem que ser vistas como elementos de uma totalidade e é só em sua relação com a totalidade social, com um conjunto de vida econômica, social, e política que se pode entender o significado das informações e das mudanças que vão se dando por exemplo, no terreno das ideologias (LOWY, 1991).

E por fim, para completar a análise, a contradição representa o terceiro ponto para Lowy. Toda análise dialética constitui-se de uma análise das contradições internas da realidade.

Após entender a ideologia em si, o autor nos mostra a primeira corrente de pensamento importante para este trabalho. São circunstâncias materiais que produzem a consciência, as idéias, ou as ideologias.

A teoria materialista, segundo a qual os homens são produtos de circunstâncias e da educação, esquece que as circunstâncias se transformam precisamente pelos homens e que próprio educador precisa ser educado. Esta

concepção, esta teoria materialista conduz, pois, necessariamente, a divisão da sociedade em duas partes, uma das quais esta por cima da outra (LOWY, 1991).

Para Lowy, as ideologias dominantes são as que ele chamava de orgânica, ou seja, ideologias que fazem parte de um todo organicamente de uma estrutura social. Ele foi um dos que mais insistiram no fato de que qualquer verdade pretensamente eterna e absoluta tem uma origem histórico-prática e uma validade provisória.

Podemos destacar, de forma mais ampla, os conceitos de cultura como forma de pensar e se expressar de um povo. Atualmente, os historiadores, antropólogos e outros estudiosos definem cultura como quase tudo aquilo que pode ser aprendido numa dada sociedade, tal como beber, comer, andar falar, silenciar, entre outros. A história da cultura sob este ponto de vista inclui, portanto, a história das ações subjacentes à vida do cotidiano.

Todas as ações, seja na espera do trabalho, das relações conjugais, da produção econômica ou artística, do sexo, da religião, das formas de dominação e da solidariedade, tudo nas sociedades humanas é constituído segundo os códigos e as convenções simbólicas a que denominamos cultura (ARANTES, 1987).

Assim, observamos que estamos imersos no contexto da cultura de massa e seu sistema simbólico.

Ao mesmo tempo, nosso estudo de Adorno se nos indicou que a razão instrumental, no capitalismo, se apropriou dos bens culturais, produzindo a indústria cultural e a cultura de massas. Assim, o produto desta indústria veicula ou vende imagens estereotipadas de nós mesmos, imagens que priorizam a mesmice, isto é, a eterna repetição de um padrão de comportamento. Nesse sentido, não há lugar para o novo na indústria cultural (ARANTES, 1987).

Outro termo importante para o desenvolvimento deste trabalho é massa. Descreve-se o homem-massa como sendo a antítese da figura humanista do culto. É tudo aquilo que não se avalia a si próprio, mas que se sente “como toda gente” e, todavia, não se aflige por isto. Antes se sente à vontade ao reconhecer-

se idêntico aos outros. Sua função é subverter tudo aquilo que é diferente, individual, singular, tudo o que é classificado e selecionado.

A massa é uma formação que se baseia na personalidade de cada um de seus membros, mas apenas naquelas partes que põe um membro em comum com os outros todos e que equivalem às formas mais primitivas e ínfimas da evolução orgânica. As ações da massa apontam para um objetivo e como alcançá-lo de forma mais simples, sem muita elaboração.

Em o **Império do efêmero**, Lipovetski (1989) retrata o fenômeno da renovação contínua e acelerada dos conteúdos (mensagens) veiculados nos meios de comunicação de massa. Um cantor que foi sucesso ontem pode não ser mais o sucesso de hoje. Por isso, os cantores necessitam de transmutação contínua; é preciso sempre fazer algo que surpreenda e sensibilize as pessoas. Podemos perceber isso na trajetória da *pop star* Madonna que, usando paulatinamente temas polêmicos, foi construindo criando sua imagem junto ao público consumidor.

A indústria cultural de massa investe sempre na novidade, no surpreendente e no inusitado, mas nunca no novo. Madonna, como será visto neste trabalho, nunca mudou radicalmente os aspectos que alavancaram sua carreira. O *mass media* é feito de repetições de formulas que dão certo, com pequenas adaptações. Como dizia o apresentador de TV e radialista Abelardo Barboza “aqui nada se cria, tudo se copia”. Portanto, a cantora foi experimentando a fórmula da polêmica e, diante do sucesso, repetindo seu uso.

A uma indústria cultural que se organiza sob o princípio soberano da novidade corresponde a um consumo excepcionalmente instável; mais que em toda parte reina aí a inconstância e a imprevisibilidade dos gostos. [...] As indústrias culturais caracterizam-se por seu aspecto altamente aleatório. Para garantir-se contra eventualidades inerentes à demanda, as indústrias culturais elevam seu orçamento de promoção e de publicidade (LIPOVETSKY, 1989).

Lipovetski ainda fala mais sobre a renovação constante na indústria cultural:

A obrigação de renovação das indústrias culturais não tem nada a ver com a “tradição do novo” característica da arte moderna. [...] A cultura industrial realiza a síntese do original e do padrão, do individual e do estereótipo. Com certeza,

certas obras conseguem inovar, mas a regra geral está na variação mínima da ordem conhecida (LIPOVETSKY, 1989).

Madonna soube trabalhar a sedução que leva à venda, tornando-se ela mesma um produto midiático. Além de tocar instrumentos, cantar e dançar, fez uso de várias referências estéticas, como a do movimento punk, por exemplo. Usou e lançou moda, manteve nos padrões consagrados de beleza, seduziu. Criou uma personalidade para ser explorada pela mídia e admirada pelo público.

Se a cultura de massa está imersa na moda é também porque gravita em torno de figuras de charme com sucesso prodigioso, que impulsionam adorações e paixões: estrelas e ídolos. Produto moda, a estrela deve agradar; a beleza, ainda que não seja nem absolutamente necessária nem suficiente, é um de seus atributos principais. Mais ainda que a beleza, a personalidade é o imperativo soberano da estrela. Esta brilha e conquista o público essencialmente pelo tipo de homem ou de mulher que consegue impor na tela (LIPOVETSKY, 1989).

Na produção midiática, a forma é tão ou mais importante que o conteúdo informativo, já que este quase se resume a repetições. Na era do espetáculo, as palavras perdem valor e nada mais querem dizer. As imagens se alternam sem formar sentido. A beleza, o glamour, a moda, o desejo sexual e o consumo se tornam determinantes na absorção do conteúdo. A massa repete exaustivamente as mensagens emitidas pelos meios, sem compreendê-las a fundo. Assim, são fundamentais as capas dos CDs, os vídeo-clipes e todos os outros produtos associados à imagem da *pop star*.

Segundo Baudrillard,

estamos num universo em que existe cada vez mais informação e cada vez menos sentido. A comunicação, em vez de fazer comunicar, esgota-se na encenação da comunicação. Em vez de produzir sentido, esgota-se na encenação do sentido (BAUDRILLARD, 1996).

1.2 – Apontamentos sobre a indústria do *pop music*

Segundo Janotti Júnior (2005), pode-se relacionar a configuração da música popular massiva ao desenvolvimento dos aparelhos de reprodução e gravação

musical, o que envolve as lógicas mercadológicas da indústria fonográfica, os suportes de circulação das canções e os diferentes modos de execução, audição e circulações audiovisuais relacionados a essa estrutura. Sabe-se, por exemplo, que o aumento do consumo da música por uma parcela da população que não possui conhecimento da notação musical está diretamente ligado ao aparecimento dos primeiros aparelhos de reprodução sonora.

Nos idos de 1920, o mundo já estava envolvido por um aparato centralizador de publicação musical, pela sonoridade dos gramofones – então dominados pelas empresas *Victor/EUA* e *Gramophone/Inglaterra* – e pelo aparecimento do rádio, que iria modificar radicalmente as relações entre as atividades do dia-a-dia e a música. Nessa época, já era possível pensar em um cotidiano cercado pelas notas musicais presentes nos novos dispositivos de comunicação. As inovações eletrônicas reconfiguraram os próprios parâmetros da música popular. Como apontou Walter Benjamin no artigo “*A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*” as noções de autoria, reprodução e unicidade deveriam ser repensadas a partir dessas inovações (JANOTTI JR., 2004).

A história do *Pop Music* ou música popular se confunde com a evolução tecnológica dos meios de reprodução midiática, os quais, por sua vez, estão relacionados com questões comerciais. Assim, a cultura pop ficou subjugada a critérios de venda. Tal relação foi “inaugurada” nos EUA, com a produção em série de gramofones.

Nesse período, existia uma batalha (entre as companhias RCA e CBS) que dividiu o mercado dos discos de vinil em dois segmentos: de um lado, o *long play* (LP), introduzido pela CBS, que permitia a gravação de peças eruditas em um só disco; de outro lado, o disco de 45 rotações por minuto da RCA, que oferecia possibilidades mais acessíveis economicamente. O disco de 45 RPM acabou criando a indústria dos *singles*, canções de, no máximo, 3 minutos, que ocupavam um só lado do disco. Seguindo as estratégias mercadológicas dos conglomerados multimidiáticos, a RCA colocou à disposição dos consumidores todo seu time de artistas em 45 RPM; desde cantores populares como Tony Martin até mestres do jazz como Dizzy Gillespie.

O conceito de álbum, conforme descrito por Jeder Janotti Jr, se “remete ao conjunto de canções, da parte gráfica, das letras, da ficha técnica e dos agradecimentos lançados por um determinado intérprete com um título, uma espécie de obra fonográfica” e localizado dentro de determinados parâmetros de um determinado gênero musical (JANOTTI JR., 2005, p. 9).

O aprimoramento tecnológico das formas de reprodução, transmissão e divulgação musical (o rádio) e a observação da existência de um mercado consumidor, possibilitaram o fortalecimento das gravadoras. Outro fator que deve ser levado em consideração e que também ajudou na disseminação da cultura musical foi o cinema. Na fase dos musicais, houve a participação de grandes nomes da música em filmes. Entre eles, estavam Nat King Cole, Elvis Presley e The Beatles. Suas participações em filmes serviam como divulgação e popularizavam suas carreiras musicais.

Dessa forma, não é apenas a transição de cantores que se “transformam” em atores, atores que se “aventuram” na carreira de músicos, trilhas sonoras compostas por nomes respeitados da música, cinebiografias de ídolos pop, integrantes de bandas famosas que se reúnem exclusivamente para participar da trilha sonora de uma produção, filmes com títulos de canções de sucesso ou videoclipes que usam imagens de filmes para divulgá-los que evidenciam as estreitas relações entre as duas indústrias (COSTA, 2006).

Se o cinema trouxe sua contribuição, o rádio também. Os programas musicais, tanto nos EUA quanto no Brasil, reuniam dezenas de pessoas para assistir a apresentação de seus ídolos. No mesmo período, houve a aparição de um personagem que até hoje é responsável pela divulgação musical do *pop*, o *disk jockey* (DJ), locutor responsável por executar músicas nas rádios. Como algumas transmissões radiofônicas eram ao vivo de festas e os *disk jockeys* participavam tanto executando músicas quanto incentivando e estimulando o público, outro termo foi inserido à cultura do *Pop Music*: o MC ou mestre de cerimônia. Nesse momento, já se percebe um aumento na vendas dos discos.

Os programas de televisão e filmes desempenharam um papel essencial no desenvolvimento da música pop. Filmes

como *Blackboard Jungle* e *Rock Around the Clock* são peças importantes no desenvolvimento do rock. O primeiro mostra as aventuras de um professor em uma escola nova-iorquina e sua relação com a rebeldia dos alunos; o segundo popularizou o termo *rock and roll* através da música tema "*Rock Around the Clock*", interpretada por *Bill Haley and the Comets* (JANOTTI JR., 2004).

Segundo Janotti Júnior, outro fator que popularizou a cultura da música popular depois da Segunda Guerra Mundial foi a contribuição musical dos negros americanos com o *blues*, *country*, *jazz* e o *rock-and-roll*. Foi a primeira vez que o mercado consumidor agregou outros produtos à música e a moda foi alterada em função de um comportamento musical. Saias rodadas, topetes, lambreta... Assim, o mercado cria modelos comportamentais para o ouvinte de *rock-and-roll*.

Outra novidade foi o *long play* (LP), disco feito em vinil com capacidade para maior quantidade de músicas. Assim, o público, além de ouvir as músicas nas salas de exibição, podia levá-las para casa. Se no 45 rotações cabiam no máximo duas músicas de cada lado, o LP permitia quase 10 canções em cada lado.

Desse modo, nomear uma canção com o rótulo de música pop envolveu localizar estratégias de convenções sonoras (o que se ouve), convenções de performance (o que se vê, que corpo é configurado no processo auditivo), convenções de mercado (como a música popular massiva é embalada) e convenções de sociabilidade (quais valores são "incorporados" e "excorporados" em determinadas expressões musicais).

[...] na construção de um autor de texto para a música popular massiva se fundem algumas combinações da voz, do corpo, da imagem e de detalhes biográficos" (BRACKETT, 1995).

Renato Costa Villaça em **O Rock e as bases de uma cultura musical pop** (S. D.), diz que, não por acaso, os atos (apresentações) performáticos da música popular massiva estão diretamente conectados ao universo dos gêneros. Ser um astro do cenário *heavy metal* ou da música axé pressupõe relações com a audiência que seguem as especificidades midiáticas e textuais dessas expressões musicais. Do mesmo modo que uma canção é, ao mesmo tempo, a música e sua respectiva performance, a audiência não consome somente as sonoridades, mas também a performance virtual inscrita nos gêneros midiáticos.

Almeida e Pessoti (s.d.), em **A evolução da indústria fonográfica e o caso da Bahia**, falam do surgimento do compact disc (CD) no mercado mundial no início dos anos 1980, que se firmaram como principal veículo da música gravada em 1988, expulsando o LP das lojas especializadas e das residências dos consumidores. O motivo básico para a vitória do CD é a sua extraordinária superioridade em termos de qualidade de som, durabilidade, transporte e armazenagem. Por esses motivos, ele não somente se tornou o suporte de novos artistas e gêneros, mas também serviu para relançamentos de repertórios consagrados.

A consolidação da TV propiciou o aparecimento do vídeo-clipe como forma de propaganda musical. O aparecimento da MTV na década de oitenta, um canal voltado para a exibição de material musical, possibilitou a popularização massiva de uma variedade de bandas e estilos musicais diferenciados.

Em grande parte destas análises, prevalece uma postura de compreensão do clipe a partir de referenciais teóricos da imagem, do cinema ou da relação entre clipe e música, entendendo tal relação como angariada no conceito de sinestesia, mais funcional como operador de análise, por exemplo, de produtos da vídeo-arte (SOARES, 2004).

Com esse canal exclusivo para a comunicação audiovisual, entendemos o esquema que as gravadoras desenvolvem para a divulgação do material de seus artistas. Após a gravação do LP (hoje CD), escolhe-se uma música – denominada música de trabalho – para ser tocada nas rádios e emissoras de TV. Baseado nessa música será feito o vídeo-clipe. Enquanto o cantor tiver pelo menos uma música de trabalho sendo executada em canais de comunicação de acesso popular, seu CD/LP terá vida comercial, isto é, terá maior chance de ser vendido nas lojas.

O lançamento de bens de consumo articulados à indústria fonográfica prevê a compreensão da existência de uma lógica de “alimentação” do público com fragmentos deste determinado produto lançado. É assim, por exemplo, com um álbum fonográfico, onde podemos observar a delimitação de uma “faixa de trabalho” que será distribuída nas rádios, originará o videoclipe e será a “ponta de um iceberg” de todo o aparato de divulgação do CD em si. Mais recentemente, com o incremento da produção de DVDs, notamos que, neste formato em específico, temos, também, a escolha de um fragmento do show, do clipe ou

de algum material contido no referido DVD como estratégia de divulgação de um produto em emissoras especializadas (MTV ou canais a cabo) (SOARES, 2005).

Nos Estados Unidos da América e em algumas regiões da Europa, observamos ainda outro fenômeno: a vendagem de um CD com várias versões mixadas (ou remixadas) da mesma canção do artista.

O termo remix configura-se da união do verbo “to mix”, que no inglês, significa “combinar partes que, a princípio, têm diferentes formas e tamanhos”, “estar na companhia de alguém” ou “referentes a ambos os sexos” com o prefixo “re”, que, também na língua original, dá idéia de repetição. No campo estritamente semântico, o remix traz intrínseco, dois conceitos: o da união de unidades formais aparentemente não dotadas de um princípio de junção e da repetição desta estrutura como uma possibilidade de elaboração de sentido a partir do conteúdo repetido. Remetendo-nos a noções de espaço e de tempo, estamos lidando com estruturas que detêm espacialidades relacionadas à proximidade (união), bem como com certa dilatação ou compressão temporal oriunda da necessidade de repetição (tempo). No terreno das apreensões relativas à cultura, o termo remix se aproxima do princípio de hibridismo, já discutido por acadêmicos como Peter Burke, Nestor García-Canclini, entre outros (SOARES, 2005).

Mas apenas LP/CD, vídeo-clipes, e remixes tocados por DJs em clubes noturnos e boates não eram o bastante para assegurar que cantores permanecessem na mídia e no gosto popular, assegurando a venda de milhares de cópias. Cada cantor deveria assumir uma personalidade própria, uma identidade que o identificasse com o seu público. Estratégias de marketing eram (e ainda são) utilizadas para alavancar as vendas. Com a ajuda da mídia, ícones foram criados. “É a geração pelos modelos de um real sem origem nem realidade: hiper-real” (BAUDRILLARD, 1981).

Folha - Qual a diferença da Madonna que vemos no palco da Madonna que vemos como pessoa comum?

Madonna - Muitas. Quando um artista vai para o palco, ele precisa ficar maior do que a vida. Assim é a arte. Você

é uma pessoa de carne e osso que precisa ter energia para entreter milhares de pessoas. Por isso, você tem que se “magnificar” centenas de vezes. Assim, a diferença entre a pessoa que está aqui sentada e a pessoa que está no palco é: “Esta sou eu, eu sou magnífica” (PALOMINO, Folha de São Paulo, 1994).

Toda construção imagética investida na carreira de um cantor cria ou recria, simula uma nova existência, uma nova *persona* hiper-real, como um personagem ou holograma dele mesmo, no qual suas ações podem ser controladas para seduzir o público. As ações devem combinar umas as outras como num script, recriando significados (simulacros) que o público absorve ao se identificar com eles.

Existe por trás de cada cantor, banda ou conjunto uma empresa. Cada peça publicitária, cada capa de CD, vídeo-clipe, aparição em público é cuidadosamente elaborada para atingir à grande massa e para que o simulacro atinja a perfeição.

Para vários teóricos, a música pop não se trata de estilo musical, mas, sim, de uma situação que situa o artista em relação aos seus ouvintes. Segundo Leonardo Castro Alves (2005), o pop music é um estilo musical que mistura elementos típicos do rock, como guitarras destorcidas e baixo, com elementos da música pop, com ênfase na melodia. O pop rock, como o próprio nome diz, tem por objetivo tornar o estilo rock mais popular.

O pop teve seu início com a banda The Beatles que viria a ser o primeiro grupo pop a abrir espaço para muitos outros, e se caracteriza por não fazer sua música para espalhar uma mensagem, sendo utilizado somente para fins lucrativos. “Pop” é a abreviação de popular, e tal estilo musical caracteriza-se pela larga aceitação por parte do público de um determinado grupo ou ritmo. Muitos artistas após chegarem ao sucesso se tornam pop, pois acostumados à repercussão que tiveram percebem que precisam se adequar ao mercado fonográfico o que favorece as gravadoras e por vezes desagrada aos fãs que vêem nesta atitude uma postura mercantilista (ALVES, 2005).

Este “estilo” implica em “filtrar” todas as características mais fortes dos estilos musicais e juntar em uma única forma de manifestação as qualidades de

todos os estilos. Junta-se às guitarras e à percussão do rock o romantismo do bolero, a alegria dos ritmos dançantes, tentando, assim, agradar a um público maior. Esses gêneros musicais, por mais que passem por modificações ao longo de sua história, apresentam uma série de elementos na sua estrutura – tanto musicais quanto ao estilo e de poesia – que tornam possível uma caracterização básica de sua linguagem. No caso da música pop não há esse tipo de marca.

O termo *pop*, na verdade, funciona como um operador simbólico contextualizado em um determinado tempo e espaço (embora nesse último ponto haja menos variações dada a disseminação cultural dos produtos pertencentes a esse universo pelos meios de comunicação na sociedade globalizada) e que tem justamente na mutabilidade sua maior característica (VILLAÇA, 2003).

De início, segundo Renato Villaça (2003), qualquer gênero musical pode gerar produtos ou artistas pop. Basta que esses estejam sintonizados com certo tipo de predisposição a ser consumido com facilidade por algum segmento significativo do mercado num determinado momento. Entra aí, portanto, a questão do consumo e da mercantilização dos produtos artísticos. A questão do mercado deve ser analisada também a partir da constatação de sua inserção e crescente importância dentro dos padrões culturais das sociedades contemporâneas.

O termo *pop* agrega vários valores, podendo ser empregado para qualquer forma musical que se torne acessível ao povo. Atualmente, no mercado fonográfico, várias formas musicais se enquadram nesse seguimento. O samba, o pagode, o axé, o funk, o rock, o sertanejo, o hip hop...

Os ícones da cultura popular tipicamente atraem uma maior quantidade e variedade de público. Existem duas razões porque os itens que atraem as massas dominam a cultura popular. Por um lado, as companhias que produzem e vendem os seus itens de cultura popular tentam maximizar os seus lucros, enfatizando itens que agradem a gregos e troianos. Por outro lado, aparentemente, a cultura popular é governada pelo efeito meme de Richard Dawkins, o qual é uma forma de seleção natural - os itens da cultura popular com maior probabilidade de sobreviver são aqueles que

atraem mais quantidade e variedade de público, propagando-se mais eficazmente (ALVES, 2005).

Assim, podemos entender que a cantora Madonna Ciccone se enquadra na cultura pop por vários motivos. Seu estilo musical tem traços de rock, como na obra **American life**, e de músicas lentas, como na **You'll see**. Ela meandrou por vários estilos musicais, como a música latina e a musicalidade negra do jazz. Sua opção pelos escândalos e polêmicas a fizeram bastante conhecida. Sua carreira é marcada por temas como gravidez na adolescência, virgindade, sexo e erotismo, guerras, crítica às religiões e ao seu país de origem – EUA –, entre outros. À procura de uma fisionomia, a cantora aparece ora morena, ora loira e até ruiva. No início da carreira, vestia-se seguindo tendências punk e, mais tarde, optou pela alta costura mundial para confeccionar seus figurinos.

Folha - Em Paris você desfilou para o estilista Jean Paul Gaultier. Vocês vão trabalhar juntos novamente?

Madonna - Amo Jean Paul Gaultier, antes de tudo como ser humano. Com certeza vamos trabalhar juntos.

Folha - Você se importa com a moda?

Madonna - Eu amo moda. Eu adoro roupas. É um ótimo modo de se expressar. O que vestimos é reflexo do que nós somos. E é divertido brincar com a moda. Mas eu não levo muito à sério (PALOMINO, Folha de São Paulo, 1994).

II – Apontamentos sobre temas transversais

Alguns temas, como veremos em nossa análise, são abordados de forma enfática na obra de Madonna. A seguir, falamos, de forma sucinta e objetiva, sobre alguns deles.

2.1 – O movimento *punk*

Podemos caracterizar como cultura punk o movimento surgido Inglaterra e nos EUA por volta da década de 70. Seus aspectos mais relevantes são: autonomia (faça-você-mesmo), interesse pela aparência agressiva, simplicidade, sarcasmo niilista e subversão da cultura. Entre os elementos culturais punk estão o estilo musical, a moda, o design, as artes plásticas, o cinema, a poesia, o comportamento (podendo incluir ou não princípios éticos e políticos definidos),

expressões lingüísticas, símbolos e outros códigos de comunicação. Enquanto os britânicos lutavam contra a burguesia selvagem que os exploravam, os americanos lutavam pela liberdade de expressão, pela paz e pelo fim do racismo, dentre outras bandeiras próprias.

Inglese e americanos tinham “ideais” diferentes, partiam do mesmo princípio: o Anarquismo. Apesar do que se conhece como anarquia, o anarquismo prega uma estrutura social sem representantes, ou seja, sem governo ou autoridade. Promove a paz e a responsabilidade mútua. Todos os cidadãos são responsáveis pelos seus atos e o crescimento do “estado”, país. O anarquismo ganhou os sentidos de desordem, confusão, desmoralização, quando se tentou imaginar esta estrutura social em vigor, levando em consideração a sociedade já viciada em sua ambição e egoísmo. Estes conceitos ganharam ainda mais força quando os *punks* começaram a fazer uma espécie de distribuição de renda forçada. Era comum *punks* assaltarem pessoas e lojas para se manterem (GRITO PUNK, s.d.).

O movimento *punk* passou a ser considerado mais um estilo de tribo urbana, a exemplo dos *skin heads* e *hippies*, dentre outros.

O estilo punk pode ser reconhecido pela combinação de alguns elementos considerados típicos (alfinetes, patches, lenços no pescoço ou à mostra no bolso traseiro da calça, calças jeans rasgadas, calças pretas justas, jaquetas de couro com rebites e mensagens inscritas nas costas, coturnos, tênis, correntes, corte de cabelo moicano, (colorido ou espetado, etc) ou espetado por inteiro (dos lados, atrás e em cima) e em alguns casos lápis ou sombra no olho, sendo esta combinação aleatória ou de acordo com combinações comuns à certos sub-gêneros punk, ou ainda o reconhecimento pode ser pelo uso de uma aparência que seja desleixada, “artesanalmente” adaptada e que carregue alguma sugestão ou similaridade com o punk sem necessariamente utilizar os itens tradicionais do estilo (WIKIPÉDIA, s.d).

Segundo o site **O Grito Punk**, o movimento anarcopunk surgiu para incentivar as atitudes punks, que atacam as estruturas sociais que causariam

problemas e miséria no mundo. O anarcopunk seria contra a homofobia, a xenofobia, o armamento militar e policial, a violência urbana, a alienação causada pela mídia, o racismo, a política profissional, a educação alienante, o capitalismo e a fama.

Folha - Você se interessa por política?

Madonna - Eu faço política. Mesmo que eu não queira. Desde que você tenha um ponto de vista você está sendo político e o meu trabalho tem um ponto de vista bastante específico (PALOMINO, Folha de São Paulo, 1994).

2.2 – Sexualidade

Repórter - Para mim? Poesia. E para você?

Madonna - Sexo não é mensagem. Todo mundo tem uma sexualidade, todo mundo tem uma diversão. Minha mensagem é: seja verdadeiro para você mesmo. Isso envolve todas as outras coisas. Há poesia no lixo da rua, na sexualidade, em ser bobo, em se divertir, em religião, na tristeza... (PALOMINO, Folha de São Paulo, 1994).

O comportamento sexual humano revela práticas diferenciadas de prazer. Cada indivíduo procura sua realização de maneira que atenda seus anseios e supra seus desejos. Alguns indivíduos vão além do comportamento usual e cultivam atitudes incomuns. Existem, ainda, os que só obtêm prazer – única e exclusivamente – através dessas atitudes incomuns. A este comportamento damos o nome de parafilia.

As parafilias são caracterizadas por anseios, fantasias ou comportamentos sexuais recorrentes e intensos que envolvem objetos, atividades ou situações incomuns e causam sofrimento clinicamente significativo ou prejuízo no funcionamento social ou ocupacional ou em outras áreas importantes da vida do indivíduo. Cabe notar que as noções de desvio, padrões de desempenho sexual e conceitos de papel apropriado para o gênero podem variar entre as culturas (SEXUALIDADE E VIDA, s.d.).

Entre as práticas sexuais que aparecem na obra da *pop star* estão o voyeurismo, o masoquismo, o exibicionismo, o fetichismo, e a masturbação.

2.3 – SEX, o livro polêmico

Em outubro de 1992, a pop star lança um livro que causou polêmica por causa de seu conteúdo erótico: o **Sex**. A obra, lançada simultaneamente com o disco *Erótica*, trouxe mais de 128 páginas com fotos de sadomasoquismo e sexo, fotografadas por Steve Meisel e com participações da modelo Naomi Campbell, da atriz Isabela Rossellini e do *happer* Vanilla Ice.

III – O feminino

3.1 – Apontamentos sobre o universo das mulheres

A evolução da humanidade foi acompanhada, em muitas partes do mundo, pela alteração da estrutura familiar e, conseqüentemente, do papel da mulher na sociedade e no seu núcleo sócio-familiar.

Até o século XIX, as mulheres eram tratadas como objeto de propriedade masculina. Seus direitos e deveres eram submetidos ao julgo de seus pais, maridos, ou qualquer outro membro familiar do sexo masculino que pudesse prover seu sustento. Sem qualquer participação política, a mulher tinha participação social igual a dos escravos, dementes mentais e crianças. Seu grande papel era cuidar da saúde familiar, ocupando-se dos velhos, das crianças e dos doentes, conclui Silva (1998) em **Discriminação: o ambiente de trabalho das mulheres**.

A divisão do trabalho na família é um reflexo da divisão social do trabalho, onde a mulher e os filhos têm uma função equivalente a de escravos do homem, esta escravidão na família ainda de forma simples e latente é a primeira propriedade sobre a força de trabalho livre do outro (ANDRADE; AQUINO; CARDOSO, 1991).

Aos homens era dado o direito e dever de prover o sustento familiar, ficando a mulher dependente financeiramente e coagida a comportamento submisso e exemplar para não perder a companhia do provedor. A ela era dada a função de gerar e socializar a prole, e de adotar uma sexualidade passiva.

Com o advento das relações mercantis, o crescimento da industrialização e a separação entre Estado e sociedade civil, a posição das mulheres na sociedade foi bastante alterada. No começo do século XX, muitas conseguiram assumir o

controle de suas vidas, maior ascendência sobre a família e inserção política, através do direito ao voto, direito ao divórcio e da remuneração igual a dos homens.

Para Silva (1998), a mulher, antes disso, foi submetida ao patriarcado, sem direito a desenvolver sua inteligência. A ela cabia cuidar do lar. A pouca instrução que recebia servia para que ela desempenhasse bem o seu papel na sociedade e no lar, para que soubesse guardar e resguardar a sua honra e a moral de seu marido. Um exemplo disso são as brincadeiras infantis: aos meninos eram permitidas e incentivadas brincadeiras que os deixassem livres e os ensinasse a competir. Às meninas era legado o brincar de casinha, uma forma lúdica de se treinar as futuras mães e donas de casa.

Segundo Chauí (1986), a cultura delegou papéis diferentes a homens e mulheres, o que determinou vantagens e desvantagens para ambos:

Vantagens de ser mulher: ser sensível, ser frágil, precisar de proteção, maternidade, dedicar-se a casa e aos filhos, ser amada pelo marido e pais;

Vantagens de ser homem: ser livre e independente, ser responsável, não engravidar, poder sair pelas ruas, ter uma profissão;

Desvantagens de ser mulher: ter muitos filhos, ficar na dependência e na vigilância de pais e maridos, não ter liberdade, ser forçada ao ato sexual sem ter vontade, ficar na casa, a dupla jornada de trabalho;

Desvantagens de ser homem: ser forçado a promover a família, não ter direito de chorar, errar, falhar, e de ter medo, ter de cumprir as exigências da profissão.

À subordinação feminina, o homem oferecia proteção contra os perigos da rua. Assim, nos fundamentos morais que regem nossa sociedade, a rua – sentido oposto ao lar – é o pior castigo imposto a uma mulher. Daí, o termo usado quando uma tornava-se prostituta: “cair na rua”.

As recompensas das donas-de-casa não são medidas em dinheiro e poder, sendo muito mais de caráter psicológico ou moral. Elas não são pagas por seu trabalho, recebendo apenas agradecimento por sua dedicação e sendo por isto admiradas: e se não recebem agradecimentos admiração tem pelo menos a satisfação íntima do dever cumprido (DURHAN, 1983).

A sexualidade feminina era entendida exclusivamente como forma de reprodução e não como forma de satisfação pessoal. E, para não ser considerada pecaminosa, deveria ser legitimada pelo casamento. Em muitas culturas, ainda hoje, é proibido às mulheres terem relações antes do casamento e as relações extraconjugais podem ser severamente punidas.

A constituição da família pressupunha que a mulher foi criada por Deus para gerar e cuidar da família de um homem. Este, em retribuição, a sustentaria enquanto fosse devotada e honrada.

Com o avanço do capitalismo, a mulher passou a trabalhar fora, concorrendo com o marido. Pode escolher profissões liberais, até então exclusivas dos homens. A educação das meninas não tem mais o objetivo de fazer delas esposas e rainhas do lar. Os serviços domésticos, antes tarefas femininas, passaram a ser responsabilidade de todas que habitam o lar, independente do sexo. A educação dos filhos também passou a ser compartilhada pelo casal, o que refletiu inclusive na Constituição, que trocou o termo pátrio poder (poder do pai) para poder familiar.

Apesar de tantas mudanças, percebemos ainda hostilidade velada na relação entre homens e mulheres. Ainda nos referimos às mulheres como segundo sexo ou sexo frágil graças a uma série de conteúdos dogmáticos de nossa educação. O feminino em nossa cultura ainda é tratado como algo inferior.

3.2 – A mulher na língua do povo

Ao analisarmos a linguagem, percebemos que as mesmas expressões têm significados diferentes se usadas com relação aos homens ou às mulheres. Eliane Vasconcellos Leitão, em sua obra **A mulher na língua do povo**, revela como a linguagem reflete a inferioridade feminina. O exemplo mais visível que ela dá é a utilização do artigo “o” seguido de “s” – os – para designar um grupo de pessoas ou coisas que englobam os dois gêneros. Ai, percebemos a fragilidade do feminino em nossa língua: não temos um artigo que defina grupos compostos de feminino e masculino. Simplesmente, masculinizamos a frase, utilizando o “os”.

Outra forma de desvalorização do feminino em nossa cultura é a relevância da forma física em detrimento da sua capacidade intelectual. Da mulher são cobradas suavidade e beleza, bastando isso para ter um lugar cativo na sociedade.

Ser feminina significa mostrar-se passiva, fútil, meiga, submissa, carinhosa etc. A mulher, assim deve apenas ter preocupação de enfeitar-se, embonecar-se.

Qualquer tentativa de afirmação depõe contra a feminilidade e frases do tipo: Ela é burrinha, mas engraçadinha do jeito que o homem gosta ou então, comentários como: “ Você é bonita demais para ter tanto talento” mostram nitidamente a importância que a nossa cultura dá à aparência física da mulher em oposição a sua cultura intelectual.

Na vida do homem, o seu aspecto físico não é relevante, mas apenas um atrativo a mais porque suas capacidades intelectual e sexual é que são mais valorizadas. Ele se for feio, mas inteligente, não terá nenhum problema, mas a pobre da mulher que se encontra na situação. Pois “mulher feia não dá palpite”, “mulher feia é como sucata, não tem lugar no mercado” (LEITÃO, 1988, p. 23).

Outro exemplo está na raiz dos significados. A palavra mulher pode designar pessoa do sexo feminino ou, com complementos, ter sentidos pejorativos (LEITÃO, 1988, p. 30). Por exemplo, mulher à toa significa meretriz, enquanto homem à toa quer dizer sem ocupação; mulher pública, mulher da vida e mulher perdida significam meretriz; enquanto para os homens os mesmos adjetivos resultam em político, ser vivo, e alguém que se perdeu, respectivamente.

Percebemos que a condição homem é mantida desde o nascimento, podendo a expressão significar ser humano. Já a condição de mulher começa após a puberdade. Ao homem é permitida a satisfação de suas fantasias sexuais em qualquer momento da vida e os termos utilizados para designá-las reforçam a cultura machista. Um homem com mais de duas mulheres é chamado de ganhão, dom ruam; a mulher que tem mais de um parceiro é chamada de vagabunda, puta e piranha, adjetivos ofensivos à honra.

IV – A trajetória da *pop star* Madonna Ciccone

Filha do engenheiro italiano Silvio (mais conhecido como “Tony”) Ciccone (natural de Pacentro) e de Madonna Fortin (franco-canadense), Madonna Louise Verônica Ciccone (Bay City, Michigan, 16 de Agosto de 1958), passa toda a sua infância em Pontiac, subúrbio de Detroit. É a terceira de uma lista de oito irmãos. Foi educada no catolicismo, que

mais tarde abandonaria. Em Dezembro de 1963, quando Madonna tinha cinco anos, a sua mãe morre de cancro no seio aos trinta anos de idade. O pai voltará a casar com Joan Gostafson, contratada como empregada da família após a morte da mãe de Madonna, que é sua esposa até hoje (ANA FLÁVIA, s.d.).

Aos catorze anos, Madonna começa a ter aulas de dança com Christopher Flynn, contra a vontade de seu pai. Frequentou a Rochester Adams High School, distinguindo-se como aluna exemplar e membro da equipe de cheerleaders. Concluiu o ensino secundário em 1976, tendo prosseguido seus estudos na Universidade de Michigan, no curso de dança.

Encorajada por Flynn, Madonna abandona o curso e com apenas U\$ 35 dólares muda-se para Nova Iorque com o objetivo de seguir carreira de bailarina. Passou por dificuldades econômicas durante este período, tendo freqüentemente dependido da ajuda dos amigos. Em 1979, integrou a turnê mundial do cantor Patrick Hernandez, durante a qual conheceria Dan Gilroy, que seria seu namorado e junto como qual fundaria a banda **Breakfast Club**, que se desfez por volta de 1982.

Depois Madonna cria a banda **Emmy**. Em 1982, lança **Everybody**, seu primeiro single, que se torna um pequeno sucesso nos Estados Unidos. Em seguida são lançadas as canções **Physical Attraction** e **Holiday**. No ano seguinte chega ao mercado o seu primeiro álbum, **Madonna Remasters**, relançado em 1985 no mercado internacional com o título **The First Álbum**.

A fama mundial chega em 1985, com as canções **Material Girl** e **Crazy for You**. Em julho, estréia o filme **Procura-se Susan desesperadamente**, no qual Madonna ofuscou a protagonista, Rosanna Arquette. Em 13 de julho, participa na edição do **Live AIDS**, evento que pretendia angariar fundos para resolver a crise de fome que assolava a Etiópia. E no mesmo ano, Madonna se casa com Sean Penn e estréia sua primeira turnê nacional nos EUA, a **The Virgin Tour**.

Na segunda metade dos anos 80, tornou-se uma das maiores artistas da América. Controvertida, fez do marketing pessoal sua maior arma. Sempre explorando temas sexuais, conseguiu tremendo sucesso comercial.

Com lugar garantido no seleto *hall* das *pop stars*, Madonna passou a basear suas músicas e, especialmente seus vídeos, em temas polêmicos. A gravidez precoce em **Papa don't preach** do ano 1986, as questões religiosas de **Like a prayer** de 1989 e o sexo explícito de **Justify my Love** em 1990. Este último clipe foi banido da MTV por causa do seu conteúdo erótico. Graças a

isso, a gravadora decidiu lançá-lo comercialmente, tornando-se o primeiro vídeo single lançado no formato VHS, tendo vendido mais de 400 mil exemplares.

Recordes de venda foram diversas vezes quebrados com “Vogue” (1990), que entrou para a lista dos mais vendidos em todos os tempos, assim como a coletânea de hits “The Immaculate Collection” (1991) (ANA FLÁVIA, s.d.).

Em 1991, Madonna lançou o documentário **Truth or Dare**, título usado nos EUA, **In Bed with Madonna** foi o título internacional, **Na Cama com Madonna**, no qual se mostravam os bastidores da turnê mundial **Blond Ambition Tour**.

A 21 de Outubro de 1992, Madonna lançou o livro *Sex*, um trabalho com fotografias de Steve Meisel. No livro, celebridades como Isabella Rossellini, Naomi Campbell e o rapper Vanilla Ice eram apresentados, juntamente com Madonna, em situações que retratavam fantasias eróticas da cantora (algumas das quais de caráter sado masoquista e lésbico). Ainda no mesmo ano, lança um novo disco, *Erotica*, de onde foram extraídos novos sucessos, como *Deeper and Deeper*, *Rain* e a própria faixa título, de novo acompanhada por um vídeo controverso devido ao seu conteúdo erótico (ANA FLÁVIA, s.d.).

Em 1993, a cantora visitaria pela primeira vez o Brasil com sua turnê **The Girlie Show**, com shows esgotados nos estádios do Morumbi (São Paulo) e do Maracanã (Rio de Janeiro). Logo após, em 1994, o álbum **Bedtime Stories** é lançado trazendo as músicas **Secret**, **Bedtime Story**, **Take a Bow**, e uma canção na qual a artista se dirige a todos os que a criticaram anteriormente, **Human Nature**, dizendo que não sabia ser proibido falar de sexo.

Em 1995, foi lançada a primeira coletânea romântica, **Something to Remember**, com as baladas mais famosas e faixas inéditas: **You’ll see**, **One More Chance**, **I Want You**.

No mesmo ano, Madonna ficou grávida do seu então parceiro Carlos León. No dia 14 de Outubro de 1996, deu à luz a sua filha, Lourdes Maria Ciccone Leon, que Madonna trata por “Lola”. A escolha do nome Lourdes esteve

relacionada com o fato da mãe de Madonna ter recebido durante a sua doença pequenas garrafas de água do santuário católico de Lourdes, em França.

Em seguida ela estrela o filme mais marcante de sua carreira, *Evita*, no qual ela encarna a primeira dama argentina, Eva Perón. O filme concorreu a várias indicações e premiações de cinema, como Oscar e Globos de Ouro. Madonna venceu o Globo de Ouro pelo seu desempenho e um Oscar de melhor canção por *You Must Love Me*, uma das canções da banda sonora do filme (ANA FLÁVIA, s.d.).

Em 1998, a cantora se converte à cabala, religião de origem judaica. Também praticante da ioga, a pop star busca elevação espiritual e paz interior, o que está relatado no site biografia.netsaber.

A cantora entrou o ano 2000 misturando música country com batidas eletrônicas. **Music**, música que leva o mesmo nome do álbum, ficou várias semanas no topo das paradas. No mesmo ano, Madonna se casa com o cineasta inglês Guy Ritchie no castelo de Skibo, Escócia.

Em 2001, Madonna lançou-se numa digressão mundial denominada "Drowned World Tour". No mesmo ano a Enciclopédia Britânica anunciou que passaria a incluir o verbete "Madonna" em futuras edições da obra por considerar a artista um ícone da cultura pop contemporânea. Em 2003, influenciada pelo clima de pré-guerra entre os Estados Unidos e o Iraque, lança *American Life*, um álbum com uma mensagem mais política e crítica. O seu primeiro single, "American Life", teve seu clipe proibido de passar na televisão um dia após seu lançamento pela própria cantora, alegando respeito aos soldados da guerra. Nessa versão do clipe, ela joga uma granada a um sócio de George W. Bush, presidente dos Estados Unidos, que a utiliza para acender um charuto. Dias após a proibição, Madonna lançou uma segunda versão do vídeo, na qual aparecem bandeiras de vários países ao fundo, fazendo do clipe algo mais pacífico. *American Life* é um dos discos de menos repercussão da carreira de Madonna, se considerarmos os baixos índices de vendas, embora no ano de seu

lançamento tenha sido incluído entre os dez álbuns mais vendidos no mundo todo (ANA FLAVIA. s.d)

Apesar do relativo fracasso de vendas do CD **American Life**, algumas músicas, como **Hollywood**, se destacaram. Nesta mesma época, aconteceu uma apresentação polêmica no **MTV Vídeos Awards**. Vestindo um fraque e cantando **Hollywood**, Madonna beija na boca as cantoras Britney Spears e Christina Aguilera, vestidas de noiva. O ato, interpretado como apoio ao casamento entre pessoas do mesmo sexo, serviu de publicidade para o álbum **American Life**.

O álbum **Confession a dancing floor** foi lançado em novembro de 2005. O disco vazou pela internet mesmo antes do lançamento oficial. Seu diferencial foi o estilo eletrônico com influência no house e disco. Na produção estavam presentes nomes como os dos suecos Bloodshy e Avant, Mirwais e Stuart Prince.

No ano seguinte lançou “Confessions on a Dancefloor” criando mais algumas polêmicas, desta vez com rabinos judeus por causa da canção “Isaac”. Saiu com a “Confessions Tour” que rendeu mais dois lançamentos (TERRA, s.d.).

Hey you, música lançada em 2007, faz menção a um mundo melhor e foi usada como tema oficial do concerto **Live Earth**, evento que promovido simultaneamente em sete países para conscientizar sobre o aquecimento global e a pobreza mundial. O *download* da música ficou disponível no site do evento temporariamente, tendo sido baixado por mais de 1 milhão vezes.

Em 15 de junho de 2007, a revista **Forbes** e o site de mesmo nome publicaram uma lista anual sobre as celebridades mais poderosas do mundo. São levados em consideração a popularidade do artista nos meios de comunicação, incluindo atualmente a internet, e o faturamento anual do artista. Madonna surge em terceiro lugar, perdendo apenas para a apresentadora Oprah Winfrey e o tenista Tim Wooger. Segundo a revista, a classificação deveu-se a última turnê **Confessions Tour**, que faturou U\$ 200 milhões, e ao fato de a cantora ocupar o primeiro lugar em notícias na internet.

V – Análises

5.1 – Metodologia e métodos aplicados

Através da análise de discurso de tendência francesa, analisamos o conteúdo textual e a construção imagética da obra da cantora norte americana

Madonna Ciccone. As músicas de trabalho da cantora, um total de 40, foram divididas em seqüências discursivas autônomas (SDAs), as quais, por sua vez, foram agrupadas por temas. Também fez-se uma análise imagética das principais imagens de 38 vídeo-clipes.

5.2.1 Análise textual das músicas de trabalho

a) Sexo ou conotação sexual

Década de 80 – Feminismo punk

- SDA 1 – [...] Você diz que precisa do meu amor, e você está querendo o meu corpo, não me importo [...] (**Physical attraction** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 2 – Atração física é uma reação química. Atração física, reação química (**Physical attraction** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 3 – Como uma virgem. Tocada pela primeira vez. Como uma virgem. Quando seu coração bate próximo do meu (**Like a virgen** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 4 – Eu já tive outros caras (**True blue** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 5 – Eu nunca fui tão longe assim! Para saber se o amor vale a pena realmente (**Can't stop** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 6 – [...] Seu toque está me deixando louca. E quando você sorri, está apenas me fazendo te querer mais e mais [...] (**Physical attraction** – Madonna remasters, 1983).

Década de 90 – Sexualidade e feminismo

- SDA 7 – [...] Serei sua anfitriã essa noite [...] (**Erótica** – Erótica, 1992).
- SDA 9 – [...] Deixe minha boca ir onde ela quer (**Erótica** – Erótica, 1992).
- SDA 10 – Erotica, erotica, coloque tuas mãos por todo meu corpo (**Erótica** – Erótica, 1992).
- SDA 11 – [...] Há uma certa satisfação em um pouco de dor. Posso ver que você entende. Posso dizer que você é o mesmo. Se estiver com medo, erga-se. Firo apenas aqueles que amo (**Erótica** – Erótica, 1992).
- SDA 12 – Eu não acho que você saiba o que é a dor. Eu não acho que foi dessa forma. Te darei muito prazer. Irei até você quando disser. Eu sei que você me quer. Não quero te ferir. Não vou te ferir, apenas feche teus olhos (**Erótica** – Erótica, 1992).

- SDA 13 – O que te faz sentir excitante? [...] O que te excita? O que te vira a cabeça ? O que te faz sentir bem ? [...] (**Bye bye** – Erótica, 1992).
- SDA 14 – Eu disse algo errado? Oops, eu não sabia que não podia falar sobre sexo. (Eu devia estar doída) [...] (**Human nature** – Bedtime stories, 1994).
- SDA 15 – Você me puniu por ter te contado minhas fantasias [...] (**Human nature** – Bedtime stories, 1994).
- SDA 16 – [...] Por que você não lida com 'ele'? [...] (**Human nature** – Bedtime stories, 1994).
- SDA 17 – Eu sou louca por você. Me toque uma vez e você saberá que é verdade. Eu nunca quis ninguém assim. É completamente novo, você vai sentir isso no meu beijo. Eu estou louca por você, louca por você (**Crazy for you** – Somethings to remanber, 1995).
- SDA 18 – Devagar agora nós começamos a mexer. A cada respiração estou mais fundo dentro de você (**Crazy for you** – Somethings to remanber, 1995).
- SDA 19 – Salão girando enquanto a música começa. Estranhos tirando o máximo proveito da escuridão. Dois a dois, seus corpos se tornam um (**Crazy for you** – Somethings to remanber, 1995).

Final da década de 90 – Politização, a nova ordem mundial e o feminismo

- SDA 20 – Eu negocieei a fama pelo amor. Sem uma segunda opinião. Tudo se tornou um jogo imbecil. Algumas coisas não podem ser compradas (**Drowned world/substitute for love** – Ray of light, 1998).

Conclui-se que, na década de oitenta, a cantora Madonna Ciccone usou um discurso voltado para as experiências juvenis. As letras das músicas revelam uma mulher recém saída da puberdade, descobrindo a vida adulta. As SDAs 3 e 5 falam da perda da virgindade, enquanto a 1, a 2 e a 6 tratam da atração física. Apenas a 4 aborda a questão da promiscuidade.

Durante a década de noventa, o discurso muda para abordagens mais explícitas e diretas. Da descoberta do sexo, ela passa para formas diferenciadas de obtenção do prazer sexual. As SDAs 7, 11, 12, 15 e 16 se referem ao sadomasoquismo, enquanto as outras se referem ao sexo usual. Destaca-se também a SDA 14, que faz menção aos que criticam seu trabalho abordar a sexualidade humana.

b) Nova ordem mundial

Década de 80 – Feminismo punk

SDA 21 – Olhe em volta, para todo lugar que você se vira há um coração sofrendo. Está em todos os lugares que você vai, olhe em volta. Você tenta. Tudo que pode para escapar da dor da vida. Que você conhece (**Vogue – I m breathless** – Trilha sonora do filme **Dick trace**, 1990).

Final da década de 90 – Politização, a nova ordem mundial e o feminismo

SDA 22 – Eu tive tantos amantes que se aproximavam pelo prazer de estarem no meu holofote [...] (**Drowned world/substitute for love** – Ray of light, 1998).

SDA 23 – Eu negocie a fama pelo amor sem uma segunda opinião. Tudo se tornou um jogo imbecil. Algumas coisas não podem ser compradas (**Drowned world/substitute for love** – Ray of light, 1998).

SDA 24 – [...] Mais rápido do que a rapidez da luz [...] (**Ray of light** – Ray of light, 1998).

SDA 25 – Mais rápido do que um raio de luz ela está voando. Mais rápido do que um raio de luz eu estou voando [...] (**Ray of light** – Ray of light, 1998).

SDA 26 – Você só vê o que seus olhos querem ver. Como pode a vida ser aquilo que você quer que ela seja? Você fica congelado quando seu coração não está aberto. Você está tão consumido com quanto você consegue. Você desperdiça seu tempo com ódio e arrependimento. Você fica arrasado quando seu coração não está aberto... (**Frosen** – Ray of light, 1998).

SDA 27 – Vida Americana. Eu vivo o Sonho Americano. Você é a melhor coisa que já vi. Você não é somente um sonho (**American life** – American life, 2003).

SDA 28 – [...] Nada é real. Incluindo o jeito que você se sente (**Hey you** – Live Earth, 2007).

Em **Vogue**, Madonna faz crítica ao celebridismo e à necessidade de reconhecimento, fama e glória.

Embora não se perceba uma preocupação da cantora em mencionar a realidade durante a década de noventa, mas, sim, abordar temas sexuais, após

sua participação no filme *Evita*, há uma mudança de perspectiva em sua carreira. Pode-se perceber isto nas SDAs 22 e 23, quando ela fala que trocou a fama pelo amor. Nas SDAs 24 e 25 há uma crítica ao estilo de vida cada vez mais acelerado. O entendimento fica mais claro ao se assistir o videoclipe da música **Ray of light**. As SDAs 26, 27 e 28 abordam a realidade alienante. Destaca-se a SDA 27 por fazer crítica ao *american life way*.

c) Amor

Década de 80 – Feminismo punk

- SDA 29 – Você deve ser minha estrela da sorte. Pois você brilha sobre me aonde quer que esteja. É só pensar em você e começo a me iluminar [...] (**Luky star** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 30 – [...] E quando eu estiver perdida você será meu guia. É só me virar e você está ao meu lado (**Luky star** – Madonna Remasters, 1983).
- SDA 31 – Alguma coisa no seu jeito de me amar não me deixa ser livre. Não quero ser sua prisioneira, então, baby, liberte-me. Páre de brincar com meu coração. Termine o que você começou quando conquistou o meu amor. Se você me quiser, deixe claro baby, deixe transparecer meu bem, não estou para brincadeiras tente entender eu dei tudo o que podia, porque você levou o melhor de mim no limite (**Borderline** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 32 – Alguma coisa nos seus olhos me faz agir como uma tola quando me abraça, você me ama até me deixar cega, mas, depois, você me decepciona (**Borderline** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 33 – Deixe o amor brilhar e encontraremos um jeito de nos unirmos (**Borderline** – Madonna remasters, 1983).
- DAS 34 – Você diz que precisa do meu amor e você está querendo o meu corpo (**Physical attraction** – Madonna remasters, 1983).
- SDA 35 – Oh, seu amor derreteu. Sim, seu amor derreteu. O que estava frio e com medo (**Like a virgen** – Like virgen, 1984).
- SDA 36 – Eu já tive outros caras. Eu olhei dentro dos olhos deles. Mas nunca tinha encontrado o amor antes. Até você entrar pela minha porta (**True blue** – Like a virgen, 1984).
- SDA 37 – Amor de verdade. Você é aquele. com quem estou sonhando (**True blue** – Like a virgen, 1984).
- SDA 38 – [...] E eu serei. Verdadeiramente fiel. Baby, eu te amo. Como eu te amo (**True blue** – True blue, 1986).

Década de 90 – Sexualidade e feminismo

SDA 39 – Irei te dar amor, te acertarei como um caminhão[...] (**Erótica** – Erótica, 1992).

Final da década de 90 – Politização, a nova ordem mundial e o feminismo

SDA 40 – A sua face. O meu substituto pelo amor. Deverei eu esperar por você? O meu substituto pelo amor (**Drowned world/substitute for love** – Ray of light, 1998).

SDA 41 – Eu viajei por todo o mundo procurando por uma casa. Encontrei-me sozinha em lugares lotados [...] (**Drowned world/substitute for love** – Ray of light, 1998).

SDA 42 – Nada realmente importa. O amor é tudo que precisamos. Tudo que eu te dei, volta tudo para mim (**Nothing really matters** – Ray of light, 1998).

SDA 43 – [...] O amor é uma ave, ela precisa voar[...] (**Frosen** – Ray of light, 1998).

SDA 44 – Diga-me que o amor não é verdadeiro, [Que] é apenas algo que fazemos. Diga-me tudo que eu não sou. Mas, por favor, não me diga para parar... (**Don't tell me** – Music, 2000).

Percebe-se uma visão romântica do amor na obra da *pop star* durante a década de oitenta. Todas as SDAs abordam este tema sob uma visão adolescentes, priorizando as descobertas, medos e ansiedades. Diferente da década de noventa, que possui poucas referências ao romantismo, estando este atrelado à abordagem sexual.

Na fase atual do seu trabalho, Madonna faz duas abordagens sobre o amor: o amor ao próximo, como podemos observar nas músicas **Imagine**, **Nothing really matters**, **Hey You**, e o amor carnal, numa visão oposta ao amor da década de oitenta. Se antes este tema girava em torno das descobertas, agora nota-se observações e constatações sobre o amor, como podemos comprovar nas SDAs 40, 41 e 44.

d) Quebra de valores

Década de 80 – Feminismo punk

SDA 45 – Alguns garotos me beijam, alguns garotos me abraçam. Eu acho que está certo. Se não me dão o crédito apropriado. Eu apenas vou embora. (**Material girl** – Like a virgin, 1984).

- SDA 46 – Porque nós vivemos num mundo materialista. E eu sou um garota materialista. ‘Cê sabe, que nós vivemos num mundo materialista. E eu sou uma garota materialista (**Material girl** – Like a virgen, 1984).
- SDA 47 – Alguns garotos se apaixonam, alguns garotos dançam. Está tudo certo comigo, se não puderem levantar meu interesse. Então eu tenho que deixa-los ser (**Material girl** – Like a virgen, 1984).
- SDA 48 – Como uma virgem. Tocada pela primeira vez. Como uma virgem. Quando seu coração bate próximo do meu (**Material girl** – Like a virgen, 1984).
- SDA 49 – Papai, não discuta, estou com um problemão. Papai, não discuta, estou perdendo o sono. Mas eu me decidi, vou manter meu bebê, oh. Eu sei, vou manter meu bebê (gravidez)... (**Papa don’t preach** – True blue, 1986).
- SDA 50 – Quando você a vir, reze. E dê um beijo de despedida no seu coração. Ela é encrenca, em uma palavra ‘Aproxime-se’ do fogo (**Who’s that girl** – Who’s that girl, 1987).
- SDA 51 – Não faz diferença se você é negro ou branco. Ou se você é um garoto ou uma garota (**Vogue** – I m breathless – Trilha sonora do filme **Dick trace**, 1990).
- SDA 52 – Greta Garbo e Moroe, Dietrich e Dimaggio, Marlon Brando, Jimmy Dean Na capa de uma revista. Grace Kelly, Harlow Jean Imagens de rainhas da beleza. Genne Kelly, Fred Astaire, Ginger Rogers. Dançam no ar eles tinham estilo, tinham graça. Rita Hayworth, um dos rostos mais fotogênicos. Lauren, Katharine, Lana também, Bette Davis... Nós amamos você (**Vogue - I m breathless** – Trilha sonora do filme **Dick trace**, ano 1990).
- SDA 53 – Estou cansada de dividir tudo que ganhamos. Para ganhar atenção [...] (**Keep together** – Like a prayer, 1889).
- SDA 54 – Quando você chama meu nome é igual uma pequena oração. Eu ajoelho, eu quero te levar lá. A meia-noite eu posso sentir seu poder. Como uma pequena oração [...] Eu ouço sua voz, é igual de um anjo suspirando [...] Eu fecho meus olhos, ó Deus eu acho que eu estou caindo pra fora do céu [...] (**Like a prayer** – Like a prayer, 1889).

Década de 90 – Sexualidade e feminismo

- SDA 55 – [...] Deixe minha boca ir onde ela quer (**Erótica** – Erótica, 1992).

- SDA 56 – Desista, faça como eu mandar. Desista e deixe eu fazer do meu jeito [...] (**Erótica** – Erótica, 1992).
- SDA 57 – Tchau, tchau baby, tchau tchau. É sua vez de chorar. Por isso temos que dizer adeus. Então diga adeus (**Bye bye baby** – Erótica, 1992).
- SDA 58 – [...] E eu não me arrependo (não me arrependo). Não sou sua puta, não jogue sua merda em mim. É a natureza humana (**Human nature** – Bedtime stories, 1994).
- SDA 59 – Eu disse alguma verdade? Oops, Eu não sabia que não podia falar sobre sexo. (Eu devia estar doida). Eu tinha um ponto de vista? Oops, Eu não sabia que não podia falar sobre você. (O que eu estava pensando) (**Human nature** – Bedtime stories, 1994).
- SDA 60 – Eu não estou pedindo desculpa. Pareceria melhor se eu fosse um homem? Você é o único com problema. Por que você não lida com ele? Você gostaria mais de mim se eu fosse? [...] (**Human nature** – Bedtime stories, 1994).
- SDA 61 – Sou igual a você. Por que eu deveria ser? Lida com isso (**Human nature** – Bedtime stories, 1994).
- SDA 62 – Totalmente sozinha. Eu não preciso mesmo de ninguém. Eu sei que vou sobreviver. Eu sei que vou ficar viva. Tudo sozinha. Eu não preciso de ninguém agora (**You'll see** – Something to remember, 1995).
- SDA 63 – Você acha que você é forte. Mas você é fraco, você vai ver. É preciso mais força para chorar, admitir a derrota (**You'll see** – Something to remember, 1995).

Final da década de 90 – Politização, a nova ordem mundial e o feminismo

- SDA 64 – Eu negocieei a fama pelo amor. Sem uma segunda opinião. Tudo se tornou um jogo imbecil. Algumas coisas não podem ser compradas (**Drowned world/substitute for love** – Ray of light, 1998).
- SDA 65 – Nada realmente importa. O amor é tudo que precisamos. Tudo que eu te dei, volta tudo para mim (**Nothing really matters** – Ray of light, 1998).
- SDA 66 – Música... faz as pessoas se unirem. Música... faz a burguesia e o rebelde (**Music** – Music, 2000).
- SDA 67 – Garotas podem usar jeans. E cortar os cabelos curtos. Usar camisas e botas. Porque é legal ser um garoto (**What it feels like a girl** – Music, 2000).

- SDA 68 – Mas para um garoto se parecer com uma garota é degradante. Mas você acha que ser uma garota é degradante. Mas secretamente você adoraria saber como é. Não adoraria? Como se sente uma garota? (**What it feels like a girl** – Music, 2000).
- SDA 69 – Garotinhas boas nunca se mostram quando você for abrir bem a boca para falar. Poderia ser um pouco frágil? (**What it feels like a girl** – Music, 2000).
- SDA 70 – Eu tenho que mudar meu nome? Isso vai me fazer ir longe? Eu devo perder alguns quilos? Eu vou ser uma estrela? (**American life** – American life, 2003).
- SDA 71 – Eu tentei ser um garoto, eu tentei ser uma garota, eu tentei ser uma bagunça, eu tentei ser a melhor, eu acho que fiz tudo errado, é por isso que escrevi essa canção. Esse tipo de vida moderna é pra mim? Esse tipo de vida moderna é de graça? (**American life** – American life, 2003).
- SDA 72 – Vida Americana. Eu vivo o Sonho Americano. Você é a melhor coisa que já vi. Você não é somente um sonho (**American life** – American life, 2003).
- SDA 73 – Eu tentei estar a frente, Eu tentei estar no topo. Eu tentei fazer o papel, mas de alguma forma eu esqueci por que eu fiz tudo isso, e porque eu queria mais [...] (**American life** – American life, 2003).
- SDA 74 – Ahh, foda-se [...] (**American life** – American life, 2003).
- SDA 75 – Eu tenho advogado e empresária. Uma agente e um cozinheiro. Três babás e uma assistente. Um motorista e um jatinho. Um treinador e um mordomo. E um guarda-costas ou cinco. Um jardineiro e uma estilista. Você acha que me sinto satisfeita? (**American life** – American life, 2003).
- SDA 76 – Todo mundo vem pra Hollywood. Eles querem se dar bem no pedaço. Eles gostam do cheiro disso em Hollywood. Como algo pode te magoar se parece tão bom? (**Hollywood** – American life, 2003).
- SDA 77 – [...] Você está dirigindo seu carro em Hollywood. Você se sente o máximo, você se sente (**Hollywood** – American life, 2003).
- SDA 78 – [...] Estou de saco cheio com os conceitos de certo e errado (**Hollywood** – American life, 2003).
- SDA 79 – Eu vou quebrar o ciclo. Eu vou sacudir o sistema. Eu vou destruir meu ego. Agora vou fechar meu corpo (**Die another day** – American life, 2003).
- SDA 80 – O tempo passa, tão devagar (**Hung up** – Confession a dance floor, 2005).

- SDA 81 – Você me estimula. Você me empurra (**Push** – Confession a dance floor, 2005).
- SDA 82 – [...] E eu posso tomar conta de mim mesma. Eu não quero ouvir, eu não quero saber. Por favor não diga “me perdoe”. Eu já vi isso tudo antes. E não posso mais agüentar (**Sorry** – Confession a dance floor, 2005)
- SDA 83 – Imagine que não exista céu. É fácil se você tentar. Nenhum inferno abaixo de nós. E acima apenas o espaço. Imagine todas as pessoas vivendo para o hoje (**Imagine** – I’m going to tell you a secret, 2006).
- SDA 84 – Imagine que não exista países. Não é difícil de fazê-lo. Nada para matar ou por morrer. E nenhuma religião. Imagine todas as pessoas. Vivendo em paz (**Imagine** – I’m going to tell you a secret, 2006).
- SDA 85 – Imagine não existir posses. Surpreenderia-me se você conseguisse. Inexistir necessidades e fome. Uma irmandade humana. Imagine todas as pessoas. artilhando o mundo (**Imagine** – I’m going to tell you a secret, 2006).
- SDA 86 – Ei, você, não desista. Não é tão ruim! Ainda há uma chance para nós (**Hey you** – **Live Earth**, 2007)
- SDA 87 – [...] Nada é real. Incluindo o jeito que você se sente (**Hey You** – Live Earth, 2007).

Num primeiro momento, percebe-se no discurso de Madonna a abordagem de temas ousados para uma cantora pop. Pode-se comprovar isso através das SDAs 45, 46 e 47, em que ela fala sobre relacionamentos baseados em interesse material. As SDAs 48 e 49 falam sobre gravidez na adolescência e perda da virgindade. O racismo é apontado na SDA 50 e a religiosidade, na SDA 54.

Todo discurso de Madonna durante a década de noventa gira em torno da sexualidade e erotismo, e mostra a mulher como dona de sua sexualidade e não apenas como objeto para satisfação masculina (SDAs 55, 56 e 59). Observa-se um aspecto interessante neste período: uma preocupação em mostrar a superioridade das mulheres em relação aos homens. Isso pode ser comprovado nas SDAs 60, 61, 62 e 63. Observa-se também que tais comentários são carregados de cinismo.

O alvo preferido para críticas na fase atual da cantora é o seu país de origem. Ela critica o estilo de vida e a ideologia americanas. As SDAs 70, 71, 72, 73, 75, 77, 77 e 87 podem comprovar essa atitude, que se deve à insatisfação da cantora quanto a postura do presidente George W. Bush e sua política de invasões e guerra contra o terrorismo.

Como resposta ao momento que a política global atravessa, Madonna passa a abordar em suas músicas uma forma de amor fraternal. Ela grava, por exemplo, a canção **Imagine**, composta por John Lennon, e **Hey You**, símbolo da campanha contra o aquecimento global, o **Live Earth**. As SDAs 65, 66, 83, 84, 85 e 86.

e) Família

Década de 80 – Feminismo Punk

- SDA 90 – Mas papai disse: – Escute: você sempre terá um lar (**Keep together** – Like a prayer, 1889).
- SDA 91 – Mantenha a família unida. Eles são lembranças da nossa história. Irmãos e irmãs, eles tem a chave para o seu coração e sua alma. Não se esqueça que sua família vale ouro. (**Keep together** – Like a prayer, 1889).
- SDA 92 – Oh pai, você nunca quis viver daquele jeito. Você nunca quis me machucar [...] (**Oh father** – Like a prayer, 1889).
- SDA 93 – Talvez um dia quando eu olhar para trás, eu poderei dizer: Você não queria ser cruel. Alguém te machucou também (**Oh father** – Like a prayer, 1889).
- SDA 94 – Parece ontem, fiquei perto de suas botas e rezei para sua raiva terminar. Oh Pai, eu pequei (**Oh father** – Like a prayer, 1889).

Apenas na década de oitenta a cantora faz menções à família no conjunto de sua obra. Seus problemas com seu pai foram absorvidos em seu trabalho o que lhe inspirou nas canções **Oh father** e **Papa don't preach**. A primeira tem cunho quase autobiográfico, pois narra a história de uma menina que perdera a mãe e implora para que o pai não seja agressivo (SDA94).

f) Religiosidade

Década de 80 – Feminismo punk

- SDA 95 – A vida é um mistério, todos devem levantar-se sozinhos [...] (**Like a prayer** – Like a prayer, 1989).
- SDA 96 – [...] Quando você chama meu nome é igual uma pequena oração. Eu ajoelho, eu quero te levar lá. A meia-noite eu posso sentir seu poder. Como uma pequena oração, eu te levarei lá. Eu ouço sua

- voz, é igual de um anjo suspirando. [...] (**Like a prayer** – Like a prayer, 1989)
- SDA 97 – [...] Eu fecho meus olhos, Ó Deus eu acho que eu estou caindo. Pra fora do céu, eu fecho meus olhos. Paraíso me ajude [...] (**Like a prayer** – Like a prayer, 1989).

Final da década de 90 – Politização, a nova ordem mundial e o feminismo

- SDA 98 – [...] Eu rogo a Deus que não será demorado. Se vá (**The power of good-bye** – Ray of light, 1998).
- SDA 99 – Não sou cristã, nem judia (**American life** – American life, 2003).
- SDA 100 – Olhando fixamente o céu. Nesse inferno que amarra suas mãos. Você irá sacrificar seu conforto? Faça sua vida em terra estrangeira (**Isaac** – Confessions on a dance floor, 2005).
- DAS 101 – Lute com sua escuridão. Anjos chamam por ser nome. Você pode ouvir o que dizem? Será que você vai ser o mesmo? (**Isaac** – Confessions on a dance floor, 2005).
- SDA 102 – [...] Tudo em sua vida tem sido um teste. Você vai achar o portão que está aberto. Ainda que seu espírito esteja partido. (**Isaac** – Confessions on a dance floor, 2005).
- SDA 103 – Se as portas da riqueza estão trancadas. Se não há misericórdia nesse mundo. As portas do paraíso nunca estarão travadas (**Isaac** – Confessions on a dance floor, 2005).
- SDA 104 – O Criador reina supremo, e está acima dos anjos. Todos, no Seu espírito, se erguerão (**Isaac** – Confessions on a dance floor, 2005).
- SDA 105 – Lute com sua escuridão. Anjos chamam por ser nome. Você pode ouvir o que dizem? Será que você vai ser o mesmo? (**Isaac** – Confessions on a dance floor, 2005).
- SDA 106 – Yitzhak Sinwani: O generoso realmente sabe o que será dado se eles não pararem, você sabe. Os portões do paraíso estão sempre abertos. E há este Deus no céu e os anjos. Como eles sentam, você sabe, em frente da Luz. E isso que estamos falando (**Isaac** – Confessions on a dance floor, 2005).
- SDA 107 – Nada para matar ou por morrer. E nenhuma religião. Imagine todas as pessoas. Vivendo em paz (**Imagine** – I'm going to tell you a secret, 2006).
- SDA 108 – Salve sua alma, minha pequena irmã. Salve sua alma, meu pequeno irmão. Ei, você, salve a si próprio. Não confie em mais ninguém (**Hey you** – Live earth, 2007).

A partir de **Frozen**, Madonna passa a abordar a religiosidade de forma mais ampla, agregando novas visões à sua obra. Pode-se dizer que a religiosidade, nesta fase, está mais ligada à espiritualidade do que a dogmas de alguma religião. Observando a música **Isaac**, podemos observar que ela utilizou o islamismo para propagar uma mensagem ecumênica (SDAs 100 a 106).

Observa-se uma religiosidade presa a dogmas do catolicismo na década de oitenta (SDA 96 e 97). Não foi encontrada nenhuma citação durante a década de noventa.

V – Considerações finais

Madonna, para alavancar vendas e se manter na mídia por mais de duas décadas, usou estratégias de marketing. Defendeu opiniões polêmicas e criou campanhas promocionais ousadas que colocaram a pop star entre os artistas da indústria fonográfica que mais vendem álbuns (LP e CD).

Na primeira etapa de sua carreira, sua construção imagética foi baseada no referencial estético do movimento punk americano. Mesmo quando não apresentava referenciais deste estilo em seu figurino, suas canções e vídeos-clipes criticavam o poder da Igreja Católica, falavam sobre a exclusão de negros e latinos, abordavam a gravidez na adolescência, entre outros. Isso aproximou a *pop star* do público juvenil, que via a encarnação do protesto na sua performance.

Nesta etapa, sua obra também usa o apelo sexual. No início de sua carreira, toda referência ao sexo estava ligada a descoberta sexual. Logo depois, outros tipos de abordagens foram feitas e em alguns momentos sua imagem se confundia com a imagem de Marilyn Monroe – atriz e símbolo sexual da década de 50 – como se pode ver no vídeo clipe **Vogue**.

O corpo masculino também foi amplamente explorado em sua obra – talvez uma resposta às campanhas publicitárias e outros produtos midiáticos que usam a beleza feminina para alavancar vendas.

Foi usada também, como forma de atrair a atenção do público jovem, a história de vida e os problemas familiares da cantora que, em alguns momentos, serviram de inspiração e pano de fundo para seus clipes, entre eles **Oh father** e **Papa don't preach**.

Na década de noventa, dando continuidade aos escândalos e polêmicas dos anos anteriores, Madonna volta sua carreira para a discussão da sexualidade humana, destacando os fetiches e as parafilias. Na mesma época, ela lança o filme documentário **Na cama com Madona**, o livro **Sex** e o álbum **Erótica**. Seus vídeo-clipes eram carregados de erotismo e trabalhavam aspectos estéticos que ajudavam a compor a idéia de uma mulher que deseja e realiza fantasias sexuais, ao invés de ser protagonista da fantasia dos homens.

No final dos anos noventa, após interpretar Evita Perón no cinema, a cantora abre uma nova fase em sua carreira, abandonando a abordagem sexual. Nessa fase, Madonna confronta os padrões políticos e sociais fazendo críticas até mesmo a seu país, os EUA. Demonstra preocupação com a nova ordem mundial, os efeitos da globalização e a modernidade. No álbum **American life**, critica a cultura expansionista americana e o *american life way*.

Em toda videografia, Madonna se preocupa em mostrar-se como uma mulher poderosa, embora nas décadas de oitenta e noventa a construção deste poder deu-se sob o estigma da artificialidade. A composição de roteiro, cenário e figurino construíam a imagem de uma mulher que comandava os homens. Nos últimos anos, esta imagem de superioridade foi substituída pela imagem da mulher que compartilha o poder com o homem, estando os dois em pé de igualdade.

Para expandir sua carreira em outros países e continentes, recorreu ao uso de diversas referências culturais e religiosas, da cultura latina à cultura oriental.

Graças a esses artifícios, a cantora se manteve nas paradas de sucesso nos últimos 25 anos, e ainda é considerada a artista mais poderosa do *pop music*, estando no seleto *hall* do *rock and roll*.

Referências

ALMEIDA, Paulo Henrique de; PESSOTI, Gustavo Casseb. A evolução da indústria fonográfica e o caso da Bahia. **Bahia: Análises e Dados**, Salvador, v. 9, n. 4, p. 90-107, 2000.

ANDRADE, Ana Claudia R. de; AQUINO, Isaura. G. C.; CARDOSO, Marília F. M. L. **O cotidiano da mulher**: produção ou reprodução da vida? Juiz de Fora: s./ed., 1991.

ARANTES, Antônio. **O que é cultura popular**. São Paulo: Brasiliense, 1987.

BAUDRILLARD, Jean. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógios D'Água, 1981.

BRACKETT, David. **Interpreting popular music**. Versão traduzida. Berkeley/Los Angeles/London: University of California Press, 1995.

CHAUÍ, Marilena. **Conformismo e resistência**: aspectos da cultura popular no Brasil. São Paulo: Brasiliense, 1986.

CRESCITELLI, Edson; LAIZO, André. **Que país é esse?**: uma análise do dilema atual da indústria fonográfica sob a ótica do marketing estratégico. Disponível em: <http://www.ead.fea.usp.br/Semead/9semead/resultado_semead/trabalhosPDF/31.pdf>. Acesso em: 20 jul. 2007.

FLÁVIA, Ana. **100 anos de música**: biografias e vídeos. Disponível em: <http://anaflavia.com.br/100anosdemusica/anos80_madonna.htm>. Acesso em: 13 jul. 2007.

FORBES. **Top 100 celebrities**. Disponível em: <<http://www.forbes.com/lists/2005/53/KMJ4.html>>. Acesso em: 15 ago. 2007.

JANOTTI JR., Jeder Silveira. **Música popular ou música pop?:** trajetórias e caminhos da música na cultura mediática. Disponível em: <<http://www.gepicc.ufba.br/enlepicc/pdf/JederJanotti.pdf>>. Acesso em: 27 set. 2007.

JANOTTI JR., Jeder Silveira. **Dos gêneros textuais, dos discursos e das canções**: uma proposta de análise da música popular massiva a partir da noção de gêneros midiáticos. Disponível em: <<http://www.midiaemusica.ufba.br/arquivos/artigos/JEDER2.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2007.

LEITÃO, Eliane Vasconcelos. **A mulher na língua do povo**. Belo Horizonte: Itatiaia, 1981.

LIPOVETSKY, Gilles. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução de Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 1989.

MADONNA. **Site oficial**. Disponível em: <<http://madonna.com>>. Acesso em: 13 jul. 2007.

SEXUALIDADE E VIDA. **Site sobre sexualidade**. Disponível em: <<http://www.sexualidadeevida.com.br>>. Acesso em: 20 set. 2007.

SILVA, Andréia Margato. **Discriminação**: o ambiente de trabalho e as mulheres. Ubá: s./ed., 1998.

SOARES, Thiago. O videoclipe remix. In: **Intercom**, 28, 2005, Rio de Janeiro.

SOARES, Thiago. **Videoclipe**: o elogio da desarmonia. Recife: Livro Rápido, 2004.

TERRA. **Biografia da pop star Madonna**. Disponível em: <<http://territorio.terra.com.br/canais/canalpop/az/biografia.asp?artistaID=236>>. Acesso em 13 agosto 2007.

VILLAÇA, Renato Costa. **O rock e as bases de uma cultura musical pop**. Disponível em: <http://www.compos.org.br/data/biblioteca_119.PDF?PHPSESSID=9b99c461bbf1367ed88cb740d4a7eeab>. Acesso em: 15 ago. 2007.