



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CENTRO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO

Mariana Lins Lima

A ESTETIZAÇÃO DA POLÍTICA NA PERFORMANCE DE MADONNA

Recife
2017

MARIANA LINS LIMA

A ESTETIZAÇÃO DA POLÍTICA NA PERFORMANCE DE MADONNA

Dissertação apresentada à coordenação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco, para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Thiago Soares.

Recife
2017

Catálogo na fonte
Bibliotecário Jonas Lucas Vieira, CRB4-1204

L732e Lima, Mariana Lins
A estetização da política na performance de Madonna / Mariana Lins
Lima. – Recife, 2017.
118 f.: il., fig.

Orientador: Thiago Soares.
Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco,
Centro de Artes e Comunicação. Comunicação, 2018.

Inclui referências.

1. Cultura pop. 2. Madonna. 3. Música popular massiva. 4.
Performance. 5. Política. I. Soares, Thiago (Orientador). II. Título.

302.23 CDD (22.ed.) UFPE (CAC 2018-15)

MARIANA LINS LIMA

AS ESTETIZAÇÕES POLÍTICAS NA PERFORMANCE DE MADONNA

Dissertação apresentada à coordenação do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, da Universidade Federal de Pernambuco, para a obtenção do grau de Mestre em Comunicação, sob orientação do Prof. Dr. Thiago Soares.

Aprovado em 07 / 03 / 2017

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. Thiago Soares – PPGCOM/UFPE (Orientador)

Prof. Dr. Rogério Luiz Covaleski – PPGCOM/UFPE (Membro interno)

Profa. Dra. Rosamaria Luiza de Melo Rocha – ESPM/SP (Membro externo)

Recife
2017

AGRADECIMENTOS

A minha família, pelo apoio e pela paciência. Todo o meu amor e gratidão aos meus pais, Vera e João, e à patrocinadora dos meus sonhos, tia Nize.

A minha irmã Flora, por conseguir admirar o que me escapa.

Aos meus amigos Mariana Maris, Marcela Alves e Edson Araújo, por tudo e mais um pouco, mas principalmente... pela *Força!*

A Schneider Carpeggiani, pelo amor desmedido, pelas conversas inspiradoras, pelas lágrimas, pelos sorrisos e pelos *drinks* que irrigam nossas paixões.

A Danilo Lima, pelos “binos”, pela Lua em peixes, pelo *cariño*.

A Vanessa Lins, pelo sorriso largo e a amizade saborosa.

Ao meu orientador e amigo querido Thiago Soares, pelos momentos de inspiração, alento e confiança. Por segurar a minha mão e me mostrar que não precisamos amar o pop – e nem nada – sozinhos. *Keep it together!*

A Alan Mangabeira e Rafael Chagas, os dois vértices do *squad* de carinho e cumplicidade que eu formei nas salas de aula do CAC.

À Fundação de Amparo a Ciência e Tecnologia de Pernambuco (Facepe), pela bolsa concedida.

Aos queridos professores do PPGCOM, Jeder Janotti Jr., Angela Prysthon e Eduardo Duarte, pelo profundo aprendizado, pelas preciosas contribuições e pelo tanto de carinho.

A Vanessa Alencar, Katharina Michalak, Dhiego de Sousa, Maria Eugênia Atanásio, Emanuely Vieira, Jaqueson Silva, Ricardo Valença Monteiro, Juliana Aretakis, Priscilla Aguiar, Renata Baptista e Linda Lamanuzzi.

*“Stay afraid, but do it anyway.
What's important is the action.”*

Carrie Fisher

RESUMO

A pesquisa tem como propósito discutir de que formas a estetização das performances da cantora norte-americana Madonna permite a emergência de nuances políticas, ancoradas na ficcionalidade característica da cultura pop. Para isso, tomamos como eixo a questão do feminino na obra da artista, compreendendo que, a partir de sua concepção de gênero, seja viável apontar um fazer político cuja narrativa negocia com o sexo, a religião, o *queer* e as práticas da indústria fonográfica em relação às mulheres. De início, situamos historicamente a música popular massiva, cartografando sua formação, a fim de entender o contexto em que surge a figura de Madonna. Destacamos, então, as performances das canções *Papa don't preach* (1987) e *Like a virgin* (2012) para uma reflexão sobre os dois corpos femininos representados em ambas e as implicações políticas de cada um; as performances que tangenciam as temáticas sexual e religiosa, como *La isla bonita* (1987), *Like a prayer* (1989) e *Holy water* (2015), oferecendo um diálogo possível com a estética *camp* e o movimento barroco; e a performance da artista no aplicativo de rede social Instagram, em defesa dos princípios comerciais da indústria. Procuramos, por meio das análises, identificar o modo como a articulação entre estética e política se opera nas performances de Madonna, encontrando ao mesmo tempo contradições e linhas de fuga que oferecem modos de sentir e habitar o mundo.

Palavras-chave: Cultura pop. Madonna. Música popular massiva. Performance. Política.

ABSTRACT

This research aims to discuss how the performances' aesthetics of American singer Madonna allows the emergence of political nuances, anchored in the typical pop culture fictionality. We therefore take as an axis the women's role in Madonna's work, acknowledging, from her gender conception, a way of doing politics through narratives that are able to negotiate with sex, religion, queer and the music industry practices towards female artists. At first, we have historically placed popular music, mapping out its foundation, so that we can understand the context in which Madonna's figure has emerged. Then we highlight the performances of both songs *Papa don't preach* (1987) and *Like a virgin* (2012) in order to think about the two different female bodies represented there and the political implications of each one; we also analyze performances regarding to sex and religious themes, such as *La isla bonita* (1987), *Like a prayer* (1989) and *Holy water* (2015), where we find a possible dialogue with the camp aesthetics and also with the Baroque; ultimately we analyze Madonna's online performance on social networking platform Instagram, in defense of music industry's business principles. We seek to identify, through the analysis, how the articulation between aesthetics and politics operates in Madonna's performances, offering us a bunch of contradictions and also escape lines through which we can find other ways of feeling and inhabiting the world.

Key words: Pop culture. Madonna. Popular music. Performance. Politics.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

- FIGURA 1 - Capa do single *Everybody* (1982) – página 33
- FIGURA 2 - Capa do álbum *Madonna* (1983) – página 34
- FIGURA 3 – Cena videoclipe de *Papa don't preach* (1986) – página 39
- FIGURA 4 – Cena do videoclipe de *Like a prayer* (1989) – página 39
- FIGURA 5 – Cena do videoclipe de *Erotica* (1992) – página 39
- FIGURA 6 – Sequência do videoclipe de *Papa don't preach* (1986) – página 45
- FIGURA 7 – Performance de *Papa don't preach* na turnê *Who's that girl* (1987) – página 47
- FIGURA 8 – Projeção da imagem da Casa Branca e do presidente norte-americano Ronald Reagan no palco – página 48
- FIGURA 9 – Projeção da mensagem “sexo seguro” após a performance de *Papa don't preach* (1987) – página 49
- FIGURA 10 – Manchete sobre o acidente de Madonna na CNN – página 60
- FIGURA 11 – Manchete sobre o acidente de Dave Grohl na CNN – página 61
- FIGURA 12 – Artigo sobre o acidente de Madonna no Mail Online – página 61
- FIGURA 13 – Artigo sobre o acidente de Dave Grohl no Mail Online – página 62
- FIGURA 14 – Manchetes no portal da revista Veja – página 63
- FIGURA 15 - Performance de *Like a virgin* na turnê MDNA (2012) – página 65
- FIGURA 16 – Crucifixos adornam o figurino da turnê *The virgin tour* (1985) – página 70
- FIGURA 17 – Crucifixos em chamas no videoclipe de *Like a prayer* (1989) – página 70
- FIGURA 18 – *Pole dance* no mastro em forma de cruz na *Rebel heart tour* (2015) – página 70
- FIGURA 19 – Cena do videoclipe de *La isla bonita* (1987) – página 72
- FIGURA 20 – Cena do videoclipe de *La isla bonita* (1987) – página 72
- FIGURA 21 – Performance de *Like a prayer* na turnê *Blond ambition* (1990) – página 78
- FIGURA 22 – Formato do palco da turnê *Rebel heart* (2015) – página 79
- FIGURA 23 – Personagens sacros projetados durante a canção *Holy water* (2015) – página 80
- FIGURA 24 – Representação da Santa Ceia em *Holy water* (2015) – página 81
- FIGURA 25 – Performance de *Holy water* (2015) – página 81
- FIGURA 26 – *A penitência de Maria Madalena* (1555-1565), de Ticiano – página 86
- FIGURA 27 – Madonna em *Like a prayer* (1989) – página 86
- FIGURA 28 – *A crucificação* (séc. XVI), de Peter Paul Rubens – página 87
- FIGURA 29 – Madonna na turnê *Confessions* (2006) – página 87
- FIGURA 30 – *A última ceia* (1592-1594), de Tintoretto – página 88

- FIGURA 31 – Santa Ceia na performance de *Holy water* (2015) – página 89
- FIGURA 32 – Joana D’Arc (1620-1640), de Rubens – página 90
- FIGURA 33 – Madonna na turnê *Rebel heart* (2015) – página 90
- FIGURA 34 – Postagem no Instagram, em 4 de dezembro de 2014 – página 97
- FIGURA 35 – Postagem no Instagram, em 11 de dezembro de 2014 – página 97
- FIGURA 36 – Postagem no Instagram, em 13 de dezembro de 2014 – página 98
- FIGURA 37 – Postagem no Instagram, em 13 de dezembro de 2014 – página 99
- FIGURA 38 – Postagem no Instagram, em 17 de dezembro de 2014 – página 100
- FIGURA 39 – Postagem no Instagram, em 17 de dezembro de 2014 – página 100
- FIGURA 40 – Postagem no Instagram, em 20 de dezembro de 2014 – página 101
- FIGURA 41 – Postagem no Instagram, em 30 de março de 2015 – página 106
- FIGURA 42 – Postagem no Instagram, em 30 de março de 2015 – página 107
- FIGURA 43 – Postagem no Instagram, em 30 de março de 2015 – página 108

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Beyoncé: HOT 100 Billboard (2006-2016) – página 55

TABELA 2 – Britney Spears: HOT 100 Billboard (2008-2013) – página 55

TABELA 3 – Mariah Carey: HOT 100 Billboard (2006-2013) – página 57

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
2	CULTURA POP E A MÚSICA <i>MAINSTREAM</i>	17
2.1	Pós-guerra e a indústria fonográfica	18
2.2	<i>Hey, mr. DJ</i>	20
2.3	Motown e o pop fabricado	23
2.4	<i>Disco music: a noite como questão</i>	26
2.5	Um <i>bunker</i> chamado pista de dança	29
2.6	Quem é essa garota?	31
2.7	De que pop fala Madonna?	34
2.8	Madonna <i>studies</i>	36
3	<i>BODY SHOP: A POLÍTICA ESTETIZADA NO CORPO</i>	42
3.1	Política da mulher jovem: gravidez precoce e aborto	44
3.2	Envelhecimento feminino no pop	49
3.3	Ciclo de uma popstar	52
3.4	Envelhecimento como desafio	54
3.5	Renegociando espaços	58
4	O FEMININO QUE NEGOCIA COM O <i>CAMP</i>	67
4.1	<i>La isla bonita: via crucis latina</i>	71
4.2	<i>Like a prayer: cruz, chamas, ação</i>	74
4.3	<i>Holy water: banquete de profanações</i>	79
4.4	Iconografia religiosa e a cultura barroca em Madonna	83
4.4.1	Maria Madalena.....	86
4.4.2	A crucificação.....	87
4.4.3	Santa Ceia.....	88
4.4.4	Joana D'Arc.....	89
5	UMA POLÍTICA DE INDÚSTRIA	91
5.1	Digitalizando o presente	93
5.2	Performance no Instagram	96
5.3	Redes sociais: um desafio	102
5.4	TIDAL: nova plataforma, velhas práticas	105
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	110
	REFERÊNCIAS	114

1 INTRODUÇÃO

A escolha de pesquisar objetos da cultura pop coloca-nos diante de um desafio que se apresenta tanto como estímulo quanto apreensão. São objetos vivos, moventes, ambíguos, que se ressignificam a todo tempo, exercendo durante o processo de investigação uma mistura de fascínio e ansiedade de absorver o máximo que oferecem. Até nos convenceremos da inviabilidade de abarcar integralmente o universo de possibilidades sedutor que eclode frente a nós, os momentos de angústia se confundem com os de entusiasmo. Lidar com a efemeridade do pop é reconhecer também a sua aptidão para a assimilar o espírito de uma época, seja em produções literárias, musicais ou audiovisuais que, apesar de obedecerem às balizas mercadológicas, podem ajudar a explicar as complexidades do seu tempo.

Estudar a obra da cantora Madonna é mais ou menos como mergulhar num livro de História que ainda não foi escrito, mas cuja narrativa encontra-se, desde 1983, em permanente construção nos álbuns, nos videoclipes e no palco. Suas performances conseguem circunscrever uma noção estetizada da política que encontra interlocução com minorias – gays, mulheres, latinos, negros etc. –, agendando suas questões no espaço midiático. Por essa razão, a artista se torna um objeto atraente e ao mesmo tempo emblemático, do ponto de vista acadêmico e cultural, pela capacidade de revelar, em sua figura pública, a essência volátil, mas sintonizada com sua época, própria da cultura pop.

Produto de uma fase política de conservadorismo nos Estados Unidos (EUA), na década de 1980, não raramente, Madonna usou sua performance e imagem como instrumentos para criticar governos e tensionar a opinião pública, a exemplo do que aconteceu durante os mandatos dos presidentes Ronald Reagan¹ e George W. Bush². Anos depois, com a ascensão do empresário Donald Trump à presidência dos EUA, em 2017, e suas medidas de supressão de direitos de minorias étnicas, religiosas e sexuais, a voz de Madonna outra vez se elevou, encontrando no terreno da política uma potência para continuar relevante.

Semanas após receber o prêmio de Mulher do Ano na Música 2016, da revista Billboard³, onde discursou sobre as implicações de ser mulher e enfrentar o preconceito de idade na indústria fonográfica⁴, a artista participou da Marcha das Mulheres (*Women's*

¹ Ronald Reagan (1911-2004) presidiu os Estados Unidos, pelo partido Republicano, entre 1981 e 1989.

² Presidente dos Estados Unidos, pelo partido Republicano, entre os anos de 2001 e 2008.

³ Revista norte-americana, criada em 1894, que se especializou em informações sobre a indústria fonográfica, desde a década de 1950. É reconhecida internacionalmente pelos rankings que medem a popularidade de álbuns e canções.

⁴ 'To Age Is a Sin': In Blunt Speech, Madonna Confronts Bias in Various Forms. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2016/12/10/arts/music/madonna-billboard-awards-speech-ageism-sexism.html?_r=0>. Acesso em: 2 fev. 2017.

March), na capital do distrito federal norte-americano Washington. O evento, ocorrido em 21 de janeiro de 2017, dia seguinte à posse do presidente Trump, fora convocado por feministas, com o apoio de intelectuais e da classe artística, mobilizando multidões em todo o país contra as políticas discriminatórias do novo governo⁵.

Madonna foi uma das celebridades envolvidas no ato, onde apresentou duas canções, *Express yourself* (1989) e *Human nature* (1994), e um discurso contra Trump⁶, transmitido ao vivo pelas principais emissoras dos EUA. Em sua fala, a cantora se referiu ao presidente usando palavrões, enquanto discorria sobre a decepção com o resultado das eleições e explicava que sua raiva, apesar de fazê-la pensar em “explodir a Casa Branca”⁷, não mudaria a sensação de injustiça existente. Consideradas agressivas, as palavras da artista resultaram numa ameaça de prisão, sugerida pelo político republicano Newt Gringrich⁸, que a acusou de fazer parte de um “fascismo de esquerda em ascensão”⁹. Outra consequência foi o anúncio de banimento de suas músicas, por tempo indeterminado, emitido pela rádio HITS 105, uma das maiores do estado do Texas:

O banimento de todas as músicas de Madonna na HITS 105 não é uma questão política, mas de patriotismo. Apenas nos sentimos mal de tocar as músicas de Madonna e pagar seus direitos autorais, após ela haver expressado sentimentos anti-americanos. Se todas as estações que tocam Madonna seguissem nosso exemplo, nós mandaríamos uma poderosa mensagem econômica para ela.¹⁰

Como se pode observar, é na articulação entre estética e política que a presença de Madonna ganha força no pop e como objeto de investigação acadêmica. É sobre essa conjunção artística que a presente pesquisa optou por se debruçar, tendo a consciência do esforço, nem sempre exitoso, de manter o distanciamento esperado de uma pesquisadora que também transita na seara dos aficionados pelo objeto estudado. O trajeto que percorremos com este trabalho tem início com a historicização da cultura pop, no capítulo 2, por meio do qual localizamos e sistematizamos o desenvolvimento da música pop nos Estados Unidos,

⁵ Women's March against Donald Trump is the largest day of protests in US history, say political scientists. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/news/world/americas/womens-march-anti-donald-trump-womens-rights-largest-protest-demonstration-us-history-political-a7541081.html>>. Acesso em: 2 fev. 2017.

⁶ Íntegra do discurso disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=iOijIEH2d0A>>. Acesso em: 2 fev. 2017.

⁷ Residência oficial e local de trabalho do presidente norte-americano.

⁸ Um dos nomes mais importantes do Partido Republicano, ocupou o cargo de presidente da Casa dos Representantes dos Estados Unidos, entre 1995 e 1999.

⁹ Republican politician wants Madonna arrested for ‘blowing up the White House’ speech. Disponível em: <<http://www.nme.com/news/music/republican-politician-wants-madonna-arrested-blow-white-house-speech-1956649>>. Acesso em: 2 fev. 2017.

¹⁰ Madonna ‘banned’ by Texas radio station following Women’s March speech. Disponível em: <<http://www.nme.com/news/music/madonna-banned-texas-radio-station-following-womens-march-speech-1959411>>. Acesso em: 2 fev. 2017. (tradução nossa)

retomando a origem do termo “pop” e a conjuntura social e econômica que favoreceu sua emergência.

Pensamos como a evolução tecnológica dos meios de comunicação de massa agiu na história da música pop, contribuindo para o arrojo das técnicas fonográficas e para a consolidação de um sistema de produção cultural em escala industrial, a partir dos anos 1950. Momento em que surge também a gravadora Motown, berço da música *disco* e do modo de produção que, segundo Frédéric Martel (2012), serviria de base para o lançamento de praticamente todos os artistas pop, na década de 1980, incluindo a própria Madonna. Ainda neste capítulo, apresentamos as origens da cantora, suas ligações com a cultura *disco*, a indústria e o conjunto de publicações acadêmicas que se desenvolveram, ao longo dos anos, sobre a sua obra, intitulado *Madonna studies*, encabeçados por autores como Cathy Schwichtenberg (1993), Ronald B. Scott (1993) e Cyndi Patton (1993).

No capítulo 3, nos adensamos no fazer político da artista a partir da perspectiva do corpo na performance. Propomos a análise de dois momentos de sua carreira: o videoclipe e a apresentação ao vivo da canção *Papa don't preach* (1986), na turnê *Who's that girl* (1987), além do número musical de *Like a virgin* (1984) apresentado no show MDNA (2012). Utilizamos as duas performances para discutir a politização dos corpos jovem e velho que Madonna encarna em cada uma delas, acionando debates sobre a gravidez precoce e o aborto, no primeiro, e as implicações do envelhecimento feminino, no segundo. A partir das reflexões de Kristin Lieb (2013), cartografamos o ciclo de uma popstar na indústria, demonstrando como a permanência de Madonna tem sobrepujado a noção de perecibilidade que existe no meio, em relação à carreira das artistas femininas. O que pode ser explicado através da renegociação de espaços e das estratégias de reposicionamento adotadas para a manutenção da sua relevância midiática.

No capítulo 4, identificamos como o feminino representado nas performances da cantora negocia esteticamente com o *queer*¹¹, por meio da iconografia religiosa. O uso recorrente das referências católicas por Madonna atravessa o que Susan Sontag (1987) define como sensibilidade *camp*¹², quando identificamos o uso do artifício e do exagero para tensionar a relação entre o sexo e a religião nas performances. Recurso que também parece servir de suporte para o diálogo com o público latino, que integra um mercado a ser explorado para além do nicho no território norte-americano, e cuja ligação com o catolicismo é

¹¹ Termo que designa aqueles que não seguem o padrão normativo de heterossexualidade ou do binarismo de gênero, também usado em referência a gays, lésbicas, bissexuais, transgêneros e transexuais.

¹² Frequentemente associada ao público gay, a estética *camp* caracteriza-se pelo exagero, afetação e artificialidade, mas também pela ironia ao hegemônico. Ver a esse respeito, Sontag (1987).

especialmente forte. O conceito de vicariedade, postulado por Celeste Olalquiaga (1998), se mostra útil aqui para compreendermos a prática moderna de vivenciar a experiência através de intermediários, como signos e objetos que se sobrepõem aquilo que de fato representam.

Com a espetacularização de seu *mise-en-scène* sacro, Madonna propõe a vivência de questionamentos religiosos e sexuais por meio da ficcionalidade de um repertório iconográfico católico de circulação massiva. O que também nos faz perceber uma certa aproximação estética de suas encenações com o movimento Barroco, compartilhando com este o exagero e a extravagância nas representações dos conflitos entre o humano e o divino. Assim como a música pop, a pintura barroca também foi, por muito tempo, considerada uma arte menor frente às demais, ao apropriar-se de um conjunto hiperbólico de cores, técnicas, movimentos e dramaticidade pouco apreciado na arte erudita. Diante das semelhanças temática e estética, selecionamos telas barrocas e cenas de algumas das performances de Madonna, no sentido de pensarmos, com o auxílio das imagens, um caminho estético comum para se politizar o corpo e a religião.

No capítulo 5, destacamos o político que há na relação da cantora com a indústria fonográfica, mostrando como Madonna se tornou uma voz em prol das gravadoras, em meio ao combate aos compartilhamentos ilegais de música via internet. Uma celeuma que tem início em 2000, na justiça, após o vazamento do álbum *Music* (Maverick/Warner, 2000) através do serviço de compartilhamento de arquivos Napster. Desde então, todos os discos da cantora foram liberados clandestinamente para *download*, forçando-a a adotar estratégias de marketing para reagir aos crimes virtuais e, conseqüentemente, defender os interesses da máquina a qual pertence.

Fazemos, então, uma análise da performance online de Madonna, no aplicativo de rede social Instagram¹³, por ocasião do vazamento do álbum *Rebel heart* (Interscope, 2015), em dezembro de 2014. Além de coletarmos as postagens da artista, mapeamos o trabalho que tem sido feito para inseri-la nas plataformas digitais, apesar das demonstrações de relutância – o processo contra o Napster e as perseguições aos responsáveis pelos outros vazamentos – e pouca habilidade com as ferramentas online. Após algumas tentativas de marketing em aplicativos e redes sociais, a cantora se lançou em sociedade com outros artistas pop para a criação do serviço de *streaming*¹⁴ musical TIDAL, em 2015. O que a leva a protagonizar mais uma performance no Instagram, justificando as razões pelas quais o grupo de sócios, liderado pelo rapper e empresário Jay-Z, estava determinado combater não apenas a pirataria virtual,

¹³ Aplicativo de rede social, para dispositivos móveis, voltado para o compartilhamento de vídeos e fotos.

¹⁴ Audição de música em tempo real, online, sem a necessidade de baixar arquivos.

mas o lucro que outros serviços concorrentes, como o Spotify, arrecadavam com a execução de suas canções em *streaming*.

Nossa ideia aqui é promover uma reflexão sobre como as performances de Madonna dialogam esteticamente com a política de seu tempo, tendo em conta também o atravessamento da indústria fonográfica nesse processo. O recorte que fazemos para a nossa análise, porém, engloba instâncias performáticas distintas – televisão, palco, internet –, já que optamos por agrupar as performances selecionadas priorizando a identificação de temáticas específicas. Nosso ponto de partida é a política que se enuncia na corporalidade da própria Madonna e que se expande na música, nos textos e no repertório simbólico que compõem o horizonte estético representado em sua obra.

2 CULTURA POP E MÚSICA *MAINSTREAM*

Falar de música popular massiva no contexto norte-americano é pensar também a complexidade que envolve a história da indústria fonográfica naquele país, a ponto de impactar e inspirar práticas de consumo globais. O que se convencionou chamar de pop ou *mainstream* insere-se num universo mais amplo, capaz de comportar diferentes tipos de suportes, conteúdos e formatos produzidos em larga escala, obedecendo a diretrizes mercadológicas endereçadas ao grande público. Entendendo a cultura pop como guarda-chuva de variadas manifestações – no cinema, na música, na televisão, nos quadrinhos etc. –, cabe retomarmos a origem do termo, cuja raiz encontra-se emaranhada na eclosão do movimento artístico da Pop Art, no início dos anos 1950, para compreendermos também a construção da trajetória do nosso objeto de pesquisa, a cantora Madonna, nesse contexto.

Marcado pela crise da arte moderna no século 20, o movimento que surge quase que simultaneamente no Reino Unido e nos Estados Unidos é determinante para a emergência de um ideário de “estética das massas” (SOARES, 2015, p. 20) que passa a nortear grande parte da indústria do entretenimento. Essa produção artística, célebre sobretudo pelo uso irônico da publicidade, tinha como um dos objetivos assumir a massificação da cultura popular capitalista pós-guerra, voltando-se deliberadamente para a crítica ao consumo. Desde então, artistas como Andy Warhol¹⁵, Roy Lichtenstein¹⁶, Richard Hamilton¹⁷ e Peter Blake¹⁸ passaram a incorporar em suas obras símbolos do imaginário da cultura de massa e da vida cotidiana em contraposição ao hermetismo elitista da arte moderna. Elementos das histórias em quadrinhos, imagens televisivas, publicidade, música e cinema tornaram-se matéria-prima para o movimento, aproximando-o do grande público, à medida que o uso dessas referências despertava questões políticas mais densas. Ao colocar arte e design comercial em paralelo, a Pop Art friccionou também os limites estabelecidos pela concepção frankfurtiana¹⁹ de alta e baixa culturas, de arte erudita e popular.

¹⁵ Andy Warhol (1928-1987), artista plástico, escritor e cineasta norte-americano, considerado uma das figuras centrais da Pop Art e imortalizado por, entre outras razões, retratar estrelas do cinema e da música em suas obras.

¹⁶ Roy Lichtenstein (1923-1997), pintor norte-americano, célebre pelas coloridas ilustrações inspiradas em clichês das histórias em quadrinhos.

¹⁷ Richard Hamilton (1922-2011), pintor britânico, famoso pelos trabalhos de colagem, em especial pelo que se intitula “*Just what is it that makes today’s homes so different, so appealing?*”, lançado em 1956. Uma das primeiras obras da Pop Art, de acordo com a crítica especializada.

¹⁸ Artista plástico britânico e figura-chave do movimento Pop Art no Reino Unido. Também conhecido pela autoria da capa do álbum *Sgt. Pepper’s Lonely Hearts Club Band* (1967), dos Beatles.

¹⁹ A ideia de “alta” e “baixa” cultura surge a partir da teoria crítica desenvolvida pelos filósofos da Escola de Frankfurt, Theodor W. Adorno e Max Horkheimer, na obra “*Dialética do Esclarecimento*” (1947). Nela, os

Como definiu Hamilton, em carta escrita aos arquitetos Alison e Peter Smithson, em 1957, a Pop Art poderia ser descrita como “popular, transitória, consumível, de baixo custo, produzida em massa, jovem, espirituosa, sexy, glamorosa e um grande negócio” (STILES; SELZ, 1996, p. 297). As palavras do britânico parecem dar conta não apenas do movimento emergente nas artes plásticas, mas de boa parte de suas ramificações, a exemplo da música pop, que se consolida como cadeia produtiva, no mesmo período, nos Estados Unidos.

2.1 Pós-guerra e a indústria fonográfica

O fim da 2ª Guerra Mundial (1939-1945) favoreceu um crescimento econômico que refletiu diretamente no aprimoramento de novas tecnologias de comunicação, na intensificação do consumo e no reconhecimento da potência do mercado fonográfico como negócio. Em poucos anos, as grandes empresas refinaram suas técnicas de produção musical, enquanto outras menores buscaram a competitividade no segmento. Entre 1942 e 1945, as gravadoras Capitol²⁰ e Mercury²¹ foram fundadas nas cidades de Los Angeles e Chicago, respectivamente, sendo as primeiras a surgirem fora da Costa Leste norte-americana, onde já atuavam duas das maiores companhias do ramo, RCA Victor²² e Columbia. Em 1947, a Atlantic Records²³ também passou a operar em Los Angeles e a Sun Records²⁴, em 1952, iniciava as atividades na cidade de Memphis. Em meio à ampliação do mercado, dois acontecimentos, ainda na década de 1940, provocariam mudanças expressivas no modo de produção e circulação da música pop dali em diante, com reflexos em todas as companhias, fossem elas de maior ou menor porte.

Durante a guerra houve duas greves na América – ambos pelo aumento dos direitos autorais – que tiveram consequências significativas a longo prazo. A primeira, encabeçada pela American Society of Composers, Authors and Publishers (ASCAP), em 1941, proibiu que todas as canções registradas na organização fossem

filósofos discutem a mercantilização da arte e da cultura, defendendo uma separação entre a produção artística “autêntica”, de origem erudita, e a “padronizada”, imposta pelo capital.

²⁰ Foi o primeiro selo musical a funcionar em Hollywood, tendo como alguns dos principais artistas de seu catálogo Peggy Lee, Frank Sinatra, Nat King Cole e os Beatles. Em 1955, foi comprada pela gravadora britânica EMI e, atualmente, pertence ao grupo francês Universal Music, após o processo de fusão com a EMI, em 2012.

²¹ Com sede em Chicago (EUA), a Mercury Records tornou-se referência no segmento de jazz, blues, música clássica, rock’n’roll e country, competindo com gigantes da indústria fonográfica, a exemplo da Columbia e RCA Victor. Assim como a Capitol, também foi adquirida pela Universal Music.

²² A RCA Victor, hoje propriedade da Sony Music, foi criada em 1929 e configura atualmente o selo fonográfico mais antigo em atividade, nos EUA. Antes dela, a Columbia, fundada em 1890, consta como a primeira gravadora do mundo.

²³ Com foco em jazz e R&B, a Atlantic Records revelou figuras como Ray Charles e Aretha Franklin. Em 1967, foi vendida ao grupo Warner Music.

²⁴ Famosa por lançar Elvis Presley e Johnny Cash, a Sun Records segue em atividade, em Memphis e Nashville, sob o slogan “*where the rock and roll was born*” (onde o rock and roll nasceu), embora concentrada principalmente nos segmentos country, blues e R&B.

tocadas no rádio. [...] Como se o boicote da ASCAP não tivesse mexido o suficiente com a indústria musical americana, em 1942, o sindicato dos músicos resolveram banir qualquer tipo de gravação. Performances ao vivo ainda eram permitidas, mas nenhum disco novo poderia ser gravado. (STANLEY, 2013, p. 190, tradução nossa)²⁵

As restrições impostas pela ASCAP e pelo sindicato dos músicos fizeram com que as gravadoras passassem a investir em grupos vocais que cantassem *a cappella*²⁶, junto com os cantores principais, substituindo a grande banda de apoio (*big band*) que tradicionalmente os acompanhavam. A decisão foi tomada após os executivos da indústria notarem que a proibição de gravar limitava-se apenas aos músicos. Na nova configuração, os cantores ficaram em maior evidência, ganhando mais destaque entre o público, enquanto as bandas entraram em declínio, mesmo com a autorização para tocar em performances ao vivo. A complexa logística e os altos custos envolvidos na contratação dos músicos pareceram dispensáveis para a indústria, beneficiando a emergência de um tipo profissional financeiramente mais viável para divulgar as canções gravadas.

O declínio da grande banda teve um efeito ainda mais dramático nas rádios americanas, onde os *'disc jockeys'* – um termo usado inicialmente como insulto pela revista *Variety*, em 1941 – começaram a substituir a execução da música ao vivo no ar. Isso aconteceu simplesmente por razões econômicas (uma banda ao vivo custava muito mais para contratar do que um único homem com uma pilha de discos) e também pelo aumento do número de estações de rádio locais depois da guerra. (STANLEY, 2013, p. 206, tradução nossa)²⁷

O *disc jockey* (DJ) representava, inicialmente, a figura do locutor de rádio responsável por selecionar, introduzir e tocar músicas dos discos no ar, preenchendo os espaços entre os *jingles*²⁸ que compunham a maior parte da programação radiofônica norte-americana. Em 1948, com a invenção do rádio transistor portátil, a experiência de escuta, até então limitada às residências, difundiu-se também fora delas, nas ruas, ampliando o alcance da “curadoria musical” operada pelo DJ e abrindo novas possibilidades de fruição. No mesmo ano, o formato de vinil *long play* (LP) entrou em circulação no mercado, pela Columbia, com

²⁵ During the war there had been two strikes in America – both for an increase in royalties – which had significant long-term consequences. The first, by the American Society of Composers, Authors and Publishers (ASCAP) in 1941, blocked any of the organisation’s songs from being played on the radio. [...] As if the ASCAP ban hadn’t shaken up the American music industry enough, a 1942 strike by the US musician’s union led to a ban on all recording. Live performances were still allowed, but no new records could be made.

²⁶ Canto sem acompanhamento instrumental.

²⁷ The decline of the big band had an even more dramatic effect on American radio, where *'disc jockeys'* – a term first used as an insult by *Variety* magazine in 1941 – began to replace live on-air music. This was down to simple economics (a live band cost a lot more to employ than one man with a stack of records) and also the rise of small local stations after the war.

²⁸ Peça publicitária musicada, de refrão simples e curta duração, com a finalidade de fazer a mensagem de um determinado produto ser rapidamente memorizada pelo público.

capacidade de armazenar aproximadamente 40 minutos de gravação, divididos em lado A e lado B, consolidando a estética do álbum, que acompanhava capa, encarte, textos, ficha técnica etc. Como sugere Queiroz (2014, p.23), “a audição, os modos de escuta, os suportes e formatos musicais são o resultado da imbricação de técnica, indústria e cultura”. Além de garantir certa segurança financeira para a indústria, podendo ser vendido durante o ano inteiro, o LP tornou-se objeto de culto entre colecionadores e concorria com a lógica sazonal dos *singles*²⁹, que se tornaram essenciais para o trabalho dos DJs nas rádios e, futuramente, nas boates e *clubs*.

A partir dos anos 1950, a indústria fonográfica incrementou seu sistema de produção, tal qual uma linha de montagem fordista³⁰, mantendo sob seu controle toda a engrenagem envolvida no processo artístico: desde a composição musical, passando pela produção, edição (*publishing*), distribuição e gerenciamento da carreira (*management*). As gravadoras maiores (*majors*) comandavam também os canais de divulgação, na medida em que passaram a incorporar emissoras de rádio e televisão, bem como estúdios de cinema. Foi o caso, por exemplo, da RCA Victor, proprietária da rede NBC de televisão e de estações de rádio em todo o país, além de ser sócia da produtora RKO Film Company. A Columbia também possuía sua própria emissora de TV, a CBS Network, enquanto a Capitol era vinculada aos estúdios de cinema da Paramount Pictures³¹. Um oligopólio então tomou forma, assegurando a concentração do controle majoritário do mercado musical entre quatro grandes grupos: RCA Victor, Columbia, Capitol e Decca³².

2.2 Hey, mr. DJ

Ainda que as dimensões estruturais das gravadoras diferissem, o modelo de gestão empreendido internamente era reproduzido com poucas variações entre as grandes e pequenas companhias. Como explica Martel (2012, p. 127), “para cada canção havia sempre dois contratos e não raro duas *majors* envolvidas”, sendo uma responsável por administrar as músicas e os compositores (editora), licenciando repertórios, e a outra designada para cuidar dos intérpretes e produzir os artistas (gravadora). Essa divisão, que perdura até os dias de hoje

²⁹ Comercializado na forma de disco compacto, no passado, o *single* é a versão promocional da música de trabalho de um artista ou banda, lançada individualmente, podendo ela estar ou não inclusa num álbum.

³⁰ O termo *fordismo* refere-se ao modelo de produção em massa, através de linhas de montagem automatizadas, criado pelo empresário norte-americano Henry Ford (1863-1947), que revolucionou a indústria automobilística no início do século 20.

³¹ Ver mais a respeito em PETERSON; BERGER (1990).

³² Companhia inglesa, criada em 1929, que mantinha amplas atividades comerciais nos Estados Unidos. Famosa por ter recusado contratar os Beatles em início de carreira, hoje é um selo da Universal Music.

nas contratações de cantores e bandas *mainstream*, foi possivelmente o berço de outra figura-chave na história da música pop, além do DJ: o produtor. Normalmente, é ele o encarregado de definir a concepção musical do projeto e coordenar sua realização, servindo-se de um profundo conhecimento técnico e de mercado. Bahia (1998b) resume algumas das principais atribuições do produtor:

A escolha do local de ensaio. Encontros com compositores. Audição e seleção de repertório. Concepção, criação e desenvolvimento dos arranjos [...]. Escolha do(s) estúdio(s) e do(s) técnico(s). Levantamento das técnicas ou tecnologias a serem empregadas no projeto [...]. Estimativa mais realista de custos. Esboço da estratégia e do projeto de marketing para o produto. (BAHIA, 1988b, p. 80)

Entre as décadas de 1950 e 1960, nomes como os de Sam Phillips³³, Phil Spector³⁴ e George Martin³⁵ destacaram-se na produção de alguns dos artistas mais proeminentes da época, ao mesmo tempo em que elevaram o ofício do produtor a outro patamar que não mais o da engenharia de som apenas, como acontecia antes. Phillips foi o primeiro produtor de Elvis Presley, em 1954, com quem desenvolveu o *rockabilly*, um estilo derivado da fusão do *country* com R&B, considerado embrião do rock'n'roll. Spector trabalhou com as *girls bands*³⁶ The Crystals e The Ronettes, além de produzir o álbum *River Deep Mountain High* (Philles, 1966), de Ike & Tina Turner. Mais adiante, John Lennon, Leonard Cohen e os Ramones também o incluíam na ficha de créditos de seus discos. Na Inglaterra, George Martin retrabalhou a sonoridade dos Beatles, após terem o material recusado em diversas gravadoras, e os lançou no mercado. O papel desse tipo de profissional, como aponta Frith (1996, p. 61), é basicamente transformar artistas e músicas em produtos rentáveis, mapeando tendências sonoras e estéticas que atendam à demanda do mercado.

Paralelamente à sofisticação das práticas institucionais da indústria fonográfica, a televisão ganhava espaço cada vez maior nos lares norte-americanos e, como consequência, as participações em programas de variedades e as performances ao vivo passaram a fazer parte das estratégias de marketing das gravadoras. Atrações como The Ed Sullivan Show³⁷,

³³ Sam Phillips (1923-2003) foi empresário, produtor musical e fundador da Sun Records, na cidade de Memphis, onde descobriu Elvis Presley.

³⁴ Produziu rodziu os álbuns *Plastic Ono Band* (EMI/Apple, 1970) e *Imagine* (Apple, 1971), de John Lennon and The Plastic Ono Band, além do *Some time in New York City* (Apple, 1972), de John Lennon e Yoko Ono. Também trabalhou nos discos *Rock N' Roll* (EMI/Apple, 1975) e *Menlove Ave.* (EMI/Parlophone, 1986), de John Lennon, *Death of a Ladies' Man* (CBS, 1977), de Leonard Cohen, e *End of the Century* (Sire, 1980), dos Ramones.

³⁵ George Martin (1926-2016) produziu todos os álbuns de estúdio dos Beatles, entre 1963 e 1970. O último foi *Let It Be* (Apple, 1970), ao lado de Phil Spector.

³⁶ Bandas de garotas (tradução).

³⁷ Apresentado por Ed Sullivan (1901-1974), o programa de variedades ficou no ar por 23 anos, de 1948 a 1971, alcançando índices históricos de audiência na TV norte-americana.

transmitido pela rede CBS Network, e *The Jimmy Durante Show*³⁸, na NBC, tornaram-se importantes para a projeção dos artistas em cadeia nacional, sobretudo daqueles que integravam o catálogo da Columbia e da RCA Victor.

A ascensão da TV, contudo, refletiu negativamente na indústria cinematográfica e acabou levando impactos ao mercado fonográfico também, com a queda da produção de filmes musicais e a proibição do oligopólio dos estúdios hollywoodianos, após uma determinação antitruste da Suprema Corte dos EUA³⁹. A nova lei provocou a entrada de praticamente todos os estúdios de cinema na indústria musical – exceto Universal e RKO – e o enfraquecimento do controle das *majors* sobre o mercado. Diante desse cenário, os selos independentes, como Atlantic, Sun Records e Mercury, encontraram no rádio um meio financeiramente mais acessível para promover seus cantores e bandas, já que muitos anunciantes haviam migrado para a TV por apostarem que aquele tipo de mídia não se sustentaria por tanto tempo.

Muitas pessoas estrategicamente localizadas previram a dissolução da programação e a morte do rádio. Suas previsões pareciam se confirmarem quando os programas radiofônicos foram encerrados ou, como o grande público de massa, transferidos para a televisão. No entanto, o meio não morreu. Entre 1955 e 1960, o número de aparelhos de rádio em uso, influenciado principalmente pela introdução dos rádios de transistores portáteis e baratos, aumentou em 30%. O número de estações de rádio AM cresceu 27%. A receita total das emissões radiofônicas aumentou 4%, apesar de uma perda de três milhões de dólares pelas redes de rádio. (BERGER; PETERSON, 1990, p. 124, tradução nossa)⁴⁰

A resistência do rádio aos novos meios consagrou os *disc jockeys*, nos anos 1950, como celebridades perante o público. A eles cabia a missão de revelar novas músicas e *performers*, no rádio, por meio de repetidas execuções das canções, transformando-as numa forma de comunicação (FRITH, 2003, p. 97). Quanto mais tocadas, mais exposição o artista e seu gênero musical adquiriam na mídia, o que contribuía para aumentar não apenas a popularidade deles, mas também, e principalmente, a venda dos álbuns. Esse papel

³⁸ Ator e comediante, Jimmy Durante (1893-1980) estreou no comando do programa na NBC, em 1954, com a proposta de receber artistas para participar de esquetes e números musicais. A atração durou dois anos.

³⁹ No final da década de 1940, oito estúdios dominavam a produção de filmes em Hollywood: MGM, United Artists, Paramount, Warner Brothers, 20th Century Fox, Universal, RKO e Columbia Pictures. A decisão da Suprema Corte, publicada em 1948, concedeu um prazo de dois anos para que as empresas se adaptassem à nova lei, deixando assim de serem as responsáveis por produzir, distribuir e exibir seus próprios filmes. Ver mais a esse respeito em Berger; Peterson (1975).

⁴⁰ Many strategically located people predicted the dissolution of network programming and the death of radio. Their predictions appeared to be confirmed when the network shows were terminated or, like the single great mass audience, transferred to television. Yet the medium did not die. Between 1955 and 1960 the number of radio sets in use, sparked primarily by the introduction of truly portable, cheap transistor radios, increased by 30 percent. The number of AM radio stations increased by 27 percent. Total broadcasting income increased by 4 percent despite a three million dollar loss by the radio networks.

desempenhado pelos DJs ganhou ainda mais destaque com a institucionalização do sistema de *payola*⁴¹ desenvolvido pelas *majors*. A prática consistia no pagamento ilegal para que as rádios divulgassem os discos, resultando num esquema grandioso de suborno, que se manteve por várias décadas, levando a um processo de homogeneização musical em todo o país.

O *pay-for-play* (pagar para tocar) manipulou os rankings das paradas de sucesso, ocupados sempre pelos mesmos artistas – de maioria branca –, abrindo pouco ou nenhum espaço para diversidade de estilos ou raça. A “invenção do rock” atribuída no *mainstream* a Elvis Presley é um reflexo dessa lógica que não raramente negligencia a importância de figuras como Little Richard e Chuck Berry, dois artistas negros, responsáveis por uma série de experimentações sonoras e estéticas que balizaram a trajetória do rock and roll. Cada um a seu modo, Richard e Berry propuseram uma mistura de blues, funk, boogie-woogie e R&B somente possível graças às influências afro-americanas de ambos. No entanto, a principal parada de sucesso continuava branca, na Billboard, já que a música produzida por negros era qualificada como “*race music*” (música de raça) e possuía um ranking próprio, separado, chamado de *Race Music Chart*.

2.3 Motown e o pop fabricado

Historicizar o que conhecemos por música pop passa também pela necessidade de se pensar sobre os fatores políticos e ideológicos imbricados nela. Para além do aspecto comercial, a relevância histórica e social dos produtos derivados da indústria também nos revela o espírito de uma época, o retrato de um tempo. Mais do que a entrada de outra marca no ramo, a fundação da gravadora Motown, pelo empresário Berry Gordy, em 1959, por exemplo, colocou a questão racial na linha de frente do capital. Criada em Detroit, capital norte-americana da indústria automobilística – daí a origem do nome, uma abreviação de *motor town* (cidade do motor) –, a companhia redefiniu os paradigmas da indústria ao possibilitar que a música negra fosse produzida majoritariamente por negros, mas destinada a consumidores de maioria branca.

O sucesso da Motown, assim, decorreria de uma estratégia de marketing original: para Berry Gordy, a questão era produzir uma música “*crossover*”, feita e controlada pelos negros para os brancos. Gordy quer entrar na cultura americana pela porta da frente, e não pela porta dos fundos, como os músicos negros são às vezes obrigados a fazer no fim da década de 1950, apresentando-se em salas segregadas às quais o público negro não tem acesso. “*Crossing over*” seria uma das expressões-fetiche de Gordy, que enxergava aí ao mesmo tempo uma técnica para atravessar fronteiras

⁴¹ Prática também conhecida no Brasil como “jabá”.

musicais, misturar gêneros e acabar no topo de várias paradas de sucesso. (MARTEL, 2012, p. 129)

A tática de Gordy foi inserir no mercado um material competitivo, que carregasse a marca da comunidade negra e, ao mesmo tempo, se conectasse com a juventude branca de maior poder aquisitivo que frequentava os *clubs*. Com a Motown, o empresário parecia ambicionar não apenas uma liderança no segmento *black*, mas na música norte-americana como um todo, enfrentando a concorrência com as *majors* e os conglomerados dos quais faziam parte. “É a ideia de que a música negra deixa um nicho próprio, como vem a ser tradicionalmente o jazz, atravessa a ‘*color line*’ e se torna *mainstream* para todos os brancos”. (MARTEL, 2012, p. 130) Entre as décadas de 1960 e 1970, a gravadora levou mais de uma centena de canções ao Top 10 “Pop” da Billboard, o ranking predominantemente branco da revista, projetando grupos femininos como The Marvelettes e The Supremes, além daqueles formados apenas por homens, como The Temptations e The Commodores. O catálogo da companhia incluía ainda Stevie Wonder, Marvin Gaye e The Jackson 5.

Assim como uma linha de montagem automobilística clássica de Detroit, o método de trabalho na Motown foi organizado e concebido para fabricar música seguindo uma fórmula: canções curtas – 2’45 minutos, em média – com temas românticos, melodias fáceis, refrão “pegajoso” e gente bonita nos vocais, em especial mulheres e crianças, “por parecerem menos ameaçadoras para a classe média branca, aquela que ocupa os subúrbios em expansão, que é o seu público-alvo” (Ibidem, p.131). Os compositores⁴², por sua vez, produziam músicas em série e mantinham contrato de exclusividade, tal qual a orquestra The Funk Brothers, responsável por acompanhar os artistas. Quanto à divulgação, o meio mais viável continuava sendo o rádio, também impulsionado pelo aumento no número das emissoras especializadas em música negra, seguido da televisão. É importante observar que o modelo de criação e marketing inaugurado pela gravadora norteou parte considerável da produção futura de música pop nas *majors*, além de fornecer o legado estético para a emergência da *disco music*, na década de 1970.

O sucesso comercial dos artistas da Motown, contudo, cresceu a ponto de outras companhias se interessarem na contratação deles em troca de melhores salários e mais autonomia na carreira, como foram os casos de Michael Jackson (ex-Jackson 5), Diana Ross (ex-Supremes) e Lionel Richie (ex-Commodores). Para se adequarem ao regime de trabalho

⁴² Grande parte do repertório da Motown foi composto pelo trio conhecido como Holland-Dozier-Holland (Lamont Dozier, e os irmãos Brian e Edwin Holland Jr.).

imposto por Gordy, muitos dos cantores precisavam abrir mão da liberdade criativa, em função do rigor que seu modelo de gestão artística exigia. Por diversas vezes, Stevie Wonder e Marvin Gaye travaram embates com a gravadora ao reivindicarem mais independência, especialmente com relação às composições, pois encontravam-se insatisfeitos com a cláusula que os obrigava a gravar as canções escritas pelo trio Holland-Dozier-Holland. Apesar de serem compositores, ambos tinham dever contratual de incorporar o material dos autores oficiais da Motown.

O momento histórico em que se deu a ascensão da gravadora de Detroit, ocorrido em meio à luta do Movimento dos Direitos Civis⁴³, permitiu que a comunidade negra norte-americana vislumbrasse de forma inédita um protagonismo cultural nos Estados Unidos. Conquistar território na indústria musical de um país onde as hierarquias étnicas sempre definiram as políticas culturais (HALL, 2003, p. 336) significava também garantir o domínio sobre um capital simbólico valioso para a representação afro-americana na grande mídia. Entre apropriações, cooptações e rearticulações, o repertório cultural negro, mesmo anterior à Motown, contribuiu para a construção de novas formas de ocupação de espaços sociais, não apenas através da música, mas de toda uma gramática do corpo e da linguagem⁴⁴ que acenou a outros sub-gêneros contemplados pelo que Regev (2013) chama de estética pop-rock:

No início do século 21, a genealogia estilística do pop-rock inclui formas, períodos, moda, tendências, e novidades musicais conhecidas por hard rock, rock alternativo, punk, rock progressivo, power pop, soul, funk, disco, dance, house, techno, hip-hop, heavy metal, extreme metal, reggae, country rock, folk rock, rock psicodélico, cantores-compositores e, particularmente, pop – entre outros. O conjunto de práticas criativas em torno do qual o pop-rock é organizado, o grupo de texturas sônicas associado a essas práticas, juntamente com o esquema sensível que organiza a narrativa histórica e a linhagem do pop-rock, pode ser chamado de “estética pop-rock”. A partir de uma visão músico-cultural mais ampla, a estética pop-rock é caracterizada por um incentivo constante em relação a inovação estilística, conduzida tanto pela experimentação artística quanto por interesses comerciais. (REGEV, 2013, p. 18, tradução nossa)⁴⁵

⁴³ O movimento, ocorrido entre 1955 e 1968, promoveu atos em várias partes do país com a finalidade de conseguir reformas na legislação que garantissem o fim da segregação racial em território norte-americano.

⁴⁴ Aqui podemos incluir dança, estilos de cabelo, posturas, vestimentas e maneiras de falar que sustentam a noção de comunidade e a partilha sensível. Ver mais em Hall (2003).

⁴⁵ By the early twenty-first century, the stylistic genealogy of pop-rock includes forms, periods, fashions, trends, and fads of music known by names such as hard rock, alternative rock, punk, progressive rock, power pop, soul, funk, disco, dance, house, techno, hip-hop, heavy metal, extreme metal, reggae, country rock, folk rock, psychedelic rock, singer-songwriters, and, notably, pop – as well as many more. The set of creative practices around with pop-rock is organized, the cluster of sonic textures associated with these practices, together with the perceptual scheme that organizes the historical narrative and stylistic lineage of pop-rock, may well be called the “pop-rock aesthetic”. As a musico-cultural worldview, the pop-rock aesthetic is characterized by a constant incentive towards stylistic innovation, driven either by artistic exploration or commercial interests.

2.4 *Disco music*: a noite como questão

Dos estilos apontados por Regev, talvez o mais beneficiado pelas influências estéticas e comerciais da Motown tenha sido a música *disco*, na década de 1970. Para além de uma sonoridade, ela forjou outras formas de se relacionar com a música, consolidando a pista de dança e as discotecas como novos territórios de fruição e experiências estéticas da cidade. A ideia dos espaços de festa urbanos como ambientes de possibilidades e comunidade abriu caminho para articulações de práticas de consumo musical que transcenderam a materialidade sonora e capilarizaram-se na moda, nas artes visuais e no modo de habitar o mundo.

[...] a *disco* é mais do que apenas uma forma de música, apesar de a música certamente estar no coração dela. *Disco* também são tipos de dança, boate, moda, filme, etc., numa palavra, uma certa *sensibilidade*, manifesta na música, na boate, etc., historicamente e culturalmente específica, economicamente, tecnologicamente, ideologicamente e esteticamente determinada – e que vale a pena se pensar a respeito. (DYER, 2002, p. 151, tradução nossa)⁴⁶

Sob influências do rock, da psicodelia, de ritmos afro-caribenhos e do som produzido pela Motown, a era *disco* acolheu uma parcela historicamente marginalizada da população dos Estados Unidos – composta por negros, imigrantes latinos, hippies e gays – que encontrava na cultura da noite espaços onde a vivência de suas identidades e performatividades⁴⁷ se mostrava possível. A união entre gênero e música, nesse contexto, carregava enunciações políticas que traduziam no corpo o hedonismo glamourizado como resposta à guerra e às crises econômica e moral pelas quais atravessava o país naquele início de década⁴⁸. Até então, o rock e o punk eram algumas das vertentes musicais a adotarem performances artisticamente mais contestadoras em relação à cultura dominante, embora não tivessem como bandeira principal o desvio dos códigos heteronormativos⁴⁹ de comportamento. A *disco*, porém, colocou esse padrão em perspectiva ao ser apropriada por minorias, sobretudo pela comunidade gay, sublinhando uma ideia de liberdade sexual em suas performances teatralizadas, por exemplo, pelas drag queens. “A anarquia do capitalismo está

⁴⁶ [...] disco is more than just a form of music, although certainly the music is at the heart of it. Disco is also kinds of dancing, club, fashion, film, etc., in a word, a certain *sensibility*, manifest in music, clubs, etc., historically and culturally specific, economically, technologically, ideologically and aesthetically determined – and worth thinking about.

⁴⁷ Termo cunhado pela filósofa Judith Butler em referência à repetição estilizada de atos, signos, gestos e atuações corpóreas capazes de produzir significados para a construção cultural das identidades de gênero.

⁴⁸ Em meio à Guerra do Vietnã (1959-1975), os Estados Unidos entraram em recessão em virtude da crise do petróleo, em 1973, quando a Organização dos Países Exportadores de Petróleo (OPEP) triplicou o preço do barril. No ano seguinte, o presidente Richard Nixon protagonizou o que ficou conhecido como “escândalo de Watergate”, renunciando ao mandato após acusações de espionagem durante a campanha de 1972.

⁴⁹ O termo “heteronormativo” define práticas regidas por códigos de ordem exclusivamente heterossexual, nas quais se ignora, por razões culturais, sociais, religiosas ou políticas, todos os outros tipos de orientação sexual.

em lançar produtos dos quais um grupo oprimido pode se apoderar e usar para restaurar sua própria cultura”. (DYER, 2002, p. 153, tradução nossa)⁵⁰ Como explica Dyer, o uso da *disco* pelo público homossexual se opõe de certo modo à intenção que reside na essência da indústria de criar uma música para todos os tipos de consumidor, já que existe uma potência subversiva na sua prática de escuta, colaborando, nesse caso, para a construção de uma identidade gay.

Tendo como pilar o modelo de Berry Gordy, com a produção de artistas e músicas em escala industrial, o êxito da *disco*, mais do que outros estilos da época, deveu-se significativamente a duas figuras: o produtor e o DJ. Fato que desencadeou discussões em torno de disputas de autenticidade por parte da crítica que exaltava o caráter autoral do rock, em detrimento da sonoridade fabricada em estúdio da *disco*. Como explicam Janotti Jr. e Nogueira (2014, p. 2), “a crítica musical é uma forma de comunicação híbrida que procura aliar à descrição verbal da música os posicionamentos sociais e distintivos que os gêneros e as expressões musicais possibilitam aos consumidores de música”. Cantar ao vivo, compor e tocar instrumentos constituem, na visão da crítica essencialista, valores de distinção no âmbito da música popular massiva capazes de situar os estilos que não se enquadrem nesse modelo na condição de “arte menor”. Ela parece ignorar o valor da performance como marca autoral. A partir desses parâmetros, estabeleceu-se então uma zona cinzenta de separação entre o rock e a *disco* que seria tensionada inúmeras vezes até a consolidação do que conhecemos hoje por música pop *dance*. Essa corrente de pensamento, difundida sobretudo no jornalismo cultural, segundo Regev (2013, p. 60), reproduz de alguma forma a ideia de arte autônoma cristalizada por Kant⁵¹, e reiterada por Adorno, que serviu de ferramenta para construir e justificar os cânones artísticos perante as exigências do mercado.

A música *disco* transformou a paisagem sonora e noturna de cidades como Chicago, Los Angeles, San Francisco e Nova York, onde as discotecas (ou *clubs*) operavam como “unidades de cultura urbana” (STRAW, 2013, p. 13) de uma cena que se desenhava no entorno, funcionando como pontos de convergência de trocas, interações e experimentações contínuas. Os DJs participavam da mediação dessas unidades por meio da seleção do repertório que tocariam nas pistas de dança, numa prática que também possuía ligação direta

⁵⁰ The anarchy of capitalism throws up commodities that an oppressed group can take up and use to cobble together its own culture.

⁵¹ Immanuel Kant (1724-1804), na obra “Crítica da Faculdade do Juízo” (1790), defende que o juízo estético não representaria apenas uma questão de gosto pessoal, mas de critérios que possibilitariam avaliar a qualidade e a importância das obras de arte, assim como a distinção entre repertórios “superiores” e “inferiores”. A autonomia da arte, de acordo com Kant, se inseriria, portanto, num sistema de pensamento baseado em critérios de julgamento estético que valorizam a forma do objeto artístico e não apenas o relativismo subjetivista.

com os produtores e o departamento de marketing das *majors*. Assim, eles se tornaram importantes intermediários entre as gravadoras e os frequentadores das casas noturnas, à medida que colocavam sua *expertise* e a sintonia com as novas tendências musicais a serviço da indústria. No final dos anos 1970, os DJs começaram a ser contratados pelas *majors* para produzirem versões remixadas de canções escolhidas para serem executadas nas discotecas, fazendo crescer ainda mais a relevância deles no meio.

Em Nova York, onde se instalaram a maioria dos escritórios das grandes gravadoras, o progresso do segmento de casas noturnas revigorou a economia e o capital criativo do centro da cidade. Entre as discotecas mais famosas na época, estavam The Loft, The Gallery, Paradise Garage, Studio 54 e a Danceteria. Também seria na Danceteria que o DJ Mark Kamins⁵² tocava, em 1982, pela primeira vez, a faixa que lançaria Madonna, *Everybody* (1983). A febre da *disco* nos Estados Unidos também foi impulsionada pelo cinema, com o sucesso do filme “Nos Embalos de Sábado à Noite” (1977)⁵³ – protagonizado por John Travolta e com trilha sonora dos Bee Gees –, e pela cristalização da figura da “diva” na música pop.

Apesar das raízes na tradição do canto de ópera, o fenômeno da diva tinha menos a ver com a habilidade vocal e mais com o construto visual, simbólico, e por que não dizer mítico, das personas criadas pelas cantoras *disco*. A diva aqui parece impor uma noção de feminilidade amplificada, envolta em excesso e teatralidade impressos não apenas nos figurinos, mas sobretudo nas performances. Em razão disso, a produção das grandes artistas do segmento empenhava-se em criar não apenas canções de sucesso, mas principalmente figuras marcantes para interpretá-las. As chamadas “disco divas”, representadas por nomes como Diana Ross, Donna Summer, Patti LaBelle e Gloria Gaynor, foram cuidadosamente criadas por produtores cuja importância tornou-se tão simbólica quanto a das cantoras que produziram. Desde a década de 1950, a presença desses profissionais se consolidou na indústria como parte quase que indissociável da engrenagem necessária para inserir um artista no *mainstream*. Músicos, compositores e DJs que já integravam a cena *disco* com seus próprios trabalhos passaram a ser contratados também para incrementar a produção de grandes estrelas. Foi o caso de Giorgio Moroder⁵⁴, Quincy Jones⁵⁵ e Nile Rodgers⁵⁶, três dos

⁵² Mark Kamins (1955-2013) ficou conhecido por ter descoberto Madonna, em 1982, e apresentado a demo da canção *Everybody* à gravadora Sire Records, que a contratou imediatamente, com Kamins produzindo seu primeiro álbum, “Madonna” (1983).

⁵³ Nos Embalos de Sábado à Noite (Saturday Night Fever). John Badham. Paramount, 1977. 1 DVD (118 min), son., color.

⁵⁴ Giorgio Moroder é compositor e produtor italiano, reconhecido pelo trabalho realizado com Donna Summer, entre 1975 e 1981, por meio do qual trouxe inovações à música disco, sobretudo no uso dos sintetizadores

nomes de maior destaque entre os produtores da música *disco*, responsáveis por trabalhar a sonoridade do que no futuro seriam considerados *singles* clássicos de Donna Summer e Diana Ross, por exemplo.

2.5 Um *bunker* chamado pista de dança

Claramente, a ascensão da *disco* deveu-se a fatores econômicos, históricos, políticos e sociais, mas também, segundo sugere Dyer (2002, p. 154), a uma tríade que consiste numa particular combinação de *erotismo*, *romanticismo* e *materialismo*, capaz de demarcar a pista de dança como lugar de refúgio para certas minorias. Ao se referir ao componente erótico, Dyer argumenta que, na contramão do rock, a sexualidade evocada na *disco* está mais próxima da corporal, ou seja, ela diz respeito ao corpo inteiro, sem distinção de gênero. “Parece-me que a importância da *disco* na cena cultural indica uma abertura a uma sexualidade que não é definida nos termos do pênis”. (Ibidem, p. 156, tradução nossa)⁵⁷ Embora ambos possuam raízes negras, a leitura do rock e da *disco* para suas origens afro-americanas difere-se em vários aspectos, como na melodia, na dança, na instrumentação e, principalmente, no uso da percussão.

A fisicalidade percussiva da música negra, no entendimento de Dyer, fora resgatada pela *disco* através da erotização de todo o corpo, por meio dos instrumentos e do ritmo. Aliado à “descentralização fálica”, ele observa que parte considerável da música *disco* também põe o romanticismo de lado, dando ênfase ao prazer de ordem física, material. É como se a retórica da paixão desviasse o foco das pressões existentes na experiência da vida cotidiana organizada, ou seja, no trabalho, na vida doméstica, no racismo, no machismo e em tudo o que se encontra enraizado nas estruturas de classe e gênero da sociedade. Isso também ajuda a entender o surgimento da figura da “disco diva” e da poética que enaltecia a independência da heteronormatividade presente no trabalho da maioria delas. Em 1983, Donna Summer cantava, em *She works hard for the Money* (1983), a rotina árdua de trabalho feminina, enquanto Diana Ross fazia de *I’m coming out* (1980) uma mensagem de

eletrônicos. A faixa *I Feel Love* (1977) figura entre as colaborações mais célebres e sonoramente inovadoras de Giorgio Moroder e Donna Summer.

⁵⁵ Quincy Jones produziu o primeiro álbum de Donna Summer na era pós-Giorgio Moroder, em 1982, e também os três primeiros discos solo de Michael Jackson, incluindo *Thriller* (Epic, 1982). Antes disso, já havia trabalhado como arranjador de Frank Sinatra, Ray Charles, Peggy Lee e Miles Davis.

⁵⁶ Nile Rodgers é guitarrista da banda Chic, desde os anos 1970, e produziu Diana Ross, Sister Sledge, David Bowie, além de Madonna, no início da carreira.

⁵⁷ It seems to me that the importance of disco in scene culture indicates an openness to a sexuality that is not defined in terms of cock.

reafirmção sobre estar revelando uma nova versão de si mesma, livre de pressões, para o mundo. Anos antes, o clássico de Gloria Gaynor, *I will survive* (1978), também trouxera o tema da superação como elemento central da canção.

A *disco* parece habitar um espaço que se desenha no limiar entre o escapismo, a esfera comercial e a política, criando uma relação dialética essencial para a continuidade da experiência de contradições que a música pop proporciona e que a ela é inerente. É também nesse espaço onde reside o pilar materialista que leva à interpretação do fazer político como algo indissociável do mundo material. O brilho, o erotismo, o glamour, o prazer e a ode ao consumo presentes na *disco* foram apropriados muitas vezes a partir de um contexto histórico e político essencial para se repensar o lugar dos sujeitos na sociedade. O lugar da mulher independente, dos homossexuais, dos negros, dos latinos e de todos aqueles que de alguma forma foram subjugados socialmente e encontraram na cultura *disco* da noite um reduto possível para habitar e perceber o mundo de outras maneiras.

A combinação de romanticismo e materialismo da *disco* nos diz – e nos permite experimentar – que vivemos num mundo de materialidade, que podemos apreciar a materialidade, mas que a experiência da materialidade não é necessariamente o que o mundo cotidiano nos assegura. Seu erotismo nos possibilita redescobrir nossos corpos como parte dessa experiência de materialidade e possibilidade de mudança. (DYER, 2002, p. 159, tradução nossa)⁵⁸

A vivência dessa materialidade na cultura *disco*, impressa sobretudo no corpo, pavimentou a ascensão da *dance music*, nos anos 1980, influenciando fortemente a produção, a experiência e a estética musical do pop naquela década. No entanto, pouco a pouco, a mesma noite nova-iorquina que havia popularizado a *disco* testemunhava o seu declínio, na medida em que a música *dance*, o hip hop e o pós-punk conquistavam mais espaço. Ainda que a hegemonia da discoteca na época estivesse abalada, seu maior legado – a pista de dança – perduraria por décadas, condicionando toda uma engrenagem da indústria a operar em função do que nela acontece. Também as experimentações sonoras, como o uso de elementos eletrônicos, e a *expertise* dos produtores que contribuíram para a criação da estética *disco* continuariam requisitados ao longo dos anos, moldando o pop que chegaria mais tarde.

Em meio às mudanças na cena noturna de Nova York, a figura de Madonna emergiu como um radar para o que a *disco* e os outros estilos musicais emergentes poderiam oferecer. Ela mesma poderia ser considerada fruto da tríade de erotismo, romanticismo e materialismo

⁵⁸ Disco's combination of romanticism and materialism effectively tells us - let us experience - that we live in a world of materiality, that we can enjoy materiality but that the experience of materiality is not necessarily what the everyday world assures us it is. Its eroticism allows us to rediscover our bodies as part of this experience of materiality and the possibility of change.

que governara a pista de dança até então, como explica Dyer (2002), tendo cultivado aquele espaço como território de subjetivação em torno de sua própria existência naquele contexto. A mitologia construída em torno da jovem dançarina, pobre, recém-chegada do subúrbio de Detroit levou a se acreditar que também Madonna era um corpo estranho naquela cidade, à procura de um habitat que aparentemente a cultura da noite parecia fornecer. A pista de dança naquele momento constituía uma espécie de *bunker* de agenciamentos coletivos, de corpos e enunciações diversas, regidos pelo desejo. Fosse ele o desejo sexual, de reconhecimento, de sucesso ou apenas de pertencer.

2.6 Quem é essa garota?

Nascida em 16 de agosto de 1958, em Bay City, subúrbio da cidade de Detroit (EUA), Madonna Louise Ciccone foi a terceira dos seis filhos do casal Silvio Antonio Ciccone e Madonna Fortin. Ele, engenheiro da General Motors (GM), filho de imigrantes italianos, e ela, técnica em radiologia, canadense da região francesa. Ambos com a religião católica em comum. A união perdurou até 1963, quando a matriarca, diagnosticada com câncer de mama, faleceu aos 30 anos, deixando Madonna órfã aos cinco. Pouco tempo depois, contrariando o luto ainda recente dos filhos, Silvio casou-se outra vez, com a babá da família, Joan Gustafson, com quem teve outros dois filhos. Diante da nova configuração familiar, Madonna passa a crescer em meio a uma busca constante por atenção, que se refletia no bom desempenho escolar, mas também no comportamento arredio em relação à madrasta e à rigidez do pai. Na adolescência, descobriu a dança, em Detroit, e decidiu fazer dela a sua profissão, conseguindo uma bolsa de estudos na Universidade de Michigan, em 1975.

Madonna chega a Nova York, em 1978, com o objetivo de se dedicar à dança moderna e conseguir alguma oportunidade na área, já que sua cidade natal Detroit começava a sentir os efeitos da decadência econômica e cultural que se abateria nos anos seguintes. A crise do petróleo nos anos 1970 estagnou o crescimento dos salários na região e refletiu diretamente na produtividade da indústria automobilística, já abalada pela concorrência europeia e japonesa. Com o ocaso das grandes montadoras, houve não apenas a fuga de investimentos na capital, que fora uma das mais ricas do país, mas também o arrefecimento da produção e do consumo cultural na cidade: cinemas falidos, teatros fechados, moradores migrando para outras regiões e uma crise financeira que se capilarizaria por todas as esferas. Mesmo a Motown se viu atingida, de alguma forma, pela mudança do cenário financeiro local. Apesar de ainda colher os frutos dos sucessos que emplacara nas rádios até então, a

companhia já emitia sinais de que as coisas não caminhavam tão bem quanto deveria. O declínio da música *disco* e os desfalques no *casting* (elenco) trouxe dificuldades à gravadora, que perdeu algumas de suas maiores estrelas, como Michael Jackson e Diana Ross, contratados da Epic e da RCA. Berry Gordy chegou a abrir escritórios da Motown em Nova York e Los Angeles, para onde deslocou boa parte das atividades realizadas em Detroit, enquanto também tentava se inserir nos segmentos de cinema e televisão. Após anos de prejuízo, acabou vendendo, em 1988, sua parte na gravadora.

Diante das poucas perspectivas oferecidas em Detroit, Madonna interrompeu os estudos na Universidade de Michigan, onde cursava Dança, e partiu em busca de novas possibilidades em Nova York. Integrada à cena *underground* local, ela circulou entre artistas das mais diversas áreas, como músicos, grafiteiros, poetas, artistas plásticos etc., alimentando-se das referências que forjariam muitas de suas personas no futuro. Nomes como Keith Haring⁵⁹, Andy Warhol e Jean-Michel Basquiat⁶⁰ conviveram intensamente com Madonna, bem como exerceram forte influência em sua concepção estética e visual na época. Na seara musical, a artista buscou inspiração no estilo punk, feminista e independente das vocalistas Debbie Harry e Chrissie Hynde, ambas compositoras de boa parte do repertório das bandas que lideravam – Blondie e The Pretenders, respectivamente –, além de se filiar aos DJs proeminentes da cena local, a exemplo de Mark Kamins e Jellybean Benitez⁶¹.

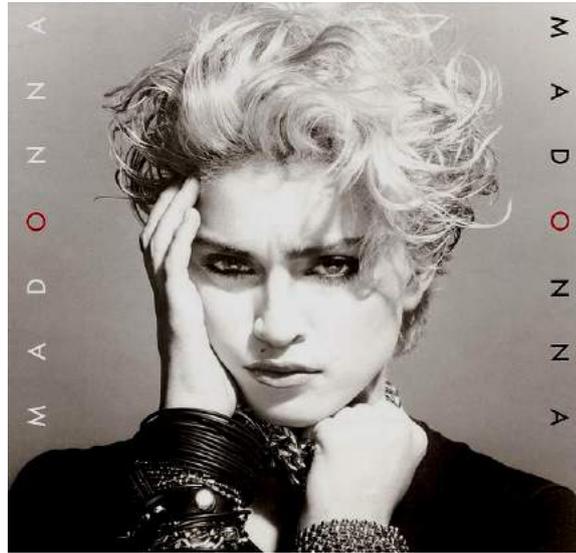
A teia de referências culturais pós-*disco* criou uma atmosfera oportuna para que a articulação de elementos estéticos da época e a demanda mercadológica da indústria deixasse marcas no trabalho inicial de Madonna. Em 1982, o primeiro single, *Everybody*, foi lançado como uma espécie de teste nas rádios e pistas de dança de Nova York. O álbum completo só sairia no ano seguinte, mas o compacto chegou às lojas antes, seguindo uma estratégia de divulgação inusitada da gravadora: não havia a foto da cantora na capa (FIG. 1).

⁵⁹ Keith Haring (1958-1990) era designer, artista plástico e ativista. Muitos de seus grafites, presentes em murais em todo o mundo, carregam mensagens políticas, questionando o consumo, a igualdade de direitos para a comunidade LGBT e conscientização da luta contra o HIV.

⁶⁰ Jean-Michel Basquiat (1960-1988) foi um artista plástico americano, de ascendência haitiana, famoso pelos grafites que fazia em prédios abandonados de Nova York, sempre com a assinatura SAMO (abreviação para “*same old shit*”, ou “sempre a mesma merda”, em português).

⁶¹ Figura conhecida da noite nova-iorquina, costumava tocar nas principais discotecas da cidade, a exemplo da Paradise Garage e do Studio 54, remixando faixas de artistas como Afrika Bambaataa, Talking Heads, Fleetwood Mac, entre outros. Também foi co-produtor do álbum de estreia de Madonna.

FIGURA 2 - Capa do álbum "Madonna" (1983)



FONTE: Reprodução

Das oito faixas do álbum, apenas duas não tinham sido compostas por Madonna – *Holiday* e *Borderline*. O comando da produção ficou com Reggie Lucas, ex-guitarrista de Miles Davis, e com o DJ Jellybean Benitez. A partir do lançamento do *Madonna* (Sire, 1983), o público também pôde testemunhar o grau zero do trabalho de construção imagética desenvolvido por ela, permeado por ambiguidades, que marcaria toda a sua trajetória midiática. Naquele momento, a cantora que poderia ser negra mostrava-se, na verdade, branca, fazendo música *dance*, mas com visual inspirado na estética punk, carregado de crucifixos, representando uma certa ideia de independência feminina sob o aparato de sensualidade “ingênua”. Tudo isso agenciado por um conjunto de instâncias performáticas fundamentais para a sustentação da carreira de Madonna dali em diante: o videoclipe, o show e o álbum fonográfico.

2.7 De que pop fala Madonna?

A receptividade do primeiro álbum⁶² orientou o caminho que a cantora seguiu no segundo, *Like a Virgin* (Sire, 1984), no qual a rebeldia estilizada daria lugar a personagens e canções pontuadas por ironia, bem como a performances mais provocadoras. Foi com esse

⁶² Em setembro de 1983, o crítico da revista Rolling Stone, Don Shewey, chama atenção para a voz de Madonna, que, na sua opinião, parecia emitir um “soluço de menina irritante”, mas com o qual se acostumara e que, sem ultrapassar as modestas ambições do funk mínimo, acabava sendo “um irresistível convite para a dança”. Disponível em: < <http://www.rollingstone.com/music/albumreviews/madonna-19830929>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

disco, produzido por Nile Rodgers, que Madonna adquiriu projeção fora dos Estados Unidos. A aproximação com o produtor e guitarrista da banda Chic resgatou a sonoridade *disco*, atualizando e, ao mesmo tempo, ampliando seu raio de abrangência no mercado. O mesmo acontecera a David Bowie, no ano anterior, quando se uniu a Rodgers para produzir o álbum *Last dance* (1983), trabalho que marcaria seu retorno ao mercado americano, após um período musicalmente experimental na Alemanha.

As canções *Like a Virgin* e *Material Girl* (1984), que lhe renderam o primeiro e o segundo lugares na parada principal da Billboard⁶³, entre os anos de 1984 e 1985, pelos videoclipes exibidos pela MTV, foram responsáveis por eternizar duas das personagens pelas quais Madonna seria reconhecida até a atualidade: a noiva sonhadora de *Like a Virgin* e a garota supostamente interesseira, vestida de Marilyn Monroe, de *Material Girl*. Os vídeos marcaram não apenas figurinos que seriam copiados durante décadas, mas um jogo performático singular no pop, capaz de redefinir o modelo de negócio da indústria e, ao mesmo tempo, acionar reflexões a respeito de aspectos sociais e políticos da época.

[...] no início dos anos 1980, quando o espírito *yuppie*⁶⁴ do jovem empreendedor que valorizava a ganância e a ambição estava emergindo, a música foi como um toque de trombeta. Ronald Reagan estava no comando da Casa Branca, ombreiras e *tailleurs* eram a última moda, e o universo hippie, alternativo, tinha sido colocado tão à margem que estava prestes a desaparecer. (O'BRIEN, 2008, p. 115)

A partir do álbum *Like a Virgin*, Madonna, cuja carreira até então ainda não figurava entre as prioridades da Sire/Warner, encontrou no videoclipe a ferramenta de marketing mais eficiente para promover seu trabalho e as transformações visuais que empreendia a cada *single* lançado. Com a ascensão da MTV, uma nova gramática do audiovisual foi incorporada às estratégias de mercado das *majors*, atualizando a forma de se usar a televisão como suporte de divulgação de seus produtos musicais. Se antes adquiriam emissoras de TV e rádio, facilitando a publicidade de seu *casting*, a partir dos anos 1980, as gravadoras se veem obrigadas também a se adequar à nova linguagem proposta pelo modelo lançado pela MTV.

É também em 1985 que a cantora sai em turnê – *The virgin tour* – pela primeira vez, apresentando-se durante dois meses, nos Estados Unidos e no Canadá. Apesar do show ainda ser bastante rudimentar para o padrão que Madonna consagraria no futuro, a estrutura embrionária de seus espetáculos estava ali: uma narrativa costurada por blocos de músicas

⁶³Billboard: Madonna chart history. Disponível em:

<<http://www.billboard.com/artist/308786/madonna/chart?page=5&sort=date&f=379>> Acesso em: 10 nov. 2016.

⁶⁴ Palavra derivada da sigla inglesa “YUP” (Young Urban Professional, “jovem profissional urbano, em português), usada para designar jovens com formação universitária, de classe média e alta, ambiciosos, conservadores, que trabalham intensamente em função de acumular maior renda e status.

identificados por várias trocas de figurino, banda completa, bailarinos, coreografia etc. A essa altura, já havia uma leitura por parte da artista e da Sire/Warner de que a triangulação entre álbum fonográfico, videoclipes e grandes espetáculos parecia ser a base sobre a qual deveria se sustentar a carreira de Madonna, além das performances impregnadas de ambiguidade, exagero e ironia direcionadas às normatividades sexuais. Do ponto de vista mercadológico, o pop do qual Madonna fala diz respeito a um modelo cristalizado na indústria, por ela e por outros artistas de sua geração, como Michael Jackson, Prince e Cyndi Lauper. A cada álbum, uma nova persona, um novo conceito e diferentes questões são ancoradas no tripé formado pelo registro fonográfico, o videoclipe e o show⁶⁵. O pop feito por ela, portanto, tem menos a ver com um virtuosismo específico e mais com o conjunto de práticas que se aglutinam em função do jogo performático comandado em diferentes instâncias.

É importante sublinhar que o surgimento da cantora aconteceu quando a identidade dos jovens estava sendo reformulada em meio a um momento político conservador nos Estados Unidos (KELLNER, 2001, p. 339). Naquele momento, Ronald Reagan presidia o país, pelo Partido Republicano, permanecendo no cargo por dois mandatos consecutivos, entre 1981 e 1989. Conservador, propôs uma emenda constitucional pela obrigatoriedade das orações nas escolas, além de iniciar uma guerra contra as drogas, em que punia inclusive usuários, multiplicando a população carcerária do país. Também sob seu governo, os EUA estiveram presentes em diversos conflitos armados no Oriente Médio, a exemplo do Líbano e da Síria. A música popular massiva oferecia, então, um terreno lúdico e, ao mesmo tempo, de ressonância para refletir culturalmente o que se passava no país e no restante do mundo, por meio de articulações contínuas entre o real e o ficcional. No caso de Madonna, seu aparato estético-discursivo lançou luz sobre questões políticas, ligadas sobretudo a gênero, na medida em que sua obra celebrou a aliança entre indústria, expressão musical, sexualidade e subjetividade.

2.8 *Madonna studies*

Diante do que parece configurar uma certa crise de representação política na sociedade contemporânea, não apenas a música, mas a cultura pop de modo geral proporciona outras formas de o público vivenciar o mundo politicamente. Nesse cenário, os ídolos pop se

⁶⁵ Em 1985, Madonna também deu início a uma série de incursões pelo cinema, com o longa “Procura-se Susan Desesperadamente” (dir. Susan Seidelman). Apesar das constantes críticas negativas às suas atuações e números pouco exitosos na bilheteria, a cantora encontrou nos filmes um veículo eficiente para alavancar as vendas de seus discos e das trilhas sonoras das quais participava.

tornam porta-vozes de determinadas bandeiras e minorias sociais ignoradas pelo Estado, usando a celebridade numa via de mão dupla, agendando temas e alimentando um capital simbólico importante em torno da figura do popstar.

Para alguns teóricos dos estudos culturais, cultura pop pareceu fornecer uma gama maior de possibilidades políticas para as pessoas comuns do que as formas contemporâneas de governo, e isso, conseqüentemente, faz com que as perspectivas de mudança social pareçam melhores em relação à política cultural do que à política pública. (BÉRUBÉ, 2005, p. 6, tradução nossa)⁶⁶

Na performance Madonna, é possível encontrar uma ideia de política estetizada a partir de itinerários mercadológicos que não podem nem devem ser utilizados como fator de deslegitimação dos temas abordados por ela. Cabe-nos pensar aqui as estratégias midiáticas através das quais esse engajamento se manifesta e as contradições que nele residem. A ressonância da obra de Madonna reserva um lugar de fala privilegiado para a artista, já que a discussão de temas socialmente controversos é potencializada quando surgem em suas performances. Envolver questões relacionadas a gênero, raça, sexo e religião na concepção de seu trabalho rendeu não apenas sanções no passado – como banimento dos videoclipes de *Like a prayer* (1989) e *Justify my love* (1990) da programação da MTV – mas também razões para se estudar o impacto dele no contexto de sua época. Analisar um produto da cultura pop isoladamente, sem levar em conta as circunstâncias históricas que o envolvem, significaria talvez desprezar seu poder de dialogar com o que acontece no mundo.

Após o lançamento do álbum *Like a Virgin*, em 1984, a trajetória midiática de Madonna passou a ser observada por estudiosos e feministas, ligados aos Estudos Culturais norte-americanos⁶⁷, interessados em refletir sobre o trabalho da artista a partir de uma abordagem interdisciplinar. O agrupamento de estudos sobre a cantora nas universidades ficou conhecido como *Madonna studies* (GUILBERT, 2002, p. 2), nos Estados Unidos. Ao longo das décadas de 1980 e 1990, houve uma produção expressiva de literatura acadêmica acerca da obra da cantora, com especial destaque à análise de videoclipes, em função do modelo de negócio em curso popularizado pela MTV. A televisão musical fortalecera o *star system* da indústria fonográfica, incorporando linguagem e matrizes estéticas irreverentes, numa época em que a dinâmica de circulação radiofônica encontrava-se estagnada (SOARES, 2013, p. 67). À luz do “fenômeno Madonna”, escreveu-se sobre política representacional,

⁶⁶ It has seemed to some cultural studies theorists that popular culture provides a greater range of political possibilities for ordinary people than do contemporary forms of government, and that, accordingly, the prospects for social change appear better with regard to cultural politics than with regard to public policy.

⁶⁷ Mastering Madonna. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/culture/features/mastering-madonna-19920917>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

subculturas, identidade, raça, entre outros temas, partindo quase sempre da videografia da artista, com poucas ou nenhuma referência a outras performances fora da tela da TV.

Entre os textos publicados, está a compilação de artigos *The Madonna Connection – representational politics, subcultural identities and cultural theory* (1993), editada por Cathy Schwichtenberg, na qual os autores se debruçam sobre os videoclipes para a reflexão acerca de, entre outros assuntos, três temas fundantes para esta pesquisa: a presença do *queer*, o feminismo e o processo de commodificação das imagens criadas pela cantora. Entendendo a correlação entre todos eles, procuramos ampliar e atualizar aqui a discussão para além da iconografia videográfica, abrangendo também as performances no palco e nas redes sociais.

Na obra organizada por Schwichtenberg, Cindy Patton reivindica a reconstrução de uma memória da cultura gay e afro-latina no *mainstream*, por meio da apropriação que o clipe *Vogue* (1990) faz da dança e dos maneirismos *queer* originados no *underground* da noite *disco* nos Estados Unidos⁶⁸. A estética do vídeo e a letra da música, segundo Patton, esvaziam de certa maneira a simbologia e a real história do *voguing*, reescrevendo-a com base nas referências que Madonna insere, e que pouco ou nada têm a ver com a dança. A tradicional extravagância do estilo *vogue* é conduzida de forma clássica e nostálgica pela cantora, que evoca seus próprios artifícios hiperfemininos e fetichizados, acionando uma sensibilidade *camp* particular e, sobretudo, branca. Em *Vogue*, Madonna forja uma memória relacionada a Hollywood dos anos 1940, no vídeo em preto e branco, lembrando os nomes de grandes ícones do cinema, enquanto ela mesma emula um deles, acompanhada por alguns bailarinos negros. A dança *vogue* então se cristaliza no *mainstream* pela leitura dela, não mais pela expressão urbana de arte e resistência nascida no *underground* gay e negro nova-iorquino. Patton (1993, p. 94), no entanto, mostra que, apesar da tentativa de apagamento histórico, a canção *Vogue* de Madonna consegue reconectar-se com a prática – e por que não dizer com o fazer político – *queer* no momento em que o público gay a consome, a transforma em cânone e reproduz a coreografia da cantora, num processo que mistura afeto e busca identitária através do corpo.

É também a partir da corporificação de afetos que Madonna aciona o viés feminista de sua existência na indústria do entretenimento. O recurso estético do *camp* em sua obra consegue atravessar noções de masculinidade e feminilidade, colocando-a do papel de articuladora das ortodoxias feministas próprias de seu tempo. Com ironia, choque e exagero, a

⁶⁸ *Vogue* (ou *voguing*) é um estilo de dança moderna popularizado nos clubes gays norte-americanos, durante os anos 1980, cujas coreografias são inspiradas em movimentos corporais e poses típicas de modelos. Nos Estados Unidos, a dança tornou-se um símbolo político de resistência para a comunidade negra LGBT.

cantora joga com os códigos sexuais, desafia relações de dominação homem-mulher e tece um repertório de imagens que lhe fornece o estofamento necessário para fazer reverberar suas mensagens. Como explica Kellner (2001, p. 342), apesar do volume de imagens que fabrica e da teatralização envolvida, o significado dos textos musicais e das performances de Madonna estão impregnados na originalidade de sua própria figura. Há um componente narcisista que corrobora a posição de poder e autoridade que a cantora transmite em seu trabalho, seja no território do palco ou do videoclipe, mas principalmente quando centraliza em seu corpo as problematizações do feminino sugeridas em suas performances. Ancorada nessa estratégia, Madonna engendra sucessivas transformações visuais, apresentando, a cada fase, uma nova persona encarregada de explorar algum tema especial, como a adolescente grávida de *Papa don't preach* (1986), a mulher religiosa de *Like a prayer* (1989) ou a dominadora sexual de *Erotica* (1992), registradas inicialmente nos videoclipes (FIG. 3, 4 e 5) e, logo em seguida, nas turnês mundiais.

FIGURAS 3, 4 e 5 – Cenas dos vídeos de *Papa don't preach* (1986), *Like a prayer* (1989) e *Erotica* (1992)



FONTE: Reprodução

As transformações contínuas de Madonna dialogam paralelamente com uma ideia de autenticidade que permeia sua carreira, chancelando não apenas seus discursos, mas as enunciações políticas promovidas nas performances. No *mainstream*, onde produtores e gravadoras procuram manter sob controle o movimento dos artistas, Madonna, entre muitas das imagens que produziu, foi construindo uma gradativa autonomia que lhe credenciou a falar sobre o que a indústria do entretenimento tinha o hábito de evitar. Ao usar a música pop para tensionar dogmas religiosos e padrões sexuais, a cantora estabeleceu uma negociação

com o conservadorismo no interior do *mainstream*, flexibilizando-o, sem, no entanto, propor uma ruptura real. Madonna é produto e ao mesmo tempo combustível de um sistema industrial complexo, nada binário, que tanto promove quanto oprime, numa relação marcada por contradições de ambas as partes. O lançamento da canção *Like a Prayer* ilustra bem isso.

Contratada pela marca de refrigerantes Pepsi, Madonna acertou, em março de 1989, uma participação sua e a inclusão da música no comercial da bebida, previsto para estrear na televisão um dia antes do videoclipe. A controvérsia gerada pelas referências religiosas e racial, contudo, forçou a empresa a suspender a exibição da propaganda e rescindir o contrato de US\$ 5 milhões com a cantora⁶⁹. Em meio à contenda com os católicos, o clipe acabou censurado pela MTV, exibido apenas tarde da noite, alavancou as vendas do disco⁷⁰ e esgotou os ingressos de turnê mundial *The blond ambition* (1990) no ano seguinte. O episódio de *Like a prayer* talvez possa ser considerado o grande ponto de virada da carreira de Madonna, em termos de estetização de temas políticos em sua performance e, não por acaso, de maturidade musical e artística. A sofisticação sonora do disco, além de conquistar recepção amistosa entre os críticos⁷¹, foi de grande importância para que o impacto negativo do vídeo entre os religiosos fosse revertido em capital – financeiro e simbólico – a seu favor.

Em busca de compreender a ressonância e as imbricações dessa política estetizada e comodificada, o *Madonna studies* debruçou-se sobre os videoclipes, mas deixou lacunas quanto às performances da cantora fora do suporte televisivo – e radiofônico. Ao longo dos anos, a incorporação da internet à carreira de Madonna trouxe novos elementos para o estudo de sua imagem e do constante trabalho de reposicionamento de marca que as plataformas *online* exigem. Como explica Lieb (2013, p. 10), a recente configuração do espaço público onde esse processo se desenvolve acolhe uma dinâmica de comunicação muito mais ampla, que se preocupa com o compartilhamento, a negociação e a reciprocidade das informações que por ela circulam. As performances nas mídias convencionais se complementam, hoje em dia, com as que se observam também ao vivo, no palco, e nos conteúdos postados nas redes sociais, alimentando um senso de comunidade global que se conecta em larga escala não

⁶⁹ Pepsi Cancels Madonna Ad. Disponível em: <<http://www.nytimes.com/1989/04/05/business/pepsi-cancels-madonna-ad.html>>. Acesso em: 5 jan. 2017

⁷⁰ De acordo com a Recording Industry Association of America (RIAA), *Like a prayer* ficou entre os cinco discos mais vendidos do ano 1989, com um total de 4 milhões de cópias comercializadas nos Estados Unidos. A primeira posição ficou com *Don't be cruel*, de Bobby Brown, com 7 milhões. Disponível em: <https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=default-award&ar=MADONNA&ti=LIKE+A+PRAYER>. Acesso em: 5 jan. 2017.

⁷¹ *Like a Prayer* ficou em 18º lugar na lista dos 40 álbuns mais importantes do ano, no Pazz & Jop Critics Poll 1989, uma tradicional enquete entre 255 críticos musicais, promovida pela revista norte-americana especializada Village Voice. Disponível em: <<http://www.rocklistmusic.co.uk/village7080.htm#1989>>. Acesso em: 5 jan. 2017.

apenas pelo afeto. Estetizar algo politicamente no jogo performático do pop, na atualidade, significa agenciar instâncias distintas, de forma muitas vezes simultânea, estruturando narrativas que reforcem o *fazer pensar* e *fazer sentir*, a partir do que se ouve e/ou vê.

O jogo proposto pelos produtos pop é o de perceber que há a engrenagem dinâmica de um sistema produtivo em ação; que o produto, em si, é parte integrante deste processo; que a enunciação se dá a partir da suspensão de certos padrões normatizados de valores e que a fruição é parte integrante do que chamamos de estilo de vida. (FEATHERSTONE, 1995 *apud* SOARES, 2015, p. 24)

3 *BODY SHOP*: A POLÍTICA ESTETIZADA NO CORPO

Antes de se pensar nas implicações envolvidas nas apresentações da cantora Madonna, é oportuno assimilar as definições conceituais do termo “performance”, no sentido de iluminar os recortes da presente pesquisa e os caminhos percorridos por ela. Nas palavras de Taylor (2013), a ideia de performance está diretamente vinculada a uma forma de intervenção no mundo, por meio de “um processo, uma práxis, uma episteme, um modo de transmissão, uma realização”. (TAYLOR, 2013, p. 44) Indo mais além na conceituação de Taylor, Carlson (2010) ressalta, como traço fundamental da performance, a consciência de duplicidade, bem como o atributo persuasivo nela existente, acionado pela produção de prazer. Trata-se, portanto, da exibição de comportamentos codificados, que pode prescindir de uma teatralidade, baseada sobretudo no corpo, também identificada como “comportamento restaurado”.

Fingir ser alguém diferente do que de fato se é constitui um exemplo comum de um tipo especial de comportamento humano que Richard Schechner rotula de “comportamento restaurado”, título sob o qual ele agrupa ações conscientemente separadas da pessoa que as executa – teatro ou outros “papéis lúdicos”, transes, xamanismo, rituais. (CARLSON, 2010, p. 14)

A noção de comportamento restaurado de Schechner, de acordo com Carlson, diz respeito ao tipo de performance que exige certa distância entre o *self* e o comportamento, tal qual a existente entre os atores e os papéis que interpretam. Essa definição parece útil para analisar os agenciamentos políticos das performances de Madonna e o construto visual que circunda as suas narrativas igualmente lúdicas e persuasivas. O uso da moda e dos signos religiosos, em conjunto com as referências sexuais, estetiza a teatralização da experiência política, reiterando o comportamento codificado – performático – que delineia a sua trajetória na indústria do entretenimento. O diálogo com elementos imagéticos de alta circulação midiática, como a iconografia católica e a moda, por exemplo, permite uma acessibilidade mais ampla às performances de Madonna, favorecendo a interlocução com públicos distintos. Como explica Janotti Jr. (2015, p. 29), a força do pop também se encontra nas afirmações de sensibilidades cosmopolitas e na partilha global destas, ensejando assim uma prática política calcada, segundo postula Rancière (2014, p. 24), na *re-partição* da experiência comum.

A política ocupa-se do que se vê e do que se pode dizer sobre o que é visto, de quem tem competência para ver e qualidade para dizer, das propriedades do espaço e dos possíveis do tempo. As práticas artísticas são “maneiras de fazer” que intervêm na

distribuição geral das maneiras de fazer e nas suas relações com maneiras de ser e formas de visibilidade. (RANCIÈRE, 2014, p. 17)

Ao atentar para a afirmação de Rancière, percebe-se que o fazer político atrelado à cultura pop passa pelo filtro estético que governa as práticas artísticas e que, ao mesmo tempo, produz enquadramentos específicos para suas enunciações. Por outro lado, a fruição e o afeto do público têm a capacidade de se apropriar desses enunciados e incorporá-los, oferecendo-lhes novos sentidos e formas de assimilação. O que procuramos compreender aqui é o que se aloja entre a partilha dessa experiência coletiva e as demandas mercadológicas. Há algo, portanto, que escapa ao cartesianismo do capital financeiro ou do comportamento ritualizado – e reiterado – da performance artística, e é nesse algo onde moram as contradições que sustentam o peso de uma figura midiática como Madonna. Filiada aos meandros da indústria, e produto da mesma, a cantora conseguiu pautar sua existência no *mainstream* com base na sua ideia de feminino, tangenciando o *queer*, a estética *camp* e as correntes tradicionais feministas.

As condições de sobrevivência desiguais para homens e mulheres na indústria – bem como fora dela – orientou boa parte da produção de Madonna, consolidando-a como uma voz expressiva na representação feminina na mídia. Certamente, uma voz branca, hegemônica, rentável, nem sempre afinada com as muitas nuances do feminismo contemporâneo, mas atuante. Como sugere Hawkins (2004, p. 18), o desafio de se manter no centro de uma indústria dominada por homens parece ter sido um alvo tão importante da cantora quanto a universalidade das questões feministas em si. O fazer político da artista diz respeito principalmente à sua permanência no *mainstream*, apesar das adversidades – tecnológicas, comerciais e etária – enfrentadas no meio, mas, paralelamente, apresenta uma realidade comum a mulheres anônimas que também vivenciam a disputa por espaço e reconhecimento em seus respectivos campos de atuação.

O real fica mais fácil de ser pensado quando é ficcionalizado, segundo Rancière (2014, p. 58); e é assim que a cultura pop funciona na sua essência, no momento em que interpreta o mundo a partir de suas próprias imagens, textos e narrativas lúdicas. O tratamento das performances de Madonna para a ideia de um feminino político é um exemplo disso. Em duas ocasiões da carreira, a cantora usa seu corpo para retratar dois dos momentos cruciais do ciclo de vida de uma mulher, em que seu valor social é mensurado pelo início e o fim da idade fértil, nas performances de *Papa don't preach* (1987) e *Like a virgin* (2012).

3.1 Política da mulher jovem: gravidez precoce e aborto

Após dois álbuns de apelo juvenil, o terceiro de Madonna, *True blue* (Sire, 1986), direcionou o trabalho da cantora para um tom diferente. A imagem de adolescente rebelde-sem-causa deu lugar a de uma jovem festiva, mas sóbria, materializada numa obra permeada por uma narrativização pessoal que também se insere no político, como é o caso do *single Papa don't preach*. A faixa, escrita por Brian Elliot e Madonna, é a primeira em que esse tipo de leitura surge como possibilidade, no que parece ser apenas a canção sobre uma adolescente comunicando ao pai que está grávida e decidida a ter a criança. Entretanto, a música revelou duas questões delicadas para a sociedade norte-americana da época: gravidez precoce e o aborto. Organizações feministas e representantes do Planned Parenthood⁷² chegaram a acusar a artista de incentivar a gestação na adolescência, enquanto, por outro lado, grupos contrários ao aborto enxergavam na canção uma mensagem pró-vida.

“O diretor executivo da Planned Parenthood, Alfred Moran, escreveu um memorando amplamente divulgado para a mídia de entretenimento declarando que o *single* de Madonna ‘envia uma potente mensagem às adolescentes ao enaltecer o glamour do sexo, da gravidez e da fertilidade’ e que isso ‘encorajará mais jovens a iniciarem a vida sexual precocemente’ [...] *Papa Don't Preach* foi um foco notadamente persistente para a crítica de Madonna como corruptora da juventude”. (BROWN; SCHULZE; WHITE, 1993, p. 21, tradução nossa)⁷³

O videoclipe⁷⁴, dirigido por James Foley⁷⁵, encena o drama de uma adolescente do subúrbio nova-iorquino que engravida do namorado e precisa enfrentar a normatização da autoridade masculina em nome da liberdade sobre o seu corpo. Nele, Madonna contracena com dois personagens, o pai, a quem pretende convencer de que tem maturidade para levar adiante a gravidez, e o namorado, com o qual pretende formar uma família. O clipe retrata a angústia da jovem em contar ao pai que está grávida e que vai ter o bebê, ainda que contrarie o patriarca, como canta na letra: *Papa, I know you're going to be upset/ 'cause I was always your little girl/ but you should know by now I'm not a baby* (papai, eu sei que você vai ficar com raiva/ porque sempre fui sua menininha/ mas você deve entender agora que eu não sou mais um bebê). Não bastasse a apreensão de ser rejeitada pelo pai, os amigos, ao saberem da

⁷² Planned Parenthood Federation of America (PPFA) é uma organização americana sem fins lucrativos que promove ações ligadas a saúde reprodutiva, planejamento familiar e serviços de assistência materna e infantil.

⁷³ Alfred Moran, the executive director of Planned Parenthood, wrote a widely circulated memo to the entertainment media stating that Madonna's single 'sends a potent message to teenagers about the glamour of sex, pregnancy and childbearing' that will 'encourage more teens to engage in sex prematurely' [...] *Papa don't preach* has been a remarkably persistent focal point for criticism of Madonna as a corrupter of youth.

⁷⁴ Vídeo disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=RkxqxWgEEz4>>. Acesso em: 20 nov. 2016.

⁷⁵ Diretor de cinema norte-americano, conhecido pelo trabalho nos filmes como *Quem é essa garota?* (1987), estrelado por Madonna, e *O sucesso a qualquer preço* (1992).

notícia, também lhe viram as costas, de maneira que tenta resolver a situação com o apoio do único que se manteve ao seu lado: o namorado.

Uma política da intimidade acaba desenhada nesse conflito, pois, mesmo decidida a não interromper a gestação, a personagem permanece com o desejo de ser acolhida pelo pai e receber sua aprovação para seguir com os planos de casar com o rapaz de quem engravidou: *Daddy, daddy, if you could only see/ just how good he's been treating me/ you'd give us your blessing right now/ 'cause we are in love* (papai, papai, se você pudesse ver/ como ele tem me tratado bem/ você nos daria sua benção agora/ porque estamos apaixonados). Vencido o medo, a jovem revela a gravidez ao pai – que, como previsto por ela, não reage de forma amistosa –, e clama: *papa don't preach/ I'm in trouble deep/ papa don't preach/ I've been losing sleep/ but I made up my mind/ I'm keeping my baby* (papai, não me dê sermão/ eu estou com um grande problema/ papai, não me dê sermão/ eu tenho perdido o sono/ mas já me decidi/ eu vou manter o meu bebê). Mais triste do que furioso, o homem se mostra confuso diante da notícia e se isola. Certa de que sua expectativa de não ser aceita se confirmaria, a personagem, no entanto, é surpreendida quando o pai entra em seu quarto e estende a mão, oferecendo-lhe o alento de um abraço (FIG. 6). Ao reunir a necessidade da chancela do patriarcado ao ideal de liberdade sobre o corpo feminino, o clipe parece ter gerado uma fissura onde se irrompe uma reflexão política sobre o aborto, contestada por grupos contra e a favor da prática, ampliada na apresentação ao vivo da canção.

FIGURA 6 – Sequência do videoclipe de *Papa don't preach* (1986)



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=RkxqxWgEEz4>>. Acesso em: 10 dez.2016

Um ano após o lançamento do *single* e do clipe, uma performance de *Papa don't preach* foi incluída no repertório do show *Who's that girl* (1987), que levou Madonna a se apresentar fora da América do Norte, pela primeira vez. Dirigida por Jeffrey Hornaday⁷⁶, a turnê teve um total de 37 datas, distribuídas em oito países, tendo sido as duas últimas

⁷⁶ Diretor de cinema e coreógrafo, foi o responsável pelos movimentos de dança do filme *Flashdance* (1983), além de clipes e shows de artistas como Paul McCartney e Jennifer Lopez.

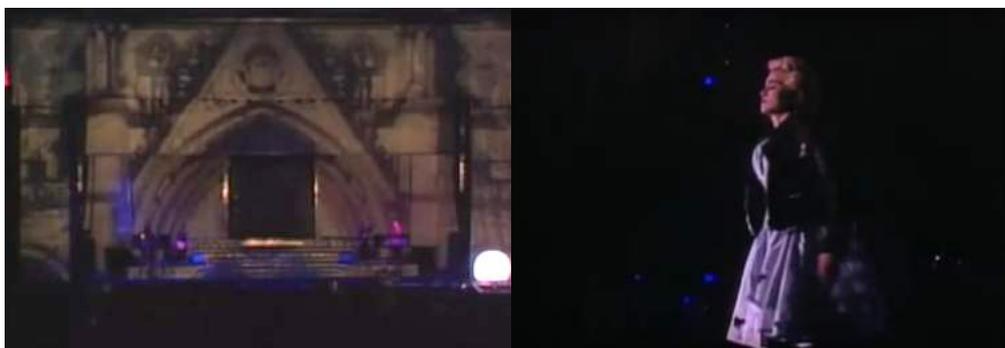
transmitidas pela televisão, na Itália, e lançadas posteriormente em fita cassete. O registro oficial do show foi filmado originalmente nas cidades de Turim e Florença, após uma negociação entre a Radiotelevisione Italiana (RAI), emissora de televisão estatal, e a Warner Music Vision, na qual se acertou a compra dos direitos de transmissão ao vivo do espetáculo pela RAI. Uma das cláusulas do contrato também previa que Madonna participasse de um encontro com seus familiares italianos por parte de pai, a ser televisionado pela emissora.

Na apresentação, a performance da cantora em *Papa don't preach* sai da política da intimidade presente no videoclipe, que se limita à relação pai e filha, para universalizar o teor político da canção e expandi-lo para outras searas. Um crescente, do ponto de vista temático, que pode ser explicado pela leitura crítica proporcionada pelas discussões em torno da reprodução feminina suscitada pelo clipe. Ao se analisar uma performance no palco, é oportuno ter em conta o que condiciona a sua função territorial, por assim dizer. O conceito de espaço heterotópico de Michel Foucault (2013) pode auxiliar nesse propósito quando o define como diferente e atemporal, na medida em que foge à normatividade e contesta os espaços outros em que vivemos, permeados por “carnavalizações da existência ordinária” (FOUCAULT, 2013, p. 37). Nesse sentido, essa carnavalização sugere um vínculo direto com o conceito de Mikhail Bakhtin, segundo o qual “as leis, proibições e restrições que determinam a estrutura e a ordem do ordinário, do não carnaval e da vida são suspensas”. (BAKHTIN *apud* CARLSON, 2010, p. 39) Assemelhando-se ao carnaval, os espetáculos pop parecem oferecer ao público uma borda, um lugar estratégico de negociação, ainda que temporária, de novas formas de sentir e habitar o mundo. A performance, portanto, se alimenta da realidade trivial cotidiana para, no intervalo de algumas horas, suspendê-la no palco, em meio ao uso do artifício e do excesso, especialmente no caso de Madonna. Justapondo num lugar real os vários espaços que seriam incompatíveis, o palco revela também a igual capacidade de congregiar identidades e representações distintas, a partir do instrumento corporal do artista.

Os dois shows italianos tiveram os ingressos esgotados e, para muitos, a transmissão da RAI acabou sendo o único meio de assistir ao espetáculo, sendo esta a filmagem que a presente pesquisa utiliza como material de análise. Assim, usando um vestido *vintage* azul celeste dos anos 1950, sob uma jaqueta de couro preta, Madonna inicia a performance de *Papa don't preach* na Itália. Sozinha no palco, a iluminação lúgubre permite que apenas um feixe de luz destaque a cantora, no canto, enquanto uma introdução de violinos interrompe a atmosfera festiva que as três primeiras canções, *Open your heart* (1986), *Lucky star* (1983) e *True blue* (1986), haviam mantido até ali.

Sem bailarinos, apenas com o microfone de pedestal e a imagem de uma catedral projetada no telão que cobria o palco, Madonna começa a cantar (FIG. 7). A igreja perdura da introdução até o primeiro refrão da música, quando a imagem é substituída pela do papa João Paulo II. Nesse ponto, há um corte brusco na edição, direcionando a câmera abruptamente para um *close* no rosto de Madonna. Considerando que a transmissão foi realizada por uma emissora estatal italiana, é inevitável pensar sobre uma eventual censura interna, em razão da ligação que o país mantém com a Igreja Católica. A prática é comum no canal, sobretudo quando há falas ou imagens em tom desrespeitoso, segundo o julgamento da direção, relacionadas ao Vaticano⁷⁷.

FIGURA 7 – Início da performance de *Papa don't preach* na turnê *Who's that girl* (1987)



FONTE: <http://www.youtube.com/watch?v=rg61aHb5A_M>. Acesso em: 10 dez. 2016.

Durante a maior parte do tempo, a câmera focaliza a cantora em plano fechado, de modo que a exibição do plano geral do palco é reservada apenas ao momento instrumental da música, quando um longo solo de guitarra ocorre. Madonna, então, senta numa cadeira, apoiando a cabeça no encosto, enquanto observa, melancólica, a profusão de imagens projetada no telão. Lá, vê-se vídeos sobre manifestações em prol do meio ambiente, o discurso do ativista Martin Luther King (1929-1968), a Guerra do Vietnã, os ex-presidentes americanos John F. Kennedy (1917-1963) e Richard Nixon (1913-1994), a chegada do homem à Lua, as primeiras minissaias, a marcha da Ku Klux Klan⁷⁸, o movimento pelos direitos civis nos EUA, a explosão da bomba atômica, entre outros. Ao final da exibição das imagens políticas, o refrão da música volta a ser cantado por Madonna, enquanto uma foto da Casa Branca, com o rosto do então presidente norte-americano Ronald Reagan no centro

⁷⁷ Disponível em: <<http://www.scudit.net/mdtv censura.htm>>. Acesso em: 7 jan. 2017.

⁷⁸ Organização racista fundada no século XIX, no sul dos Estados Unidos, por americanos inconformados com o fim da escravidão. Seus membros eram conhecidos por utilizarem capuzes brancos e cruzeiros em chapas, quando se reuniam para promover atos de violência racial.

(FIG. 8), toma a totalidade do palco. Assim como o papa, Reagan era reconhecidamente opositor do aborto.

FIGURA 8 – Projeção da imagem da Casa Branca e do presidente norte-americano Ronald Reagan no palco



FONTE: <http://www.youtube.com/watch?v=rg61aHb5A_M>. Acesso em: 10 dez. 2016.

Sem coreografia, a cantora canta o refrão da música, sozinha, como que num gesto de apelo para que sua decisão de não interromper a gravidez precoce seja respeitada. Mais do que isso, há na performance a reivindicação pela liberdade do corpo feminino, que, nesse contexto, encontra-se jovem, sexualmente ativo e apto a arcar com as consequências da sua não contraceção. O grande problema, na verdade, era de saúde. Na década de 1980, não apenas o risco de uma gestação indesejada assustava os jovens, mas também o da contaminação pelo vírus HIV, já que a epidemia tirava a vida de milhares de pessoas sem que houvesse muitas explicações a respeito. A quantidade de mortes duplicava a cada ano, chegando a aproximadamente 200 mil, entre 1981 e 1989, apenas nos EUA⁷⁹. Ao final da performance, algumas imagens de crianças são projetadas até serem sobrepostas pela mensagem onde se lê *SAFE SEX* (sexo seguro) (FIG.9). Da mesma forma que as palavras foram interpretadas como alerta para a prevenção da AIDS, também soaram como uma provocação à Igreja, cuja doutrina, além de se opor aos métodos contraceptivos, condena o sexo fora do matrimônio.

⁷⁹ Thirty Years of HIV/AIDS: Snapshots of an Epidemic. Disponível em: <<http://www.amfar.org/thirty-years-of-hiv/aids-snapshots-of-an-epidemic>>. Acesso em: 7 jan. 2017.

FIGURA 9 - Projeção da mensagem “sexo seguro” após a performance de *Papa don't preach* (1987)



FONTE: <http://www.youtube.com/watch?v=rg61aHb5A_M>. Acesso em: 10 dez. 2016.

3.2 Envelhecimento feminino no pop

Se em *Papa don't preach* temos a encenação de um conflito vivenciado pela mulher jovem, numa primeira noção de política que circunscreve a autonomia do corpo, algumas décadas mais tarde é o debate contemporâneo sobre o envelhecimento feminino que surge na performance de Madonna. Na lógica das indústrias culturais, pode-se afirmar que a unidade de medida temporal reside também na materialidade do corpo, refletindo uma prática modernista que se explica, em grande parte, pelo triunfo do Iluminismo na Europa do século XIX. O pensamento desenvolvido na época revelou a noção de precariedade do tempo nos corpos e a necessidade de transformá-lo numa forma de mensurar todas as coisas. Como aponta José Gil (1997), o imperialismo do tempo foi, gradativamente, se estendendo a todas as atividades humanas e tornando-se um dos principais aferidores de valor no Ocidente: “tempo de prisão (valor da pena); tempo de trabalho (valor da troca); tempo de sobrevivência (valor da vida)”. (Ibidem, p. 115) Essa concepção temporal também atravessa a trajetória de várias mulheres na música pop, cujos atributos físicos constituem valor tão ou mais importante que as habilidades artísticas, demonstrando uma suscetibilidade difícil de contornar, ao longo dos anos.

Compreendendo o pop como um gênero que se propõe “universal”, mas que sinaliza endereçamentos específicos para o público adolescente, não é comum que uma artista feminina permaneça por quase quatro décadas em atividade ininterrupta, ocupando espaços originalmente destinados aos talentos mais jovens. Na contramão de seus contemporâneos,

afastados da indústria por razões de morte ou ostracismo, Madonna desafia a cultura juvenil, da qual é produto, a encarar o paradigma do envelhecimento e da permanência das mulheres em fase pós-menopausa no *mainstream*. A necessidade de suprir a demanda que se “renova”, sedenta por outras tendências, transforma o pop numa fonte inesgotável de produtos semelhantes embrulhados em diferentes embalagens – ou nem tão diferentes assim. Esse movimento ocorre a cada novo artista lançado pela indústria, já que muitos são produzidos com base em referências de outros que os precederam, reiterando a fórmula que rege o gênero. É o caso, por exemplo, das cantoras pop que surgiram após Madonna: não raramente tingem o cabelo de loiro, são bonitas, adotam visual *sexy*, dividem os mesmos produtores e compositores, apresentam shows com formatos similares etc. A própria Madonna é fruto de uma combinação de referências visuais e artísticas de cantores como Debbie Harry, Chrissie Hynde e David Bowie.

Ocasionalmente, porém, as fontes de inspiração dos artistas mais recentes encontram-se com a carreira em decadência, seja em razão da perda de relevância – provocada, muitas vezes, pelo avanço da idade – ou por já terem falecido. Assim, do ponto de vista do mercado, é mais viável criar e vender alguém jovem que acione a memória de uma estrela de sucesso no passado do que resgatar ou continuar investindo na referida estrela. No caso das mulheres, os elementos norteadores de suas trajetórias no pop tangenciam predominantemente questões de gênero, raça e idade. Escolhemos aqui nos deter aos aspectos ligados à faixa etária e ao sexo, embora tenhamos a convicção da dificuldade de dissociar as três coisas, especialmente quando se tratam de cantoras.

Apesar de haver na indústria a consciência de um público consumidor multigeracional de música pop, o mesmo não parece acontecer no universo das artistas femininas. O que observamos é que a maioria delas é jovem, independentemente do endereçamento de seus trabalhos ou da idade de seus fãs. A britânica Adele é um exemplo. Com estilo de diva clássica, reproduzindo traços visuais e potência vocal de uma *prima donna*⁸⁰ do pop, a cantora conseguiu conquistar uma plateia plural, inclusive uma parcela significativa de público acima dos 40 anos. Adele, contudo, tem 28. A imagem madura da artista virtuosa, sempre vestida com roupas compostas e escuras, parece camuflar sua juventude, o que pode ter contribuído para ampliar, assim, o raio de abrangência etário de seus fãs. Trata-se, portanto, de uma moça de 28 anos, considerada pela crítica um dos ícones da música romântica pop atual, compositora de letras sensíveis às angústias da maturidade e

⁸⁰ Termo italiano utilizado para designar a cantora principal de uma ópera.

produzida pelos nomes mais importantes da indústria fonográfica, incumbidos não apenas de alçar as canções da artista ao topo das paradas, mas de gerenciar sua imagem no mercado.

No atual cenário, não há outra cantora mais velha, e que se dedique ao mesmo estilo musical, ocupando o espaço midiático de Adele. De acordo com o site da revista Billboard⁸¹, a britânica é a artista que mais vendeu discos nos últimos anos, consolidando-se como um fenômeno de magnitude única na indústria. Ao contrário de suas contemporâneas no pop, Adele foge relativamente aos padrões de beleza vigentes, mas compensa o público com outras características: carisma, técnica, capacidade de cruzar formatos e a incorporação da persona da diva clássica.

Ser uma *diva* é uma das posições mais invejadas para as mulheres na indústria da música, pois é quando o talento vocal e musical fica em primeiro plano e tudo o mais em segundo. [...] Ser uma *diva* tem a ver com o que a artista pode fazer vocalmente e o que ela pode comandar graças a essa sua proeza. Uma das poucas desvantagens de ser considerada uma *diva* é que as vozes de muitas mulheres mudam, conforme envelhecem, ameaçando a longevidade de sua habilidade.⁸² (LIEB, 2013, p. 113, tradução nossa)

O caso de Adele leva a pensar que talvez a passagem do tempo para as mulheres no *mainstream* só parece conseguir um lastro de consenso quando é devidamente regulada, pois, ao fugir do controle, e é inevitável fugir, o envelhecimento passa a ser visto como demérito e decadência. Não à toa, poucas são as cantoras que se sujeitam ao ocaso público de suas imagens. Em decorrência das pressões mercadológicas relacionadas ao culto juvenil na indústria, apenas duas alternativas se apresentam às veteranas: sair de cena, como Tina Turner e Cher, ou seguir com a carreira sem tanto prestígio midiático, como é o caso de Cyndi Lauper, Paula Abdul ou Janet Jackson. A equação do *ageism*⁸³, então, começar a tomar forma. Como explica McDonald (2013, p. 33), artistas mais velhas, ainda que talentosas e detentoras de grandes números de vendas no passado, não geram tanta receita quanto as mais jovens, cujos contratos milionários envolvendo grifes, licenciamentos e empresas de outros segmentos que não a música garantem a capitalização de seus nomes por mais tempo.

⁸¹ Adele's '25' Rules as Nielsen Music's Top Album of 2015 in U.S. Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/columns/chart-beat/6835248/adele-25-top-album-of-2015-in-us>> Acesso em: 9 fev. 2016.

⁸² Being a *diva* is one of the most enviable positions for women in the music industry in that one's voice and musical talent is foregrounded, and everything else is backgrounded. [...] Being a *diva* is about what an artist can do vocally and what she can command as a result of this prowess. One of the only drawbacks to being considered a *diva* is that many women's voices change as they age, thus threatening their longevity in this capacity.

⁸³ Termo da língua inglesa utilizado para definir a discriminação dos indivíduos pela idade.

3.3 Ciclo de uma popstar

Antes de uma reflexão sobre o processo de envelhecimento das artistas femininas na música pop, faz-se necessário remontar à dinâmica do ciclo perpetuado pelo *star system* da indústria fonográfica, no sentido de entender como ela mesma prepara a obsolescência de suas próprias criações. “Celebidades são propriedade pública – e todos pensam que possuem um pedaço”. (LIEB, 2013, p. 87, tradução nossa)⁸⁴ A constatação de Lieb pode ser lida como ponto de partida para a compreensão dos papéis que essas estrelas – ou “objetos culturais”, como define a autora – desempenham na cultura midiática. Ela aponta alguns dos principais atributos que as cantoras precisam reunir para entrarem, não exatamente com garantia de êxito, no *mainstream*: beleza excepcional, vontade de se expor ao máximo, disposição para ceder a pressões na carreira de forma diferente dos artistas masculinos e habilidade para usar o poder da narrativa pessoal para construir, manter e prolongar seu ciclo de vida profissional. Além de todos esses critérios, há um último que se sobressai: “elas devem alavancar seu produto principal ou ativo – seus corpos e a disponibilidade sexual deles – em tantas outras arenas de entretenimento (televisão, cinema, moda, literatura) quanto possível para maximizar o sucesso a curto prazo”. (LIEB, 2013, p. 88, tradução nossa)⁸⁵ Na lógica das indústrias culturais, o corpo torna-se o capital determinante para a longevidade de muitas cantoras.

Cada fase da carreira feminina na música pop, segundo Lieb, é pontuada por categorias que, ao longo dos anos, perdem-se pelo caminho junto com a relevância de cada uma, em função do avanço da idade. Há um certo padrão a ser obedecido na indústria, em busca da popularidade, que sofreu poucas modificações desde que foi criado, ainda na época da Motown. Lieb categorizou cada etapa, sublinhando que, logo no início, o modelo de “boa moça” (*good girl*) é o mais aplicado, inclusive por causa da pouca idade em que normalmente se dá a entrada no pop – na infância ou adolescência, em grande parte das vezes. A fase seguinte é a da “mulher sedutora” (*temptress*), na qual o corpo e a sensualidade da artista são rentabilizados ao máximo, já que muitas não terão a chance de seguir adiante para o próximo estágio. As que conseguem, porém, precisam escolher entre seis caminhos possíveis, de acordo com Lieb (2013, p. 89): rebelar-se contra sua imagem e estilo iniciais, mudando o foco (*change of focus*), como Miley Cyrus; refinar o visual e a voz (*diva*), como Beyoncé; continuar apostando nos atributos físicos como seu maior trunfo, “prostituta” (*whore*), como

⁸⁴ Celebrities are public property – and everyone thinks they own a piece.

⁸⁵ They must leverage their core product or asset - their bodies and perceived sexual availability - into as many other entertainment arenas (e.g., television, film, fashion, publishing) as possible to maximize short-term success.

Jennifer Lopez; tentar vender-se como alguém incomum em virtude da etnia, das influências ou do comportamento, exótica (*exotic*), como M.I.A.; provocar o público com comportamento contra-hegemônico (*provocateur*), como Rihanna; ou partir para a autodestruição pública (*hot mess*), como Amy Winehouse.

A depender do destino escolhido, junto às pessoas que cuidam de sua carreira – gravadora, produtores, departamento de marketing, agentes –, a cantora pode deparar-se com outras três possibilidades de prolongar sua permanência no mercado. Evidentemente, a continuidade desse percurso está atrelada à receita gerada, já que, enquanto objetos culturais, elas constituem um investimento de alto risco, devendo retorno financeiro aos que empregaram dinheiro em sua promoção. As próximas etapas, então, podem ser descritas como de “autoexílio”, quando a artista chega de fato ao topo e não tem outra alternativa senão reinventar-se; “status protetor”, que ocorre por meio do casamento com alguém ligado à indústria; ou “ícone gay”, optando por viver de versões caricaturais de suas próprias personas.

As categorias delineadas por Lieb (2013) ilustram principalmente o trajeto das artistas pós-MTV, numa demonstração do peso que a imagem adquiriu com a inclusão dos videoclipes na estratégia de marketing das gravadoras. Com eles, as fases das cantoras foram mais bem demarcadas e melhor trabalhadas para os propósitos de cada uma. Além de símbolo da geração MTV, Madonna foi a primeira a percorrer quase todas as etapas do ciclo pop, autopromovendo-se e contornando os danos que eventualmente poderiam causar-lhe. A artista jogou com os rótulos de “boa moça” e “mulher sensual”, transitou pelas classes “provocadora”, “diva”, “prostituta” e “exótica”, até se tornar um “ícone gay”. Ao longo desse caminho, seu corpo foi o instrumento principal para a intersecção dos rótulos que uma carreira feminina na indústria fonográfica precisa acumular para garantir alguma longevidade.

As constantes transformações visuais da artista, acompanhadas de experimentações com outros gêneros musicais, proporcionaram a criação de *eras*, pautadas, via de regra, pelo lançamento dos álbuns. Cada *era* enseja uma estética específica, uma bandeira política, um visual completamente distinto dos anteriores e uma proposta musical sintonizada com o momento. No caso de Madonna, o disco torna-se elemento central para o conceito estético – e político – que conduz toda uma narrativa, composição imagética e estratégia de marketing durante aproximadamente um ano, tempo suficiente para lançamentos paralelos de turnês, participações em premiações musicais, videoclipes etc. Um exemplo é a “era *Music*”, lançada em 2000, cujo conceito trabalhou o country, estilo tradicional da região sul dos EUA, de maneira irônica, em meio à eleição de George W. Bush, então ex-governador do estado norte-americano do Texas, para a presidência do país. Vestida de *cowgirl*, aos 42 anos, Madonna

realizou videoclipes, performances em premiações e shows, apresentando ao público a sonoridade eletrônica do disco que pouco tinha a ver com estilo country, a não ser pelo visual. A canção *Music* (2000) também seria a última de Madonna, e de uma cantora com mais de 40 anos, a conseguir o número um no ranking da Billboard na década, hiato que só se encerrou em 2016, com a faixa *Cheap Thrills* (RCA, 2016), de Sia, que tinha 40 anos na ocasião⁸⁶.

O modelo baseado em *eras*, também seguido com poucas diferenças por outras cantoras pop, permitiu a reinvenção e, ao mesmo tempo, a renegociação permanente de Madonna com o mercado. Do ponto de vista estratégico, a habilidade de compreender e se moldar à demanda foi um trunfo para que a cantora mantivesse a relevância por mais de 30 anos. O fato de seu corpo e sua idade serem compatíveis entre si também contribuiu para esse processo, já que, quando essa sincronização “natural” começa a se perder, o tratamento da mídia e do público passa a assumir novas formas.

3.4 Envelhecimento como desafio

O corpo constitui um capital material, simbólico, econômico e social na música pop. Como postula Gil (1997, p. 79), “aquele que detém a potência dos corpos, no campo social, detém todo o poder”, o que se aplica, em certa medida, aos jovens corpos que também povoam a fauna do pop. O regime de signos que orienta o *mainstream* impõe códigos, afetividades e domesticações que atravessam de modo singular as cantoras do gênero, agindo sob regras distintas para homens e mulheres, que se apoiam na utopia de um corpo belo, jovem, fértil e à prova do tempo. Ser mulher, assumir a deterioração física e, ainda assim, continuar trabalhando nesse ambiente significa estabelecer um enfrentamento político cotidiano em relação aos valores fundantes da indústria. Na cultura ocidental capitalista, a decadência do corpo feminino tem sido atrelada à perda do valor social, à interdição da sexualidade e à incapacidade de produzir bens e riquezas. Essa ideia parece governar a paisagem midiática, tomando o corpo envelhecido como a imagem incômoda ou inapropriada ao permanente movimento de contemplação da juventude na cultura pop. Como aponta Le Breton (2011), a negação desse corpo faz revelar nos indivíduos o confronto com a certeza de fenecimento que apenas a morte oferece.

Sendo o pop um gênero relativamente novo, há de se considerar que também o envelhecimento dos artistas e fãs é um fenômeno recente. Para Grossberg (1987), os estudos

⁸⁶ A 40-year-old woman has a no. 1 hit for the first time in nearly 16 years. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.com/entry/a-40-year-old-woman-has-a-no-1-hit-for-the-first-time-in-nearly-16-years_us_579676d8e4b0d3568f842c47>. Acesso em: 10 dez. 2016.

sobre a música popular sempre estiveram mais atrelados à ideia de ruptura com o passado do que necessariamente à ideia de um *continuum* (conectando experiências passadas, presentes e futuras). Nesse sentido, o pop e o rock foram proclamados não apenas gêneros musicais, mas terrenos de reforço da identidade jovem, onde o “adulto” se tornou sinônimo de chato, corroborando as inúmeras associações negativas relacionadas à idade. Para as mulheres, o agravante recai sobre os atributos físicos e a consequente perda de espaço gradativa que suas músicas e imagem sofrem, especialmente, após os 30 anos de idade.

A cantora Beyoncé é um exemplo de artista que percorreu a etapa da “boa moça”, de origem gospel, avançou para a categoria “diva”, sofisticando-se musicalmente, atingiu o “status protetor”, ao casar-se com o rapper e proprietário da gravadora Roc Nation⁸⁷ Jay-Z, tornou-se a cantora negra mais premiada da história, mas sua música já não alcança o mesmo patamar de anos atrás. Em 2016, a cantora, então com 34 anos, lançou o álbum conceitual *Lemonade* (Parkwood, 2016), elogiado pela crítica especializada, mas comercialmente pouco eficaz. Apenas a canção *Sorry* entrou no ranking anual Hot 100 da Billboard⁸⁸, em 71º lugar (TABELA 1).

Tabela 1 - Beyoncé – HOT 100 Billboard (2006-2016)

2006	<i>Check on it</i> (10°), <i>Déja vu</i> (75°)
2007	<i>Irreplaceable</i> (1°), <i>Beautiful liar</i> (62°)
2009	<i>Single ladies</i> (8°), <i>Halo</i> (24°), <i>If I were a boy</i> (48°), <i>Sweet dreams</i> (66°), <i>Diva</i> (82°)
2011	<i>Best thing I never had</i> (86°)
2014	<i>Drunk in love</i> (35°), <i>Partition</i> (95°)
2015	<i>7/11</i> (61°)
2016	<i>Sorry</i> (71°)

Fonte: Billboard.com

Com o disco anterior, *Beyoncé* (Parkwood/Columbia, 2014), duas faixas entraram na parada, *Drunk in love*, em 35°, e *Partition*, em 95°, em 2014. E *7/11*, em 61°, em 2015. Em comparação com os álbuns *I am... Sasha Fierce* (Columbia, 2008) e *B'day* (Sony, 2006), o desempenho da cantora nas paradas tem decrescido significativamente após o lançamento do *4* (2011), coincidindo com a sua entrada na casa dos 30 anos. Em 2011, apenas *Best thing I never had* entrou, em 86°. Entre 2006 e 2007, quatro músicas ocuparam as paradas, entre elas

⁸⁷ Gravadora fundada em 2008, pelo rapper Jay-Z, em parceria com empresa Live Nation. Entre os contratados, estão Lana Del Rey, Rihanna, Shakira, Calvin Harris e Lil Wayne.

⁸⁸ Ranking publicado pela revista Billboard, levando em conta o cálculo de vendas, execuções em rádio e audições em serviços de streaming.

Irreplaceable, que chegou ao primeiro lugar no ano de 2007. Enquanto em 2009, cinco canções conseguiram posições na lista: *Single ladies* (8º), *Halo* (24º), *If I were a boy* (48º), *Sweet dreams* (66º) e *Diva* (82º).

De acordo com os índices oficiais da Billboard disponíveis, entre 2006 e 2016, é possível notar que, excluindo-se os anos 2008, 2010, 2012 e 2013, em que não possuía trabalhos inéditos ou aptos à aferição do ranking, Beyoncé não conseguiu emplacar nenhuma canção entre os 10 primeiros lugares, como ocorria até 2009. Outro caso emblemático é o da cantora Britney Spears, nascida em 1981, assim como Beyoncé, e uma das artistas mais comerciais de sua geração. Iniciou a carreira ainda criança, num programa televisivo da Disney, e trilhou o caminho de “boa moça”, passando por “mulher sensual”, até chegar a “auto-destruição”. Após um período tumultuado de quatro anos sem lançar álbuns de estúdio, em que precisou se afastar para cuidar da saúde, Spears retomou a carreira em 2007, com o disco *Blackout* (Jive, 2007) e voltou às paradas musicais, onde permaneceria até 2013, emplacando praticamente tudo o que lançou no período (TABELA 2), ou seja, os *singles* do discos *Circus* (Jive, 2008) e *Femme fatale* (Jive, 2011).

Tabela 2 – Britney Spears – HOT 100 Billboard (2008-2013)

2008	<i>Womanizer</i> (83º)
2009	<i>Circus</i> (27º), <i>Womanizer</i> (39º), <i>If U Seek Amy</i> (74º), 3 (87º)
2010	3 (69º)
2011	<i>Till the world ends</i> (27º), <i>I wanna go</i> (46º), <i>Hold it against me</i> (60º)
2013	<i>Scream & shout</i> (23º)

Fonte: Billboard.com

A partir de 2014, quando os *singles* do álbum *Britney Jean* (RCA, 2013) encontravam-se aptos a serem aferidos, o nome da cantora, então com 32 anos, já não podia ser encontrado nas listas da Billboard. Em 2013, ela também dá início a uma residência num hotel cassino de Las Vegas, com duração prevista para até 2019, contribuindo para a pouca divulgação do trabalho no resto do país. O disco seguinte, *Glory* (RCA, 2016), enfrentou obstáculos semelhantes, com o agravante de Britney já ser considerada uma cantora em ostracismo, em função do tempo que tem se apresentado em Vegas, destino que se consolidou como cemitério de carreiras pop, ao longo das últimas décadas. Artistas como Celine Dion, Elton John, Cher e Olivia Newton-John são contratados regularmente para longas temporadas, de dois a três dias por semana, nos hotéis-cassino do local.

Mais um exemplo de curva decrescente nas paradas é a cantora Mariah Carey, também contratada para residência em Las Vegas, em 2015. Nascida em 1970, Carey é a artista solo com a maior quantidade de *singles*, 17 no total, a atingir o primeiro lugar na parada da Billboard⁸⁹. Foi a “boa moça”, seguiu pela alcunha de “diva”, consolidou o “status protetor” ao casar-se com o presidente da gravadora Sony Music, Tommy Mottola, até separar do executivo e reinventar a carreira. Apesar de ser considerada pela indústria uma artista de alto nível e comercialmente muito rentável, as estratégias dispensadas ao trabalho de Mariah Carey, após os 30 anos de idade, foram pouco a pouco modificando-se, como prova seu histórico nos rankings, a partir de 2006 (TABELA 3). Entre 2014 e 2016, lançou um disco de inéditas e uma compilação, mas nenhum deles atingiu estatísticas de vendas e execução em rádio ou *streaming* suficientes para integrar a lista da Billboard.

Tabela 3 – Mariah Carey – HOT 100 Billboard (2006-2013)

2006	<i>Don't forget about us</i> (50°)
2008	<i>Touch my body</i> (22°)
2009	<i>Obsessed</i> (41°)
2013	<i>#Beautiful</i> (81°)

Fonte: Billboard.com

Observando a performance de Madonna no Hot 100 Billboard, é possível encontrar apenas dois registros da cantora na parada, nos últimos 10 anos: *Hung up* (2005), em 91° no ranking de 2006, e *4 minutes*, em 23°, em 2008, fruto de uma parceria com o cantor Justin Timberlake, dono de sete faixas na parada do ano anterior⁹⁰. Desde a última aparição da artista na lista, aos 50 anos, outros quatro álbuns foram lançados – dois de estúdio e dois ao vivo – mas nenhum deles obteve números necessários para o ranking. O que se constata é que mesmo com o embargo etário do mercado, nenhuma das cantoras aqui mencionadas saiu de cena ou deixou de produzir material novo, contrariando o destino de algumas de suas predecessoras, como Cher ou Tina Turner. Madonna, Beyoncé, Britney Spears e Mariah Carey são os maiores nomes da geração pós-MTV em atividade, não apenas em matéria de vendas, mas de circulação de imagem, e as primeiras desta época a envelhecer publicamente, criando um precedente inédito e com o qual a indústria parece não saber lidar.

⁸⁹ Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/309388/mariah-carey/chart>>. Acesso em: 25 jan. 2017.

⁹⁰ Disponível em: <<http://www.billboard.com/charts/year-end/2007/hot-100-songs>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

Do ponto de vista feminista, em particular, os novos debates sobre o envelhecimento são cruciais, já que a crescente longevidade das carreiras de certas artistas femininas requer novas considerações sobre as noções de atratividade heterossexual jovem que dominam não apenas sua própria recepção, mas também as formas que as mulheres, de modo geral, são conceituadas na música pop.⁹¹ (GARDNER; JENNINGS, 2012, p. 205, tradução nossa)

3.5 Renegociando espaços

Um dos subterfúgios mais comuns para prolongar a longevidade da carreira tanto de artistas homens como de mulheres, é a colaboração com outros nomes mais jovens de expressivo sucesso comercial. A parceria, via de regra, traz benefícios para ambos, como foi o caso de Tony Bennett e Lady Gaga, em 2014⁹². Enquanto a cantora trabalhava para legitimar seu talento ao lado de uma das vozes mais respeitáveis do jazz, Bennett, por sua vez, conseguiu uma renovação de público ao se filiar à cantora pop. Avesa a duetos durante toda a carreira, Madonna, porém, se antecipou à prática de Tony Bennett, numa deliberada tentativa de manter a relevância entre os jovens, e desde 2003 tem procurado se unir a artistas pop em ascensão. Ao longo dos últimos anos, já registrou parcerias com Britney Spears, Justin Timberlake, Pharrell Williams, Nicki Minaj, Miley Cyrus, Taylor Swift e Kanye West.

Outra tática é a escolha de produtores e DJs requisitados no momento. Para encontrar sintonia com a sonoridade em voga, é recorrente convocar nomes que estejam envolvidos com as músicas e artistas mais bem posicionados no ranking da Billboard. Entre 2008 e 2015, seus álbuns já tiveram Timbaland, Justin Timberlake, Danja, Martin Solveig, Diplo e Avicii, entre os principais produtores. Todos com passagens pelo top 10 da Billboard, seja cantando ou assinando a produção de artistas mais jovens. A estratégia de se unir a nomes proeminentes da indústria, porém, é anterior a Madonna. Em 2002, Whitney Houston uniu-se à rapper Missy Elliott e ao produtor de R&B Babyface para tentar um reposicionamento no mercado, com o disco *Just Whitney...* (Arista, 2002). A parceria funcionou e recolocou a cantora no Hot 100, em 96º, após anos. Cyndi Lauper, em 2008, também recorreu ao produtor sueco Max Martin, nome por trás de sucessos de Britney Spears, Adele e Taylor Swift, para alavancar o álbum *Bring Ya to the Brink* (Epic, 2008).

Madonna, que até meados dos anos 2000 costumava descobrir e lançar nomes desconhecidos do grande público na produção de suas músicas, parece ter mudado a direção

⁹¹ From a feminist perspective, in particular, these new debates on ageing are crucial as the increasing career longevity of certain female artists and musicians demands new considerations of the ways that notions of youthful heterossexual attractiveness dominate not only their own reception, but also the ways that women in general within popular music are conceptualized.

⁹² Os cantores gravaram um álbum, *Cheek to cheek* (Streamline, 2014), e saíram em turnê juntos, em 2015.

de seu método de trabalho. Ao invés de garimpar produtores e novas texturas sônicas, marcas da sua obra no passado, a cantora tem optado por recorrer diretamente à principal fonte do mercado: os rankings das mais tocadas/vendidas. A impressão é de que, neste ponto da carreira, sem a chancela dos artistas e produtores mais jovens, o futuro de Madonna estaria inviabilizado no *mainstream*. Há, assim, um lugar de negociação intensa com a fidelidade dos fãs mais antigos, que nem sempre consomem ou têm interesse pelos atuais colaboradores da cantora; com os padrões que norteiam sua carreira; com os valores estéticos que perpassam sua obra; com a renovação de seu público e com os novos modelos de negócio praticados pela indústria fonográfica.

Pensar a trajetória e a presença da artista mais velha no *mainstream* faz com que se perceba que, apesar das imposições de padrões econômicos ou de comportamento, toda cultura fornece espaços e fissuras onde é possível desenvolver a criatividade e a expressão, tensionando as limitações mercadológicas. E é justamente nesse lugar onde emergem as contradições e as linhas de fuga capazes de operar novas práticas enunciativas na performance dessas mulheres, permitindo o rearranjo da paisagem sensível no pop. O envelhecimento da “diva pop”, hoje, constitui uma performance em si, na medida em que aciona uma espetatorialidade não só ligada à “memória arquivada” (TAYLOR, 2013) de imagens, gestos e músicas, mas a um corpo que aglutina esse conjunto de elementos com as questões que ele próprio carrega atualmente.

O envelhecimento das *performers* femininas é entendido como um processo particularmente traumático. Interpretada representativamente dentro de discursos dominantes de jovem atratividade heterossexual feminina, a performance de mulheres mais velhas evoca um *ageism* sexista, que se concentra na aparência (corpo físico, estilo e adequação da idade) e que pode provocar respostas veementes de desgosto, medo e ódio em relação até mesmo a um corpo feminino com envelhecimento bem gerido, se considerarem que as normas culturais de feminilidade foram transgredidas.⁹³ (JENNINGS, 2015, p. 97, tradução nossa)

Desafiar as barreiras etárias, portanto, tem sido uma das incumbências artísticas de Madonna na música pop. Não por acaso, o custo desse engajamento é endereçado em forma do que talvez possa ser interpretado como *bullying*⁹⁴, seja na imprensa especializada ou entre

⁹³ The ageing of female performers is understood as a particularly traumatic process. Interpreted representationally within dominant discourses of idealized youthful heterosexual feminine attractiveness, older female performance evokes a sexist inflected ageism, one that concentrates on appearance (physical body, style and age-appropriateness) and that can provoke vehement responses of disgust, fear and hatred towards even a well-managed ageing female body if cultural norms of femininity are considered to have been transgressed.

⁹⁴ Termo derivado do inglês *bully* (brigão), usado para classificar palavras ou gestos de humilhação, ridicularização e violência (física ou simbólica) dos indivíduos, baseados principalmente em características físicas da vítima.

o público, nas redes sociais. Em 2015, dois acidentes ocorridos no palco, na mesma época, com Madonna e Dave Grohl, vocalista da banda de rock Foo Fighters, expuseram as diferenças de tratamento entre homens e mulheres na cultura midiática.

A primeira foi vítima de uma queda durante uma performance na cerimônia do Brit Awards⁹⁵, enquanto Grohl quebrou a perna durante um show na Suécia. Mesmo assim, ambos deram continuidade às respectivas apresentações. Madonna, dançando e cantando; Grohl, cantando e tocando. O líder do Foo Fighters chegou a se retirar do palco para engessar a perna, retornando em seguida para finalizar o show. Ao comparar parte da cobertura midiática sobre os dois casos, as manchetes exaltando a destreza do roqueiro como *guitar hero* (herói da guitarra), que tocou e cantou apesar do que sofreu, foram recorrentes, fato que não se repetiu com o acidente de Madonna. No portal da emissora norte-americana CNN, a notícia do que aconteceu à cantora foi acompanhada da repercussão de comentários jocosos no Twitter⁹⁶, sobre a capa puxada por duas bailarinas que provocou a queda da artista (FIG. 10), num tom diferente do tratamento sóbrio dispensado à notícia de Grohl⁹⁷, destacando o fato de ele ter terminado o show, logo no título (FIG. 11).

FIGURA 10 – Manchete sobre o acidente de Madonna na CNN



FONTE: < <http://edition.cnn.com/2015/02/25/entertainment/madonna-fall-brit-awards>>. Acesso em: 28 jan.2017.

⁹⁵ Premiação anual da indústria fonográfica britânica.

⁹⁶ Madonna cai no Brit Awards, Twitter faz brincadeiras (tradução nossa). Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2015/02/25/entertainment/madonna-fall-brit-awards/>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

⁹⁷ Dave Grohl, do Foo Fighters, quebra a perna, mas termina show (tradução nossa). Disponível em: <<http://edition.cnn.com/2015/06/12/entertainment/foo-fighters-dave-grohl-broken-leg-sweden/index.html>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

FIGURA 11 – Manchete sobre o acidente de Dave Grohl na CNN



FONTE: <<http://edition.cnn.com/2015/06/12/entertainment/foo-fighters-dave-grohl-broken-leg-sweden/index.html>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

Em outro artigo, publicado pela versão online do jornal inglês Daily Mail, o colunista Piers Morgan escreve que o acidente sofrido por Madonna foi um sinal de que ela “está velha demais para pinotear como uma prostituta”⁹⁸ (FIG. 12). Ao longo do texto, o autor chega a recomendar que a artista “aposente as meias-arrastão e comece a agir de acordo com sua idade”, referindo-se inclusive à vida íntima da cantora, por namorar rapazes mais jovens.

FIGURA 12 – Artigo sobre o acidente de Madonna no Mail Online



FONTE: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2970792/PIERS-MORGAN-Falling-stage-Madonna-God-s-way-telling-old-cavort-like-hooker.html>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

⁹⁸ PIERS MORGAN: A queda do palco, Madonna, é o jeito de Deus avisar que você está velha demais para pinotear como uma prostituta (tradução nossa). Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2970792/PIERS-MORGAN-Falling-stage-Madonna-God-s-way-telling-old-cavort-like-hooker.html>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

Na matéria sobre o acidente de Grohl (FIG. 13), assim como acontece com a manchete da CNN, há destaque ao fato do cantor ter concluído o show, usando um trocadilho com a canção *The show must go on* (O show precisa continuar), da banda inglesa Queen⁹⁹. O título do texto diz “O show realmente PRECISA continuar: Dave Grohl do Foo Fighters quebra a perna depois de cair do palco na Suécia... mas continua cantando” (tradução nossa). Fotos de fãs chorando, preocupados com o estado do cantor, acompanham a matéria, que apenas narra o acidente, mas tem o cuidado de incluir a radiografia da perna quebrada e uma explicação do que se passou. Em momento algum, contudo, a idade do artista – 47 anos – é mencionada.

FIGURA 13 – Artigo sobre o acidente de Dave Grohl no Mail Online

The screenshot shows the Daily Mail Online website. At the top, there's a navigation bar with 'MailOnline' and 'howbiz' logos. Below that, a red navigation bar lists various categories like Home, News, U.S., Sport, TV&Showbiz, etc. The main headline reads: "The show really MUST go on: Foo Fighters' Dave Grohl breaks a leg after falling off stage in Sweden... but he keeps on singing". Below the headline, it says "By DAILYMAIL.COM REPORTER" and "PUBLISHED: 22:16 GMT, 12 June 2015 | UPDATED: 15:13 GMT, 13 June 2015". There are social media sharing buttons for Facebook, Twitter, Pinterest, and Google+. A small box on the right says "DON'T MISS" with a link to "Elizabeth Hurley, 51, flaunts her phenomenal physique in a cobalt blue bikini before slipping into a slinky gold two-piece during Indian getaway with son Dumilan".

FONTE: <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-3122141/The-night-Dave-Grohl-really-DID-break-leg-Foo-Fighter-s-rocker-injured-falling-stage-Sweden-keeps-singing.html>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

No Brasil, o portal da revista Veja também seguiu os moldes na CNN e pautou-se pelos *memes*¹⁰⁰ e comentários que circularam no Twitter, após o tombo de Madonna no Brit Awards¹⁰¹ (FIG. 14). Com relação a Grohl, o título ressaltou a volta ao palco após o acidente, ao passo que o texto iniciou elogiando-o: “Dave Ghrol é mesmo o cara mais legal do rock. O vocalista do Foo Fighters fez o impensável nesta sexta-feira, para delírio dos fãs que acompanhavam um show da banda em Gotemburgo, na Suécia”¹⁰².

⁹⁹ Disponível em: <<http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-3122141/The-night-Dave-Grohl-really-DID-break-leg-Foo-Fighter-s-rocker-injured-falling-stage-Sweden-keeps-singing.html>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

¹⁰⁰ Termo utilizado para designar fotos ou vídeos virais, geralmente com algum elemento de humor, que circulam pelas redes sociais.

¹⁰¹ Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/queda-de-madonna-e-campea-de-piadas-da-internet/>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

¹⁰² Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/dave-grohl-quebra-a-perna-enfaixa-e-volta-ao-palco/>>. Acesso em: 28 jan. 2017.

FIGURA 14 – Manchetes no portal da revista Veja



FONTE: Veja.abril.com.br. Acesso em: 28 jan. 2017.

O que aconteceu a Madonna no palco do Brit Awards expôs a intolerância de uma parcela da mídia, no que diz respeito ao corpo feminino pós-menopausa que não se comporta da maneira “convencional”. É como se o acidente fosse uma punição coerente em função de a cantora haver violado a ordem natural das mulheres no pop: envelhecer com um corpo atlético, sem abrir mão da sexualidade, da música e dos movimentos de dança. O que poderia ser encarado como prestígio ou normalidade, por ser escalada para o número musical de encerramento da premiação, acabou também como uma maneira de o público lidar com um certo incômodo envolvido no fato de uma cantora da sua idade realizar uma performance, com todas as implicações físicas e estruturais que isso significa, nos mesmos moldes do que tem feito há mais de três décadas. Era uma *performer*, de 57 anos, como atração principal de um evento que premia majoritariamente artistas com pelo menos um terço da sua idade.

Segundo O’Brien (2012, p. 248, tradução nossa), “as estratégias performáticas de Madonna são pensadas para manter sua imagem jovial, contudo, longe de parecer uma negação do envelhecimento, elas reivindicam uma celebração da sexualidade pós-menopausa”¹⁰³. É como se o corpo envelhecido da cantora – ainda que esteticamente conservado – experimentasse algo como um devir grotesco. Mesmo magro, bem definido e adequado ao padrão de beleza hegemônico, é capaz de provocar sentimentos de desgosto,

¹⁰³ Madonna’s performance strategies here were geared to disguising herself as younger and, far from being a negation of the ageing process, she argues that it was a claim for post-menopausal sexuality and its celebration.

medo e ódio, como pontua Jennings (2015, p. 80). A cada rechaço à decadência física do outro, especialmente do outro cuja imagem circula abundantemente na cultura midiática, o indivíduo se confronta com a certeza de sua própria ruína corporal.

A opção de seguir em atividade confere a Madonna outras pressões e cobranças, que, se ignoradas, podem desvelar as fragilidades de um maquinário proibido de falhar. Existe sob sua égide uma engrenagem que a torna refém do sistema que ela mesma tem alimentado, uma vez que a sua permanência no mercado significa também o endosso às balizas sexistas da indústria fonográfica. Nas palavras de O'Brien (2012), o envelhecimento de Madonna, ao contrário de muitos assuntos tabus que abordou ao longo da carreira, talvez seja um processo que ela não possa popularizar. Reconhecer, portanto, que o lugar da estrela feminina madura no pop está sempre relegado à margem seria a alternativa mais fácil para Madonna, segundo O'Brien (Ibidem). O que acontece é que, diante da potência discursiva que essa constatação enseja, a artista parece haver tomado para si a missão de reinventar a tal margem, ao modo que sempre levantou suas políticas: no interior do *mainstream*.

A postura de Madonna, diante do *ageism*, abre a possibilidade de uma futura redistribuição de lugares no âmbito do pop, a partir das provocações geracionais encarnadas em sua figura. Politicamente, a noção de engodo do envelhecimento é tensionada no universo da cantora, seja na performance ao vivo, nas letras de música ou mesmo nos vestígios biográficos que vêm a público. Não raramente, há contradições na sua forma de lidar com o assunto, como a recusa de se vincular a pessoas (artistas ou não), obras ou discursos que remetam ao passado ou à velhice. O empenho da artista para ligar seu nome a um estilo de vida jovem –em campanhas publicitárias de cosméticos, roupas e academia¹⁰⁴ – pode ser lido criticamente sob dois ângulos: a negação da idade ou a reafirmação dela, ou seja, a encenação de um outro estilo de vida possível pós-menopausa.

No que se refere ao repertório, todas as vezes em que o revisita, Madonna busca produzir novos significados em suas performances, sem permitir, com isso, que elas se limitem ao acionamento exclusivo da memória arquivada. Executar uma música antiga sem atualizar os arranjos, a sonoridade e o conceito cênico não faz parte da praxe da cantora. Manter a faixa original significaria talvez assumir a idade junto com ela. O caso da releitura de *Like a virgin*, em 2012, na turnê MDNA é um exemplo dessa dinâmica. Em lugar da ironia da paixão adolescente, a canção foi apresentada numa versão solo melancólica, executada em

¹⁰⁴ Atualmente, Madonna é proprietária da linha de roupas Material Girl, em parceria com a rede de lojas norte-americana Macy's; da linha de cosméticos de luxo MDNA Skin; e da rede mundial de academias de ginástica Hard Candy, para a qual produz vídeos promocionais de seus próprios treinos físicos.

valsa para piano e violino, simulando um salão vazio de cabaré. Vestida em calça preta, sutiã transparente e com os cabelos presos, Madonna canta no chão, quase chorando, a redescoberta do suposto amor que a faria se sentir “radiante e nova” outra vez.

A cada show, uma frase aparecia escrita em suas costas, como uma tatuagem, tendo sido a mais comum a que se lia “*no fear*” (sem medo). No decorrer da performance, a exibição do corpo atlético da artista contrasta com o sofrimento incutido na solidão que a interpretação sugere, apenas interrompida quando um bailarino mais jovem se aproxima, segurando um corpete que ele encaixa delicadamente na cintura da cantora. Ao vestir a peça, o semblante triste de Madonna passa a esboçar um sorriso discreto, à medida que o rapaz lhe abraça, acaricia e retira os grampos de seu cabelo, para logo em seguida apertar com toda a força o corpete (FIG. 15).

FIGURA 15 – Performance de *Like a virgin* na turnê MDNA (2012)



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=vRyLwnKy9IE>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

A performance de *Like a virgin* na turnê MDNA, 28 anos depois do lançamento original, já não era mais sobre uma música adolescente, nem sobre os arroubos do sexo na juventude, mas sim sobre o relato melancólico de uma mulher madura, com o corpo seminu à mostra, submetida a pressões de toda sorte. A cada aperto que o bailarino empregava, ao puxar o cordão do corpete, a dor transparecia em forma de sorriso e gemidos, em Madonna, como se todo prazer, àquela altura da vida, atravessasse inevitavelmente a sofrimento físico. Essa encenação talvez seja a metáfora mais próxima da maneira como a artista lida com a deterioração pública de seu corpo no ambiente midiático: sensual, dolorosa, iminente solitária, porém resistente, por mais pressionada que seja. As palavras “sem medo”, inscritas

nas suas costas, retiram parte do peso que o desalento provocado pelo avanço da idade possa provocar naquele corpo que ainda possui beleza e libido, apesar das tentativas de apagamento.

O lugar de fala de Madonna consegue dar ressonância aos desequilíbrios de força e poder da sociedade atual, refletindo de modo estetizado algumas das contingências de seu tempo, em relação ao feminino. “É por isso que a cultura é importante, porque é uma chave fundamental para dimensionar as transformações ou construções em curso da realidade”¹⁰⁵. (GROSSBERG, 2010, p. 24, tradução nossa) Pela lente da música pop, a cantora reverbera angústias da vida comum, politizando a forma de encará-las, no palco, ao passo que também estabelece renegociações em torno de sua própria existência naquele espaço.

¹⁰⁵ That is why culture matters, because it is a key dimension of the ongoing transformation or construction of reality.

4 FEMININO NEGOCIA COM A RELIGIÃO E O *CAMP*

Partindo do princípio de que os símbolos católicos são depósitos de informação *per se* (TURNER, 2008, p. 195), cabe pensarmos aqui como eles são apropriados na performance de Madonna de forma a suscitar leituras políticas de suas interpretações. Diante da extensa e popular iconografia criada pela Igreja Católica, o que Olalquiaga (1998) chama de “experiência vicária” parece encontrar terreno fértil na cultura midiática e suas representações. O conceito de vicariedade defendido pela autora apresenta-se útil porque se apoia nas novas configurações espaço-temporais geradas pelos meios de comunicação de massa, onde o senso de continuidade é substituído pelo de instantaneidade, transformando a vivência e a percepção das coisas. “A experiência está disponível sobretudo através de signos: as coisas não são vividas diretamente e sim por um intermediário, no consumo de imagens e objetos que substituem aquilo que representam”. (OLALQUIAGA, 1998, p. 71) A imagética da Igreja, portanto, coaduna-se com a vicariedade, segundo Olalquiaga, pois tenta materializar, através do repertório de ícones – santos, anjos, manto sagrado, hóstia etc. –, uma das maiores abstrações religiosas: a transcendência dos atributos espirituais.

Devido à natureza espiritual da fé religiosa, a iconolatria (a adoração de imagens ou ícones) muitas vezes é vista como sacrílega, como a vulgarização de uma experiência que deveria permanecer fundamentalmente imaterial e ascética. Nesse sentido, não só a iconografia católica como toda a teologia cristã já foi acusada de falta de substância, e, portanto, de ser irremediavelmente *kitsch*. (OLALQUIAGA, 1998, p. 72)

De origem alemã, o termo *kitsch* tem sido usado, algumas vezes de maneira reducionista, para designar objetos considerados esteticamente cafonas ou de mau gosto. No entanto, a depender da forma que se apresenta, se comenta e se reproduz, um objeto ou uma obra de arte pode ter sua apreciação relativizada e reconfigurada continuamente. (HENNION, 2011, p. 258) O que significa dizer que o “mau gosto” é uma classificação elástica e subordinada a dispositivos como espaço, tempo, circunstâncias, etc. Sendo assim, as definições que Sêga (2010) oferece para o *kitsch* parecem mais apropriadas do que a ideia um tanto pejorativa que permeia o senso comum. Para ela, pode ser categorizado como *kitsch* um objeto que se enquadre em pelo menos algum dos seguintes critérios:

1) imitação (de uma obra de arte ou de um outro objeto); 2) exagero na linguagem visual ou na linguagem verbal); 3) ocupação do espaço errado (um carrinho de pedreiro usado como jardineira em um canteiro de jardim); 4) perda da função original (uma garrafa de vinho usada como castiçal). (SÊGA, 2010, p. 55)

Por ser impregnada de encenações características da estética *kitsch*, a gramática da iconografia católica abre caminho para a ascensão da vicariedade, bem como para a apropriação pela cultura pop. Artistas e suas obras atuam como mediadores dessa vivência, num processo que se intensifica ainda mais graças à modernização dos suportes de mídia – computadores, smartphones, tablets – e ao fluxo cada vez maior de informações que neles circulam. No caso de Madonna, o uso da simbologia sacra consegue servir à sua proposta de ressignificar os ícones e colocá-los a serviço das mensagens de “profanação”, em virtude da potência discursiva das figuras, da liturgia, das indumentárias e dos rituais católicos, principalmente, entre o público *queer*. Esse conjunto de referências, inclusive, sempre dialogou com o imaginário gay, no âmbito religioso, como revela Davies (1990), ao lembrar que desde o século 19 a Igreja Católica romana mostrou-se mais tolerante à homossexualidade do que o protestantismo. Ao invés de condenar ao pecado, a Igreja acreditava na possibilidade de controlar e disciplinar os homossexuais por meio do celibato e da vida monástica. A domesticação do corpo e do desejo, então, pode ter encontrado na iconografia católica uma válvula de escape para a expressão de uma sexualidade reprimida.

Como David Hilliard escreve em seu estudo sobre Anglo-catolicismo e homossexualidade: ‘para muitos homens homossexuais, no final do século 19 e início do século 20, o Anglo-catolicismo forneceu uma série de instituições através das quais eles poderiam expressar seu senso de diferença numa forma oblíqua e simbólica’. Além do mais, o ritualismo católico ‘fornece uma maneira de fugir dos problemas relacionados a tensões sexuais e amor proibido através de um mundo de faz de conta de aparatos religiosos, títulos antigos, simbolismo exótico, e conversas intermináveis sobre vestes sacerdotais e velas, a sucessão apostólica e o triunfo da ‘verdadeira religião’. (DAVIES, 1990, p. 200, tradução nossa)¹⁰⁶

Se a Igreja por muitos anos empregou a simbologia católica no intento de contornar as tensões da libido homossexual, Madonna aproveitou a iconografia religiosa para focar numa estética *camp* ao mesmo tempo em que também trouxe o debate da mulher na religião. Através de suas performances, a cantora tem utilizado o repertório imagético católico de formas a repensar o papel da mulher no ambiente institucionalmente masculino da Igreja

¹⁰⁶ The Catholic church also offered, through its rituals and symbols, a vehicle for the homosexual to celebrate and sing his sexuality. As David Hilliard writes in his study of Anglo-Catholicism and homosexuality: 'For many homosexual men, in the late nineteenth and early twentieth centuries, Anglo-Catholicism provided a set of institutions through which the could express their sense of difference in an oblique and symbolic way. Moreover, Catholic ritualism 'provided a way of escape from the problems of sexual tensions and forbidden love into a make-believe world of religious pageantry, ancient titles and ranks, exotic symbolism, and endless chatter about copes and candles, the apostolic succession and the triumph of the 'true religion'.

Católica, onde as performatividades do feminino¹⁰⁷, como aponta Judith Butler (2015, p. 223), são tradicionalmente atreladas à ideia de engodo e pecado. Essa estratégia surge inicialmente nos videoclipes das canções *La isla bonita* (1987) e *Like a prayer* (1989) e se estende aos shows, como nas turnês *Blond ambition* (1990), quando transformou o palco num altar, *Confessions* (2006), cantando crucificada numa cruz de cristais, ou *Rebel heart* (2015), em que reencena a Santa Ceia.

Para além do traço *kitsch*, as releituras da iconografia sacra por Madonna desvelam também uma sensibilidade *camp* que se expande na representação do feminino em sua obra. Faz-se necessário, entretanto, sublinhar a principal diferença entre as noções estéticas de *kitsch* e *camp*, compreendendo que ambas surgem na performance da cantora, em diferentes momentos. No caso do *kitsch*, há uma incorporação de signos socialmente reconhecidos como “verdadeira arte” e a tentativa de legitimar-se através deles (MIGUEL, 2011, p. 188), aproximando-se de uma celebração passional que atribui relevância ao valor e ao conteúdo de seus objetos. A essência do *camp*, por outro lado, seria, nas palavras de Sontag (1987, p. 318), uma sensibilidade atrelada ao artifício e à estilização, capaz de transformar o sério em frívolo, privilegiando a forma sobre o conteúdo.

O *camp* vê tudo entre aspas. Não é uma lâmpada, mas uma “lâmpada”, não uma mulher, mas uma “mulher”. Perceber o *camp* em objetos e pessoas é entender que Ser é Representar um papel. É a maior extensão, em termos de sensibilidade, da metáfora da vida como teatro. (SONTAG, 1987, p. 321)

Ao longo dos anos, a estética *camp* tem permeado a sua obra, no sentido de contribuir para a construção de um feminino sacro e ambíguo em suas performances, problematizando a figura da mulher como sujeito passível de desejo, libido e protagonismo nas instituições de poder. Nesse ponto, a cantora acaba evocando um alargamento da noção de *camp*, que sempre esteve ligada a uma sensibilidade gay, para contemplar parâmetros estéticos femininos em sua criação artística. Na descrição de Sontag (1987), o *camp* emerge como algo dotado de duplicidade e envolto numa teatralização da experiência, o que nos permite pensar as encenações de Madonna também à luz desses fundamentos.

No início da carreira, em 1983, a imagem sensual da jovem Madonna com os cabelos despenteados, roupas rasgadas, transparências e acessórios em formato de crucifixo circulou exaustivamente na mídia (FIG. 16), numa das primeiras referências sacras *camp* da sua trajetória. Para além de um elemento de ordem estética, a apropriação do crucifixo pela artista

¹⁰⁷ Termo utilizado pela filósofa Judith Butler em referência à repetição estilizada de atos, signos, gestos e atuações corpóreas capazes de produzir significados para a construção cultural das identidades de gênero.

simboliza a ironia e a afronta direcionada ao que pode ser considerado um dos ícones mais importantes da Igreja Católica. A cruz onde Jesus Cristo morreu se transforma num artefato dessacralizado e profanado no corpo de Madonna. Com o crucifixo, a cantora sexualiza e politiza a relação com os preceitos do catolicismo, ao sabor da sua inventividade, que pode resultar numa referência a Ku Klux Klan (FIG. 17) ou numa *pole dance*¹⁰⁸ sensual em mastros com formato de cruz, vestida de freira (FIG. 18). Nessa perspectiva, a reconfiguração dos signos católicos pela cantora gera sentidos que não correspondem à construção familiar do literal nem do simbólico, mas de um outro; e é justo nesse outro onde reside o significado da coisa como puro artifício, acionando o *camp*.

FIGURAS 16 e 17 – Crucifixos adornam o figurino da turnê *The virgin tour* (1985) e surgem em chamas no videoclipe de *Like a prayer* (1989)



FONTE: Corbis.com.
Acesso em: 10 dez. 2016.



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=79fzeNUqQbQ>>.
Acesso em: 10 dez. 2016.

FIGURA 18 – *Pole dance* no mastro em forma de cruz na *Rebel heart tour* (2015)



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=pYtr6SHwJ60>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

¹⁰⁸ Dança sensual realizada em barras verticais, muito associada aos clubes de *strip-tease*, apesar de também possuir versões artísticas, sem apelo necessariamente erótico, apresentadas em circos e cabarês.

O artifício na performance da artista, contudo, não deve ser esvaziado de sentido político, como postula Sontag, quando ressalta o triunfo da forma sobre o conteúdo como traço característico do *camp*. Em Madonna, essa estética provoca inquietações e lança luz sobre temas socialmente incômodos, sendo um importante recurso na construção de sua performance. Nas palavras de Dyer, “o *camp* é uma forma de ser humano, espirituoso e vital, sem se conformar com a monotonia e a rigidez do papel masculino hétero.” (DYER, 2002, p. 49) Porém, mais do que não se conformar com esse papel, o *camp* em Madonna sinaliza uma rebeldia contra a heteronormatividade em sentido amplo, embora a retórica da artista algumas vezes deixe dúvidas quanto ao grau de subversão à lógica patriarcal, já que em suas tentativas de resistência, muitas vezes, acaba reiterando estratégias femininas de sobrevivência a ela. Diante disso, selecionamos três performances onde é possível traçar uma evolução histórica de como a religiosidade *camp* e o feminino foram articulados esteticamente na esfera midiática: os videoclipes de *La isla bonita* (1987) e *Like a prayer* (1989) e a apresentação ao vivo de *Holy water* (2015)¹⁰⁹.

4.1 *La isla bonita*: via crucis latina

No ano de 1987, Madonna surge como devota latina em conflito, no videoclipe de *La isla bonita*¹¹⁰, dirigido por Mary Lambert¹¹¹. A Igreja, no clipe, é evocada como algoz do prazer, sobretudo do prazer feminino, reprimido pelo medo da punição e do pecado. Situado num bairro latino do subúrbio norte-americano, o vídeo retrata o drama de uma mulher que, da janela do apartamento, observa a alegria da vizinhança festiva, com vontade de participar, mas que recorre às orações para se manter distante. Cercada de altar, santos e velas, a personagem reza para conter o desejo de sair pelas ruas, cantando e dançando, junto aos vizinhos (FIG. 20), enquanto seu alter ego, vestido de bailarina flamenca e flor no cabelo, canta, dança e rola no chão de um apartamento repleto de velas acesas (FIG. 19). O *camp* aqui emerge na tentativa da privação e da busca pelo corpo domesticado que sucumbe à afetação hedonista celebrativa, bem como no vermelho pulsante do vestido hispânico que, em sua consciência, flameja junto às velas. A cena contrasta com o desespero da mulher que se agarra

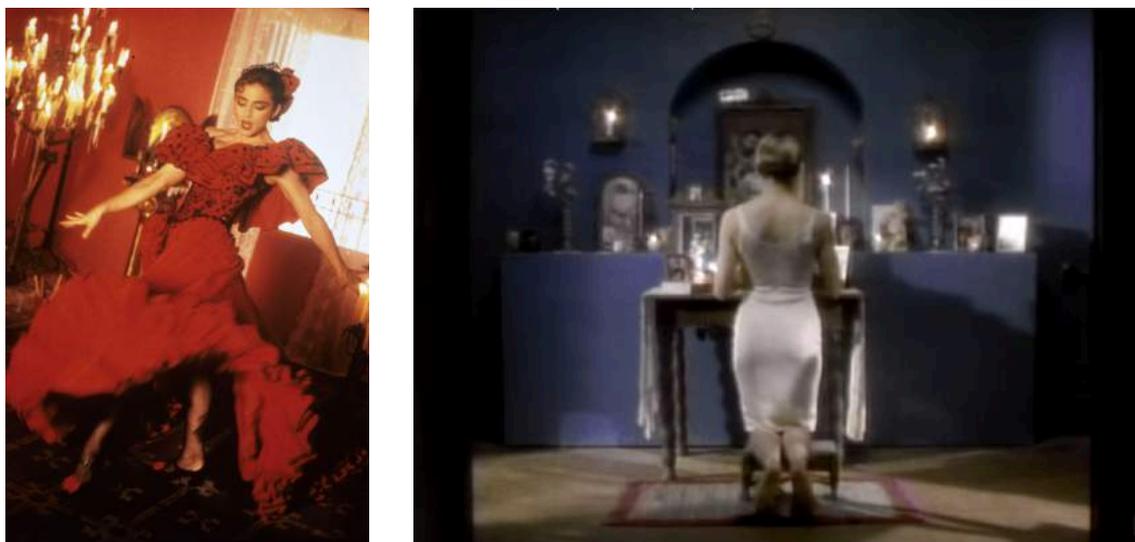
¹⁰⁹ Conscientes de que estamos diante de materiais audiovisuais distintos (videoclipe e performance ao vivo), e das particularidades de seus suportes, optamos aqui por fazer leituras conteudísticas desses objetos.

¹¹⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=qqIIW7nxBgc>. Acesso em: 4 fev. 2016.

¹¹¹ Diretora norte-americana conhecida pelo trabalho no segmento de videoclipes, junto a artistas como Annie Lennox, Whitney Houston e Mick Jagger. A parceria com Madonna, nos anos 1980, resultou em outros quatro videoclipes: *Borderline* (1984), *Like a virgin* (1984), *Material girl* (1985) e *Like a prayer* (1989).

ao terço, em sua devoção solitária, como último recurso para salvar-lhe do que deseja, à espreita, pela janela.

FIGURAS 19 e 20 - Cenas do videoclipe de *La isla bonita* (1987)



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=qqIIW7nxBgc>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

Paralelamente à demonização feminina, celebrada por meio da caça às bruxas e da Inquisição, a Igreja Católica trabalhou durante séculos em função do culto à Virgem Maria, reificando a maternidade e suprimindo a mulher como ser sexual. A virgindade consolidou-se, então, como o sinônimo de pureza e virtude, enquanto a mãe do filho de Deus, concebido sem o pecado do sexo, tornou-se o ideal de feminino no horizonte eclesiástico. É a partir dessa visão que a cultura ocidental se desenvolve, à sombra do patriarcado, com delimitações estruturais claras entre os gêneros, refletindo-se em metáforas para dramas sociais e práticas cotidianas que extrapolam as fronteiras religiosas e transitam também pela arte. A popularidade e o fluxo do repertório simbólico do catolicismo reforçam parte significativa da cultura patriarcal que orienta o Ocidente. Nela, encontramos enunciações do feminino em suas formas mais redutivas, quase sempre pelo olhar daqueles que escrevem a história – os homens. Muitos desses referenciais operam no fortalecimento de padrões hegemônicos de comportamento difundidos pelas diversas expressões da cultura popular. Como aponta Turner (2008, p. 49), “símbolos, sob condições ideais, podem reforçar naqueles que se lhes expõem a disposição de obedecer a mandamentos morais, manter convenções, pagar dívidas, cumprir obrigações e evitar comportamentos ilícitos”. Assim, uma performance artística que pretenda

tensionar esses códigos acaba funcionando como um entrelugar de negociação estética e política, capaz de, no mínimo, questionar a ordem estabelecida.

No caso de Madonna, o jogo performático mostra-se ao mesmo tempo sedutor e emblemático, já que articula zonas de conflito no seio da indústria, abrindo fissuras. Do ponto de vista comercial, o diálogo da cantora com o *camp*, no caso de *La isla bonita*, aponta para um flerte com o mercado latino-americano, exatamente no momento em que o produto “Madonna” se internacionalizava com a primeira turnê mundial. No videoclipe, que se passa num subúrbio latino em Los Angeles (EUA), as referências espanholas e latinoamericanas se confundem em meio às expressões em castelhano e à menção ao samba, ritmo brasileiro, incluídas na letra da música. Mas tudo acaba costurado pela fé católica que os une e a qual Madonna recorre para evitar sair do apartamento e realizar seu desejo de cantar e dançar na rua, junto ao homem de origem latina que a seduz enquanto toca uma guitarra espanhola. Atormentada, é ao altar caseiro que ela se dirige, em busca de consolo para a tentação que lhe cerca, exaltando uma das marcas comuns aos povos latino-americanos.

Uma tradição popular latinoamericana, os altares caseiros são espaços domésticos dedicados a divindades e figuras sacras. Neles, estatuetas ou imagens da Virgem e dos santos têm seu espaço, juntamente com velas e outros objetos votivos. Triangulares por analogia à Santíssima Trindade, os altares se caracterizam por uma densa justaposição de todos os tipos de parafernália; são um pastiche pessoa. Ilustrando uma história de desejos, lamentações e orações, vão sendo construídos ao longo do tempo, e cada incidente pessoal deixa a sua marca. (OLALQUIAGA, 1998, p. 69)

O altar exibido no videoclipe segue todas as características destacadas por Olalquiaga (1998), alternando sua aparição com imagens de uma igreja e da própria Madonna com o terço nas mãos. Ao mesmo tempo em que reza, seu alter ego dança sensualmente, numa sala repleta de velas acesas, com um vestido de flamenco vermelho. Em *La isla bonita*, dois estereótipos da cultura latina são retratados de forma conflituosa pela cantora: a devoção católica e a lascívia hedonista. No final, esta última é a que prevalece sobre a primeira. Outro ponto a ser observado é a falta de lógica na justaposição de imagens e referências que a artista reúne no clipe, o que denota um sintoma das práticas da cultura urbana contemporânea, segundo Olalquiaga (1998, p. 72), na qual a organização é “tudo menos homogênea e a saturação visual é obrigatória”.

O disco *True blue* (Sire, 1986), do qual *La isla bonita* faz parte, vendeu 7 milhões de cópias nos Estados Unidos¹¹², consolidando-se como o segundo álbum de estúdio mais comercializado da cantora na década de 1980, atrás apenas de *Like a virgin* (Sire, 1984), cujas vendas totalizaram 10 milhões¹¹³. Sob produção do músico Patrick Leonard¹¹⁴, a sonoridade latina de *True blue* fora construída com o auxílio do percussionista brasileiro Paulinho da Costa¹¹⁵, que aparece tocando bongô na primeira cena do videoclipe. Ao contrário dos outros *singles* do disco, *La isla bonita* não obteve certificação oficial pela *Recording Industry Association of America* (RIAA)¹¹⁶, possivelmente por não alcançar a vendagem mínima requerida nos EUA para aferição, nem chegou ao topo do ranking da Billboard, ficando na 4ª posição¹¹⁷. No entanto, longe do território americano, as marcas foram diferentes: na França, permaneceu durante três semanas no topo do ranking local¹¹⁸; na Inglaterra, ocupou o primeiro lugar da parada por duas semanas¹¹⁹; na Argentina, manteve-se em primeiro por 17 semanas¹²⁰ e no Brasil, apesar de não haver dados sobre a aferição do *single* na época, sabe-se que o *True blue* ganhou o disco de ouro pelas 100 mil cópias comercializadas¹²¹, sendo o álbum mais vendido de uma cantora internacional na história do país.¹²²

4.2 *Like a prayer*: cruz, chamás, ação

Após *La isla bonita*, Madonna volta a explorar a potência da iconoclastia para friccionar mais uma vez os códigos cristãos e capitalizar suas controvérsias. Em 1989, o lançamento do álbum *Like a prayer* (Sire, 1989), em português, “Como uma oração”, provoca

¹¹² Disponível em: <https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=default-award&se=madonna+true+blue#search_section>. Acesso em: 7 jan. 2017.

¹¹³ Disponível em: <https://www.riaa.com/gold-platinum/?tab_active=default-award&ar=MADONNA&ti=LIKE+A+VIRGIN>. Acesso em: 7 jan. 2017.

¹¹⁴ Pianista, compositor e produtor, Leonard já colaborou com Pink Floyd, Elton John, Rod Stewart e Fleetwood Mac, além de ter estabelecido uma longa parceria profissional com Madonna, entre 1986 e 1998.

¹¹⁵ Paulinho da Costa é um dos percussionistas mais requisitados nos Estados Unidos, tendo tocado em álbuns como *Thriller* (Epic, 1982), de Michael Jackson, e *Let's talk about love* (Columbia/Epic, 1997), de Celine Dion, além de trilhas sonoras de filmes, como *Nos embalos de sábado à noite* (1977) e *A cor púrpura* (1986).

¹¹⁶ A Associação da Indústria de Gravação da América (em português) é uma organização que representa as gravadoras nos Estados Unidos.

¹¹⁷ Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/308786/madonna/chart?page=2&f=379>>. Acesso em: 7 jan. 2017.

¹¹⁸ Disponível em: <<http://chartmasters.org/2016/03/france-best-selling-albums-ever-true-blue-by-madonna-1987/>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

¹¹⁹ Disponível em: <<http://www.officialcharts.com/search/singles/la%20isla%20bonita/>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

¹²⁰ Disponível em: <<http://argentinatoprinking.wixsite.com/argentinatoprinking/single-post/3BB101C1-E86D-4DFC-9C9F-1F35018A3CC4>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

¹²¹ Disponível em: <http://abpd.org.br/home/certificados/?busca_artista=Madonna>. Acesso em: 10 jan. 2017.

¹²² Disponível em: <<http://epoca.globo.com/colunas-e-blogs/bruno-astuto/noticia/2016/06/um-dos-albuns-mais-cultuados-de-madonna-completa-30-anos-relembre.html>>. Acesso em: 10 jan. 2017.

o conservadorismo católico branco norte-americano, por meio do videoclipe da canção-título¹²³. Nele, a personagem de Madonna testemunha um assassinato praticado por homens brancos contra outra mulher branca, mas cujo principal suspeito é o rapaz negro que tenta socorrer a vítima. A cantora foge da cena do crime e busca refúgio numa igreja, onde se deita e sonha com a materialização da estátua do santo negro que lá encontra. Em seu devaneio, ela o liberta das grades do altar para, logo em seguida, ser beijada por ele. Ao despertar-se, então, dirige-se à delegacia, confessa o que testemunhou e livra o homem inocente da cadeia.

As cenas da personagem intercalam-se entre as que a artista canta em meio a cruces em chamas – em referência a Ku Klux Klan – e também junto a um coral gospel, dentro da igreja, onde dança sensualmente e beija a boca de um santo negro. O que se nota é que a apropriação da iconografia católica em *Like a prayer* faz emergir três assuntos delicados na performance de Madonna: racismo, sexo e religião. O videoclipe materializa também a ambiguidade presente na letra da canção, na qual o fervor religioso joga com metáforas que também podem adquirir interpretações sexuais, como quando canta “*when you call my name/ it’s like a litte prayer/ I’m down on my knees/ I wanna take you there*” (quando você chama meu nome/ é como uma pequena oração/ eu fico de joelhos/ eu quero levar você lá). Ou em “*like a child/ you whisper softly to me/ you’re in control/ just like a child*” (como uma criança/ você sussurra suavemente para mim/ você está no controle/ como uma criança).

Para Curry (*apud* SCOTT, 1990, p. 63), “a fungibilidade da representação do fervor religioso e do êxtase sexual interracial refuta as fortes distinções mantidas pelas instituições americanas dominantes”, no clipe, podendo ser interpretada como uma alegoria da experiência negra na América. Não por acaso, o vídeo teve a exibição banida na MTV e provocou a rescisão de um contrato de publicidade que Madonna havia firmado com a marca Pepsi, para utilização da música na campanha do refrigerante. Kellner reflete sobre a construção simbólica do vídeo:

O clipe funde religião e erotismo numa narrativa que exalta o amor, tanto espiritual quanto físico. [...] Madonna revela o erotismo latente na religião católica e o usa para atingir fins estéticos e morais. Ela também agrega a alegria e o entusiasmo da música gospel negra, fundindo temas e imagens sagradas e profanas, católicas e protestantes. O clipe põe em contraste imagens de um mundo interior e exterior, onde o exterior é o lado da violência racial e sexual, da intolerância e da injustiça. O mundo interior da igreja, porém, é de amor, comunhão e bondade – fortes mensagens e imagens religiosas. (KELLNER, 2001, p. 353)

¹²³ Videoclipe disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=79fzeNUqQbQ>. Acesso em: 4 fev. 2016.

A concepção do clipe parece revelar uma leitura estetizada sobre o papel da *black church* (igreja católica negra) como fonte de moral e acolhimento, recapitulando o seu protagonismo na formação política e na organização das comunidades afrodescendentes nos EUA, sobretudo no que diz respeito à luta pelos direitos civis. *Like a prayer* também promove uma interação pouco celebrada por grupos conservadores, envolvendo um homem negro e duas mulheres brancas. Na primeira situação, ele tenta socorrer a jovem ferida, mas é tomado como bandido; na segunda, há uma expectativa de que o santo seja seduzido por Madonna, mas ele apenas a conforta. Mesmo quando beija a personagem na boca, o gesto parece simbolizar menos um desejo sexual e mais um dispositivo de reflexão sobre o real motivo de a polícia conduzir um homem inocente ao cárcere. As imagens da cantora dançando em frente às cruzes em chamas reforçam a mensagem durante todo o vídeo. Entretanto, o contato físico estabelecido entre ela e o santo revela uma sensibilidade humana em relação ao sagrado que usa do erotismo para deslocar o divino a uma realidade tangível.

Como muitos santos e compositores antes dela, sua fé inclui uma dimensão erótica. [...] Ela não está escolhendo entre Cristo ou um amante, mas cantando sobre Cristo como um amante, ligada a um relacionamento que equilibra o chamado dele (mediado pelos versos gospel da música quando Madonna canta “*você é um mistério*” e “*sem escolha, sua voz me leva até lá*”) com a resposta ativa dela (“*Eu te levarei até lá*”). (HULSETH, 2005, p. 84, tradução nossa)¹²⁴

Diante do dilema entre fugir ou denunciar os verdadeiros culpados, é na igreja negra que Madonna busca proteção e entendimento para denunciar o crime que presenciou. É importante salientar, como mostra Scott (1992, p. 69) que, ao contrário do “catolicismo branco”, a história da *black church* prova que a preocupação com os ícones sacros sempre pareceu menor do que a responsabilidade que a instituição adquiriu em relação ao bem-estar político, econômico e cultural dos fiéis. Fatores determinantes para o reforço do senso de pertença que dá liga a essa prática religiosa, em especial. Enquanto o homem negro é condenado injustamente pelos brancos, é a *black church* que recebe Madonna sem pré-julgamentos e a incorpora à congregação, celebrando com música (coral) e dança o sentimento de comunidade que dali emerge. Em 1990, os acionamentos surgidos a partir do videoclipe chegaram ao palco da turnê *Blond ambition*, com um bloco dedicado à religião católica¹²⁵, precedido de uma simulação de masturbação com a música *Like a virgin*. O

¹²⁴ “Like many saints and songwriters before her, her faith includes an erotic dimension. [...] She is not choosing between Christ or a lover, but singing about Christ as a lover, linked in a relationship which balances his call (which is mediated through the gospel music as Madonna sings ‘you are a mystery’ and ‘no choice, your voice can take me there’) with her active response (‘I’ll take you there’).”

¹²⁵ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=Tz7jBqGwvX8>>. Acesso em: 4 fev. 2016.

número musical culminou com uma ameaça de prisão, no Canadá¹²⁶, e tentativa de boicote do show pelo Vaticano, na Itália¹²⁷.

Para a composição da performance moderna, conforme entendimento de Carlson (2010), o artista frequentemente recorre ao emprego de uma série de recursos, como o corpo, a autobiografia, experiências pessoais e a consciência de duplicidade. Para alguns deles, como é o caso de Madonna, a performance midiaticizada torna-se um referente estético para a que é apresentada no palco. “O fato de as imagens dos clipes de Madonna poderem ser recriadas numa performance ao vivo reforça o realismo dos vídeos originais”. (AUSLANDER, 1999, p. 31, tradução nossa)¹²⁸ Diante dessa perspectiva, o conceito de vicariedade postulado por Olalquiaga (1998) parece ganhar ainda mais fôlego quando transferido para a performance no show, onde a vivência por meio da experiência do outro é amplificada pela potência enunciativa da presença. O que significa que a filiação ao discurso político de Madonna, seja no palco ou no videoclipe, prescinde da proximidade com os fenômenos performatizados por ela. A sensibilidade com a causa racial, a adesão ao senso de comunidade da *black church* ou identificação com o dilema moral da protagonista são vivenciados de forma vicária, a partir das encenações e do repertório iconográfico sacro que a cantora explora na performance.

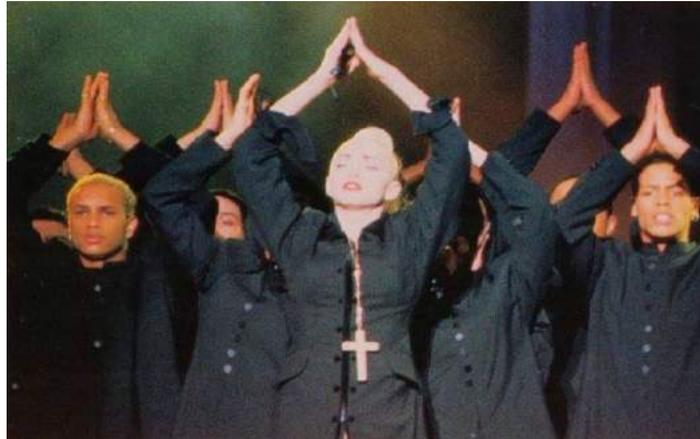
Quando adaptada para a turnê *Blond ambition*, a apresentação de *Like a prayer* (FIG. 21) fora concentrada exclusivamente nos ícones católicos, sem referência direta ao problema central do videoclipe – o testemunho de um crime contra mulher e a consequente prisão de um homem inocente em função da cor de sua pele. Ainda assim, a performance funciona como prolongamento do que fora encenado no clipe, mas com maior destaque para a espécie de arrebatamento espiritual que Madonna retrata. Sob o cenário noturno, reproduzindo uma igreja repleta de velas acesas, ela surge em traje preto, como uma batina, enquanto o bailarino põe em seu pescoço um colar de crucifixo. A cena acontece logo após a simulação de masturbação na performance de *Like a virgin* e tem início no exato momento em que a cantora chega ao seu clímax, ao final da música, gritando “God!” (Deus!).

¹²⁶ Madonna Threatened With Arrest In Toronto Over ‘Like A Virgin’ Faux Masturbation: 25 Years On, Was This Her Most Controversial Moment?. Disponível em: <http://www.huffingtonpost.co.uk/2015/05/28/madonna-toronto-like-a-virgin-blonde-ambition-arrest_n_7459798.html>. Acesso em: 15 nov. 2016

¹²⁷ Los obispos italianos emprenden una cruzada contra Madonna <http://elpais.com/diario/1990/07/06/cultura/647215213_850215.html> Acesso em: 4 fev. 2016.

¹²⁸ “The fact that images from Madonna’s videos can be recreated in a live setting enhances the realism of the original videos”.

FIGURA 21- Performance de *Like a prayer* na turnê *Blond ambition* (1990)



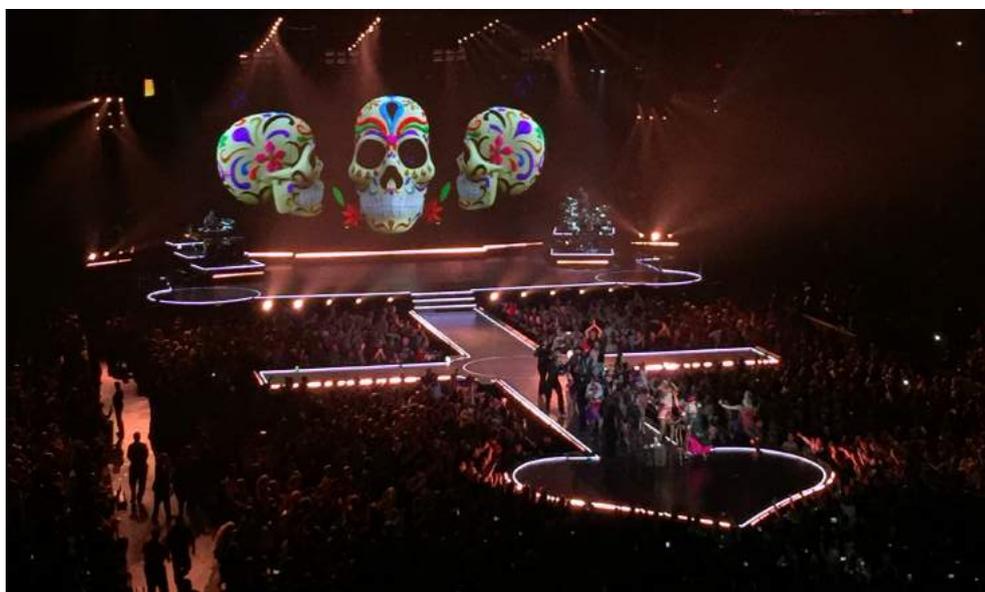
FONTE: <http://www.youtube.com/watch?v=wf_VkDSVsdK>.
Acesso em: 10 dez. 2016.

Há um componente de culpa e redenção, na performance de *Like a prayer*, tendo em vista a cena de teor sexual que a precede. A mulher em busca da autossatisfação não escapa de padecer acorrentada aos códigos católicos e à sombra do pecado, reiterando a opressão feminina pelo clero e apontando para uma zona de reflexão sobre o lugar desta na lógica das estruturas de poder que alicerçam a sociedade. “As religiões patriarcais tendem a legitimar a subserviência das mulheres associando-as ao mal, ao desviante, à desordem e à fraqueza moral, deixando-as à mercê de punições apregoadas como naturais”. (CITELI; NUNES, 2010, p. 6) Ao transformar o palco numa igreja e colocar-se como única figura feminina de destaque, em meio aos bailarinos – todos homens –, Madonna oferece uma metáfora do ambiente eclesiástico, dominado por figuras masculinas em funções de poder. A esses homens couberam – e ainda cabem – decisões sobre o corpo feminino que não se restringem ao âmbito da Igreja, mas a toda uma cultura ocidental desenvolvida em torno dela e da subalternidade da mulher. Na obra da cantora, a apropriação e ressignificação dos elementos da iconografia católica, com a finalidade de promover críticas às práticas da própria instituição, demonstra ser uma de suas principais armas no decorrer de sua carreira.

4.3 *Holy water*: banquete de profanações

Quase três décadas depois de *Like a prayer*, Madonna reúne no palco a coleção de referências estéticas *camp* que acumulou durante os anos. Sob direção de Jamie King¹²⁹, ela estreou a turnê *Rebel heart* (2015), incluindo a canção *Holy water*¹³⁰ (2015) no repertório do primeiro dos quatro blocos – ou atos – que tradicionalmente apresenta. Durante a performance, a cantora se veste de freira, junto a bailarinas com mesmo figurino, dançando *pole dance* em barras verticais no formato de cruz. O palco também tem a forma de crucifixo, mas com um coração na ponta que o faz parecer, ao mesmo tempo, com uma flecha (FIG. 22). A letra da música, que em português significa “água benta”, insinua a relação entre a prática de sexo oral e o sagrado, direcionada principalmente às mulheres, garantindo que não há mal algum nesse tipo de prazer: “*it’s sacred and immaculate/ I can let you in heaven’s door/ I promise you it’s not a sin*” (é sagrado e imaculado/ eu posso te deixar na porta do céu/ eu prometo que não é pecado). “*Don’t it taste like holy water?*” (Não tem gosto de água benta?), pergunta Madonna repetidas vezes.

FIGURA 22 - Formato do palco da turnê *Rebel heart* (2015)



FONTE: Mariana Lins/Acervo pessoal

¹²⁹ Coreógrafo e diretor criativo norte-americano, é talvez o nome mais requisitado por artistas pop, nos Estados Unidos, para turnês de grande porte. Começou a carreira dirigindo Diana Ross, no início dos anos 1990, e desde então tem trabalhado com artistas como Britney Spears, Christina Aguilera, Rihanna e Jennifer Lopez. Dirigiu todas as turnês de Madonna desde 2001, exceto a MDNA Tour (2012).

¹³⁰ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=jpxOqNw6-34>. Acesso em: 30 jan. 2016.

Mais adiante, a cantora continua: “*baby you should get down low/ and drink my precious alcohol/ You look so thirsty/ I think you need it*” (baby você deve ir lá embaixo/ e beber meu álcool precioso/ você parece tão sedento/ eu acho que você precisa). Suspensa no “mastro-crucifixo”, Madonna insere versos da canção *Vogue* em que menciona estrelas clássicas do cinema hollywoodiano¹³¹. A cada nome pronunciado, o telão ao fundo projeta imagens de santos e apóstolos de Jesus Cristo, ao invés das fotos originais dos artistas (FIG. 23). A cantora, então, dirige-se, ao som de vozes entoando *Holy water* em canto gregoriano, a uma encenação da Santa Ceia na parte anterior do palco. Lá, participa do banquete, regado a vinho e frutas, junto a apóstolos dionísicos, semi-nus, numa mescla de referências à última refeição de Cristo, mas também ao bacanal de Herodes. Todos bebem, se acariciam e confraternizam, enquanto Madonna deita sobre um dos bailarinos que usa uma coroa sobre longos cabelos molhados (FIG. 24). Outra vez, assim como em *Like a prayer*, a artista promove contatos físicos carregados de ambiguidade com uma figura sacra que remete à imagem de Jesus Cristo.

FIGURA 23 – Personagens sacros projetados durante a canção *Holy water* (2015)



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=pYtr6SHwJ60>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

¹³¹ “Greta Garbo, and Monroe/ Dietrich and DiMaggio/ Marlon Brando, Jimmy Dean/ On the cover of a magazine/ Grace Kelly; Harlow, Jean/ Picture of a beauty queen/ Gene Kelly, Fred Astaire/ Ginger Rogers, dance on air/ They had style, they had grace/ Rita Hayworth gave good face/ Lauren, Katharine, Lana too/ Bette Davis, we love you.”

FIGURA 24 - Representação da Santa Ceia em *Holy water* (2015)



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=pYtr6SHwJ60>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

Em meio ao êxtase do festejo, porém, a cantora desaparece, momentaneamente, retornando em seguida, sobre a mesa da Santa Ceia, com as mãos amarradas por uma corda vermelha (FIG. 25). Mesmo atada, segue cantando a música cuja letra ironiza o gozo sexual, comparando seu sabor ao da água benta. A performance encerra com a artista sozinha, deitada na mesa, com as pernas abertas e sussurrando “*Yeezus loves my pussy best*” (Jesus ama mais a minha buceta).

FIGURA 25 - Performance de *Holy water* (2015)



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=pYtr6SHwJ60>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

Novamente, Madonna articula a sexualização de símbolos e figuras sacras em sua performance: a cruz vira *pole dance*, a Santa Ceia transforma-se em bacanal, a mesa sagrada converte-se em leito de prazer e luxúria, enquanto o gozo nada mais é do que um líquido bento. Essa apropriação do simbolismo religioso outorga a Madonna a missão profanadora de desativar os dispositivos de poder nele incutidos e, de alguma maneira, devolvê-lo ao “uso comum” que o invólucro sagrado muitas vezes subtrai. (AGAMBEN, 2007, p. 61) No universo da cantora, os santos e apóstolos são celebridades como as de Hollywood, com toda a languidez que isso implica, e, tal qual os ídolos do cinema, são vistos como modelos de comportamento. A artista, então, desconstrói a mitologia em torno dos discípulos de Jesus Cristo ao promover um bacanal sobre a mesa onde a refeição sagrada lhes foi servida, oferecendo-se como o corpo imolado¹³² para o sacrifício na última ceia. Outra leitura possível é a imolação do corpo de Madonna com o intuito de purificar o sexo do invólucro pecaminoso propagado pela religião. Não apenas o sexo em si, mas, particularmente, o prazer sexual feminino, considerado um dos maiores engodos da doutrina cristã.

Ao se entregar sobre a mesa, de mãos atadas, pernas abertas e com um discípulo deslizando no meio delas, a cantora parece colocar seu corpo a serviço da liberdade das mulheres no interior do clero masculino, a quem pertencem as deliberações – e opressões – de gênero na Igreja. O gesto hiperfetichizado no palco carrega uma polissemia que perpassa seu histórico de questionamentos em relação ao catolicismo e ao sexismo, na medida em que sua performance parece alçá-la a uma espécie de messias do pop. O corpo de Madonna aqui torna-se o depositário de toda a violência simbólica (e conseqüentemente, física) que as estruturas sociais, capitaneadas em grande parte pela Igreja, promoveram contra as mulheres.

Como “volume em perpétua desintegração”, o corpo está sempre sitiado, sofrendo a destruição pelos próprios termos da história. E a história é a criação de valores e significados por uma prática significante que exige a sujeição do corpo. Trata-se de um corpo descrito pela linguagem da superfície e da força, enfraquecido por um “drama único” de dominação, inscrição e criação. (BUTLER, 2015, p. 225)

Na perspectiva antropológica de Mary Douglas (2003), analisada por Butler (2015), “todo discurso que estabelece as fronteiras do corpo serve ao propósito de instaurar e neutralizar certos tabus concernentes aos limites, posturas e formas de troca apropriados, que definem o que constitui o corpo” (BUTLER, 2015, p. 226). Essa estratégia, usada pelas instituições, forja uma aparência de ordem e controle capaz de suspender a natureza intrinsecamente rebelde do humano: o sexo, o desejo, o prazer e também os seus fluidos. Em

¹³² Segundo a crença católica, Jesus Cristo remiu os pecados da humanidade com seu sangue precioso, tornando-se o cordeiro imolado de Deus, ou seja, aquele que sacrificou a própria vida para apagar o pecado original.

Holy water, Madonna conjura a sacralidade do gozo questionando o porquê de o resultado do prazer humano extremo ser visto como algo tão poluído e impregnado de culpa.

O que a cantora desenvolve em suas performances incita a pensar como métodos artísticos de teor subversivo também se aglutinam com estratégias de marketing bem-sucedidas, sem que isso invalide a relevância dos agendamentos propostos por eles. Transformar o significado de símbolos de opressão – como os da Igreja Católica, por exemplo – em símbolos de deboche e de prazer libidinoso acabou se tornando mais do que uma práxis comercial da carreira de Madonna, mas uma forma de promover enfrentamentos culturais, emergindo de maneira endógena na indústria tradicionalmente conservadora da qual faz parte. Em seu trabalho, a apropriação *camp* de ícones sagrados enuncia diferentes nuances do feminino sacro em suas performances: a religiosa introspectiva, em *La Isla Bonita*, cuja fé é ao mesmo tempo martírio e o refúgio para afastar seus desejos mais íntimos; a mulher destemida de *Like a prayer*, que dialoga com o racismo e o fundamentalismo cristão; e a redentora de *Holy water*, capaz de ofertar seu corpo em sacrifício para libertar a mulher da repressão sexual da Igreja. A cada interpretação, é possível identificar um liame que encadeia todas essas performances, conferindo-lhes um tratamento estético que se sofisticava no compasso da maturidade artística de Madonna, bem como no tempo histórico em que se desenvolvem.

4.4 Iconografia religiosa e a cultura barroca em Madonna

A extravagância no uso da iconografia religiosa nas performances de Madonna tangencia a estética *camp*, mas também abre caminho para o reconhecimento de uma raiz barroca que por muito tempo desafiou as representações católicas na pintura. Sinônimo do que era considerado absurdo ou grotesco, o termo “barroco” foi empregado pelos críticos para classificar obras que não obedecessem a normas artísticas clássicas – relacionadas a luz, cor, equilíbrio e formas, principalmente –, demonstrando, assim, uma falta de gosto. O estilo Barroco se desenvolveu entre o final do século 16 até o século 18, como sucessor do Renascimento, inicialmente na Europa e estendendo-se posteriormente pela América. Apesar de ambos compartilharem o interesse pela Antiguidade Clássica¹³³, as diferenças de interpretação das temáticas eram sensíveis: enquanto a arte renascentista destacava a moderação, a ordem, o equilíbrio e a harmonia, as composições barrocas mostravam-se mais

¹³³ Compreende o período entre o século VIII a.C., com o surgimento da poesia de Homero, na Grécia, até o século V d.C., marcado pela queda do Império Romano no Ocidente. Na Antiguidade Clássica greco-romana, há uma busca pela arte ideal e bela, voltada para a perfeição das formas, contra a qual o Barroco procura reagir.

complicadas, com contrastes mais fortes, exageros, realismo e opulência. Impulsionado pela Contrarreforma católica ¹³⁴, o movimento procurava retratar os conflitos modernos relacionados a vida, morte, pecado, perdão, fé, razão etc. No cerne de suas questões, o embate entre o paganismo renascentista e a religiosidade medieval orientava a concepção estética das obras que por muito tempo não tiveram o valor reconhecido por historiadores e críticos de arte, por fazerem parte de um estilo considerado extravagante e decadente.

Assim como na estética *camp*, o tratamento dos temas religiosos na arte barroca era marcado pela teatralidade e por uma tendência ao decorativo, explorando a iconografia católica para manifestar as tensões entre materialidade e a vida espiritual. Uma arte cuja seriedade era posta em xeque em virtude dos excessos e da teatralização da experiência, evidenciando uma preocupação estética capaz de justapor noções de moralidade ou tragédia. Politicamente, o barroco foi um movimento que emergiu no sentido de frear os avanços do protestantismo, reafirmando os valores católicos por meio da arte e da aproximação de extremos – sagrado e profano, pecado e perdão, juventude e velhice etc. Ao analisarmos o trato da religiosidade na obra de Madonna, nos deparamos não apenas com o diálogo estético com o *camp*, mas com a arte barroca e a política que se exerce através da articulação entre iconografia sacra e a estratégia do choque. Se, por um lado, temos a tentativa de reconciliação do homem com a sua fé no Barroco, em meio a todas as contradições que isso implica, em Madonna essa fé é questionada, sem necessariamente a intenção de que haja adesão a ela. Trata-se de uma relação ambígua e, ao mesmo tempo, dialética, que se alimenta da simbologia católica para produzir um fazer político que atravessa também o seu corpo e seu agenciamento feminino.

No Barroco, o jogo de contrastes materializado entre as composições de luzes e sombras, bem como da sensualidade nos movimentos retratados, colocava no centro dos debates os paradigmas da relação humana com o divino. A representação católica, seja no barroco ou no *camp*, surge carregada de uma ambiguidade hiperbólica que emerge como potência para se discutir práticas hegemônicas ligadas à religião. Nessa camada de tensões e contradições, artistas como Tintoretto ¹³⁵, Rubens ¹³⁶, Ticiano ¹³⁷ e Anthony van Dyck ¹³⁸

¹³⁴ Movimento iniciado pela Igreja Católica, em 1545, como resposta à Reforma Protestante (1517) liderada por Martinho Lutero (1483-1546), na Alemanha, após a publicação das suas 95 Teses que rebatiam os dogmas católicos e propunham uma mudança profunda na doutrina. Em reação ao protestantismo, a Igreja convocou o Concílio de Trento, na Itália, e estabeleceu diretrizes para combater a adesão ao pensamento de Lutero. Entre as principais medidas, estão a retomada do Tribunal do Santo Ofício, com a reinstalação da Inquisição, e a criação do *Index Librorum Prohibitorum*, a lista oficial de livros proibidos pela Igreja Católica.

¹³⁵ Tintoretto (1518-1594) nasceu em Veneza, na Itália, e foi um dos precursores do Barroco, tendo se destacado pelo uso singular da perspectiva e dos efeitos de luz e sombra.

destacaram-se pelo trabalho voltado às temáticas dos catolicismo que ajudaram a definir o estilo Barroco. Numa analogia com a produção imagética de Madonna, as características estéticas que acompanham a arte barroca também mostram similaridades com a concepção artística da cantora.

Faz-se necessário assinalar aqui que a cultura do excesso, presente tanto no repertório *camp* quanto no Barroco, está sempre no enalço do extraordinário que se apresenta na gratificação visual, mas que ainda assim mostra-se consistente. São obras políticas, que ecoam inquietações de uma época de maneira tão incisiva, esteticamente, que talvez por isso sejam recebidas com rechaço no momento em que são lançadas. Entretanto, ambas as estéticas, como aponta Sontag (1987, p. 325) quando se refere ao *camp*, parecem se encontrar reféns do distanciamento temporal, uma vez que só assim a crítica especializada conseguiu enxergar o valor da arte barroca, por exemplo. No caso do *camp*, é comum que os objetos só ganhem a apreciação devida após o processo de deterioração. Situação semelhante ocorre com as performances de Madonna agenciadas pelo repertório iconográfico religioso. Assim que são divulgadas, costumam deparar-se com resistência, seja da crítica, em função da qualidade, ou das instituições católicas, por entenderem os textos da artista como ofensivos. Com o passar do tempo, porém, a relevância moral das performances é relativizada, possibilitando o reconhecimento dos atributos estéticos e políticos para a tessitura da Cultura Pop. A emergência da corrente de estudos acadêmicos *Madonna studies* é um exemplo disso.

Não é por acaso que alguns artistas são ídolos *camp*, amados (segundo Susan Sontag) em termos “de artifício, de estilização”. Esses artistas parecem ter compreendido o ponto *camp* a partir da ideia de que a verdade de um sentimento é uma verdade estética, não uma verdade moral. (FRITH, 1996, p. 215, tradução nossa)¹³⁹

Entendendo a relação homem-religião como uma problemática ainda insurgente na atualidade, as performances da cantora tocam o catolicismo com o filtro de uma artista pop que ainda consegue friccionar o conservadorismo da indústria. A intensidade da carga emocional da *performer* se complementa ao rearranjo das referências estéticas que incorpora

¹³⁶ Peter Paul Rubens (1577-1640) foi um pintor flamengo, nascido na cidade de Siegen (Alemanha), cuja obra é reconhecida pela temática ligada à Contra-reforma e, também, pelos traços extravagantes e repletos de movimento.

¹³⁷ Ticiano (1490-1576) nasceu na Itália, na região do Vêneto, e dedicou sua pintura a retratos, paisagens e temas relacionados ao catolicismo e à mitologia. O manejo da policromia em suas telas é uma de suas grandes marcas.

¹³⁸ Anthony van Dyck (1599-1641) foi um pintor flamengo, nascido na Antuérpia (Bélgica), discípulo de Peter Paul Rubens. Especializado em retratos, tornou-se o principal pintor da corte inglesa, em 1632.

¹³⁹ It is no accident that such performers are camp idols, are beloved (following Susan Sontag) in terms “of artifice, of stylization”. Such performers seem to have grasped the camp point that the truth of a feeling is an aesthetic truth, not a moral one.

ao trabalho, de forma a promover uma experiência vicária *camp* que se opera no entre-lugar que daí surge. Por encontrar traços semelhantes no uso dessas referências, propomos observar como as performances de Madonna reproduzem de algum modo imagens retratadas em telas barrocas anteriormente. Não é nossa intenção aqui empreender uma análise artística aprofundada sobre aspectos técnicos que possam interligá-las, mas sim perceber a disposição das temáticas e de referenciais estéticos que o uso da simbologia sacra agenciou.

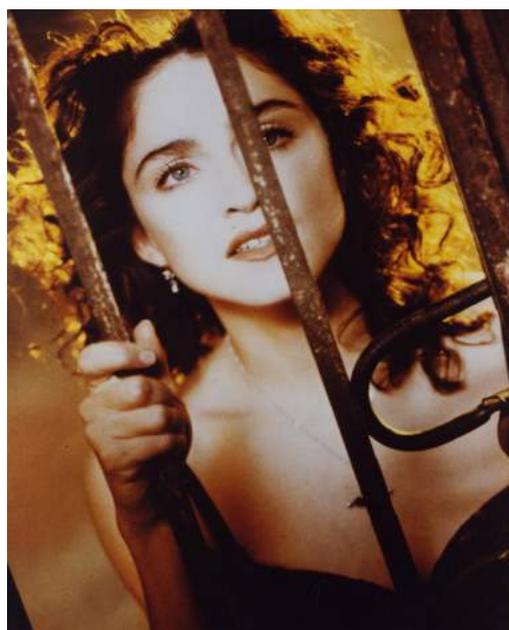
4.4.1 Maria Madalena

Assim como a Maria Madalena de Ticiano (FIG. 26), a personagem interpretada por Madonna no videoclipe de *Like a Prayer* (FIG. 27), em 1989, também passa por um tormento pessoal que a leva a recorrer à fé em busca de redenção. As duas mulheres, cada qual em seu papel, representam o defectível humano que se revigora no conforto espiritual, simbolizado, na tela de Ticiano, pelo livro e a caveira – indicando a observância das leis e a penitência – e, no vídeo, pelas grades que se abrem para a libertação do santo que de lá sai. Angustiada pelo crime e pela injustiça que testemunhou, o dilema entre denunciar à polícia ou tentar esquecer resolve-se quando Madonna entra na Igreja e se “reconecta” espiritualmente. A alegoria religiosa performatizada pela cantora aciona a todo tempo uma causa de dimensão maior, que diz respeito ao preconceito racial arraigado na sociedade norte-americana.

FIGURAS 26 e 27 - *A penitência de Maria Madalena* (1555-1565), de Ticiano, e Madonna em *Like a prayer* (1989)



FONTE: The State Hermitage Museum



FONTE:

<<http://www.youtube.com/watch?v=79fzeNUqQbQ>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

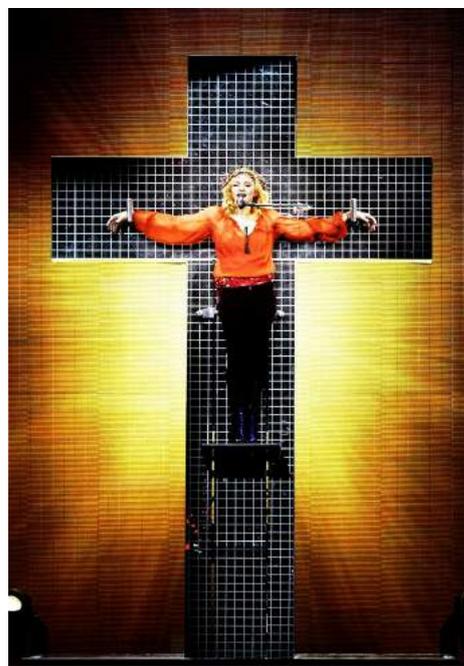
4.4.2 A crucificação

Em 2006, a performance de *Live to tell*¹⁴⁰ na turnê *Confessions* foi realizada com Madonna presa a uma cruz de cristais, carregando uma coroa de espinhos na cabeça enquanto cantava uma música sobre um segredo “que viveria para contar” (FIG. 29). A cena não apenas reproduz a crucificação de Jesus Cristo, mas objetifica e ironiza a passagem bíblica ao retratá-la sobre uma crucifixo feito de cristais Swarovski¹⁴¹ avaliado em milhões de dólares¹⁴², ao mesmo tempo em que projeta versículos sagrados e imagens de crianças carentes africanas nos telões. Em “A Crucificação” (FIG. 28), de Rubens, a iluminação e o efeito dramático da cena não é capaz de obliterar a serenidade no rosto de Jesus Cristo ao encontrar o seu destino suspenso na cruz de madeira; há dor, mas há também uma certa resiliência com aquilo que não pode ser evitado. Por sua vez, na opulência de sua cruz, Madonna reitera o contraste de sua estética sacra indulgente com as projeções de miséria que povoam o palco durante a performance. Há brilho, mas há o enfrentamento da escuridão também.

FIGURAS 28 e 29 - *A Crucificação*, de Peter Paul Rubens (séc. XVI), e Madonna, na *Confessions Tour* (2006)



FONTE: Fine Art Images



FONTE:
<<http://www.youtube.com/watch?v=2JvK3U2gpsQ>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

¹⁴⁰ Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=2JvK3U2gpsQ>>. Acesso em: 20 jan. 2017.

¹⁴¹ Marca austríaca, em atividade desde 1895, conhecida por produzir cristais.

¹⁴² Madonna kicks off ‘Confessions’ tour. Disponível em: <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2006/05/22/AR2006052200629_pf.html>. Acesso em: 20 jan. 2017.

4.4.3 Santa Ceia

Mais profana do que sagrada, “A Última Ceia”, de Tintoretto (FIG. 30) rechaçou por completo as regras do equilíbrio formal, típicas do Renascentismo, no sentido de retratar com realismo a intensidade das antíteses que marcaram a arte barroca. Na tela, os personagens em primeiro plano – os apóstolos – conversam e interagem entre si como se participassem de uma festa. Em função da luminosidade contrastante, o destaque maior aqui é para o ato de comunhão, ao invés das pessoas que a integram, incluindo o próprio Jesus Cristo, identificado apenas pela aura dourada que difere das demais que envolvem as cabeças dos discípulos.

Os tons da cena em muito se assemelham ao que é encontrado na performance da canção *Holy water* (FIG. 31), protagonizada por Madonna, na turnê *Rebel heart* (2015). As cores e luzes conferem ao palco uma atmosfera barroca que em muito lembra a composição de Tintoretto, inclusive na ruptura com a formalidade que permeia a última refeição de Cristo. Em ambos os casos, há um despojamento que liberta o clima solene do episódio, embora no caso de Madonna isso aconteça através de uma interpretação sexualizada. É interessante notar a presença do dourado, tanto no quadro quanto no palco, em contraposição às sombras que surgem nas duas representações. Madonna também se mistura a seus apóstolos, diferindo-se deles apenas pela roupa, e compartilha com eles as frutas e o cálice de bebida, assim como o faz Cristo em direção a um de seus discípulos retratados no quadro.

FIGURA 30 – *A Última Ceia* (1592-94), de Tintoretto



FONTE: Web Gallery of Art. Acesso em: 10 dez. 2016.

FIGURA 31 – Santa Ceia, na performance de *Holy water* (2015)

FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=pYtr6SHwJ60>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

4.4.4 Joana D’Arc

Além da Santa Ceia, o primeiro ato (ou bloco) da turnê *Rebel heart* utilizou outra referência canônica do catolicismo, com a representação da santa Joana D’Arc¹⁴³, a heroína francesa que fora queimada viva, no século XV. Sem experiência militar, Joana teria entrado no exército aos 18 anos, em 1429, após receber um sinal divino, por sonho, de que lhe cabia a missão de lutar pelo seu país na Guerra dos Cem Anos¹⁴⁴. Ela então comandou uma tropa de 4 mil homens numa ofensiva contra os soldados ingleses, saindo vitoriosa do confronto e fortalecida para os combates que se seguiriam. Em 1430, no entanto, a jovem acabou capturada pelo exército inimigo até ser condenada à morte, no ano seguinte, na cidade francesa de Rouen, onde fora queimada viva. Antes da sentença, Joana D’Arc passaria por inúmeros interrogatórios nos quais o incômodo com seus trajes masculinos era objeto central dos questionamentos. Dois séculos depois, Rubens retratou a soldado francesa sob cores fortes, e um vermelho intenso, rezando, ajoelhada, com a armadura que lhe caracterizou (FIG. 32). Parte do traje, porém, repousa no chão, em reverência à sua militância católica.

¹⁴³ Joana D’Arc (1412-1431) foi uma mártir francesa, chefe militar da Guerra dos Cem Anos (1337- 1453), que morreu após ser condenada à execução em praça pública, numa fogueira. Foi canonizada em 1920 e é padroeira da França.

¹⁴⁴ Confronto armado entre França e Inglaterra, ocorrido entre 1337 e 1453, provocado pelas rivalidades político-militares do período feudal. Apesar de receber o nome de Guerra dos Cem Anos, o conflito durou 116 anos e envolveu as maiores monarquias europeias da época.

FIGURAS 32 e 33 – Joana D’Arc (1620-1640), de Rubens, e Madonna, na turnê *Rebel Heart* (2015)



FONTE: North Carolina Museum of Art Foundation



FONTE: <<http://www.youtube.com/watch?v=pYtr6SHwJ60>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

A tela de Rubens é materializada na performance de *Iconic* (2015), de Madonna, em quase todos os aspectos: há uma guerreira, com armadura, cabelos longos, sem capacete, que luta em meio a mastros com formato de crucifixo (FIG. 33). Também as cores encontram correspondência nas duas representações, destacando a predominância do vermelho e dourado no quadro e no palco. A canção faz parte da abertura do show, que acontece após a cantora surgir presa numa espécie de jaula suspensa, e é uma das faixas do álbum *Rebel heart* (2015), que também inclui uma música intitulada *Joan of Arc* no repertório. Ao encarnar a personagem francesa, Madonna parece se revestir simbolicamente do *ethos* guerrilheiro e heroico que envolve a trajetória de Joana D’Arc, colocando-se na posição de uma espécie de “combatente pop”.

5 UMA POLÍTICA DE INDÚSTRIA

Conseguir enxergar o pop para além da “pasteurização” criada para acomodar os interesses das indústrias do entretenimento é um processo que leva em conta não apenas o atravessamento do capital econômico, mas também um conjunto estratégico de intencionalidades políticas. São muitas as camadas que sustentam suas contradições. No entanto, a subordinação à lógica do mercado não pode e nem deve deslegitimar as discussões provocadas pelos artistas pop, uma vez que é justamente essa dinâmica paradoxal a responsável por sintonizá-los com o que acontece no mundo. Estar na indústria – e manter-se nela – significa, para uma artista como Madonna, fruto de um sistema comercial tradicionalmente hermético, negociar com o jogo de concessões criativas, políticas e econômicas que isso implica, principalmente com o advento da internet. A fórmula do *single*, álbum e dos grandes espetáculos resiste com dificuldades no mercado fonográfico, mas ainda governa parte considerável as práticas dos cantores *mainstream*, embora exija deles a habilidade extra de lidar com o segmento digital.

A relação dos artistas e da indústria fonográfica com o compartilhamento online de músicas ainda é uma questão emblemática na configuração atual do mercado da música. O declínio do modelo tradicional de negócio empreendido durante décadas pelas gravadoras tem forjado novas estratégias de produção, divulgação e circulação musical, no intuito de readequar cantores e bandas à era dos *downloads* e, mais recentemente, do *streaming*. Desde o prenúncio de sua derrocada, em 1999, com a emergência do serviço de compartilhamento de arquivos Napster, a indústria viu-se forçada a lidar com um fenômeno inédito até então: o vazamento (*leak*). Não se tratava apenas de divulgar ilegalmente músicas já conhecidas, mas de liberar *online* álbuns inteiros, muitas vezes inacabados, antes do lançamento oficial. Antes disso, ainda em 1993, o primeiro álbum a vazar digitalmente, teria sido o *Songs of Faith and Devotion* (Sire, 1993), do Depeche Mode. Segundo relatos do jornalista Eric Harvey, do site especializado em críticas Pitchfork, as faixas do disco circularam pelas salas de bate-papo frequentada por fãs da banda na época¹⁴⁵. Após esse episódio, até 1997, Celine Dion, Alanis Morissette, Beatles e U2 se tornariam os próximos alvos dos compartilhamentos ilegais de mp3.

Em 1998, Madonna teria a primeira experiência com vazamento digital. O *single Frozen* (1998), previsto para ser lançado em 14 de fevereiro, data em que se celebra o dia dos

¹⁴⁵ A history of digital album leaks, 1993-2015. Disponível em: <<http://pitchfork.com/thepitch/652-a-history-of-digital-album-leaks-1993-2015>> Acesso em: 10 fev. 2015.

namorados nos Estados Unidos, chegou à internet com um mês de antecedência, após ser gravada clandestinamente numa rádio de Cingapura. (HARVEY, 2015) A repercussão do vazamento levou o então governo do presidente norte-americano Bill Clinton a se unir às gravadoras e declarar guerra aos *hackers* (invasores), aprovando no Congresso o *Digital Millennium Copyright Act*. Também conhecida pela sigla DMCA, trata-se da lei sancionada em outubro de 1998, que protege os direitos do autor, criminalizando a distribuição online de qualquer tipo de mídia não autorizada. A repressão ao compartilhamento digital ilegal, contudo, parece ter estimulado e aprimorado ainda mais a prática. Com o surgimento do Napster, uma das primeiras vítimas foi a banda Metallica, que, no início do ano 2000, viu músicas inéditas circularem entre milhões de usuários, dando início a uma batalha judicial histórica e sem precedentes de gravadoras e artistas contra o serviço¹⁴⁶. Meses depois, mais uma vez, era chegada a hora de Madonna:

Numa reação contra esta tendência, músicos como Madonna, Metallica e Dr. Dre foram os primeiros a processarem usuários por infringirem a lei do *copyright* realizando download ilegal. Uma forte ligação foi estabelecida pelos organismos da indústria musical entre o aumento do compartilhamento de música e a diminuição das vendas de CD. Isso foi reforçado pelas decisões da justiça e continua a prevalecer hoje ao olhar para os modos de consumo de música. No entanto, a correlação é bastante simplista. A queda nas vendas de CDs também pode ser explicada por outros fatores, como o fim de sua idade de ouro e seu crescente desgaste.¹⁴⁷ (NOWAK, 2016, p. 17, tradução nossa)

Semanas antes de chegar às lojas, em 2000, o álbum *Music* (Maverick/Warner, 2000) caiu na rede para os usuários do Napster. O vazamento provocou a antecipação do lançamento e um processo milionário da cantora contra a empresa. Em meio aos imbróglis judiciais, o serviço acabou saindo do ar, enquanto, paradoxalmente, os artistas que tiveram seus trabalhos vazados na rede atingiam números expressivos de vendas. Foi o caso do grupo Radiohead, com o álbum *Kid A* (Parlophone/Capital, 2000), que, vazado, se tornou o primeiro da banda a chegar ao topo da parada norte-americana da revista *Billboard*¹⁴⁸. O mesmo ocorrera ao cantor Eminem, cujas vendas do disco *The Marshall Matters* (Interscope, 2000) o colocaram em

¹⁴⁶ Metallica, Dr. Dre Settle Napster Lawsuits. Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/news/79142/metallica-dr-dre-settle-napster-lawsuits>> Acesso em: 5 fev. 2015.

¹⁴⁷ In reaction to this trend, musicians such as Madonna, Metallica or Dr. Dre were the first to sue downloading users over infringing copyright. A strong link was then established by music industry bodies between the increase of online music sharing and the decrease of CD sales. It was only reinforced by court decisions and it continues to prevail today when looking at modes of music consumption. However, the correlation is overly simplistic. The decrease of CD sales can also be explained by other factors, such as the end of its golden age and its increasing wear effect.

¹⁴⁸ Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/277326/radiohead/chart?f=305&sort=position>>. Acesso em 5 fev. 2015.

primeiro lugar da parada por sete semanas consecutivas¹⁴⁹, enquanto suas músicas estavam no Napster. Outra figura beneficiada pelo vazamento, em certa medida, foi a própria Madonna. *Music* foi o álbum mais vendido, durante dez semanas, segundo a Billboard¹⁵⁰, após ser disponibilizado no Napster. Na mesma época, a cantora também conseguiu emplacar o *single* homônimo em primeiro lugar, pela última vez na carreira. A polêmica em torno do crime digital parece ter colaborado para a comercialização do CD, cujas vendas atingiram 15,5 milhões em todo o mundo¹⁵¹. À época, a estratégia de divulgação do álbum se concentrou em reverter o dano causado pelo Napster, passando a trabalhar na inserção de Madonna nas plataformas digitais.

5.1 Digitalizando o presente

No ano 2000, a presença de Madonna na música pop já era considerada algo incomum para uma artista feminina de 42 anos. Apesar de ter os números de vendagem a seu lado, a cantora transitava entre concorrentes como Britney Spears e Christina Aguilera, que tinham não apenas a metade da sua idade, mas também maior convivência com as ferramentas digitais. Até o processo contra o Napster, a cantora nunca havia “cedido” às novidades tecnológicas que se popularizavam na época, como ter um site oficial ou mesmo lançamentos multimídia – a exemplo de discos que incluíam material extra em formato de CD-ROM. O século era outro, mas o *modus operandi* da artista em relação ao mercado pouco havia mudado. Algo que pode ser explicado em certa medida pela sua origem atrelada à cultura do videoclipe televisivo, difundida pela MTV, a partir da década de 1980.

Pensar a construção da imagem de Madonna sem levar em conta a associação com a emissora norte-americana é quase impossível. Criada em 1981, dois anos antes do primeiro disco da cantora ser lançado, a MTV disseminou um tipo de linguagem que reorientaria os percursos comerciais da música e o perfil dos artistas pop daquela geração, vinculando-os ao audiovisual. O apelo imagético ganhou tanta relevância quanto o musical, na medida em que os videoclipes também colaboraram para o construto permanente das identidades dos artistas. Madonna se beneficiou particularmente dessa lógica, usando-a como plataforma para as constantes transformações visuais que marcavam cada “era” da sua carreira e para forjar as personas encarnadas em cada uma delas. Com a MTV, a cantora pôde alargar discursiva e

¹⁴⁹ Disponível em: <<http://www.billboard.com/archive/charts/2000/billboard-200>>. Acesso em 5 fev. 2015.

¹⁵⁰ Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/308786/madonna/chart?sort=position&f=379>> Acesso em 5 fev. 2015.

¹⁵¹ Disponível em: <<http://www.statisticbrain.com/madonna-music-career-statistics/>> Acesso em 5 fev. 2015.

esteticamente o conceito de suas músicas, em conjunto com a moda, consolidando uma estratégia que perdurou até a decadência do formato televisivo, a partir de 2010. É o que explica Kellner (2001), ao pensar como a produção videográfica de Madonna conseguiu públicos tão diferentes, ao longo do tempo:

Densos banquetes de imagens, seus videoclipes podem ser desfrutados em diversos níveis, por plateias diversificadas: os adolescentes podem processar as músicas e as imagens de várias maneiras, segundo as próprias fantasias; os críticos de música e da cultura gostam de um corpo-a-corpo com os textos modernistas polissêmicos e do uso ocasional de estratégias pós-modernas; e os estudiosos da cultura popular tentam descobrir como e por que Madonna é estimada. (KELLNER, 2001, p. 359)

A cultura do videoclipe se confunde com a história de Madonna no pop e talvez por isso seja também um dos grandes obstáculos da artista para se adequar às novas forma de promoção utilizadas pelos artistas contemporâneos. Os clipes tradicionais perderam a importância diante das performances nas redes sociais, o ranking dos clipes mais pedidos já não é estabelecido pela TV, mas pelas visualizações do YouTube, e as grandes produções de orçamentos milionários tampouco fazem sentido, uma vez que, além de não terem tanta audiência, premiações como MTV Video Music Awards¹⁵² tornaram-se irrelevantes. Assim, a desestabilidade nas mídias convencionais, causada pela internet, acabou por forçar a incursão de Madonna na seara digital, em nome da sua sobrevivência no meio.

Em 28 de novembro de 2000, numa parceria com o site MSN, a cantora apresentou um *pocket show* com seis faixas do *Music*, ao vivo na Brixton Academy, na Inglaterra, transmitido online para todo o mundo, estabelecendo um recorde histórico para a época de 9,5 milhões de espectadores¹⁵³. Madonna também recuperara o domínio de seu site oficial, após uma batalha judicial, e começou a investir na integração das ferramentas online ao seu escopo promocional. Pode-se afirmar que a luta contra os *hackers* e o resultado da estratégia de marketing de *Music* para contornar o vazamento legou um certo aprendizado à artista, que passou a enxergar na situação uma alternativa para autopromoção. Em 2003, pouco antes de lançar o álbum *American Life* (Maverick/Warner, 2003), faixas aleatórias foram liberadas no software Kazaa¹⁵⁴, chamando a atenção dos fãs para um novo possível vazamento. Porém, ao fazer o *download* das mp3, o usuário era surpreendido com a voz da cantora perguntando “*what the fuck do you think you’re doing?*” (que porra você acha que está fazendo?). A

¹⁵² Premiação criada pela MTV, em 1984, para celebrar os melhores videoclipes do ano.

¹⁵³ Madonna's new hit record. Disponível em: <<http://news.bbc.co.uk/2/hi/entertainment/1045360.stm>> Acesso em 5 fev. 2015.

¹⁵⁴ Software de compartilhamento de mp3 em P2P (peer to peer), semelhante ao Napster, muito popular na época.

estratégia, à primeira vista, parecia atuar em duas frentes: alertar os fãs para a proibição do *download* ilegal e, por tabela, antecipar a divulgação do CD. No entanto, os *hackers* invadiram o seu site oficial, liberando links para baixar as faixas do *American Life* ilegalmente, acompanhadas da mensagem “*this is what the fuck I think I’m doing*” (isso é a porra que nós pensamos que estamos fazendo).

Em 2005, o álbum *Confessions On a Dancefloor* (Warner, 2005) foi distribuído clandestinamente na internet, semanas antes do lançamento. Três anos depois, o mesmo aconteceria com o disco *Hard Candy* (Warner, 2008), cujas versões inacabadas de algumas faixas vazaram inteiras também. Pouco antes de lançar o 12º álbum de estúdio, em 2012, faixas que pertenceriam ao disco MDNA (Interscope, 2012) foram liberadas ilegalmente na rede, como a inédita *Gimme All Your Luvin’* (2012), que seria apresentada oficialmente na performance da cantora durante o intervalo da final do Super Bowl¹⁵⁵. Antes, porém, o blogueiro de celebridades Perez Hilton fora contratado pela equipe da cantora para forjar vazamentos diários de pequenos trechos das músicas do MDNA em seu site, o que não impediu que o CD fosse disponibilizado de forma clandestina na semana anterior ao lançamento. O fato é que a cada vazamento, o material é exposto ao público e, conseqüentemente, à crítica, permitindo que se promova modificações nas músicas, monitoramentos de repercussão, correção de falhas etc., num processo que, apesar de ilegal, acaba sendo útil para a artista. É o que mostramos a partir da análise, mais adiante, da performance online de Madonna em meio aos vazamentos contínuos das faixas do álbum *Rebel heart* (Interscope, 2015).

Pode-se afirmar que, com o passar dos anos, a performance de revolta com os *downloads* clandestinos expressa na mídia tornou-se parte estratégica da engrenagem responsável por alavancar não mais as vendas do álbum, mas a do conjunto de produtos que orbita em torno dele – shows e merchandising, principalmente –, além de fazer circular a imagem do artista em questão. Se, no início dos anos 2000, os vazamentos musicais eram sinônimo de prejuízo para as gravadoras, atualmente parecem colaborar também para a dinâmica de promoção dos discos. Entre 2014 e 2016, inúmeras cantoras pop tiveram discos “vazados” antes da data prevista para lançamento: Taylor Swift, com *1989* (2014)¹⁵⁶; Adele,

¹⁵⁵ Super Bowl é o evento que marca a partida final do campeonato da Liga Nacional de Futebol Americano, a NFL (National Football League). Tradicionalmente, no intervalo, um artista pop ou do rock canta no que é conhecido como *halftime* show, numa apresentação de cerca de 12 minutos de duração. O de Madonna, em 2012, alcançou a maior audiência da história do evento até então, com 114 milhões de telespectadores apenas nos EUA.

¹⁵⁶ Disponível em: <<http://www.usatoday.com/story/life/music/2014/10/24/taylor-swift-1989-album-leaks/17846595/>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

com 25 (XL, 2015)¹⁵⁷; Britney Spears, com *Glory* (RCA, 2016)¹⁵⁸; Lady Gaga, com *Joanne* (Interscope, 2016)¹⁵⁹; além da própria Madonna, com *Rebel heart* (Interscope, 2015).

5.2 Performance no Instagram

Desde 2013, Madonna passou a ter um canal direto com os fãs, através das postagens de fotos e textos que ela mesma alimenta no aplicativo de rede social Instagram. Por meio de sua conta oficial, a artista tem o hábito de divulgar imagens de seu dia-a-dia, dos bastidores dos trabalhos que realiza, bem como opiniões pessoais sobre assuntos do momento. Ao longo de 2014, a cantora passou a utilizar o seu perfil (@madonna) para mostrar parte do processo de produção do álbum que gravava na época, *Rebel heart* (2015), postando fotos e vídeos do que acontecia no estúdio. A cada imagem liberada, informações sobre artistas e produtores que estavam colaborando com ela eram reveladas para os fãs, rompendo gradualmente com o mistério que costumava ser mantido em torno dos bastidores de suas gravações no passado.

Foi também pelo Instagram que Madonna acompanhou e veio a público se manifestar sobre os sucessivos vazamentos que ocorreram meses antes de lançar o *Rebel heart*. O caso foi amplamente noticiado e ganhou contornos performáticos quando a cantora, aparentemente contrariada, postou uma série de fotos e legendas expressando sua ira em relação aos vazamentos em sequência do material que só chegaria às lojas três meses depois. Coletamos todas as postagens da cantora, entre os dias 4 e 20 de dezembro de 2014, em que há o registro da narrativa de revolta construída por ela, na rede social, denunciando sua condição de vítima. A primeira acontece horas depois do vazamento das músicas *Rebel heart* (2015) e *Wash all over me* (2015), no dia 4 de dezembro. Madonna posta a imagem de um aparelho de iPod estilizado (FIG. 34), acompanhado da seguinte declaração: “este iPod quebrado é um símbolo do meu coração quebrado! Minha música foi roubada e vazada! Eu fui violada enquanto ser humano e artista” (tradução nossa).

¹⁵⁷ Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/columns/pop-shop/6769100/adele-25-album-leaks>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

¹⁵⁸ Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/columns/pop/7480201/britney-spears-party-ready-new-album-glory-leaks-ahead-of-release-rca>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

¹⁵⁹ Disponível em: <<http://www.digitalspy.com/music/news/a811389/lady-gagas-new-album-joanne-leaks-online-and-fans-are-mad/>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

FIGURA 34 - Postagem no Instagram, em 4 de dezembro de 2014



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 4 dez. 2014.

Ao longo da semana seguinte ao vazamento, a cantora postou imagens inéditas suas, de ensaios fotográficos antigos, supostamente hackeados também. Legendas de insatisfação continuavam a acompanhar as postagens, que se somaram ao tom dramático adotado pela artista, a exemplo desta (FIG. 35): “Imagens cortadas do ensaio feito por Steven Klein que nunca foram vistas antes. Obrigada por me mostrarem de novo que a compra e venda de roubos está bem e viva no ciberespaço” (tradução nossa).

FIGURA 35 - Postagem no Instagram, em 11 de dezembro de 2014



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 11 dez. 2014.

No dia 13 de dezembro, outra imagem inédita, de um ensaio realizado em 2009, é postada por Madonna (FIG. 36), desta vez com um texto insinuando a participação de seus fãs na liberação das fotos não autorizadas e, conseqüentemente, das músicas de seu futuro álbum na internet. “Outra foto não lançada de uma série que eu acabei de descobrir! Roubada e vendida para quem? Que porra é essa? Os meus fãs estão fazendo isso? Se sim, estou muito confusa! Roubo é crime” (tradução nossa).

FIGURA 36 – Postagem no Instagram, em 13 de dezembro de 2014



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 13 dez. 2014.

Em outra postagem do mesmo dia (FIG. 37), a artista adota um tom mais didático e pede que os seus fãs evitem contribuir com o compartilhamento ilegal de fotos e canções suas, explicando que, além de ser um crime, o ato fere o seu processo criativo. Estranhamente, depois de anos, a cantora parece ter percebido apenas naquela semana que há uma circulação de conteúdo não oficial na internet, sobre a qual há pouco ou nenhum controle. Na legenda da foto, a cantora publicou o seguinte texto:

Esta é uma foto que eu não publiquei. Eu não ganho dinheiro com a publicação de nenhuma das minhas fotos. Mas outras pessoas sim! Peço aos meus verdadeiros fãs e apoiadores que me respeitam como artista e ser humano para que não se envolvam na aquisição, no comércio ou na postagem de músicas ou imagens não lançadas. Eu espero e rezo para que encontremos a fonte dos vazamentos o quanto antes. Até lá eu serei grata por qualquer informação ou pista e mais ainda por seu suporte e lealdade. Por favor me deixem terminar o meu trabalho para que eu possa dar-lhes o meu melhor. #respeitearteeprocessos. (tradução nossa)

FIGURA 37 – Postagem no Instagram, em 13 de dezembro de 2014



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 4 dez. 2014.

Alguns dias se seguiram até que, na madrugada de 17 de dezembro de 2014, 13 músicas que supostamente fariam parte do álbum *Rebel heart*, previsto para ser lançado em março de 2015, caíram na internet, de modo que, pela manhã, milhões de pessoas do mundo inteiro já haviam baixado o álbum, opinado e escolhido as músicas favoritas. Madonna continuou postando no Instagram, à medida que revelava sua revolta com o fato, chegando a declarar que se tratava de um “estupro artístico” e “uma forma de terrorismo”. A espetacularização do vazamento atinge aqui seu clímax, rendendo, inclusive, críticas à radicalização do discurso de Madonna, ao comparar o caso com um ato de extrema violência, como a violação sexual e o terror¹⁶⁰, que fazem vítimas fatais a todo momento. Após a repercussão do texto divulgado pela cantora, a foto com a legenda foi deletada do aplicativo em poucas horas (FIG. 38):

Isso é um estupro artístico!! Essas são demos vazadas, metade das quais nem entrará no meu álbum. A outra metade foi modificada e retrabalhada. Isso é uma forma de terrorismo. Que porra é essa!!!! Por que as pessoas querem destruiu o processo artístico??? Por que roubar? Por que não me dar a oportunidade de finalizar e dar a vocês o meu melhor? (tradução nossa)

¹⁶⁰ Madonna describes new album leak as 'artistic rape and terrorismo. Disponível em: <<http://www.independent.co.uk/arts-entertainment/music/news/madonna-cries-artistic-rape-and-terrorismo-as-new-album-leaks-9932725.html>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

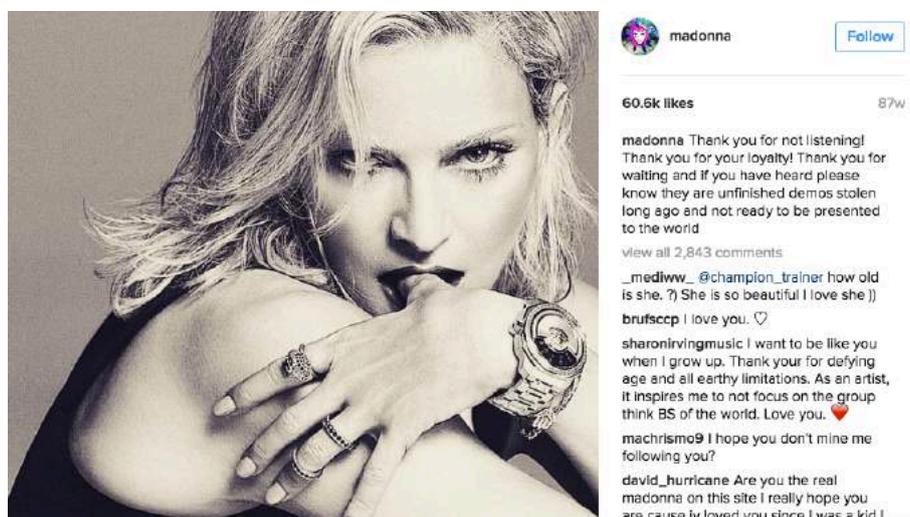
FIGURA 38 – Postagem no Instagram, em 17 de dezembro de 2014, e apagada horas depois



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 17 dez. 2014.

Mais tarde, no mesmo dia, a cantora voltou à rede social e publicou um agradecimento aos fãs (FIG. 39), embora não tenha se desculpado diretamente pelo texto apagado: “obrigada por não ouvirem [as músicas]! Obrigada pela lealdade de vocês! Obrigada por esperarem e, se vocês ouvirem, por favor saibam que são demos não finalizadas roubadas há muito tempo e que não estão prontas para serem apresentadas ao mundo” (tradução nossa).

FIGURA 39 - Postagem no Instagram, em 17 de dezembro de 2014



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 17 dez. 2014.

Em 20 de dezembro, Madonna anuncia, via Instagram, que daria um presente de Natal antecipado aos fãs. Ela posta a capa do álbum e o recado, na legenda (FIG. 40): “o Natal chegou mais cedo! Adquira na pré-venda o meu álbum e faça o download de 6 músicas. Feliz Natal!” (tradução nossa). Seis das canções vazadas estavam a partir daquele momento disponíveis para compra na loja virtual iTunes, em formato de EP¹⁶¹, juntamente com a pré-venda do disco. Não por acaso, as seis mais comentadas pelos fãs que levaram a palavra “Madonna” para o topo dos *Trending Topics*¹⁶² mundiais no Twitter, no dia do vazamento. Em poucas horas, a pré-venda ocupou o número um nas vendas do iTunes em 36 países¹⁶³, ao passo que os fãs reproduziam suas próprias versões da foto divulgada pela cantora, em que ela aparece com fios no rosto, viralizando nas redes sociais – Madonna repostou vários em seu Instagram. No dia 14 de janeiro de 2015, o suposto *hacker* acusado de invadir o computador da artista foi preso em Tel Aviv (Israel) e condenado a 14 meses de prisão, além de pagar uma multa¹⁶⁴.

FIGURA 40 – Postagem no Instagram, em 20 de dezembro de 2014



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 20 dez. 2014.

¹⁶¹ Também conhecido como *extended play*, trata-se de um compacto, que pode conter entre uma e seis faixas, algo como um mini-álbum.

¹⁶² Ranking dos assuntos mais comentados, em tempo real, na rede social de microblog Twitter.

¹⁶³ Disponível em: <<http://www.madonna.com/news/title/madonna-returns-to-the-top-of-the-charts-around-the-world>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

¹⁶⁴ Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/news/israeli-man-arrested-madonna-rebel-heart-leak-20150121>>. Acesso em: 30 jan. 2017.

5.3 Redes sociais: um desafio

Diante de toda a narrativa engendrada pela cantora no Instagram, é possível constatar uma sucessão de dinâmicas experienciais no processo de vazamento do álbum *Rebel heart* (2015), capaz de posicioná-lo como uma instância performática. A partir de eventos em cadeia, houve uma enunciação de contextos e ações de agenciamento de corpos e afetos próprios da performance. No primeiro momento, o texto mostra uma Madonna decepcionada e vitimizada, para logo em seguida dar lugar à artista em fúria, que se sente atingida em sua dignidade, “estuprada artisticamente”; mais adiante, a cantora assume um caráter justiceiro, em seu discurso sobre o compartilhamento de mídia na rede, chegando a acusar os fãs, e revelando, assim, a pouca intimidade com a dinâmica virtual; por fim, exclui uma postagem mais dura e surge mais amena, agradecendo, como forma de redenção, até encerrar a história com a “carta na manga” do pré-lançamento das seis primeiras faixas do disco. Verifica-se nessa narrativa a exibição de uma materialidade discursiva que parece encenar um comportamento bastante codificado no jogo performático que se opera no ambiente do Instagram. A reação da cantora talvez possa dialogar de certa forma com o conceito de drama estético e drama social aplicado sobretudo ao teatro, do teórico Richard Schechner, dentro da noção de comportamento restaurado, sobre a qual discorreremos no capítulo 3. Nele, o autor utiliza o algarismo 8 deitado para representar um fluxo de energia que alimenta os dois lados do numeral, onde se encontra cada um dos dramas. A ideia, com esse diagrama numérico, era encontrar semelhanças e distinções entre os arranjos culturais e performáticos de ambos:

“O profissional do teatro usa as ações consequentes da vida social como matéria-prima para a produção do drama estético, enquanto o ativista social usa técnicas derivadas do teatro para dar suporte às atividades do drama social, que, por sua vez, alimentam o teatro.” (1970-76, p. 144 *apud* CARLSON, 2010, p. 32)

Transportando o conceito de Schechner para a performance online de Madonna, percebemos que o que poderia ser apenas um vazamento ilegal (drama social) se transforma numa plataforma para a artista vociferar contra a falência do modelo clássico de distribuição musical (drama estético), provando que não está disposta a abandonar o *modus operandi* de produção que utiliza há mais de três décadas. Essa forma de trabalhar representa o eixo principal da indústria fonográfica tradicional e, ao mesmo tempo, a obsolescência que nela reside. Aliada das gravadoras – ela mesma já foi proprietária de um selo¹⁶⁵ que descobriu,

¹⁶⁵ Fundada em 1992, a Maverick foi um selo criado e administrado por Madonna, em sociedade com seu empresário à época, Freddy DeMann, Veronica Dashev e a Time Warner. A companhia atuava no ramo de

entre outros artistas, Alanis Morissette –, Madonna ainda parece crer no método de gerenciamento de carreiras que lhe alçou ao estrelato, seguindo à risca o ritual da indústria: *star system*, CD, controle do sigilo na produção, lançamento mundial, videoclipe, *single*, divulgação nos meios de comunicação de massa, música tocando na rádio, turnê mundial etc. Com exceção dos shows, há pouca ousadia em suas empreitadas recentes no mercado, sobretudo no que diz respeito ao uso estratégico das ferramentas online, como as redes sociais, por exemplo.

Fora o Instagram, Madonna possui perfis oficiais no Twitter e no Facebook, mas ambos funcionam apenas replicando o que é postado por ela no aplicativo de compartilhamento de imagens. Em 2012, duas ações promocionais levaram a cantora a realizar uma sessão de perguntas e respostas com os fãs, via Twitter, e também na sede do Facebook, mediado pelo apresentador norte-americano Jimmy Fallon. Depois disso, nenhum outro conteúdo original foi produzido para alimentar as respectivas contas nas redes sociais, com exceção do Instagram, usado pessoalmente pela artista. Suas fotos distorcidas ou em baixa resolução, muitas vezes copiadas de outros perfis ou de sites de busca, quase sempre acompanhadas de textos compostos pelo emprego de vários *emojis*¹⁶⁶, sugerem a ausência de intimidade não apenas com a câmera do celular, mas também uma falta de diálogo com a dinâmica e a estética do aplicativo. Ainda assim, a necessidade de adaptar-se aos novos caminhos seguidos pelos ícones da indústria tem conduzido Madonna por um jogo de marketing e performances numa espécie de labirinto virtual que em nada lembra as práticas de sua geração.

Em 2015, três tentativas de ação promocional em redes sociais diferentes fracassaram, durante a divulgação oficial do álbum *Rebel heart*. A primeira foi o lançamento do videoclipe do *single Living for love* (2015) no Snapchat, um serviço de compartilhamento de micro-vídeos ainda pouco popular, na época, entre o público acima dos 20 anos. No dia agendado para a estreia, um problema técnico, aliado às dificuldades de manuseio do aplicativo, por parte dos fãs, atrasou em algumas horas a exibição do vídeo. Muitos acabaram preferindo assistir no dia seguinte, de forma menos complicada, via YouTube. A segunda foi o lançamento do videoclipe *Ghosttown* (2015) no Meerkat, um serviço de vídeo em *live streaming* (transmissão ao vivo) concorrente do Periscope. Na ocasião, após uma contagem

gravação e edição musical, televisão, cinema, literatura e publicidade. Madonna deixou a sociedade em 2004, após lançar sete de seus álbuns na Maverick.

¹⁶⁶ Biblioteca de figuras prontas, fornecidas por um aplicativo japonês Emoji, que agrupa símbolos originalmente concebidos em forma de desenho.

regressiva alardeada no aplicativo, o *stream* falhou. A estreia precisou ser adiada para o dia seguinte. Por último, a investida foi no aplicativo de relacionamentos gay Grindr, onde os fãs deveriam trocar a foto do perfil por uma reprodução irreverente da capa do álbum *Rebel heart*. Os donos das cinco melhores seriam escolhidos para conversar com Madonna num *chat* privado e outros seis levariam uma cópia autografada do CD para casa. Não se tem registro, porém, de quem foram os vencedores e se, de fato, receberam a premiação prometida.

O que chama atenção, além do insucesso das ações promocionais *online*, é o esforço de emular no ambiente virtual estratégias que por muito tempo foram colocadas em prática *offline*, mas que se encontram obsoletas. Em tempos de YouTube, Snapchat e Meerkat, talvez não haja muito sentido haver contagem regressiva para dia e hora de uma estreia mundial de vídeo, como acontecia na época da MTV. Usar uma rede social gay para premiar os fãs com uma conversa no *chat* ou um CD autografado também não é muito diferente das promoções típicas das estações de rádio, onde se fazia a mesma coisa por meio de ligações telefônicas ou do envio de cartas. Isso tudo sem contar que, fora do período de divulgação de seus lançamentos, nem mesmo Madonna faz uso das plataformas que tenta explorar. A performance nas redes sociais é, atualmente, parte essencial do conjunto estratégico de autopromoção que envolve os artistas pop da nova geração. É através delas que se anunciam novos produtos, se criam narrativas (romanceadas, dramáticas, familiares etc.) e se lançam materiais (música, *teasers* de clipes e filmes, ensaios fotográficos etc.), engajando os fãs que forjam uma ideia de proximidade dos ídolos, ao mantê-los na mesma *timeline* (linha do tempo) que dividem com seus amigos e familiares.

Mais do que uma questão geracional, a experiência de Madonna virtualmente atravessa também um modo tradicional de se portar na indústria fonográfica e em prol dela. A postura da cantora reforça a subserviência aos itinerários mercadológicos traçados por uma estrutura que não mais se sustenta por meio dos grandes conglomerados apenas. Até a década de 1990, assinar contrato com uma *major* – a exemplo do que envolveu Madonna e a Warner Music – era garantir a circulação da música em circuitos de rádio, televisão e cinema, em função da diversidade dos segmentos abarcados pelo grupo comercial do qual a gravadora era parte. Não que essa lógica tenha se perdido, mas é fato que, com a internet, as redes sociais, a consequente crise da indústria fonográfica e as quedas nas vendas de discos, o foco passou a ser predominantemente em shows e publicidade.

Nos últimos anos, é possível constatar uma relativa mudança na maneira dos artistas – especialmente do *mainstream* – ganharem o seu sustento com o crescimento dos concertos ao vivo. [...] Se é verdade que até bem pouco tempo os músicos

conseguiam dois terços de sua receita através da venda de fonogramas – o terço restante era obtido através de shows e publicidade/marketing –, é preciso ressaltar que atualmente esta proporção se inverteu. (HERSCHMANN; KISCHINHEVSKY, 2011, p. 30)

5.4 TIDAL: nova plataforma, velhas práticas

Fora da Warner Music desde 2008, Madonna migrou para a gravadora Live Nation, cuja atividade principal, durante anos, fora a organização de concertos musicais – inclusive dos seus, enquanto contratada da Warner. A empresa é uma divisão do grupo texano Clear Channel, que, após ameaças de ações processuais antitruste, foi forçado a se desfazer de quase 300 das 1200 de rádios que possuía, em 2006, além de se subdividir em três companhias diferentes: Clear Channel Outdoor, uma das maiores empresas de propaganda do mundo, Clear Channel Communications, proprietária de 900 estações de rádio, e Live Nation, promotora de megaeventos (MARTEL, 2012, p. 140). Esta última passou também a funcionar como selo fonográfico (Interscope), contratando artistas como U2, Shakira, Christina Aguilera e Jay-Z, mas com lógica diferente das *majors* convencionais. Ao invés de deter os direitos da música como as outras, o foco da companhia é a promoção dos álbuns, com turnês mundiais, e o licenciamento do nome do artista em ações de marketing e merchandising.

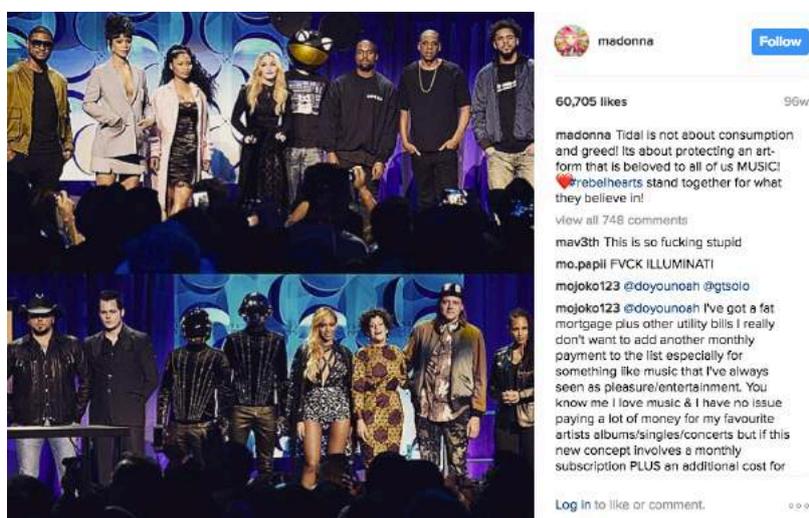
Normalmente, a prática de artistas como Madonna era lançar seus discos através de uma *major* e depois acertar contratos diferentes para turnê e publicidade, com outras companhias. Após a crise fonográfica, os principais atores envolvidos na indústria – selos musicais, promotoras de concertos, empresas de venda de ingressos e agentes – passaram a propor acordos de participação mais vantajosos para eles, no sentido de compensarem o faturamento que já não conseguem mais obter com a venda de discos. O movimento de sair da Warner Music, gravadora onde permaneceu por 25 anos, para entrar na Live Nation, adotando um modelo de negócio que opera sob balizas mais atualizadas, demonstra a preocupação da engrenagem por trás de Madonna em concentrar forças no marketing. O que explica as escolhas de produtores bem colocados na Billboard para as parcerias nos discos, a inserção pouco orgânica no mundo virtual, a pluralidade do merchandising que leva seu nome (roupas, perfume, sapatos, produtos de beleza, academias) e a sociedade firmada junto ao grupo de artistas liderado pelo rapper e empresário Jay-Z na criação da plataforma TIDAL.

Lançado em 2015, o serviço de distribuição digital de música por assinatura TIDAL é fruto da reunião de grandes nomes da indústria, como Beyoncé, Rihanna, Nicki Minaj, Kanye West e Daft Punk, com a finalidade de enfrentar o modelo de consumo musical via

streaming popularizado por empresas como Spotify, Deezer e Apple Music. É o primeiro serviço detido e administrado apenas por artistas, sem ingerência de nenhuma *major*, e voltado para a promoção do seu catálogo, por meio da oferta de áudio com o máximo de qualidade sonora¹⁶⁷, vídeos em alta resolução e produção de conteúdo exclusivo. Outro diferencial, para cantores e bandas, está no dinheiro gerado pela execução em *streaming* que o TIDAL pode repassar, já que o valor-base chega a ser o dobro da concorrência¹⁶⁸.

Na semana de lançamento do serviço, as celebridades sócias do projeto postaram, simultaneamente, em suas contas do Instagram, imagens alusivas ao TIDAL, anunciando a data em que entraria no ar, mas sem explicar do que se tratava exatamente. Pouco a pouco, algumas informações foram liberadas através das redes sociais dos artistas envolvidos. Assim como aconteceu no vazamento do álbum *Rebel heart*, três meses antes, Madonna usou seu perfil no Instagram, no dia 30 de março de 2015, quando a assinatura do contrato foi transmitida ao vivo em *streaming*, para postar uma foto do momento e tentar esclarecer o que de fato era o TIDAL (FIG. 41): “Tidal não é sobre consumo ou ganância, é sobre proteger uma forma de arte que é amada por todos nós, MÚSICA! #coraçõesrebeldes apoiam juntos o que acreditam!” (tradução nossa).

FIGURA 41 – Postagem no Instagram, em 30 de março de 2015



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

¹⁶⁷ O TIDAL utiliza a tecnologia LossLess, que comprime o áudio sem que haja perda de dados, resultando numa qualidade sonora superior.

¹⁶⁸ Segundo levantamento de 2015, quando foi lançado, o TIDAL pagava US\$ 0,012 por música executada, além de 75% dos *royalties* para os artistas. O dobro do que repassava seu principal concorrente Spotify, que pagava US\$ 0.0072 e 70% dos *royalties*. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/cultura/musica/tidal-paga-aos-artistas-quase-dobro-em-royalties-por-musica-executada-do-que-spotify-16052089>>. Acesso em: 31 jan. 2017.

Uma série de postagens da cantora se seguiu, no mesmo dia, em defesa do projeto liderado por Jay-Z (FIG. 42), sem abandonar o tom corporativista no discurso: “tudo será explicado e revelado no tempo certo! Tenham fé! E lembrem que nada é de graça! Isso é uma LEI universal. Em algum lugar, de algum jeito, alguém tem que pagar. Sempre haverá uma troca. #verdade #tidal” (tradução nossa).

FIGURA 42 - Postagem no Instagram, em 30 de março de 2015

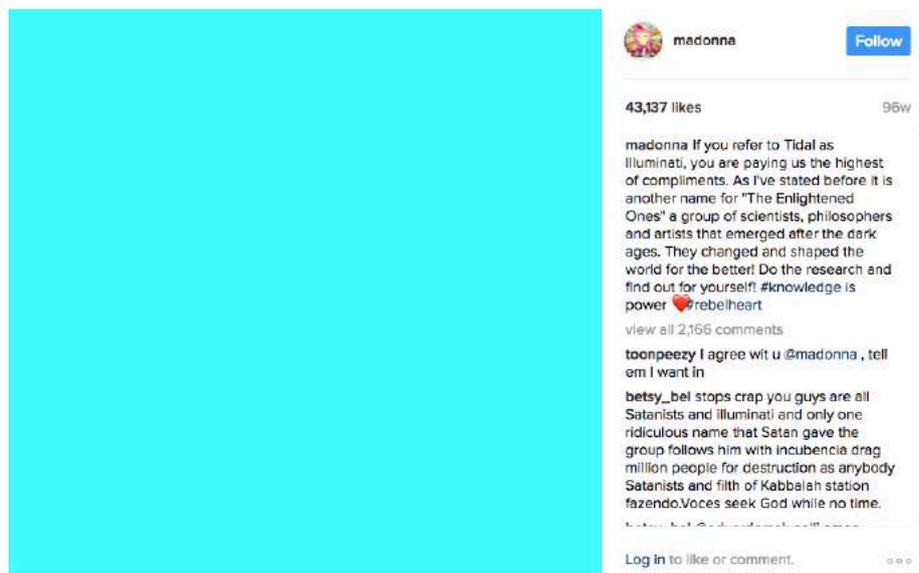


FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

Em seguida, outra postagem do mesmo dia se utiliza de uma certa narrativa profética, após seguidores do Instagram acusarem o TIDAL de ser resultado de uma iniciativa illuminati¹⁶⁹, para encenar uma justificativa quase que mitológica a fim de explicar o envolvimento das celebridades no projeto (FIG. 43): “se você se refere ao Tidal como illuminati, você está nos dando o melhor dos elogios. Como eu expliquei antes, trata-se de um outro nome para ‘Os Iluminados’, um grupo de cientistas, filósofos e artistas que emergiu após a Era das Trevas. Eles mudaram e moldaram o mundo para melhor! Pesquise e descubra você mesmo! #conhecimento é poder #coraçãorebelde” (tradução nossa). Uma das faixas do álbum *Rebel heart*, vazado meses antes do lançamento do serviço, foi intitulada *Illuminati* e teve produção de Kanye West, também apontado como suposto membro do grupo.

¹⁶⁹ Sociedade secreta criada pelo professor alemão Adam Weishaupt, em 1776, para discutir e promover os dogmas do Iluminismo, influenciando as decisões políticas da época, no sentido de criar uma nova ordem mundial. Desde então, inúmeras teorias da conspiração envolvendo os illuminati têm sido propagadas, atribuindo aos membros illuminati os principais acontecimentos no mundo (mortes de celebridades, ataques terroristas, epidemias etc.). Na cultura pop, há a especulação de que artistas como Beyoncé, Jay-Z, Kanye West, Lady Gaga e Madonna fazem parte do grupo.

FIGURA 43 - Postagem no Instagram, em 30 de março de 2015



FONTE: <<http://instagram.com/madonna>>. Acesso em: 30 mar. 2015.

Considerando que o TIDAL se apresenta como reação à expansão do mercado digital de música, por parte dos que fazem o *mainstream*, é possível observar que há menos a intenção de oferecer uma alternativa inovadora de consumo do que transferir para a plataforma online um modelo de negócio que vigora há décadas. É a ideologia do capital, liderada pelas gravadoras, que tenta se travestir de novidade para conter a utopia da democratização de conteúdo criada pela internet. O compartilhamento online, como afirma Nowak (2016, p. 19), certamente desafiou os modelos pré-existentes de distribuição e consumo musical, redefinindo o modo de acesso individual ao produto, mas não o revolucionou. Diante dos imbróglis em torno de direitos autorais, remuneração dos envolvidos na produção e geração de receita, a estrutura da indústria fonográfica ainda resiste nas figuras das estrelas que fabrica. A postura de Madonna, ao exaltar a superioridade artística dos sócios do TIDAL, por meio da história por trás dos illuminati, e destacar a obrigação de o público ter que pagar pelo trabalho que realizam, demonstra o alinhamento da cantora ao discurso das *majors* e também uma de suas maiores contradições. Ela advoga em favor da mesma indústria que é constantemente criticada por objetificar mulheres e explorar de maneira desproporcional a distribuição do lucro gerado pelos artistas.

A dificuldade de a cantora se adequar às novas ferramentas tecnológicas parece se revelar também como resistência aos danos financeiros que a internet é capaz de produzir aos artistas de grande porte, para além da seara fonográfica. Há anos, os álbuns deixaram de ocupar a linha de frente da carreira de Madonna, acompanhando a tendência geral na

indústria, tanto em função da crise como da sua idade. Com isso, o foco no marketing de sua imagem cresceu mais do que a necessidade de vender discos. A adesão ao TIDAL, cuja sociedade é composta pelos artistas mais jovens e rentáveis da atualidade, se desenha não apenas como uma resposta da cantora às novas formas de circulação e consumo musicais, mas principalmente como uma maneira de vincular-se às pessoas que dominam o *mainstream* no momento, seja pelas vendas ou pela influência. Na ocasião do lançamento, Madonna, aos 56 anos, era a sócia mais velha do grupo, cuja faixa etária média era de 30 anos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao encampar um estudo sobre as performances de Madonna, a imersão numa espécie de arqueologia da cultura pop torna-se inevitável. Por meio delas, compreendemos a evolução dos processos que compõem a indústria musical, seja no âmbito estético ou mercadológico, e como a cantora contribuiu para moldar o que atualmente conhecemos por música pop. Madonna reuniu arte, marketing e política numa articulação que continua a fazer sentido até os dias de hoje para a sua permanência no *mainstream*, apesar dos obstáculos geracionais. Por isso mesmo, a artista constitui um objeto de pesquisa em constante movimento, nada hermético e midiaticamente relevante para se compreender não apenas a época em que vivemos, mas também o que tem acontecido nas últimas três décadas.

Durante nosso percurso, analisamos um *corpus* variado, formado por videoclipes, performances ao vivo e na internet, no intuito de encontrar o elo que conectava cada material pesquisado, ainda que sob diferentes suportes. Esse elo nada mais era do que a combinação entre estética e política. Uma política que se faz no dia-a-dia, na prática de escuta, na execução de passos de dança, numa aparição estilizada, mas principalmente no diálogo estético que o conjunto da obra musical e visual de Madonna estabelece com quem dispõe de pouca representatividade – minorias étnicas e sexuais, sobretudo. É de se notar, porém, que essa dialética é permeada por tensões e abastecida pelo paradigma que, a nosso ver, atravessa toda a obra da cantora: o narcisismo. Seja qual for o tema político abordado em suas performances, por mais universal que se mostre, ele partirá quase sempre da experiência narcísica da *performer* naquele contexto. É o embate entre sua fé e seu hedonismo mundano, em *La isla bonita* (1987); o dilema da gravidez precoce fruto de seu romance, em *Papa don't preach* (1986); o racismo que diz respeito à sua ética pessoal, em *Like a prayer* (1989); o seu corpo envelhecido, em *Like a virgin* (2012); a revolta, no Instagram, pelo vazamento de seu álbum *Rebel heart* (2015).

A política narcisista de Madonna, por exemplo, não destaca nenhuma outra mulher, além dela mesma, nas narrativas das performances que analisamos. Ainda que a observação desses trabalhos permita uma leitura possível de ser partilhada coletivamente, o modo como eles são operados parece não fornecer espaço para outros enquadramentos que não tenham Madonna como núcleo. Stanley (2013), inclusive, faz uma analogia entre a conduta da artista e a da ex-primeira-ministra do Reino Unido, Margareth Thatcher¹⁷⁰, afirmando que, assim

¹⁷⁰ Também conhecida por “dama de ferro”, ocupou o cargo de primeira-ministra do Reino Unido, entre os anos de 1979 a 1990.

como a britânica, que nunca autorizou outra primeira-ministra entrar em seu gabinete, Madonna age, de certa forma, como se fosse a única mulher “autorizada” no pop. É importante destacar que não nos referimos aqui a parcerias ou colaborações musicais com outras cantoras, mas à possibilidade de outras abordagens em suas enunciações performáticas.

Há a compreensão de que o gênero é uma questão essencial na obra de Madonna, impulsionando a maioria dos debates agendados pelas performances que selecionamos – em especial, quando se trata de sexismo e preconceito de idade. No entanto, o recorte predominante desses questionamentos é feito de maneira que se privilegie o lugar ocupado pela artista, com seus textos servindo a seu público-alvo, mas principalmente à estratégia de posicionamento orquestrada pelo seu marketing. Um exemplo é a relutância da cantora em vincular a imagem às de outras de sua geração ou anteriores a ela. As parcerias musicais e interações públicas, quando ocorrem, são sempre com artistas muito mais jovens, contrariando seu discurso em defesa do envelhecimento feminino na música pop. O que se nota é a disseminação de falas de legitimação individual que pouco se aplicam na sua práxis artística em relação à coletividade. Madonna não se une a Cher, Cyndi Lauper ou Debbie Harry, mas a Britney Spears, Miley Cyrus e Nicki Minaj.

Ainda sobre a abordagem de gênero nas performances da cantora, localizamos uma negociação estética com a sensibilidade *camp*, a partir da apropriação da iconografia católica por Madonna, em que se acomodam discussões sobre racismo, sexo e religião. Reconhecendo a popularidade dos símbolos religiosos e da circulação dos mesmos na cultura midiática, o uso desse repertório imagético, em que a artista se coloca como figura central, evoca também outras problemáticas, a exemplo da opressão feminina reforçada pela Igreja, da inserção de Madonna no mercado latino-americano e da aproximação estética, e em alguma medida política, com o movimento Barroco. Para entender esta última, colocamos cenas de performances da cantora ao lado de telas de Ticiano, Peter Paul Rubens e Tintoretto, como forma de identificar semelhanças para além da temática religiosa. O resultado foi a constatação de um encadeamento entre o *camp*, o Barroco e as representações visuais de Madonna, que também toca a esfera política, em seu mundo de contrastes, tendo como carro-chefe o repertório de ícones da Igreja Católica retratado de forma superlativa.

As contradições da cantora, identificadas ao longo da pesquisa, apenas ratificam a potência do nosso objeto, desvelando camadas de um maquinário bem engendrado, mas ainda assim repleto de melindres. A ligação de Madonna com a indústria fonográfica, evidenciada na análise de sua performance no Instagram, por ocasião do vazamento do disco *Rebel heart*, prova não apenas a subserviência aos meandros do capital, mas ao conservadorismo

protecionista das grandes gravadoras. Embora haja o interesse de integrar o mercado digital e adaptar o trabalho às novas tecnologias, não parece o foco da artista promover algum tipo de revolução nesse terreno. Por meio das declarações da cantora analisadas na rede social, entendemos que talvez, para ela, a internet ainda seja uma ferramenta confusa, por vezes inconveniente, mas impossível de se ignorar, diante das transformações do mercado. Habituada à lógica do videoclipe, difundida pela MTV, através da qual construiu suas inúmeras eras, personas e performances, Madonna não conseguiu transportar sua expertise da televisão para as novas mídias nem propor outros caminhos. Ao invés disso, preferiu combater o compartilhamento de conteúdo online, inclusive juridicamente, unindo-se a outros artistas na criação do serviço de *streaming* TIDAL e levando para o aplicativo a prática tradicional das *majors*: restrição total de conteúdo ao público que desembolsa dinheiro.

Pensando as inclinações políticas que Madonna expressa publicamente, seja em defesa de minorias ou do corporativismo na música, chegamos à conclusão de que sua busca pela manutenção da relevância midiática se sobrepõe à artística. Como mostramos no capítulo 2, os números de vendas de discos da cantora caíram drasticamente, a partir de 2006, provocando ajustes de rota em suas estratégias de marketing. O foco passou ser a promoção de shows e merchandising, como forma de compensar as cifras que os álbuns já não conseguem atingir. Diante desse cenário, a disputa pela permanência no *mainstream* foge um pouco da esfera fonográfica convencional para se concentrar em fortalecer a imagem de Madonna na grande mídia, através de suas performances em público. E talvez seja também por isso que o político circunscrito na obra da cantora ainda consiga encontrar ressonância.

Outra razão para que as estetizações políticas presentes nas performances da artista ganhem destaque é o fato de que elas estão na maior parte das vezes vinculadas a experiências da vida cotidiana, ou seja, refletem situações e causas tangíveis, embora estilizadas. Como explica Zoonen (2005, p. 3, tradução nossa), “a política tem que estar conectada com a cultura cotidiana dos cidadãos, se não ela se torna um espaço alienígena, ocupado por estranhos com os quais ninguém se importa”¹⁷¹. Com a crise de representação política que as principais democracias atravessam na atualidade, a importância de uma artista que enuncia e reverbera as contradições de seu tempo nas performances que realiza é enorme para a cultura pop. O alcance dessas manifestações artísticas colabora para a formação de uma subjetividade social e um engajamento que nem sempre a política tradicional é capaz de provocar.

¹⁷¹ Politics has to be connected to the everyday culture of its citizens; otherwise it becomes an alien sphere, occupied by strangers no one cares and bothers about.

Dar ênfase a subculturas, produzindo prazeres, sensações e afetos entre segmentos não raramente ignorados pelo poder hegemônico – mulheres, gays, negros e imigrantes – é um dos méritos do trabalho de Madonna. Nos Estados Unidos, onde as mulheres ocuparam 19.4% das cadeiras do Congresso¹⁷², em 2017, e os negros, 10%¹⁷³, apenas para citar dois exemplos fora do meio do entretenimento, o posicionamento público acerca das discrepâncias da democracia ainda é muito válido, por parte dos artistas. Decerto que a aliança entre o capital e a força criativa, no entanto, fornece camadas de sentido que suscitam debates sobre autenticidade e autonomia, mas o que talvez se sobressaia nessa relação tão complexa, no caso de Madonna, seja a singularidade das encenações performáticas no âmbito do pop. Ainda que impregnadas de narcisismo, há uma afirmação espacial do sensível, uma poética que também articula o corpo e a biografia da cantora com a carga de experiências e expectativas do seu público. A performance em si não prescinde da consciência de duplicidade, tampouco Madonna. Entender como seu jogo cênico é construído, portanto, envolve não apenas o reconhecimento dos acionamentos políticos e estéticos, mas a importância do que possivelmente seja sua grande matéria-prima: o afeto.

¹⁷² Dados disponíveis em: <<http://www.cawp.rutgers.edu/women-us-congress-2017>>. Acesso em: 7 fev. 2017.

¹⁷³ Dados disponíveis em: <<http://www.naacp.org/latest/upcoming-115th-congress-will-open-african-americans-history>>. Acesso em: 7 fev. 2017.

REFERÊNCIAS

- AGAMBEN, Giorgio. **Profanações**. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007. 96 p.
- AUSLANDER, P. **Liveness: performance in a mediatized culture**. Inglaterra. Londres: Routledge, 1999. 224 p.
- BAHIA, Mayrton. A Arquitetura dos espaços virtuais: dimensões e sensações virtuais no tempo. *Música e Tecnologia*. v.10, n. 18, mai, 1998b.
- BARCELLA, Laura. (Org.). **Madonna & me: women writers on the queen of pop**. Estados Unidos. Berkeley: Soft Skull Press, 2012.
- BERGER, David G.; PETERSON, Richard. A. Cycles in symbol production: the case of popular music. In: FRITH, Simon; GOODWIN, Andrew. (Org.). **On record: rock, pop and the written word**. Inglaterra. Londres: Routledge, 1990. 420 p. 117-133.
- BÉRUBÉ, Michael. (Org.). **The aesthetics of cultural studies**. Inglaterra. Oxford: Blackwell Publishing, 2005. 220 p.
- BROWN, Jane. D.; SCHULZE, Laurie.; WHITE, Anne. B. A sacred monster in her prime: audience construction of Madonna as low-other. In: SCHWICHTENBERG, Cathy (Org.). **The Madonna connection: representational politics, subcultural identities, and cultural theory**. Estados Unidos. Boulder: Westview Press, 1993. 336 p. 15-37.
- BUTLER, Judith. **Problemas de gênero: feminismo e subversão da identidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2015. 288 p.
- CARLSON, Marvin. **Performance: uma introdução crítica**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2010. 284 p.
- CITELI, Maria Teresa; NUNES, Maria José F. R. Violência simbólica: a outra face das religiões. São Paulo: Católicas Pelo Direito de Decidir, 2010. 48 p.
- CLERK, Carol. **Madonnastyle**. França. Paris: Vade Retro, 2002. 176 p.
- DAVIES, Paul. The power to convey the unuttered. In: LILLY, Mark. (Org.). **Lesbian and gay writing: an anthology of critical essays**. Inglaterra. Londres: Macmillan, 1990. 218 p. 199-213.
- DOUGLAS, Mary. **Purity and danger: an analysis of concepts of pollution and taboo**. Inglaterra. Londres: Routledge, 2002. 272 p.
- DYER, Richard. **Only entertainment**. Inglaterra. Londres: Routledge, 2002. 192 p.
- _____. **The culture of queers**. Inglaterra. Londres: Routledge, 2002. 256 p.
- FOUCAULT, Michel. **O corpo utópico, as heterotopias**. São Paulo: N-1, 2013. 112 p.

FRITH, Simon. Music and everyday life. In: CLAYTON, Martin; HERBERT, Trevor; MIDDLETON, Richard. (Org.). **The cultural study of music: a critical introduction**. Inglaterra. Londres: Routledge, 2003. 370 p. 92-101.

_____. **Performing rites: on the value of popular music**. Estados Unidos. Cambridge: Harvard University Press, 1996. 352 p.

GARDNER, Abigail.; JENNINGS, Ros. (Org.). **'Rock on': women, ageing and popular music**. Inglaterra. Surrey: Ashgate, 2012. 186 p.

GIL, José. **Metamorfoses do corpo**. Portugal. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997. 222 p.

GOMBRICH, Ernst Hans. **A história da arte**. Rio de Janeiro: Zahar, 1981. 688 p.

GOMES, Wilson. **Transformações da política na era da comunicação de massa**. São Paulo: Paulus, 2004. 451 p.

GROSSBERG, Lawrence. **Cultural studies in the future tense**. Estados Unidos. Durham: Duke University Press, 2010. 372 p.

GUILBERT, George Claude. **Madonna as postmodern myth**. Estados Unidos. Jefferson: McFarland & Company, 2002. 264 p.

GUILLOTTEAU, Frédéric. **Madonna on stage**. França. Paris: Éditions Why Not, 2008. 288 p.

HALL, Stuart. **Da diáspora: identidades e mediações culturais**. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2003. 410 p.

HAWKINS, Stan. Dragging out camp: narrative agendas in Madonna's musical production. In: FOUZ-HERNANDEZ, Santiago.; JARMAN-IVENS, Freya. (Org.). **Madonna's drowned worlds: new approaches to her cultural transformations 1983-2003**. Estados Unidos. Burlington: Ashgate, 2004. 223 p. 3-21.

HENNION, Antoine. **Pragmática do gosto**. *Desigualdade & Diversidade*, Rio de Janeiro. n.8, p. 253-277, jan./jul. 2011.

HERSCHMANN, Micael.; KISCHINHEVSKY, Marcelo. **Tendências da indústria de música no início do século XXI**. In: JANOTTI JR., Jeder; LIMA, Tatiana Rodrigues; PIRES, Victor de A. N. (Org.). *Dez anos a mil: mídia e música popular massiva em tempos de internet*. Porto Alegre: Simplíssimo, 2001. 153 p. 23-34.

HESMONDHALGH, David. **Why music matters**. Inglaterra. Oxford: Wiley Blackwell, 2013. 204 p.

HULSETH, Mark D. **Like a sermon: popular religion in Madonna vídeos**. In: FORBES, Bruce David; MAHAN, Jeffrey H. (Org.). *Religion and popular culture in America*. Estados Unidos. Berkeley: University of California Press, 2005. 339 p. 75-98.

JANOTTI JR., Jeder. Cultura pop: entre o popular e a distinção. In: CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério.; DE SÁ, Simone Pereira (Org.). **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA, 2015. 296 p. 45-56.

_____; NOGUEIRA, Bruno Pedrosa. Um museu de grandes novidades: crítica e jornalismo musical em tempos de internet. In: Encontro da Compós, 19., 2010, Rio de Janeiro. Anais eletrônicos. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2010. Disponível em: < http://compos.com.puc-rio.br/media/gt11_jeder_janotti_bruno_nogueira.pdf >

JENNINGS, Ros. Popular music and ageing. In: MARTIN, Wendy.; TWIGG, Julia. (Org.). **Routledge handbook of cultural gerontology**. Estados Unidos. Nova York: Routledge, 2015. 480 p. 77-84.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru: EDUSC, 2001. 454 p.

KORSMEYER, Carolyn. **Gender and aesthetics**. Inglaterra. Londres: Routledge, 2004. 208 p.

LAWRENCE, Tim. **Life and death on the New York dance floor, 1980-1983**. Estados Unidos. Durham: Duke University Press, 2016. 600 p.

LE BRETON, David. **Antropologia do corpo**. Petrópolis: Ed. Vozes, 2011. 318 p.

LIEB, Kristin J. **Gender, branding and the modern music industry**. Estados Unidos. Nova York: Routledge, 2013. 224 p.

MADONNA. **Ciao Italia: live from Italy**. Direção: Egbert Van Hess. Turim (Itália). Los Angeles: Warner Brothers, c1988. Produzido por RAI Radiotelevisione Italiana e Warner Music Vision. DVD (101 min), NTSC 4:3, color.

MARTEL, Frédéric. **Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012. 490 p.

MCDONALD, Paul. **Hollywood stardom**. Inglaterra. Oxford: Wiley-Blackwell, 2013. 352 p.

MIGUEL, Luis Felipe. Falar bonito: o Kitsch como estratégia discursiva. *Revista Brasileira de Ciência Política*, Brasília, n.6, jul./dez. 2011, p. 183-202.

NOWAK, Raphaël. **Consuming music in the digital age: technology, roles and everyday life**. Inglaterra. Londres: Palgrave Macmillan, 2016. 167 p.

O'BRIEN, Lucy. **Madonna 50 anos: a biografia do maior ídolo da música pop**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. 554 p.

OLALQUIAGA, Celeste. **Megalópolis: sensibilidades culturais contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel, 1998. 141 p.

PATTON, Cindy. Embodying subaltern memory: kinesthesia and the problematics of gender and race. In: SCHWICHTENBERG, Cathy. (Org.). **The Madonna connection:**

representational politics, subcultural identities, and cultural theory. Estados Unidos. Boulder: Westview Press, 1993. 336 p. 81-105.

QUEIROZ, Rafael P. F. **Do download à agulha:** circularidade e permanência do LP através das festas em Recife. 2014. 117 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2014. Disponível em: <<http://repositorio.ufpe.br:8080/xmlui/handle/123456789/13138>>. Acesso em: 10 dez. 2016.

RANCIÈRE, Jacques. **A partilha do sensível.** São Paulo: Ed. 34, 2014. 72 p.

REGEV, Motti. **Pop-rock music:** aesthetic cosmopolitanism in late modernity. Inglaterra. Cambridge: Polity Press, 2013. 224 p.

RETTENMUND, Matthew. **Encyclopedia Madonnica.** Estados Unidos. Nova York: St. Martin's Press, 1995. 207 p.

SCOTT, B. Ronald. Images of race and religion in Madonna's vídeo Like a Prayer: prayer and praise. In: SCHWICHTENBERG, Cathy. (Org.). **The Madonna connection:** representational politics, subcultural identities, and cultural theory. Estados Unidos. Boulder: Westview Press, 1993. 336 p. 57-77.

SÊGA, Christina Maria P. O kitsch está cult. *Signos do consumo*, São Paulo, v.2, n.1, jan./jul. 2010, p. 53-66.

SELZ, Peter; STILES, Kristine (Org.). **Theories and documents:** a sourcebook of artists' writings. Estados Unidos. Los Angeles: University of California Press, 1996. 1003 p.

SIMÕES, Paula G. O poder de afetação das celebridades. In: FRANÇA, Vera *et al.* (Org.). **Celebridades no século XXI:** transformações no estatuto da fama. Porto Alegre: Sulina, 2014. 286 p. 209-225.

SIMONE, Alina. **Madonnaland and other detours into fame and fandom.** Estados Unidos. Austin: University of Texas Press, 2016. 128 p.

SOARES, Thiago. **A estética do videoclipe.** Paraíba: Ed. da UFPB, 2013. 308 p.

_____. Percursos para estudos sobre música pop. In: CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogério; DE SÁ, Simone Pereira (Org.). **Cultura pop.** Salvador: EDUFBA, 2015. 296 p. 19-33.

SONTAG, Susan. Notas sobre o Camp. In: **Contra a interpretação.** Porto Alegre: L&PM, 1987. 350 p. 318-337.

STANLEY, Bob. **Yeah Yeah Yeah:** the story of modern pop. Inglaterra. Londres: Faber and Faber, 2013. 800 p.

STRAW, Will. Cenas culturais e as consequências imprevistas das políticas públicas. In: JANOTTI JR., Jeder; DE SÁ, Simone Pereira. **Cenas musicais.** Guararema: Anadarco, 2013. 167 p. 9-23.

TAYLOR, Diana. **O arquivo e o repertório**: performance e memória cultural nas Américas. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 2013. 430 p.

TURNER, Victor. **Dramas, campos e metáforas**: ação simbólica na sociedade humana. Rio de Janeiro: EdUFF, 2008. 278 p.

ZOONEN, Liesbet van. **Entertaining the Citizen: When Politics and Popular Culture Converge**. Estados Unidos. Maryland: Rowman & Littlefield, 2005. 181 p.