



**UNIVERSIDADE DE SOROCABA**  
**PRÓ-REITORIA ACADÊMICA**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO E CULTURA**

**Elton Caramante Antunes**

**COMUNICAÇÃO E IMAGEM: AS MULTIFACES DE MADONNA  
ENQUANTO MANIFESTAÇÃO DO CONTEMPORÂNEO**

**Sorocaba/SP**

**2011**

**Elton Caramante Antunes**

**COMUNICAÇÃO E IMAGEM: AS MULTIFACES DE MADONNA  
ENQUANTO MANIFESTAÇÃO DO CONTEMPORÂNEO**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação.

Orientadora: Prof<sup>ª</sup>. Dra. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza

**Sorocaba/SP**

**2011**

### Ficha Catalográfica

Antunes, Elton Caramante  
A642c Comunicação e imagem : as multifaces de Madonna enquanto  
manifestação do contemporâneo / Elton Caramante Antunes. –  
Sorocaba, SP, 2011.  
112 f. : il.

Orientadora: Prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup>. Luciana Coutinho Pagliarini de Souza  
Dissertação (Mestrado em Comunicação e Cultura) -  
Universidade de Sorocaba, Sorocaba, SP, 2011.

1. Comunicação visual. 2. Pós-modernismo. 3. Imagem  
(Filosofia). 4. Madonna, 1958- I. Souza, Luciana Coutinho  
Pagliarini, orient. II. Universidade de Sorocaba. III. Título.

**Elton Caramante Antunes**

**COMUNICAÇÃO E IMAGEM: AS MULTIFACES DE MADONNA  
ENQUANTO MANIFESTAÇÃO DO CONTEMPORÂNEO**

Dissertação apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Cultura da Universidade de Sorocaba, como exigência parcial para obtenção do título de Mestre em Comunicação e Cultura.

Aprovado em: 29/08/2011.

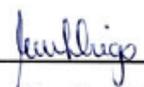
BANCA EXAMINADORA:

Ass.:  \_\_\_\_\_

Pres.: Profa. Dra. Luciana C. Pagliarini de Souza

Ass.:  \_\_\_\_\_

1º Exam.: Profa. Dra. Luisa Angélica Paraguai Donati

Ass.:  \_\_\_\_\_

2º Exam.: Profa. Dra. Maria Ogécia Drigo

**Sorocaba/SP**

**2011**

Dedico este trabalho à minha amada  
companheira de jornada, Daniela.

## **AGRADECIMENTOS**

Às amigas Priscila, Roseli e Carolina pelo apoio, sobretudo à Bia, pela paciência e pelas palavras de incentivo;

Às companheiras de estudos Maria Luisa e Graziela;

À professora Maria Ogécia pela preciosa contribuição à minha jornada no mestrado;

Agradeço em especial à professora orientadora Luciana, pela paciência e pelas sábias palavras que iluminaram o percurso deste trabalho;

À Universidade de Sorocaba.

## RESUMO

Esta dissertação tem como objeto as imagens produzidas pela *popstar* Madonna. A artista pode ser considerada uma imagem em processo contínuo de construção, altamente ambígua, polissêmica, volátil, efêmera, transitória e em sintonia com os valores contemporâneos, sobretudo no que diz respeito às metamorfoses da sua aparência e às características que reforçam o ideário do sujeito pós-moderno. Nosso propósito é investigar quais valores da contemporaneidade contribuem para a construção da imagem do fenômeno midiático Madonna. Nesse sentido, valemo-nos das reflexões teóricas sobre a sociologia e os conceitos de comunicação e cultura para contextualizar o impacto dessas imagens. A vitalidade do palpável que Madonna reflete na aparência, nos jogos do corpo, na ambiguidade e na intertextualidade de sua expressão como artista, evoca sinais de uma sociedade como a preconizada por Michel Maffesoli, mesclada por contornos arcaicos e novos, delineados por valores latentes que anunciam as relações que envolvem o sujeito contemporâneo, dentre elas o tribalismo, a magia e a ecologia. A partir de análises das imagens de Madonna, buscamos verificar a presença desses valores que tecem a condição pós-moderna. Lançamos mão do instrumental semiótico peirciano para tentar resgatar o potencial significativo das imagens selecionadas. A abordagem percorrerá o caminho por três olhares que balizam essa análise: o contemplativo, que captura qualidades; o observacional, que apreende aspectos existenciais e o generalizante, que abarca o simbólico.

Palavras-chave: Comunicação visual. Pós-modernidade. Imagem. Madonna.

## **ABSTRACT**

This dissertation has as its main object the images produced by pop star Madonna. The artist can be considered a continuous process of image construction, highly ambiguous, polysemic, volatile, ephemeral, transitory and in line with contemporary values, especially with regard to the metamorphoses of her appearance and characteristics that reinforce the ideas the postmodern subject. Our purpose is to investigate contemporary values which contribute to build the image of the Madonna media phenomenon. In this sense, we make use of theoretical reflections on sociology and the concepts of communication and culture to contextualize the impact of these images. The palpable vitality that the appearance of Madonna has reflected in body kits, and intertextuality in the ambiguity of her expression as an artist, evokes signs of a society as advocated by Michel Maffesoli, mixed by archaic and new contours, delineated by latent values announce the relations involving the contemporary subject, among them tribalism, magic and ecology. From the analysis of the images of Madonna, we seek to verify the presence of these values that weave the postmodern condition. Draw on instrumental Peircean semiotic to try to rescue the significant potential of the selected images. The approach will go through the path of three looks which has driven this analysis: the contemplative, which captures qualities, the observational study captures the existential aspects generalizing and encompassing the symbolic.

Key words: Visual communication. Post-modernity. Image. Madonna.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Madonna cantando sob forte chuva para uma multidão de pessoas. ....	19
Figura 2: Madonna sendo transformada em imagem.....	28
Figura 3: Madonna em 1983, 1987 e 1989 . ....	32
Figura 4: Madonna de 1990, 1993 e 1995. ....	33
Figura 5: Madonna em 1998, 1999 e 2000. ....	33
Figura 6: Madonna em 2002, 2003 e 2005. ....	34
Figura 7: Madonna em 2006 e 2007. ....	34
Figura 8: Madonna em 2008, 2009 e 2010 .....	35
Figura 9: Parte da Estrutura do palco da <i>Sticky and Sweet Tour</i> (2008) .....	36
Figura 10: Madonna no palco saindo de uma <i>disco ball</i> gigante.....	37
Figura 11: Madonna, a <i>Dominatrix</i> inspirada em Dita Parlo. ....	38
Figura 12: Madonna e Marlene Dietrich . ....	39
Figura 13: Madonna e Marilyn Monroe.....	39
Figura 14: Madonna caracterizada como a rainha francesa Maria Antonieta .....	40
Figura 15: Madonna e Che Guevara .....	40
Figura 16: Madonna e Eva Perón.....	41
Figura 17: Madonna e Vênus .....	41
Figura 18: Imagem de Madonna inspirada no quadro de Tamara de Lempicka .....	42
Figura 19: Madonna e “ <i>Turquoise Marilyn</i> ” de Andy Warhol .....	42
Figura 20: Madonna caracterizada como Jesus Cristo. ....	43
Figura 21 .....	44
Figura 22 .....	45
Figura 23: .....	45
Figura 24: Luís como Alexandre Magno.....	49
Figura 25: Luís XIV como Jesus Cristo em o <i>Bom Pastor</i> .....	50
Figura 26: Madonna em seu trono. ....	50
Figura 27: Madonna – a noiva pós-moderna trajando <i>Lingerie</i> e crucifixos. ....	60
Figura 28: Videoclipe da música “ <i>Borderline</i> ” (1984) . ....	66
Figura 29: Apresentação da música “ <i>Like a Virgin</i> ” (1984 – MTV <i>Video Music Awards</i> ) .....	66
Figura 30: Videoclipe da música “ <i>Material Girl</i> ” (1985) .....	67

Figura 31: Videoclipe da música “ <i>True Blue</i> ” (1986) .	67
Figura 32: Videoclipe da música “ <i>Like a Prayer</i> ” (1989)	68
Figura 33: Videoclipe da música “ <i>Human Nature</i> ” (1995)	68
Figura 34: Videoclipe da música “ <i>Drowned world (substitute for love)</i> ” (1998)	69
Figura 35: Videoclipe da música “ <i>Nothing really matters</i> ” (1999)	69
Figura 36: Videoclipe da música “ <i>Music</i> ” (2000)	70
Figura 37: Primeira versão produzida para o videoclipe da música “ <i>American Life</i> ” (2003)	70
Figura 38: Videoclipe da música “ <i>Sorry</i> ” (2006)	71
Figura 39: Apresentação da música “ <i>Live to tell</i> ” (2006 – Confessions tour)	71
Figura 40: Relação triádica dos signos	78
Figura 41	81
Figura 42: Dionísio representado em <i>A juventude de Baco</i>	84
Figura 43	89
Figura 44	89
Figura 45	90
Figura 46	90
Figura 47	97
Figura 48	98
Figura 49	100
Figura 50	102
Figura 51: Cenas de Ann-Margret com o espelho no filme “ <i>Tommy</i> ”	102
Figura 52	104

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>11</b>
<b>2 MADONNA E AS MARCAS DA CONTEMPORANEIDADE .....</b>	<b>15</b>
2.1 O estilo e a imagem formadores do “ideal comunitário” em Maffesoli .....	20
<b>3 O JOGO DE APARÊNCIAS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÓS-MODERNA.....</b>	<b>30</b>
3.1 A imagem em foco .....	51
3.2 Videoclipe como suporte de imagens.....	61
<b>4 ANÁLISE SEMIÓTICA DAS IMAGENS DE MADONNA .....</b>	<b>73</b>
4.1 Madonna e o dionisiaco .....	80
4.2 Representações alegóricas de Madonna .....	88
4.3 Madonna e a imagem especular .....	101
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>107</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>110</b>

# 1 INTRODUÇÃO

Desde a década de 1980, tivemos a oportunidade de acompanhar o desenvolvimento do canal televisivo MTV (*Music Television*), os astros da música nele veiculados e a evolução da linguagem do videoclipe. Muitos dos artistas que estavam em evidência neste período, tinham espaço na programação deste canal, que sobreviveu aos efeitos do tempo. Porém, muitos cantores não tiveram a mesma sorte... Entre poucos, uma celebridade do videoclipe se sobressaiu, reinventando sua carreira e imagem, reforçando que a aparência pode ser um construto, influenciando outros cantores, conseguindo permanecer no alvo dos debates acadêmicos e dos meios de comunicação e, sobretudo, sobrevivendo na indústria do *show business*. Por essas considerações, o trabalho artístico e a longevidade da carreira de Madonna merecem destaque e um olhar reflexivo sob o ponto de vista da comunicação e da cultura.

A ideia que motivou a elaboração desta dissertação partiu da proposta de trabalho de uma disciplina – Metodologia do trabalho científico –, cursada na graduação de Comunicação Social com ênfase em Publicidade e Propaganda, no ano de 2003. A proposta para o trabalho consistia em escolher um objeto e elaborar um breve projeto de pesquisa, envolvendo considerações sobre o curso em questão. Como objeto dessa pesquisa, escolhemos algumas propagandas que foram protagonizadas por Madonna. Com a finalização desse trabalho, pudemos perceber que seu poder de sugestão ou persuasão, vai muito além do âmbito comercial, o que nos instigou a tentar revelar no presente trabalho algumas considerações não ampliadas anteriormente.

Essa celebridade além de possuir status de rainha do pop, atua como atriz, cantora, compositora, empreendedora, escritora, diretora de cinema, *designer* de moda, entre outras funções de caráter social, imbuindo-se de aspectos que vão além da designação de um de produto da indústria cultural. Talvez essa classificação seja muito redutora diante de sua atuação como figura pública...

As imagens e a expressão artística de Madonna parecem carregar muito mais do que apelos visuais e comerciais, apresentam significados que fazem

movimentar tanto a cultura da mídia quanto a sociedade. Dessa forma, as imagens que envolvem Madonna foram eleitas o objeto deste trabalho.

Partimos do princípio de que a sociedade, desde os tempos pré-modernos, alimenta a espetacularização como forma de entretenimento. Seja na política, nas artes, nos festivais, nos esportes, nos cultos religiosos e em outras inúmeras manifestações de diversas ordens. No entanto, vale ressaltar que o espetáculo não tem somente preocupação com a narrativa, mas também com a exibição de uma estética da imagem, moldando categoricamente o que corresponde a esses tipos de representações, tornando evidente como esses aspectos culturais têm o poder de aguçar os sentidos e atrair públicos.

A partir do início do século passado, a sociedade foi tomada por imagens, que através dos meios de comunicação, se instalaram no imaginário, permeando o rol de celebridades do cinema, da música, da moda, do esporte, da beleza, etc. São figuras, que aparentemente parecem inatingíveis, além de possuir o poder de cativar multidões de seguidores, críticos, expectadores e fãs. No entanto, não podemos descartar que para sobreviver à demanda do comércio do *show business*, é exigido certo talento para a permanência cativa no imaginário de uma sociedade consumidora de imagens.

Esse estudo tem a intenção de investigar quais são os valores contemporâneos que contribuem para a construção da imagem de uma das principais celebridades contemporâneas: Madonna. Nesse sentido, pretendemos verificar quais artifícios são utilizados para manter suas representações artísticas, bem como suas próprias imagens ativas no imaginário contemporâneo.

Madonna pode ser considerada fenômeno da música *pop*. Ela foi e continua sendo atuante na transformação do cenário midiático. Dentre as suas inúmeras facetas, criou uma maneira peculiar de relacionamento com o público, propondo de modo lúdico e criativo a transformação de sua própria imagem, exibida principalmente através dos videoclipes.

Essa articulação artística torna possível a interpretação de sua representação visual; contudo, o que nos propomos a refletir nessa pesquisa está na seguinte indagação: quais valores da contemporaneidade se presentificam na imagem

midiática polissêmica, contraditória, mutante... – ou em construto – dessa celebridade?

Nossa hipótese é a de que os recursos utilizados como ferramentas na construção da imagem de Madonna encontram-se no contexto pós-moderno preconizado pelo sociólogo francês Michel Maffesoli.

É importante observar que este autor investiga o ideário contemporâneo, recuperando valores humanísticos que vêm à baila no cotidiano e nos movimentos sociais coletivos, reforçando o retorno ao arcaísmo e as paixões grupais das aglomerações em torno das tipificações que configuram as tribos pós-modernas. O seu recorte é, sobretudo, constituído de metáforas, necessárias para elucidar os processos que envolvem as comunidades contemporâneas.

Dados alguns aspectos dos valores que cercam a vida, o imaginário e os aspectos sociais do sujeito contemporâneo, como propõe Maffesoli, propusemo-nos ler suas imagens buscando o fundo das aparências através da análise semiótica peirciana. Essas imagens consistem em registros visuais estáticos, a partir de diferentes suportes, tais como: fotografias de vídeos e ensaios para revistas ou para álbuns musicais.

Para tal contextualização, no primeiro capítulo buscaremos elencar alguns aspectos da pós-modernidade, na esteira de Maffesoli (1995), autor que descreve a cultura e a comunicação sob nova ótica, fornecendo os parâmetros para pensarmos a imagem de Madonna, nosso objeto de estudo.

Trataremos de apresentar brevemente, no segundo capítulo, o panorama que insere Madonna no âmbito das celebridades, bem como os aspectos contemporâneos que circundam sua imagem pública. Essa discussão será ilustrada com fotografias que buscam reforçar o discurso de autores como Rahde e Cauduro (2005), Hall, (2005), Kellner (2001) em diálogo com Maffesoli (2007).

Num segundo momento, relacionamos a construção da imagem pública à linha tênue que separa os conceitos de Kellner (2001), Hall (2005) e Maffesoli (2007) sobre a imagem a partir da constituição da identidade cultural pós-moderna. E ainda, neste capítulo, apresentaremos a evolução de Madonna como artista midiática, além da importância da linguagem do videoclipe na cultura da mídia, que

cumprir o papel de propagador das imagens camaleônicas de Madonna, sendo possível apreender traços mutáveis e efêmeros das suas imagens.

No terceiro e último capítulo, verificamos como se processam as imagens produzidas pela *star* nos níveis em que a análise semiótica pode propiciar, ou seja, a apreensão de qualidades, de existentes e de aspectos simbólicos. Relacionamos os valores que se inscrevem nas imagens (mais significativas) para compor esse universo contemporâneo ou pós-moderno. Para isso, nos fundamentamos na teoria semiótica de Charles Sanders Peirce, apoiados nos estudos de Santaella (2002) sobre esse autor.

As imagens das análises foram pinçadas, a partir do vitalismo da condição pós-moderna preconizada por Maffesoli, permitindo três relações que envolvem a sociedade em seus meios: o tribalismo, que caracteriza a relação coletiva ou a relação com o outro; a magia, que baliza a relação do sujeito com o mundo; e a ecologia, que viabiliza a atuação do sujeito em sua vivência com a natureza.

Entremos, pois, nesse universo...

## 2 MADONNA E AS MARCAS DA CONTEMPORANEIDADE

*Há alguns decênios, está se esboçando uma profunda metamorfose que, de uma maneira orgânica, opera a partir de germes pré-existentes. Os germes já foram identificados como tribalização, cultura do sentimento, estetização da vida, predominância do cotidiano. Eles estão em vias de constituir uma nova configuração do mundo. (...) É esta configuração que delimita, em seu sentido mais estrito, o estilo de época: quero dizer, aquilo que indica, aquilo que escreve a época.*

Michel Maffesoli (1995, p.25)

Neste capítulo, buscamos traçar, ainda que de modo panorâmico, o contexto em que nosso objeto de estudo – Madonna – se insere: a contemporaneidade. A faceta de Madonna que nos interessa, conforme já anunciamos, é sua imagem, sempre em construto, produzida pela mídia, inscrita, portanto, no universo comunicacional. Esse recorte privilegia a edificação dessa figura midiática como representação, aparência e signo.

Dessa forma, ainda que pertinentes ao mesmo objeto de estudo, não abordaremos aspectos mercadológicos ou de consumo, nem o viés que delinea Madonna no universo da comunicação de massa. Nossa opção é abordar o aspecto significativo das imagens de Madonna, buscando observar na sua materialidade valores da contemporaneidade que nela se presentificam.

Dentre os muitos pensadores da pós-modernidade que poderiam fundamentar este estudo, optamos por Michel Maffesoli. Este autor segue na contracorrente da crítica à sociedade de massa e investiga as questões correspondentes ao comportamento social contemporâneo: a efervescência causada pelos fenômenos culturais e comunicacionais, as tribos, a religação entre o indivíduo e o mundo, bem como os fatores que suscitam o imaginário pós-moderno, abarcando características essenciais como o onírico e o lúdico cabíveis, a nosso ver, na constituição das imagens do fenômeno Madonna.

Embasada em Maffesoli (1996), está a concepção de imagem contemporânea que adotamos nesse trabalho. Trata-se das produções visuais da condição pós-moderna permeadas pelo que constitui o reino das aparências, embora pareçam ocas, são latentes de significados. Para este autor, essas imagens podem ser

agregadas aos fatores que tecem as relações que configuram a sociedade contemporânea. Trata-se de imagens que brincam, num jogo irônico, com aspectos do cotidiano, permeando todas essas relações – quer seja por se deixarem ver ou se apresentarem – as representações visuais, de modo geral -, quer seja por se incorporarem, em algum aspecto, ao imaginário das pessoas. Mesmo sendo estáticas, as imagens possuem um dinamismo próprio que fortalece os sentimentos (*aisthesis*) experimentados em comum.

A imagem vivida no cotidiano, a imagem banal das lembranças, a imagem dos rituais diários, imobiliza o tempo que passa. Seja a da publicidade, a da teatralidade urbana, a da televisão onipresente ou dos objetos a consumir, sempre insignificante ou frívola, ela não deixa de delimitar um ambiente que delimita bem a sequência de passagens em momentos, lugares, encontros justapostos. Sucessões de situações mais ou menos aceleradas em que cada uma vale por si própria, redundando num inegável efeito de composição. Algo que dá a intensidade, ou pelo menos a excitação, da configuração caleidoscópica na qual vivemos (MAFFESOLI, 1996, p. 112).

Mais do que contextualizar um tempo histórico – e em processo – importa também verificar como a comunicação se configura nessa malha sociocultural. Nosso objeto de estudo nasce no universo midiático – produto, portanto, de novas tecnologias de produção e difusão de bens simbólicos.

A comunicação sob a ótica de Maffesoli (2007) transpõe a técnica e enfatiza valores que ultrapassam a troca de signos ou de informações utilitárias, ou seja, os signos, pessoas e objetos estabelecem relações que instituem o convívio social. A comunicação é, para este autor, mais que conteúdo, é um laço social, um modo de sair de si e ir ao encontro do outro, de viver nas interfaces, portanto:

Maffesoli percebe a comunicação como uma forma sensível da vida social contemporânea e tenta compreender, fora dos imperativos morais, como ela serve de “cimento social” numa época de crise das velhas certezas e de desabamento das antigas utopias políticas que, através da promessa do paraíso futuro terreno, serviam de “cola” social para os indivíduos socialmente desamparados (SILVA, 2004, p.44).

Por ultrapassar a sociologia da mídia e tendo por foco a comunicação como socialidade, esse autor ocupa neste trabalho lugar especial na reflexão sobre o papel da comunicação como fenômeno relacional nas sociedades pós-modernas. O

cotidiano reencantado da pós-modernidade – que pode ser vista como fenômeno global de comunicação – é caracterizado pelo “tribalismo”, pelo “estar-junto”, pelo hedonismo<sup>1</sup> e outras tantas metáforas. É essa visão de pós-modernidade e comunicação que buscaremos apresentar a seguir.

Para trafegar por essas ideias, cuja complexidade merece cuidados, tentaremos tecer seus conceitos de modo a fazer dialogar as fontes do autor e, assim, garantirmos a manutenção do sentido de um pensamento aparentemente inovador, que está calcado em metáforas ancoradas no mundo orgânico, ecológico – sinergia (esforço simultâneo de diversos órgãos ou músculos; esforço coletivo), paroxismo (o maior grau de intensidade de uma doença; o cúmulo da cólera, da exasperação; agonia, os últimos momentos de vida), anódino (que acalma a dor; inofensivo, sem importância; paliativo), entre outras – trazem a novidade de uma abordagem *sui generis* da sociedade que se forma na pós-modernidade.

Na contextualização da pós-modernidade, Maffesoli (1995) apresenta-nos um cenário composto por valores alternativos, resultado da saturação dos valores da modernidade. Segundo este autor (2007, p. 6), a pós-modernidade encerra o domínio do princípio do *logos*, de uma razão mecânica e previsível e abre espaço para o retorno do princípio do *Eros*. Para o sujeito, o que importa é dar vazão ao momento a ser vivido, gozar o mundo tal como é, de acordo com os anseios emocionais, encontrar prazer em compartilhar. É o sentimento de empatia que impera na partilha das emoções, dos afetos..., é a perda de si no outro.

Propondo uma reflexão sobre este cenário que abarca a vida social, o autor enfatiza a estética em seu sentido mais amplo: aquele que envolve emoção e vibração comuns, que, por sua vez, envolve empatia e desejo comunitário, tal como vimos acima. Empiricamente, isso nos remete a todas as formas de conjuntos musicais, esportivos, de consumo ou religiosos que embora sempre tenham existido, encontra neste cenário uma amplitude que haviam perdido.

---

<sup>1</sup> Hedonismo - (in. *Hedonism-*, fr. *Hédonis-me*, ai. *Hedonismus*; it. *Edonismo*). Termo que indica tanto a procura indiscriminada do prazer, quanto a doutrina filosófica que considera o prazer como o único bem possível, portanto como o fundamento de vida moral. Essa doutrina foi sustentada por uma das escolas socráticas, a Cirenaica, fundada por Aristipo; foi retomada por Epicuro, segundo o qual "o prazer é o princípio e o fim da vida feliz" (DIÓG. L, X,129). O hedonismo distingue-se do utilitarismo do séc. XVIII porque, para este último, o bem não está no prazer individual, mas no prazer do "maior número possível de pessoas", ou seja, na utilidade social. (ABBAGNANO, Nicola. Dicionário de Filosofia, Martins Fontes, 1998.)

A estetização da existência ou do tribalismo são os valores que o autor preconiza e que contrariam os valores vigentes na modernidade. Tais valores pós-modernos estão voltados ao ideal comunitário que estaria substituindo o ideal democrático, marca indiscutível da modernidade.

O ideal comunitário dá sentido aos elementos arcaicos que se acreditava engolidos pela racionalização do mundo. Elementos arcaicos que se manifestam nos fanatismos religiosos, na reaparição de valores étnicos, nas reivindicações linguísticas e em outros apegos de territórios. Segundo Maffesoli (1995, p.16),

Esse ideal comunitário ainda ocorre nas efervescências esportivas, musicais e festivais que pontuam a vida social, sem esquecer as fúrias consumistas (...). Tudo isto se exprime de maneira mais ou menos paroxística, porém, em todos os casos, existe algo do transe antigo que tinha essencialmente por função reforçar o estar-junto daqueles que participavam dos mesmos mistérios.

As efervescências musicais ou movimentos coletivos, ao proporcionarem o estar-junto, nos remetem à imagem de Madonna (ver figura 1) no seu poder de agregar/reunir/religar milhões de pessoas em torno de seu brilho, reforçando a capacidade de estabelecer vínculos com o seu público.



Figura 1 - Madonna cantando sob forte chuva para uma multidão de pessoas<sup>2</sup>.

Para Maffesoli, existe uma ciência primitiva que retoma pensamentos pré-modernos (o retorno, o arcaico). Essa ciência primitiva está diretamente relacionada a um “conhecimento comum” que age através dos afetos e da sensibilidade com base no senso comum que caracteriza o contexto pós-moderno:

[...] ela (a ciência primitiva) aparece na nova relação com o corpo gozoso transformado em espetáculo pela moda ou, mais amplamente, pelo hedonismo. Vamos reencontrá-la no sucesso das revistas e obras baseadas na conjunção do corpo com o espírito, sem esquecer naturalmente, as “paradas” musicais que, sob formas paroxísticas, encenam as antigas figuras arquetípicas da humanidade. (MAFFESOLI, 2007, p. 125)

O retorno ao arcaico em muitos fenômenos contemporâneos expressa forte carga de vitalidade. Vitalidade que podemos encontrar nas raízes das pulsões desses mesmos movimentos coletivos – musicais, esportivos, nas pequenas festividades regionais, no ecologismo ambiente, no retorno à natureza, nos movimentos religiosos e políticos, nos desfiles de moda e no culto ao corpo – que

<sup>2</sup> Setenta mil pessoas no show da *Sticky and Sweet Tour*, estádio do Maracanã, Rio de Janeiro, dezembro de 2008.

Disponível em:

<<http://img.estadao.com.br/fotos/2C/3E/16/2C3E16E1A7714503AB1CBD24E1539462.jpg>>

Acesso em: 26 jun. 2011.

para este autor são histerias amplamente partilhadas com base em uma estrutura horizontal e fraternal regida pela figura mitológica orgiástica de Dionísio<sup>3</sup>.

A reflexão sobre a contemporaneidade propõe um olhar sobre as pequenas frivolidades do cotidiano, ao que une, congrega e movimenta a sociedade. Para Maffesoli (2007), há uma força impulsionando o estar-junto, o compartilhar, a união de pessoas afins ou conhecimentos comuns em grupos, que remete ao aparecimento de novas formas de nomadismo e a um novo conceito de neotribalismo contemporâneo.

Pois bem, para abordar esse “ideal comunitário” que se delineia no arcaísmo, na vitalidade, na busca do estar-junto, nas pequenas frivolidades do dia a dia, Maffesoli se apoia em, basicamente, duas palavras: estilo e imagem (1995, p. 17). É sobre elas que buscaremos discorrer neste capítulo, tentando assim delinear o pensamento de Maffesoli sobre a pós-modernidade.

## **2.1 O estilo e a imagem formadores do “ideal comunitário” em Maffesoli**

Para Maffesoli (1995 p. 18), estilo é aquilo pelo que uma época se define, “[...] como quadro geral no qual se exprime a vida social num dado momento [...]”. Estilizar é buscar um denominador comum.

O estilo pode ser aplicado à arte, como também às relações sociais, aos sentimentos, à produção industrial ou à vida da empresa. Da mesma maneira que se pode falar em estilo teológico na Idade Média, ou em um estilo econômico característico da Modernidade, o autor busca demonstrar um novo estilo em construção, o estético.

---

<sup>3</sup> Eliade (apud Brandão, 2005, p. 138), afirma que “Dionísio assombra pela multiplicidade e pela novidade de suas transformações. Ele está sempre em movimento; penetra em todos os lugares, em todas as terras, em todos os povos, em todos os meios religiosos, pronto para associar-se a divindades diversas, até antagônicas. [...] Dionísio é certamente o único deus grego que, revelando sob diferentes aspectos, deslumbra e atrai tanto camponeses quanto as elites intelectuais, políticos e contemplativos, ascetas que se entregam a orgias. À embriaguez, ao erotismo, à fertilidade universal [...]”.

Pode-se dizer que esse “novo” estilo, de simplesmente utilitário na modernidade, passa a integrar em nossos dias todas as dimensões estéticas: oníricas, lúdicas e simbólicas, cujos efeitos podem ser vistos na vida cotidiana. A preocupação com a forma exprime bem o paradigma estético da pós-modernidade: a emergência de uma nova cultura na qual o sentido do supérfluo, a preocupação com o inútil, a busca do qualitativo assumem lugar preponderante. Não tem lugar nesse cenário o individualismo, marca da modernidade. Nesse novo cenário, os indivíduos só têm valor em função dos grupos em que se agregam, daí ser o “tempo das tribos”.

O estilo põe em forma, coloca-se em forma, exprime-se em imagens, tudo isso remete ao concreto, no que ele tem de mais evidente, vivenciado e experimentado (MAFFESOLI, 1995, p.46). A “colocação em forma” permeia todos os domínios, dos mais fúteis aos mais sérios. Isso é visível nos corpos que se remodelam ou se constroem, no cuidado com a aparência individual, no cuidado com a elaboração de uma ideia para bem apresentá-la, na estetização de produtos industriais, no desvelo que uma empresa tem com sua imagem, e também, o novo enfoque dado aos programas políticos: seja na escolha de tomadas externas mais atraentes, seja na apresentação pessoal dos candidatos. Exemplo recente é a presidente Dilma Roussef (eleita em 2010), que passou por uma metamorfose durante o processo de campanha.

Por meio do estilo, cada indivíduo cristaliza toda uma época. Evidentemente, há figuras típicas que cumprem este papel. Atualmente,

(...) aquela estrela esportiva ou cantor de rock, aquele homem de negócios ou apresentador de TV, aquele guru intelectual ou religioso, e até mesmo aquele animal em evidência no turfe semanal vai, por algum, tempo, cristalizar o gênio coletivo. Por intermédio dessa cristalização, vão se constituir microcomunidades. O que pode explicar a saturação do ideal democrático e a emergência, sob muitos aspectos ambígua, do que se poderia chamar de ideal comunitário (MAFFESOLI, 1995, p.39).

Contudo, o estilo não é marcado pela linearidade. Sobretudo em épocas de transição, como a atual, é comum que haja retorno aos “bons e velhos tempos”, ou então, sobreposição de estilos (MAFFESOLI, 1995, p.27). O sincretismo ou a

mistura de estilos é, na verdade, uma característica da pós-modernidade. É justamente essa mistura que dá o “tom” ou a “tonalidade” da pós-modernidade. O estilo de uma época torna-se então “um conjunto de formas características”. É essa unidade que merece atenção, sobretudo por se tratar de uma unidade dinâmica em movimento, flexível, mas que não deixa de delimitar os contornos do modelo cultural de uma dada época. De uma maneira mais ou menos consciente, nossas sociedades estão preocupadas com aquilo que considera as coisas em sua interação ou globalidade: o “holismo”.

Também inerente ao estilo pós-moderno está o paradoxo que, segundo o autor, abrange todos os fenômenos contemporâneos e constitui-se como testemunho da percepção “holística” da vida. Os exemplos são muitos, mas tomemos o estilo do comportamento dos jovens dado por Maffesoli (1995, p.46) que reúne, simultaneamente, o hedonismo e a generosidade idealista. De um lado, demonstram uma “desenvoltura afetada” em relação a certos valores estabelecidos, de outro, uma busca de autenticidade nos comportamentos; mostram preocupação com a criação original e, ao mesmo tempo, o desprezo mais nítido por todo trabalho embrutecedor. Ampliando os exemplos e atualizando-os, enquanto os jovens se envolvem com causas “nobres”, tais como as que dizem respeito à sustentabilidade, à preservação do planeta, eles também protagonizam ataques violentos a homoafetivos. Enfim, nessa visão holística, bem e mal / sombra e luz / verdadeiro e falso amalgamam-se. Importante ressaltar que as junções ou agregações entre as tribos não se dão racionalmente, isto é, o que vale é estar com o semelhante, independente do risco de excluir o diferente. Essa conjunção pode ser feita com violência – racismo, homofobia, fanatismos – ou pode expressar-se na tolerância.

Ao se atentar para a contemporaneidade, para a reversibilidade dos elementos da globalidade; para o fato de que o mundo material, mundano é atravessado por uma força imaterial – temos a religiosidade e a ecologia como exemplos mais significativos dessa junção – o estilo estético, pois conforme Maffesoli (1995, pp. 54-5),

(...) tende a favorecer um estar-junto que não busca um objetivo a ser atingido, não está voltado para o dever, mas empenha-se simplesmente em usufruir dos bens do mundo, em cultivar aquilo que Michel Foucault chamava de “cuidado de si” ou “o uso dos prazeres”, em buscar, no quadro reduzido das tribos, encontrar o outro e partilhar com ele algumas emoções e sentimentos comuns. No balanço cíclico dos valores sociais, assiste-se ao retorno das tribos, em detrimento do ideal societário. Uma tal pulsão comunitária é encontrada no que chamei de tribalismo pós-moderno, cujos efeitos se fazem sentir tanto nas efervescências juvenis, quanto na multiplicação das agregações que foram elaboradas a partir dos gostos sexuais, culturais, religiosos ou até mesmo políticos.

Trocando em miúdos, há algo que nos impele para o outro (atração) ou nos afasta do outro (repulsão), sendo nessa relação com o outro em que nos situamos. Esse é o conceito para a compreensão do estilo estético<sup>4</sup>, denominada pelo autor. Os valores estéticos nada mais são que as condições que tornam possível um novo vínculo social. Na esteira desse pensamento, a preocupação com a qualidade de vida, com os cuidados pessoais (do corpo, do tempo livre), a busca do prazer só têm sentido se favorecem o desejo do outro. O culto ao corpo, tão em voga em nossos dias, seria a expressão desse tipo de pensamento.

Levando-se em conta que tais valores estéticos contaminam o conjunto da vida social e, que a vida social se enraíza na cultura, é possível falar de uma cultura estética. Segundo o autor, não adianta mais negar, injuriar ou difamar essa cultura que parece firmar-se com força nesse novo século: o movimento é profundo, pois enraizado no cotidiano (MAFFESOLI, 1995, p.62).

Feita essa breve descrição do que Maffesoli concebe como estilo, reforçando a importância dada a esse fator na construção da ideia de “ideal comunitário”, lembremos que, além do estilo, a imagem é a outra palavra eleita para a configuração desse conceito. Vamos a ela.

Nada mais evidente que a presença da imagem em nosso cotidiano, quer na publicidade, TV, dos objetos de consumo, da “teatralidade urbana”; quer nas nossas lembranças, enfim, imagens sempre fúteis ou insignificantes povoam nosso estar no mundo. Mas essa presença prenha é coisa mais recente. O que predominou

---

<sup>4</sup> Lembrando que para Maffesoli, “(...) é uma maneira de ser estética que tende a prevalecer em nossas sociedades. No entanto, esclarecemos que a estética em questão, não é, de forma nenhuma, aquela que se pode situar no domínio das belas-artes: ela as engloba, mas também se estende ao conjunto da vida social. A vida, como obra de arte de algum tipo, ou ainda a estética, como maneira de sentir e experimentar em comum.

desde tempos remotos foi a tentativa de desvalorização do papel da imagem. Basta retomar a iconoclastia e logo nos deparamos com a desconfiança frente à imagem da tradição judaico-cristã, e mais amplamente semita. Pode-se salientar que o mundo das imagens, jamais foi considerado, a não ser separado de Deus. Isso traduz a evidente separação calcada na diferença de natureza existente entre Deus (a perfeição) e a imperfeição (mundo). De um lado, a razão como sede de perfeição; de outro a imaginação, julgada “desrazão”. Esta última liga-se àquilo tudo que no homem remete à animalidade ou, em uma palavra, ao mundo subterrâneo e demoníaco, do qual é preciso tomar distância ou que é preciso tentar resgatar, vindo daí o moralismo.

É perceptível a ligação entre a não aceitação da aparência, o temor à imagem, sob suas formas, e o horror dos sentidos, o medo da beleza ou ainda o ódio à matéria: “Portanto, essa aversão entre Deus e o mundo fenomenal tornou-se a aversão entre o homem e ele próprio” (MAFFESOLI, 1995, p. 91). Isso é perceptível na recusa do homem em aceitar seu estar pelo e no mundo, a não aceitação da vida no que ela tem de desordenado, não-controlável, que conduz a esse “ódio de si mesmo”. Contudo, esse ódio a si mesmo, bem como a não aceitação da vida não se apresentam em estado puro, mas mascarados. A desconfiança frente às imagens é uma das máscaras. Basta lembrar que tal desconfiança repousa no desejo, um tanto utópico, de um bom funcionamento do espírito humano, livre das diversas persistências obscurantistas ou primitivas.

Ora, a imagem não quer ser o objeto, isto é, substituí-lo com exatidão ou verossimilhança. A imagem nada mais é que um veículo de contemplação, de comunhão com os outros. O que se poderia chamar de função icônica não tem validade em si mesma, é apenas invocação, suporte de outras coisas: relação com Deus, com os outros, com a natureza. Em suma, a imagem não se prende ao absoluto, ela é relativa (coloca em relação). Exatamente esse relativismo a torna suspeita, pois não permite a certeza, a segurança que engendra o dogma. Como se sabe, a razão pura segue a via da utilidade, da eficácia.

A imagem é errante, brincalhona, preguiçosa. Ela não tem o compromisso nem a pretensão de dizer o que deveria ser, mas o que poderia ser ou, no máximo, o que é. Por isso o lado ficcional tende a prevalecer: “[...] sempre se tem a impressão de que ela mais conta história do que diz a História” (MAFFESOLI, 1995,

p. 92). Ela segue os meandros da vida, seu fervilhamento, o que a torna pouco séria para ser considerada pela intelectualidade.

A imagem constata um elo vital, uma estética emocional em todos os seus afetos, sejam eles refinados, de mau-gosto, despojados, *kitschs*... Ela interessa menos pela mensagem que deve transportar do que pela emoção que faz compartilhar. Nesse sentido, a imagem é orgíaca ou estética: independente de qual seja seu conteúdo, ela favorece o sentir coletivo. E mais,

A imagem, o fenômeno, a aparência contam-se entre os que, embora, não tendo uma finalidade precisa ou uma “racionalidade”, ou talvez porque não tenham nem uma, nem outra, servem para exprimir essa hiper-racionalidade (...) feita de sonho, “racionalidade”, de lúdico, de onírico, de fantasias e que parece mais pertinente para descrever o real ou “hiper-real, que age na vida social. É a isso que pode chamar de “mundo imaginal”, que é como uma matriz em que todos os elementos do dado mundano entram em interação, ecoam em concerto ou correspondem de várias maneiras e em uma constante reversibilidade. Nesse sentido, pode-se dizer que o mundo imaginal, de uma maneira realista, leva a sério cada um desses elementos, seja ele qual for, e vai, por isso, constituir o real contemporâneo ou pós-moderno (MAFFESOLI, 1995, pp. 94-5).

Encarada pela tradição ocidental como perversão, a imagem hoje se torna religante: ela une ao mundo que cerca, ela une aos outros que nos rodeiam. Ela pode ser ilustrada por uma de suas modulações: o objeto. O autor fala que o objeto não isola, é sim vetor de comunhão. Tal como o totem para as tribos primitivas, ele serve de polo de atração para as tribos modernas. Nesse sentido, a imagem é o que Maffesoli (1995) denomina “objeto imajado” opõem-se ao racionalismo ou ao ideal longínquo que prevaleceram durante toda a modernidade. Sobre o objeto, ouçamos Maffesoli (1995, p. 124):

Em minha opinião, muitas atitudes efervescentes, toda uma série de mimetismos, em suma, todos os processos de *moda*, da qual se reconhece, em todas as áreas, cada vez maior importância, nisso encontram sua raiz: pelo viés dos objetos, alieno-me de mim e perco-me nos outros. (...) Assim, o objeto seja ele o mais inerte, introduz-nos no mundo da comunhão.

Mais que decalque, reprodução do visível ou invisível, a imagem coloca o objeto em *forma* – o objeto se espiritualiza na imagem – e assim ele pode ser compreendido como uma busca do primordial, do arcaico, da realidade “pré-individual” que funciona como suporte para toda a sociedade.

Neste ponto, faz-se necessário melhor explicitar o que Maffesoli toma por “objeto imajado”. Inicialmente, o autor retoma a ideia de que a imagem empenha-se em espiritualizar a matéria e busca a raiz dessa concepção no barroco. Para fundamentar essa ideia, ele traz Deleuze, que define essa concepção barroca como testemunho,

[...] de um organismo generalizado ou de uma presença dos organismos em todo lugar (a pintura de Caravaggio?). A matéria segunda é ‘vestida’, mas ‘vestida’ quer dizer duas coisas: que a matéria é superfície portadora, estrutura revestida de um tecido orgânico, ou então que ela é o próprio tecido ou o revestimento, textura que envolve a estrutura abstrata. (DELEUZE apud MAFFESOLI, 1995, p.121).

Dizer que a matéria é o próprio tecido orgânico implica dizer que ela se compõe de uma multiplicidade de elementos que entram em interação uns com os outros e formam a textura acima mencionada. Essa concepção barroca da matéria permite-nos compreender o tecido social contemporâneo que, em vez de buscar uma finalidade distante, de um ideal a ser atingido, elabora-se a partir de uma “vida material próxima” composta de coisas sem importância – anódinas – concretas. Nelas participam também as emoções, os sentimentos.

Um exemplo: da mesma forma como no barroco, em que a matéria é ilustrada sob a forma de estátuas, quadros e de igrejas; nos nossos dias, é a imagem que é a metáfora da matéria. Maffesoli (1995, p. 122) afirma que, contemporaneamente, é o objeto que pode ser uma modulação da matéria. Os vários tipos de objeto: aqueles que trazem recordações de um tempo feliz; aqueles que são úteis; mas principalmente os que são supérfluos, acessórios, sem valor, que proliferam nos templos de consumo. Talvez possa ser vista no objeto “uma cristalização de sonhos, imagens, em suma, do desejo de infinito que sempre atormenta o ser humano” (MAFFESOLI, 1995, p.122).

O objeto corresponde à lembrança de uma imagem primordial, o que explicaria o fetichismo. Pensemos na relação íntima que temos com nossos objetos: um móvel de família, um carro, uma peça decorativa, uma vestimenta, são “coisas” que favorecem a comunhão que estabelecemos com as imagens do mundo. Vejamos exemplo dado por Maffesoli (1995, p. 124)

O culto das imagens, na igreja católica, representava exatamente esse papel: a estátua, a qual se devia apenas um culto de “*dulia*”<sup>5</sup>, integrava-se na vasta “comunhão dos santos” comunhão com os que estavam vivos, mas também com os que nos tinham precedido no Reino dos céus. Pode-se dizer o mesmo da comunhão induzida pelos objetos de consumo de massas: eles introduzem coletivamente, a um reino terrestre, muito mais efêmero e trágico do que o paraíso cristão, mas afinal de contas, cada época tem o paraíso que pode (ou o que merece). Basta, para o que constatamos, reconhecer nele um ‘traço de espírito do inanimado’ que, por uma curiosa inversão, introduz no mundo a animação social. Não é isso que, inicialmente, significa o ‘comércio’?

A seguinte expressão contemporânea merece, portanto, atenção: “não existe produto sem uma imagem que o torne conhecido”, sem uma imagem que permita difundir ou vender esse produto. Tanto o produto industrial como o literário, o religioso ou o cultural não escapam de ser “enformados” ou de ser colocados em forma ou, ainda, de serem espiritualizados na imagem.

O homem pós-moderno inebriado com seu carro novo, acariciando seu novo *ipad* ou coisas afins, assemelha-se ao homem primitivo que, ao tocar em um amuleto “participa da potência primordial do mundo que o envolve” (MAFFESOLI, 1995, p.126). Esse envolvimento instaura uma espécie de comunhão que Maffesoli ousa dizer que se trata de uma nova eucaristia. Esse mesmo aspecto de comunhão se verifica com a comunicação de massas: os grandes shoppings passaram a se constituir nos pontos de encontro de famílias, amigos, vizinhos, colegas de trabalho. Vai-se a um shopping para almoçar – a lazer ou a trabalho -, fazer compras, mas principalmente vai-se roçar o outro, conectar-se tatilmente, coisa bastante comum em aglomerações.

---

<sup>5</sup> [Religião católica] Culto prestado aos anjos e santos. Fonte: Dicionário Priberam, <http://www.priberam.pt/dlpo/default.aspx?pal=dulia>. Acesso em: 20 jul. 2011.

Outras aglomerações ocorrem em torno desses objetos-imagados “como o cantor de rock (ver figura 2), a equipe esportiva, o intelectual famoso, ou mesmo o pregador religioso (os televangelistas, por exemplo), sem falar evidentemente do papa (...)”. Todos esses casos apresentam um objeto-imagado (objeto/ inanimado; imagem/animada), isto é, um inanimado que anima uma comunidade.



Figura 2: Madonna sendo transformada em imagem<sup>6</sup>.

---

<sup>6</sup> Madonna no evento de moda *The Metropolitan Museum's Costume Institute Gala*, em 2011. Disponível em: <http://2.bp.blogspot.com/1QrKHWkSn04/TcBKPrzU5I/AAAAAAAAACwE/ByasO6mwfPs/s1600/madonna-met-ball-2011-05.jpg> Acesso em: 15 jul. 2011.

Aqui está Madonna com seu poder de agregar, de juntar em torno de si, de despertar paixões que dá lugar a um intenso bombardeio de imagens. A potência mágica da imagem é por si potência de agregação, ela favorece a viscosidade – a proximidade tátil -, e a fascinação. É o tempo do mito – da mitologia pós-moderna – que ressurge e celebra o “reencantamento do mundo”.

Por meio da exibição de seu trabalho artístico, Madonna possibilitou a exaltação de alguns elementos como a multiplicidade de sua imagem que pôde ser cortejada nos meios de comunicação de massa, maquinando novos moldes de identificação que contextualizam os costumes sociais elencados por Maffesoli (2007).

No próximo capítulo, trataremos dessa multiplicidade de facetas como traço da pós-modernidade que caracteriza a imagem de Madonna, para finalmente, analisarmos quais valores da condição pós-moderna preconizados por Maffesoli presentificam-se em suas facetas.

### 3 O JOGO DE APARÊNCIAS NA CONSTRUÇÃO DA IMAGEM PÓS-MODERNA

*Não é verdade que a star encarna tudo que nos falta: a beleza, a vida de sonho e o olhar do outro?*

Bougnoux (1994, p. 204)

Neste capítulo apresentamos, inicialmente, um breve panorama da cultura das celebridades em que Madonna se insere. Compreender um pouco do contexto em que essa artista atua como figura pública, ou como criadora de imagens, faz-se necessário para elucidar alguns dos aspectos da contemporaneidade que abarcam o objeto deste trabalho: suas imagens. Num segundo momento, a imagem multifacetada de Madonna como traço da pós-modernidade tem o seu lugar a partir das vozes de Cauduro e Rahde (2005), Kellner (2001), Hall (2005) e Maffesoli (2007).

Podemos relacionar o processo de construção da imagem de Madonna com a imagem pública de celebridades contemporâneas e a disseminação de imagens que permeiam a vida e o cotidiano de representações e significações. Nesse sentido, a potencialidade das imagens carregadas de simbolismos ou mensagens dotadas de significação no contexto contemporâneo ou pós-moderno permite a reflexão acerca de uma sociedade tomada por imagens.

Desde a década de 80, o mundo do *show business* é comandado por astros da música. Dentre eles, em três décadas de superexposição pelos meios de comunicação, inclui-se a cantora Madonna, considerada a rainha da música *pop*<sup>7</sup>. Para Shuker (1999, p. 114), o estrelato da música *pop*,

---

<sup>7</sup> O pop surgiu como uma diluição do rock, uma versão mais suave, associada a um estilo mais rítmico e a uma harmonia vocal mais agradável, principalmente entre o fim da década de 1950 e o início da seguinte, com os ídolos das adolescentes, (por exemplo, Bobby Vee). Posteriormente, o termo pop foi usado para caracterizar a música da parada de sucessos, orientada para um público adolescente, particularmente gêneros como dance pop, bubblegum, power pop e new romantics; e grupos como os grupos vocais femininos dos anos de 1960. Ao lado dos compositores, os produtores são freqüentemente considerados as principais forças criativas por trás dos artistas do pop (por exemplo, Stock, Aitken, Waterman, Chinn e Chapman, Phil Spector). [...] Musicalmente, o pop caracteriza-se pelos refrões fáceis de memorizar e pelo amor romântico como tema. (SHUKER, 1999, p.192 e 193)

[...] assim como em outras formas de cultura popular, envolve tanto a ilusão e o apelo às fantasias do público quanto o talento e a criatividade do artista. As estrelas atuam como construções míticas, desempenhando um papel-chave na construção de significados fora da rotina de seus fãs. [...] Madonna é uma imagem valorizada, construída cuidadosa e continuamente em uma era de globalização da mídia.

Para Rojeck (2008, p.12), celebridades são fabricações culturais que causam impacto sobre a consciência pública. O autor afirma que a cultura da celebridade pode ser mais do que uma simples associação à cultura da mercadoria, pois “[...] é fácil ver por que a maioria das celebridades alimenta o mundo cotidiano com padrões honráveis de atração que encorajam as pessoas a imitá-las, o que ajuda a cimentar e unificar a sociedade”.

Nesse sentido, partiremos também do pressuposto que Madonna, sendo uma celebridade, também utiliza como recurso a construção de sua imagem pública, implicando em modificações constantes em sua aparência, conforme é possível apreender em suas fotografias (ver da figura 3 a 8). Através de uma resumida linha do tempo, as imagens apresentam a drástica mutação visual que tem início já no começo de sua carreira, primeiros anos de 1980 até os anos 2000. Para Cauduro e Rahde (2005, p. 202), essas imagens em constante transformação são consideradas pós-modernas, pois:

[...] são meios para *cambiamientos* e *metamorfoses* das aparências, e não instrumentos de fixação de características de individuação. Essas características de mutabilidade podem ser observadas com clareza no programa de identidade corporativa da MTV, que desde o seu início, ao redor dos anos 1980, cultivou o processo de construção/desconstrução permanente de sua logomarca, pela mutação camaleônica de seus atributos visuais. Esse processo de *constante mudança* também encontramos nas imagens fotográficas de Cindy Sherman, em que ela se representa segundo vários estereótipos femininos, sem que sua “verdadeira” personalidade jamais apareça. Em ambos os casos, observamos que os representados estabelecem um entretenimento nas suas próprias representações, como que enfatizando a teatralidade e o artificialismo de suas *personas* sociais e o jogo incessante de mudança das aparências. Essa atitude irônica em relação às representações (tudo se resume a um jogo camaleônico entre pseudo-verdades) é um aliado importante das minorias e dos marginais sociais, pois permite desafiar a “veracidade” dos estereótipos e preconceitos culturais, pela construção e comunicação de representações divergentes ou contraditórias.

A imagem em constante processo de atualização e altamente ambígua de Madonna, assim como no caso da logomarca da MTV e de Cindy Sherman, está relacionada, sobretudo, ao que diz respeito a metamorfoses da aparência. Para Barthes (2001), a metamorfose é um elemento que alimenta todas as formas de culturas e pode ser considerada uma espécie de metáfora intensa, na qual se inscreve uma força,

sempre *sobrenatural* – que conduz a substância de um termo original a seu termo substitutivo. A metáfora é calma, pacificada como uma equação; a metamorfose é ardente, tende a implicar uma representação dramática do devir humano: há nela uma indagação feita à matéria, à instabilidade das classificações, à troca dos reinos da Natureza. (BARTHES, 2001, p. 167).



Figura 3: Madonna em 1983, 1987 e 1989 <sup>8</sup>.

<sup>8</sup> Madonna fotografada por Deborah Feingold no início de sua carreira (1983); na premiação do *American Music Awards* (1987); e fotografada por Herb Ritts para divulgação do seu álbum *Like a Prayer* (1989).

Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/index.php>  
Acesso em: 25 set. 2010.



Figura 4: Madonna de 1990, 1993 e 1995<sup>9</sup>.



Figura 5: Madonna em 1998, 1999 e 2000<sup>10</sup>.

<sup>9</sup> Madonna vestida com o famoso corset de Jean Paul Gaultier, para a turnê *Blond Ambition* (1990); em apresentação para a turnê *The girlie show* (1993); e no tapete vermelho da premiação do MTV *Video Music Awards* (1995).

Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/index.php>  
Acesso em: 25 set. 2010.

<sup>10</sup> Madonna fotografada por Mario Testino para divulgação do seu álbum *Ray of Light* (1998); visual com inspirações orientais para o ensaio da revista *Harper's Bazaar*, fotografada por Patrick Demarchelier (1999); fotografia de Jean Baptiste Mondino para a capa do álbum *Music* (2000).

Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/index.php>  
Acesso em: 25 set. 2010.



Figura 6: Madonna em 2002, 2003 e 2005<sup>11</sup>.



Figura 7: Madonna em 2006 e 2007<sup>12</sup>.

<sup>11</sup> Madonna em trajes masculinos e inspirada em Marlene Dietrich para a revista *Vanity fair*, fotografia de Craig Mac Dean (2002); fotografada por Craig Mac Dean para promoção do seu álbum *American life* (2003); fotografia de Steven Klein para a promoção do seu álbum *Confessions on a dance floor* (2005).

Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/index.php>  
Acesso em: 25 set. 2010.

<sup>12</sup> Madonna na capa da revista *Happer's Bazaar*, ensaio fotográfico realizado por Solve Sundsbo (2006); no videoclipe da música *Jump* (2006); e no lançamento do filme "Arthur e os minimoy's", em que atua como dubladora (2007).

Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/index.php>  
Acesso em: 25 set. 2010.



Figura 8: Madonna em 2008, 2009 e 2010<sup>13</sup>

Para a consolidação de sua imagem pública como celebridade da música pop, Madonna mesclou a combinação dos mais diversos aparatos tecnológicos em seus *shows* (ver figura 9 e 10), viabilizando grandes espetáculos visuais em estádios ao redor do mundo; inúmeros ensaios fotográficos feitos para composição de seus álbuns ou para revistas especializadas em moda; e, principalmente, na divulgação de suas músicas através da narrativa inovadora de seus videoclipes bem produzidos.

<sup>13</sup> Madonna em performance da música “*She’s not me*” durante a apresentação da “*Sticky and Sweet tour*” (2010); no videoclipe da música “*Celebration*” (2009); e em foto tirada por *paparazzi* no dia do seu aniversário de cinquenta e dois anos (2010).

Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/index.php>  
Acesso em: 25 set. 2010.

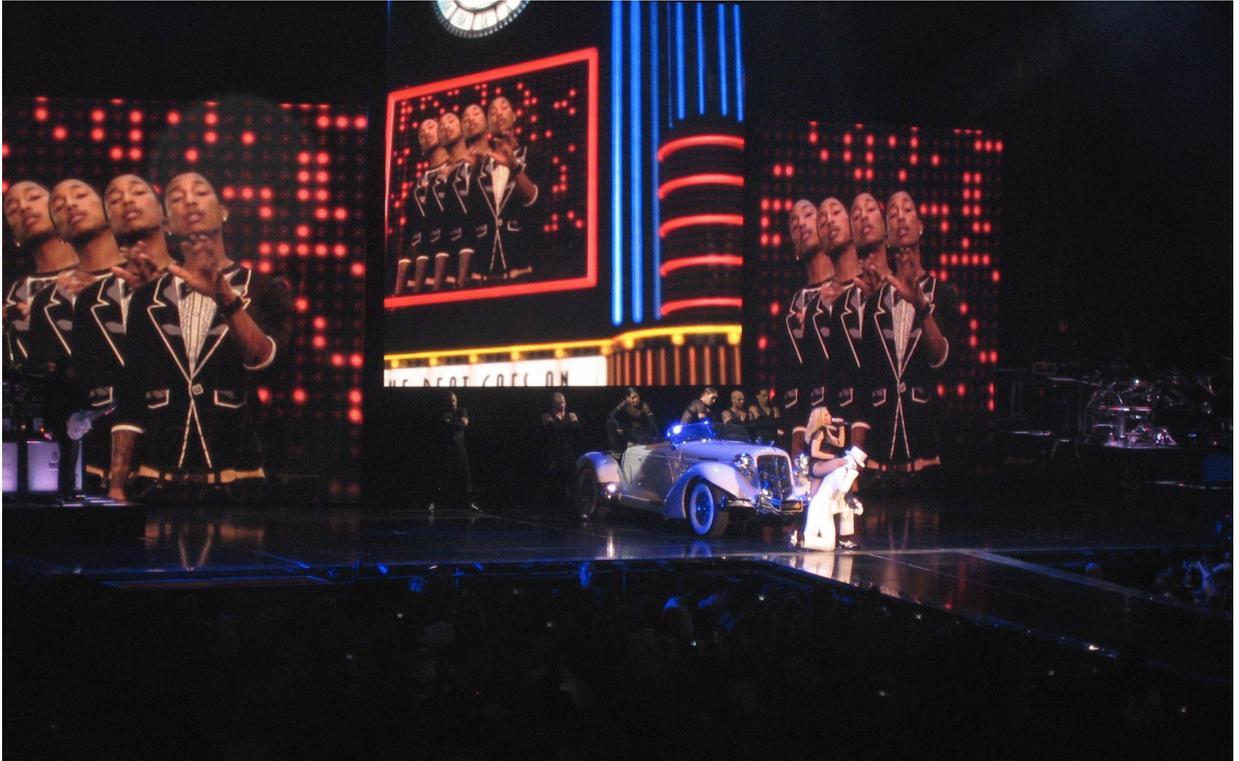


Figura 9: Parte da Estrutura do palco da *Sticky and Sweet Tour* (2008) <sup>14</sup>.

---

<sup>14</sup> Madonna cantando com a presença virtual do cantor Pharell Williams em telões móveis, automóvel, banda e dançarinos.  
Disponível em: <http://blogs.louloumagazine.com/wp-content/stage.gif>  
Acesso em: 29 jun. 2011.



Figura 10: Madonna no palco saindo de uma *disco ball* gigante<sup>15</sup>.

Em suas criações visuais, é perceptível grande apelo, em suas coreografias, na sofisticação dos estilistas mais renomados para a composição de seu vestuário – que varia da moda *punk* customizada<sup>16</sup> à alta-costura – e, principalmente, nas produções baseadas em conceitos controversos, cujas atitudes transgressoras e polêmicas eivadas por discursos de caráter social, racial, religioso, político e sexual moldaram o registro iconográfico contemporâneo ou pós-moderno.

A imagem da artista foi construída em referências conceituais que variam desde a essência da *pop art* e movimentos alternativos urbanos. As múltiplas facetas de sua aparência foram construídas com base em paráfrases de figuras míticas de várias modalidades (ver da figura 11 a 20) – atrizes do cinema clássico

<sup>15</sup> Apresentação do show “*Confessions Tour*” (2006).

Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/displayimage.php?album=560&pos=99>  
Acesso em: 29 jun. 2011.

<sup>16</sup> No final dos anos 1970 e começo dos anos 1980, “[...] Madonna criava o próprio visual ou apenas reciclava o que via, o fato é que se inspirava claramente na mistura ousada que caracterizava o estilo *punk* – no seu flerte com a feiúra e com a roupa do dia-a-dia [...] e as imbuía de uma feminilidade afirmativa”. (O'BRIEN, 2008, p.61) Seu estilo era caracterizado por uma mistura de roupas de brechó e elementos *punks* e era composto por “[...] meias calças velhas, o pesado crucifixo de madeira, os elásticos de datilógrafa usados como pulseiras (OBRIEN, 2008, p.94 e 95)”. Ver figura 1 – Madonna em 1983.

como: Dita Parlo, Marlene Dietrich e Marilyn Monroe; figuras históricas como a rainha francesa Maria Antonieta, o guerrilheiro argentino Che Guevara, a primeira-dama argentina Eva Perón e Diana, a princesa de Gales; na mitologia greco-romana a deusa Afrodite/Vênus; em pinturas artísticas de arte déco da pintora polaca Tamara de Lempicka, na *pop art* de Andy Warhol e na cultuada (e polêmica) imagem de Jesus Cristo. São estes jogos intertextuais os principais elementos sobre os quais se assenta sua imagem pública, que além de ser construída com base em características conceituais simbólicas, ousou romper com os estereótipos de modelos tradicionais.



Figura 11: Madonna, a *Dominatrix* inspirada em Dita Parlo<sup>17</sup>.

---

<sup>17</sup> Imagem promocional do videoclipe *Erotica* (1992). Madonna buscou referências em Dita Parlo, atriz alemã do cinema mudo francês. Em entrevista publicada na revista *Veja* de 25 nov.1992, Madonna afirma que a atriz “era uma mulher que gostava da vida e da liberdade, uma persona, uma mulher fatal, uma fantasia”.

Disponível em: <<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/thumbnails.php?album=421>>  
 Acesso em: 25 nov. 2010.



Figura 12: Madonna e Marlene Dietrich <sup>18</sup>.



Figura 13: Madonna e Marilyn Monroe <sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Madonna fotografada por Herb Ritts em 1991 e Marlene Dietrich em cena do filme Sanguo Negro de 1942, dirigido por Lewis Seiler.

Imagem de Madonna disponível em: <<http://sound--vision.blogspot.com/2010/06/os-ineditos-de-herb-ritts.html>>

Imagem de Marlene Dietrich disponível em:

<[http://www.elpais.com/fotogaleria/Personajes/autoridades/les/importan/pito/elpgal/20110719elpepucul\\_1](http://www.elpais.com/fotogaleria/Personajes/autoridades/les/importan/pito/elpgal/20110719elpepucul_1)> Acesso em: 10 jul. 2011.

<sup>19</sup> Madonna fotografada por Steven Meisel em editorial para a Revista Vanity Fair de abril de 1991 e Marilyn Monroe fotografada por Bert Stern em 1962.

Imagem de Madonna disponível em:

<[http://25.media.tumblr.com/tumblr\\_lp0dlqVkJh1qebgsl01\\_500.jpg](http://25.media.tumblr.com/tumblr_lp0dlqVkJh1qebgsl01_500.jpg)>

Imagem de Marilyn Monroe disponível em: <<http://www.nsmbl.nl/wp-content/uploads/2011/05/bert-stern-91-580x681.jpg>>

Acesso em: 25 nov. 2010.



Figura 14: Madonna caracterizada como a rainha francesa Maria Antonieta<sup>20</sup>

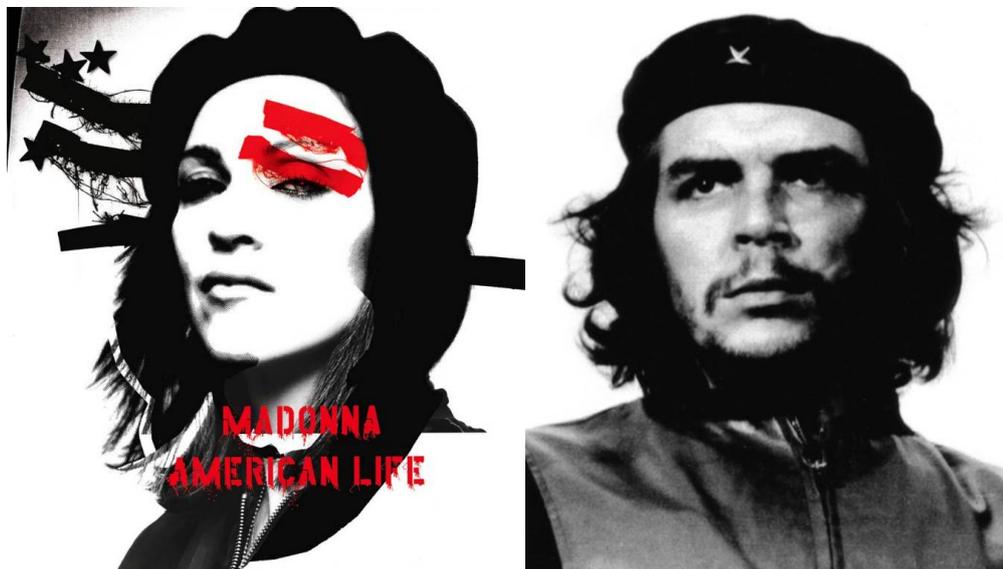


Figura 15: Madonna e Che Guevara<sup>21</sup>

<sup>20</sup> Cartaz de divulgação da “Re-invention World Tour” de 2004, fotografia de Steven Klein. Disponível em: < [http://www.ultimatemadonna.com/i\\_reinvention/reinvention\\_ad.jpg](http://www.ultimatemadonna.com/i_reinvention/reinvention_ad.jpg) > Acesso em 25 nov. 2010.

<sup>21</sup> Madonna na capa do álbum “American Life” de 2003 e Che Guevara fotografado por Alberto Korda, em 1960.

Imagem de Madonna disponível em: <<http://www.madonna-forums.com/cd-covers/madonna-american-life-cd-cover.jpg>>

Imagem de Che Guevara disponível em:

<<http://cienciahoje.uol.com.br/noticias/2010/12/imagens/culturomica02.jpg>> Acesso em 13 mar. 2011.

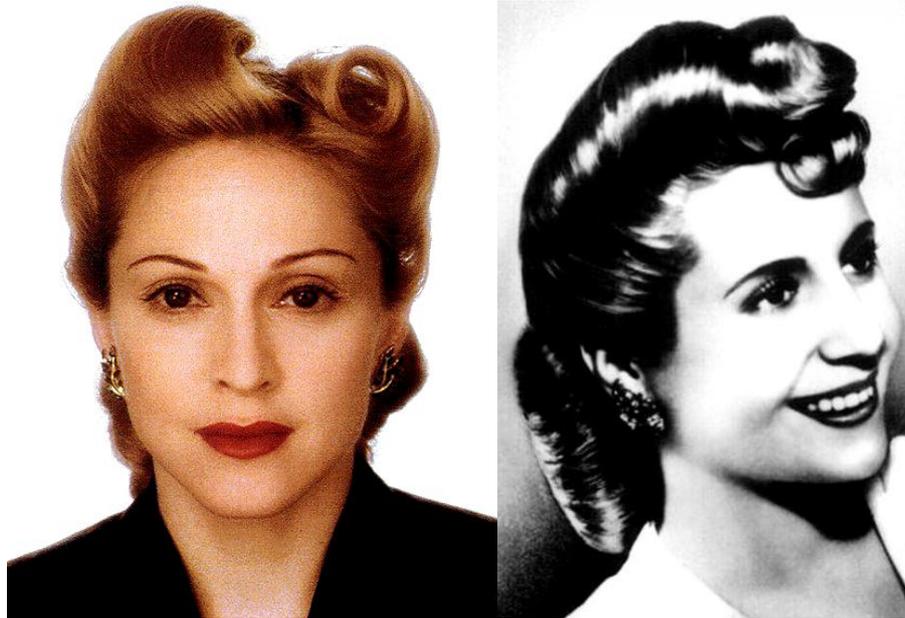


Figura 16: Madonna e Eva Perón<sup>22</sup>.



Figura 17: Madonna e Vênus<sup>23</sup>

<sup>22</sup>Madonna caracterizada como Eva Perón para o Filme *Evita* em fotografia de Mario Testino para editorial da revista *Vanity Fair* (EUA) de novembro de 1996.

Imagem de Madonna disponível em:

<<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/thumbnails.php?album=342>

Imagem de Eva Perón disponível em:

<[http://200.189.161.92/get\\_img?ImageWidth=651&ImageId=16978](http://200.189.161.92/get_img?ImageWidth=651&ImageId=16978)>

Acesso em: 25 nov. 2010.

<sup>23</sup> Madonna na capa do álbum *Ray of light* (1998), foto de Mario Testino e detalhe do quadro - O nascimento de Vênus de Sandro Botticelli, têmpera sobre tela, 172.5 cm x 278.5 cm, 1483.



Figura 18: Imagem de Madonna inspirada no quadro de Tamara de Lempicka<sup>24</sup>



Figura 19: Madonna e “Turquoise Marilyn” de Andy Warhol<sup>25</sup>

<sup>24</sup> Madonna em campanha publicitária para Louis Vuitton, fotografada por Steven Klein em 2009 e Retrato de Romana de la Salle, de Tamara de Lempicka, 1928, óleo sobre tela, 162 x 97 cm. Imagem de Madonna disponível em: <<http://models.com/work/louis-vuitton-louis-vuitton-fw-09>> Imagem do quadro de Tamara de Lempicka disponível em: <<http://www.delempicka.org/fileadmin/tamara/artwork/images/156-2.jpg>> Acesso em: 18 out. 2010.

<sup>25</sup> Madonna na capa da coletânea *Celebration* (2009), arte de Mr. Brainwash, inspirada na *pop art* de Andy Warhol de 1962. Imagem de Madonna disponível em: <<http://www.silvertentacle.com/images/Madonnacelebration.jpg>> Imagem do quadro de Andy Warhol disponível em: <<http://www.bogotop.com/skins/img/item/1306831457.jpg>> Acesso em: 18 out. 2010.



Figura 20: Madonna caracterizada como Jesus Cristo<sup>26</sup>.

Quanto ao aspecto formal, as imagens contemporâneas, segundo Cauduro e Rahde (2005, p.196), tiveram início na metade do século XX e continuam permeando a sociedade no início do século XXI. As imagens contemporâneas excluíram as ideias impostas pelas escolas ou movimentos artísticos característicos da modernidade, cujas representações visuais seguiam manifestos de determinada escola, utilizando-se de códigos mestres de construção e leituras imagísticas que excluíam visões divergentes ou não-canônicas.

Na concepção de imagens contemporâneas não se considera apenas um, mas vários estilos, possibilitando uma nova visualidade inclusivista, que nada rejeita ou exclui, unindo conhecimento e imaginário, transformando conceitos estéticos em novas formulações imagísticas:

O contemporâneo que estamos vivenciando, ao contrário de momentos anteriores, vem aceitando as mais diversas mudanças, nada negando, mas questionando e agregando em si variados estilos imagísticos, compondo-se, assim, de muitos fractais, de hibridações de variadas técnicas gráfico/plásticas. Isso revela uma nova forma de comunicação iconográfica, perpassada por imaginários culturais de uma sociedade em mutação o que, por suposto, vem modificando significados sociais e culturais. (RAHDE, 2006, p. 2)

<sup>26</sup> Frame da performance da música *Live to tell* do Dvd *"The Confessions Tour"*, dirigido por Jonas Åkerlund (2007).

Para Cauduro e Rahde (2005, p. 200) essas imagens (ver figuras 21, 22 e 23) imbuem-se das mais diversas técnicas híbridas e ao mesmo tempo heterogêneas, como mixagem de fotos com desenhos, com impressos, com gravuras, com tipografia, com escrita manual, com pintura, com filmes, com videograções, com esculturas, com objetos tridimensionais, ou imbuem-se de processos antagônicos de produção analógicos e digitais, disponibilizados pelos suportes de comunicação, delineando o imaginário cultural com representações que podem misturar diferentes estilos históricos, diferentes narrativas e diferentes fantasias:

As atuais *tecnologias do imaginário*, como a televisão e o cinema digital, o DVD e as inúmeras possibilidades de novas imagéticas computacionais, que se desenvolveram rapidamente nas últimas décadas, vêm estimulando a poética do imaginário, em que pese a racionalidade dos procedimentos desses meios de comunicação. Os mitos, o sonho, a fantasia, a imaginação poderiam, então, ser considerados a cosmogênese destas culturas. É assim que a metafísica, como forma superior de pensar a vida, dá lugar à ironia e ao popular, nas imagens do contemporâneo, quando então o imaginário cultural se manifesta em fantasias ou manifestações mitopoéticas. (CAUDURO; RAHDE, 2005, p. 197)



Figura 21 <sup>27</sup>.

<sup>27</sup> Fotografias de Steven Klein e direção Artística da capa do álbum de Giovanni Bianco. Disponível em: <http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/thumbnails.php?album=219> Acesso em: 19 jul. 2011.

Figura 22.<sup>28</sup>Figura 23.<sup>29</sup>

<sup>28</sup> Madonna e seu filho Rocco nos bastidores dos ensaios da “*Re-invention world tour*”, fotografia de Steven Klein, editorial para a revista *Vogue Paris*, agosto de 2004. Disponível em: <<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/thumbnails.php?album=387>> Acesso em: 19 jul. 2011.

No entanto, a rainha do pop não inaugura o procedimento de se construir como imagem pública. Desde muito antes, como ressalta Kellner (2003), as figuras públicas utilizaram esses artifícios com o intuito de influenciar de alguma forma a sociedade:

Nos primórdios da era moderna, Maquiavel aconselhou seu príncipe sobre o uso produtivo do espetáculo para o governo e o controle da sociedade, e os imperadores e reis dos estados modernos cultivaram os espetáculos como parte de seus rituais de governo e poder. O entretenimento popular naturalmente teve suas raízes no espetáculo, enquanto a guerra, a religião, os esportes e outros aspectos da vida pública se tornaram terrenos férteis para a propagação do espetáculo por muitos séculos. Agora, com o desenvolvimento de novas multimídias e da tecnologia da informação, os tecnoespetáculos têm, decisivamente, determinado os perfis e as trajetórias das sociedades e culturas contemporâneas [...] (KELLNER, 2003, p.5)

Mais precisamente no século XVII, é perceptível essa mesma busca, envolvendo figuras públicas. Nesse contexto, encontra-se a representação monárquica do rei da França, Luís XIV, conhecido como o “Rei Sol”.

De acordo com Burke (1994, p.14), Luís XIV foi uma escolha óbvia como objeto de estudo sobre a construção da imagem pública. Entre algumas razões elencadas pelo autor, o próprio rei e seus conselheiros tinham grande preocupação com a imagem real, e ainda, o rei se propunha a passar grande parte do tempo, entre rituais de diferentes tipos, posando para vários de seus retratos que se conservaram ao longo do tempo. O autor ainda ressalta que o monarca foi extremamente feliz ao escolher artistas, escritores e compositores com grandes dons artísticos.

A imagem real era construída e produzida coletivamente através de pintores, escultores, gravadores e também alfaiates, cabeleireiros e professores de dança. “Assim também os poetas e coreógrafos dos balés da corte, e o mestre-de-

---

<sup>29</sup> Madonna está coroada como nas inúmeras pinturas de Jesus, simbolizando com os raios a iluminação divina e com o Sagrado Coração de Jesus nas mãos. Na tradição cristã o Coração de Jesus é um símbolo concreto do amor de Deus por nós. Em Colossenses (Cl 1,17 – 19) encontramos a seguinte passagem: “Ele é antes de todas as coisas, e nele tudo subsiste. Ele é a cabeça do corpo, que é a igreja; é o princípio e o primogênito dentre os mortos, para que em tudo tenha a supremacia. Pois foi do agrado de Deus que nele habitasse toda a plenitude.” Com isso entendemos que a devoção ao Sagrado Coração nos remete como Jesus doou a si mesmo “de todo o coração”  
Fonte: Revista Rolling Stone (EUA), julho de 1998, Fotografia de David LaChapelle.

cerimônias que supervisionaram a coroação, as entradas reais e outros rituais” (BURKE, 1994, p.58).

Quanto à função da imagem, ela não visava, de modo geral, a fornecer uma cópia reconhecível dos traços do rei ou uma descrição sóbria de suas ações. Ao contrário, a finalidade era celebrar Luís, glorificá-lo, em outras palavras, persuadir espectadores, ouvintes e leitores de sua grandeza. Para isso, pintores e escritores se inspiravam numa longa tradição de formas triunfais. (BURKE, 1994, p. 31)

Para Kellner (2001), Madonna também contou com o que é denominado atualmente de estratégias de *marketing*, a fim de instaurar a sua imagem pública e se tornar uma *superstar pop*. Esse autor afirma que

Madonna é uma das maiores máquinas de relações públicas da história; contratou agentes e publicitários de primeira, gente “criativa” para fazer o seu *marketing* e produzir suas imagens. Desde o começo, todos os seus movimentos foram cercados de publicidade e ano após ano proliferavam referências à Madonna na cultura da mídia. [...] “Madonna” é sua publicidade e sua imagem, e o “fenômeno Madonna” é, portanto, um grande sucesso de *marketing* e propaganda (KELLNER, 2001, p. 341-342).

Através dessa descrição de Kellner (2001), podemos considerar que Madonna se utiliza dos métodos da realeza para se promover com um aparato mais moderno de acordo com os recursos da sua época. Nesse sentido encontramos os intermediários culturais, que segundo Rojek (2008, p.12-13) é o termo coletivo que designa os agentes, os publicitários, o pessoal de *marketing*, os *promoters*, os fotógrafos, os *fitness trainers*, os figurinistas, os especialistas em cosméticos e os assistentes pessoais, cuja tarefa principal é a apresentação em público das personalidades célebres, resultando em um permanente encanto para os fãs.

Retomando o contexto do rei, dada a tradição da época renascentista em relacionar a imagem pública com determinados mitos ou heróis, suas representações eram feitas de maneira indireta ou alegórica<sup>30</sup>, entendida como

---

<sup>30</sup> A alegoria é uma figuração que toma com maior frequência a forma humana, mas que por vezes toma a forma de um animal ou de um vegetal ou, ainda de um feito heróico, a de uma determinada situação, a de uma virtude ou a de um ser abstrato. Por exemplo: uma mulher alada é a alegoria da vitória, e uma cornucópia é a alegoria da abundância (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p. XVI).

referência indireta ao presente, sendo que os espectadores do século XVII eram treinados para fazer esse tipo de leitura.

Tomemos como exemplo a passagem em que Burke (1994, p.43), revela o pedido do rei Luís XIV ao pintor Charles Lebrun<sup>31</sup>, solicitando a representação em tela de cenas da vida de Alexandre Magno. Com esse quadro (ver figura 24), Luis estava não só expressando sua admiração por Alexandre como se identificando com ele. “Eram homenagens à identificação de um jovem conquistador com outro” (BURKE, 1994, p.81).

Passagens como essa podem sugerir que esse tipo de representação alegórica está relacionado ao poder e a decisão do rei de governar soberanamente. Luís XIV em “O Bom Pastor” (ver figura 25), assim como Madonna (ver figura 20), teve sua imagem relacionada a Jesus Cristo. O intuito dessa alegoria era que sua imagem fosse reverenciada pelos súditos de forma santificada. Para Burke (1994, p.47),

[...] a imagem do rei era associada ainda aos heróis do passado. Ele foi proclamado um novo Alexandre (a comparação que mais lhe agradava, pelo menos na década de 1660), um novo Augusto (que encontrou uma Paris de tijolos e deixou-a de mármore), um novo Carlos Magno, um novo Clóvis, um novo Constantino, um novo Justiniano (ao codificar as leis), um novo São Luís, um novo Salomão, um novo Teodósio (ao destruir a heresia dos protestantes como este destruíra a dos arianos). Charles-Claude de Vertron, da Academia de Arles, produziu uma coleção de paralelos entre Luís e outros príncipes também chamados “grandes”, de Ciro da Pérsia a Henrique IV de França.

Em analogia à soberania do rei Luís, elucidamos a partir do status de rainha do pop, e da representação da figura 26, atribuições e luminosidade à majestosa imagem de Madonna. Em relação às imagens do rei Luís, podemos apreender em algumas imagens de Madonna o mesmo ímpeto de se apresentar como imagem pública. O intuito é o cortejo, a veneração, valores atribuídos pela mídia, em que

---

<sup>31</sup> Lebrun foi um patrocinador importante em virtude de sua posição como figura dominante na *Académie Royale de Peinture* (instituição que ajudara a fundar em 1648); como diretor dos Gobelins, onde *L’histoire Du roi* estava sendo produzida na forma de tapeçarias; e como o artista encarregado da decoração interior dos palácios reais do Louvre e Versailles (BURKE, 1994, p.67). Na década de 1680, Lebrun fez na grande Galerie de Versailles nove pinturas da guerra holandesa. Numa delas, Luís, sentado num carro de guerra e tendo na mão um raio, atravessa o Reno acompanhado de Minerva, Hércules, e personificações da Glória e da Vitória. Aqui também Lebrun mostrou o deus do rio como “tomado de pânico”, como nos versos de Corneille e Boileau (BURKE, 1994, p. 89).

Madonna dá vazão ao seu delírio alegórico de apresentar para o público sua imagem associada aos reis e rainhas do passado.



Figura 24: Luís como Alexandre Magno<sup>32</sup>.

---

<sup>32</sup> “A família de Dario aos pés de Alexandre”, de Charles Lebrun, óleo sobre tela 164 x 26 cm, c. 1660. Château de Versailles (BURKE, 1994, p. 41).

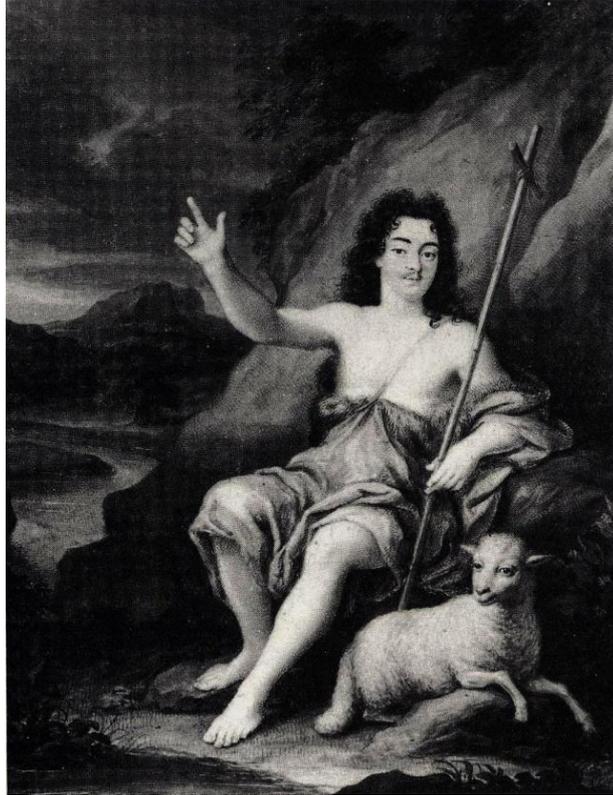


Figura 25: Luís XIV como Jesus Cristo em o *Bom Pastor*<sup>33</sup>



Figura 26: Madonna em seu trono<sup>34</sup>.

<sup>33</sup> Provavelmente a imagem seja de Pierre Paul Sevin, pintura sobre pergaminho (BURKE, 1994, p. 42).

<sup>34</sup> Madonna em apresentação para o show promocional do álbum "*Hard Candy*" no Roseland Ballroom, em Nova Iorque, 2008.

Apesar do hiato de tempo e da condição do contexto, quanto à construção da imagem pública, assim como o “Rei Sol”, além de desempenhar papéis, conforme foram elencados por Maffesoli (2007) de “divino social”, “totem social”, “figura emblemática” e um “tipo mítico”, Madonna reforça uma das principais características do contexto contemporâneo ou pós-moderno, que é a representação da fluidez da construção da imagem. E várias são suas facetas, diversas suas metamorfoses... Tal multiplicidade, como já o dissemos, é traço da pós-modernidade. É sobre essas facetas que trata o próprio item.

### **3.1 A imagem em foco**

Para contextualizar alguns aspectos das imagens contemporâneas, partiremos do pressuposto de que os velhos modelos de identidades culturais que caracterizavam o sujeito unificado estão em declínio e abrem espaço para novas identidades em processo de descentramento do sujeito contemporâneo. Essas transformações decorrentes da mobilidade evanescente pós-modernas estão implícitas no âmbito das discussões sobre a identidade. Dessa maneira, ressaltamos que abordaremos brevemente neste tópico, alguns dos aspectos culturais dessa temática tão complexa.

O sistema marcado pelas sociedades tradicionais pré-modernas forjava um modelo de identidade que era considerado fixo, sólido, estável e bem definido nas questões que circunscreviam o pensamento e o comportamento social da época. As funções eram organizadas através dos clãs, tribos e grupos, inviabilizando qualquer tipo de crise, discussão ou rompimento radical de identidade.

Para Kellner (2001, p. 295), foi na modernidade que o indivíduo começou a tomar consciência de si, tornando possível a reflexão sobre as inúmeras possibilidades disponíveis de exercer um determinado papel social, distanciando os tradicionais modelos de identidade. Portanto, a identidade na modernidade passa a ser motivada por transformações repentinas, estabelecendo as relações através de uma nova ordem social estabelecida pelas rupturas das revoluções democráticas, da

urbanização, do capitalismo industrial e da diferenciação social e cultural, constituindo uma nova maneira de relacionamento com o outro, ou seja, um novo modelo de identificação:

Na modernidade, a identidade torna-se mais móvel, múltipla, pessoal, reflexiva e sujeita a mudanças e inovações. Apesar disso, também é social e está relacionada com o outro. Certos teóricos da identidade, desde Hegel até G.H. Mead, frequentemente caracterizaram a identidade pessoal em termos de reconhecimento mútuo, como se a identidade de uma pessoa dependesse do reconhecimento das outras, em combinação com a validação dada por essa pessoa a esse reconhecimento. No entanto, as formas de identidade na modernidade também são relativamente substanciais e fixas; ainda tem origem num conjunto circunscrito de papéis e normas: pode-se ser mãe, filho, texano, escoteiro, professor, socialista, católico, homossexual – ou então uma combinação desses papéis e dessas possibilidades sociais. Portanto, as identidades ainda são relativamente fixas e limitadas, embora os limites para identidades possíveis e novas estejam em contínua expansão (KELLNER, 2001, p. 295-296).

Depois do marco do fim da Segunda Guerra Mundial, a sociedade sofreu transformações drásticas e teve início a ascensão do predomínio das mídias e do consumo. Desde então, “[...] a identidade tem sido cada vez mais vinculada ao modo de ser, à produção de uma imagem, à aparência pessoal.” (KELLNER, 2001, p. 297). Para o autor, foi na modernidade que essas transformações contribuíram para a problemática da identidade que tecia a relação com o outro, seja na maneira como nos constituímos, nos percebemos, nos interpretamos e nos apresentamos a nós mesmos e aos outros. Para Kellner, a identidade está disposta entre dois posicionamentos, um é baseado na descoberta e na afirmação de uma essência inata que determina quem somos, enquanto outros teóricos partem do princípio de que a identidade é um construto e uma criação a partir dos papéis e dos materiais que estão disponíveis à identificação.

Para Hall (2005), os processos de transformação ocorridos na modernidade proporcionaram mudanças no cenário da sociedade no final do século XX, “[...] fragmentando as paisagens culturais de classe, gênero, sexualidade, etnia, raça e nacionalidade, que, no passado nos tinham fornecido sólidas localizações como indivíduos sociais.” (HALL, 2005, p. 9). Estas transformações provocaram mudanças nas identidades pessoais, desconsiderando a estrutura da sociedade pré-moderna, anteriormente constituída com base em sujeitos integrados, abrindo espaço para uma nova modalidade, dando início à cisão do sujeito – caracterizado pela perda de

um “sentido de si” através do chamado deslocamento ou descentração do indivíduo no contexto social e cultural.

Hall (2005, p.10) classifica a identidade, partindo de três concepções históricas da pessoa humana – aquele que é sujeito da sua própria história: o sujeito do Iluminismo, o sujeito sociológico e o sujeito pós-moderno. O sujeito do Iluminismo parte de uma concepção essencialmente individualista da consciência de si, cuja centralização do eu era a identidade do indivíduo. Esta identidade, por sua vez, caracterizava o sujeito como “centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação”, que ao longo de sua existência, continuamente permaneceria o mesmo.

Para Hall (2005, p. 11-12), o sujeito sociológico parte da concepção de que a consciência não era autônoma e auto-suficiente como caracterizava o Iluminismo, mas marcada pela relação com o outro, quais sejam, os mediadores de cultura ou pessoas importantes na constituição dos valores, sentidos e símbolos – uma concepção com base na sociologia sobre a interatividade do mundo pessoal e o mundo público do sujeito, possibilitando a interpretação da identidade e do eu no contexto do mundo moderno. Assim, a identidade costura (ou sutura) o sujeito à estrutura e estabiliza tanto os sujeitos quanto os mundos culturais que eles habitam, tornando ambos reciprocamente mais unificados e previsíveis. É justamente esse sujeito, cuja identidade se mostra unificada que está num processo que conduz o sujeito pós-moderno.

O sujeito pós-moderno, conforme classificou Hall (2005), parte do pressuposto de que vivemos em uma “crise de identidade”, consequência dos processos centrais de mudança, resultando no deslocamento da constituição do sujeito na sociedade moderna, abalando os níveis de relações e referências culturais anteriormente estabelecidas, fornecendo novos modelos de identificação:

Argumenta-se, entretanto, que são exatamente essas coisas que agora estão “mudando”. O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado; composto não de uma, mas de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que propunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais. O próprio processo de identificação, através do qual nos projetamos em nossas identidades culturais, tornou-se mais provisório, variável e problemático. (HALL, 2005, p.12)

Diante disso, para o autor, a identidade cultural pós-moderna é definida a partir de princípios históricos, torna-se uma “celebração móvel” devido à maneira de como nos relacionamos e somos representados a partir dos sistemas culturais. As inúmeras referências dos sistemas culturais de identificação que estão à disposição, possibilitam que o sujeito assuma inúmeras identidades diferentes, delimitando e movimentando a vida social.

Para Maffesoli (2007, p. 120), o sujeito pós-moderno sofre interações entre o físico e o psíquico de maneira transcendental, ou seja, coletivamente, e particulariza-se em metamorfoses individuais que jogam com essas máscaras plurais, traduzindo uma força impessoal através dos diversos papéis que ele pode assumir. Nesse sentido, pode-se relacionar a identidade descentrada, inacabada e em constante deslocamento na dependência dos processos de formação e interação que parte de “[...] *uma falta* de inteireza que é preenchida a partir de nosso *exterior*, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por outros”. (HALL, 2005, p. 39). Com efeito, é esse o sentido que supre a identificação, um processo constante baseado na eterna busca do eu e nos processos de representação no tempo e espaço:

Quanto mais a vida social se torna mediada pelo mercado global de estilos, lugares e imagens, pelas viagens internacionais, pelas imagens da mídia e pelos sistemas de comunicação globalmente interligados, mais as identidades se tornam desvinculadas – desalojadas – de tempos, lugares, histórias e tradições específicos e parecem “flutuar livremente”. Somos confrontados por uma gama de diferentes identidades (cada qual nos fazendo apelos, ou melhor, fazendo apelos a diferentes partes de nós), dentre as quais parece possível fazer uma escolha. (HALL, 2005, p. 75)

Para Maffesoli (2007), é traço da pós-modernidade que o indivíduo esteja inserido em um constante processo de identificação com o outro, que consente a eterna busca do “Eu” no espaço social. O movimento e a polissemia das coisas é o que atrai o olhar do indivíduo, pois há nos movimentos nômades e tribais uma erótica social, uma efervescência com base na empatia no que une, e ao mesmo tempo, faz compartilhar através do vínculo social. Para Maffesoli (2007, p. 20), “[...] essa efervescência é gerada por pessoas que jogam com suas máscaras plurais no interior de todas essas “tribos” características da pós-modernidade.” Para Rahde (2006, p. 11), nesse mesmo viés,

[...] tudo isso é regido por um imaginário que se propaga rapidamente via satélite e certamente é pelo imaginário que fugimos do nosso próprio eu, buscando novas relações universais dos nossos afetos, das nossas emoções, que são expressos imagisticamente e de maneira simbólica nestes nossos outros eus, plurais, complexos e sensíveis, experimentando e estabelecendo novas configurações, num jogo de acasos.

Diante dessa característica, Maffesoli (2006, p. 37) constata que “[...] a multiplicidade do eu e a ambiência comunitária [...]”, fazem parte das características tribais da sociedade pós-moderna e, nesse sentido, vale ressaltar aqui que essa é também a característica da subjetividade das imagens produzidas por Madonna. Esse paradigma estético proposto pela disseminação dessas imagens pode ser agregado em um sentimento coletivo de contemplação e assim, estabelecer uma comunhão social:

Podem existir heróis, santos, figuras emblemáticas, mas eles são, de certa maneira, ideal-tipos, “formas” vazias, matrizes que permitem a qualquer um reconhecer-se e comungar com os outros. Dionísio, D. Juan, o santo cristão ou o herói grego, poderíamos desfiar infinitamente as figuras míticas, os tipos sociais que permitem uma “estética” comum e que servem de receptáculo à expressão do “nós”. A multiplicidade, em tal ou tal emblema, favorece infalivelmente a emergência de um forte sentimento coletivo. (MAFFESOLI, 2006, p. 37)

Roland Barthes (2005, p. 66-67), afirma que vivemos em uma “Civilização da Imagem”, portanto, condenar a imagem seria o mesmo que condenar a contemporaneidade. Para o autor, “a imagem não só é veículo de pulsões, tabus, afetos, forças irracionais e instintivas”, mas também “dissemina-se de modo

incontrolado o que só pode preocupar toda ideologia organizada”. Essa disseminação incontrolada das imagens pode incorporar o sentido que Kellner (2001) estabelece em uma relação direta entre o domínio da cultura veiculada pela mídia e a identificação da sociedade:

Há uma cultura veiculada pela mídia cujas imagens, sons e espetáculos ajudam a urdir o tecido da vida cotidiana, dominando o tempo de lazer, modelando opiniões políticas e comportamentos sociais, e fornecendo o material com que as pessoas forjam sua identidade. (2001, p. 9)

Para Kellner (2001), a cultura da mídia tem seu papel na construção da identidade pós-moderna. Nesse viés, o autor afirma que: “[...] a televisão e outras formas da cultura de mídia desempenham papel fundamental na reestruturação da identidade contemporânea e na conformação de pensamentos e comportamentos” (KELLNER, 2001, p. 304) e privilegia a cultura da mídia como o lugar de implosão da identidade, tomando como exemplo o filme “Uma linda mulher” (*Pretty Woman*, 1990).

Como a ópera *La Traviatta*, a narrativa do filme desenvolve a história de uma pobre prostituta que se apaixona por um homem milionário. Contudo, a prostituta dotada de um comportamento típico suburbano, despoja-se do estilo grosseiro, para poder transformar sua aparência na de uma verdadeira dama da alta sociedade e assim, viver uma história de amor com seu pretendente milionário - “A mensagem do filme, portanto, é que quem quiser transformar-se em um novo eu, transformar a própria identidade, ser bem-sucedido, precisará dar atenção à imagem, à aparência, à moda” (KELLNER, 2001, p.300).

A personagem da atriz Julia Roberts, do mesmo modo, privilegia a imagem na construção da sua aparência, assim como personagens do cenário da música utilizam o mesmo recurso para solidificar suas carreiras, ou seja, utilizam a imagem como o principal atrativo de identificação. Nesse sentido, Madonna teve a oportunidade de empregar com maestria este recurso em suas produções artísticas veiculadas nas mídias, principalmente através da televisão, onde seus videoclipes foram exibidos.

Em todo caso, seja qual for sua natureza – moderna ou pós-moderna – a identidade na sociedade contemporânea é cada vez mais mediada pela mídia que, com suas imagens, fornece moldes e ideais para a modelagem da identidade pessoal. Astros como os policiais de *Miami Vice* ou certas mega-estrelas como Michael Jackson ou Madonna também constituem modelos de identidade por meio da construção de uma aparência, de uma imagem e de um modo de ser [...]. (KELLNER, 2001, p. 317)

Também Santaella reforça essa idéia:

[...] Madonna ou Jackson fazem parte, eles mesmos, da mídia. São seus filhos legítimos. A mídia precisa deles tanto quanto eles necessitam da mídia. Sem ela não existiriam. Daí o despudor e mesmo obscenidade com que se expõem, escancarando suas intimidades no marketing pervertido da fama. Astros midiáticos têm uma existência vicária, dependente da mídia. Se deixarem de aparecer, desaparecem. (SANTAELLA, 2002, p.101)

Essas celebridades midiáticas instauram na sociedade modelos ou padrões de identificação e suas imagens são construídas com a intenção de saciarem os anseios do inconsciente coletivo. De acordo com Wolf (2005), o próprio imaginário coletivo permite a inserção dessas imagens construídas para a identificação do público através dos meios de comunicação de massa:

É a própria estrutura do imaginário que consente a mediação entre os requisitos opostos: modelos que servem de guia e as formas arquetípicas do imaginário, os temas míticos, as personagens-tipo constituem as estruturas internas e constantes, usadas pela indústria cultural. Se esta, de um lado, “reduz os arquétipos a estereótipos”, de outro, porém, não consegue sufocar completamente a invenção [...]. (WOLF, 2005, p. 95 - 96)

Para Maffesoli (2007), esses elementos que constituem a cultura das mídias interferem no comportamento social e no imaginário através do papel da imagem – “[...] essas obras permitem que os fantasmas, os arquétipos, os mitos, em suma, a memória coletiva, adquiram um rosto.” (MAFFESOLI, 2007, p.77). Nesse sentido, as figuras emblemáticas e as celebridades cumprem o papel de verdadeiros referenciais que permitem o reconhecimento, identificação e a realização:

[...] É assim que podemos entender o impacto das figuras emblemáticas, fílmicas, as figuras das novelas de televisão, dos videoclipes ou dos jogos de papéis eletrônicos. Elas apenas exprimem, de forma paroxística, a adesão a grandes mitos, resumindo uma outra “tática” frente à realidade: brincar com ela e, com isto, desmontar seus aspectos mais nocivos. (MAFFESOLI, 2007, p 70)

Também para Kellner (2001), a identidade pós-moderna é, com efeito, construída a partir de imagens. Para o autor tanto a identidade moderna e pós-moderna possuem consciência de que pode ser escolhida e construída, ainda havendo a possibilidade de mudança constante

“[...] conforme os ventos volúveis da moda” e, [...] embora isso produza uma erosão da individualidade e aumente o conformismo social (aos modelos contemporâneos de identidade), existe algum potencial positivo nesse retrato pós-moderno da identidade como construto artificial. Porque tal noção de identidade indica que sempre é possível mudar de vida, que a identidade sempre pode ser reconstruída e que somos livres para nos transformarmos e nos produzirmos conforme nossa escolha. (KELLNER, 2001, p. 312)

Maffesoli (2006) destaca que o papel de celebridades como Madonna é o de se integrar ao público e tecer uma rede de associações mútuas. Consequentemente nesse processo de relação dinâmica, a *star*, estabelece o seu papel:

Podem existir processos de aceleração, personalidades que podem ser consideradas como vetores necessários, com toda certeza existem causas objetivas que não deixam de influir, mas nada disso é suficiente. São apenas ingredientes, que, para se reunir, necessitam de uma energia específica. Essa energia pode tomar diversos nomes, como “efervescência” (Durkheim) ou “Virtú” (Maquiavel). Nem por isso ela deixa de ser perfeitamente indecível, e, no entanto, é esse “não-sei-o-quê” que funciona como cimento. [...] Pode-se muito bem como no calor de uma emoção comum se solda um bloco compacto e sólido; todo mundo se funde em um conjunto que tem sua própria autonomia e sua dinâmica específica. (MAFFESOLI, 2006, p. 106 -107).

Sob este ponto de vista, a noção de indivíduo cede lugar à pessoa que se caracteriza pela multiplicidade do eu, a que desempenha papéis ao invés de exercer determinada função numa organização econômica e política. Deste modo, “cada indivíduo é o simples *punctum* de uma cadeia ininterrupta, ou ainda, que lhe atribui uma multiplicidade de facetas, que fazem de cada qual um microcosmo, *crystalização* e *expressão* do macrocosmo geral” (MAFFESOLI, 2006, p. 37).

Para Maffesoli (2006, p. 37), *persona* seria o termo adequado, pois estaria vinculado à máscara, que é mutável e que pode compor uma variedade de cenas que não prescindem do outro. “Com efeito, enquanto a lógica individualista se apoia numa identidade separada e fechada sobre si mesma, a pessoa (*persona*) só existe na relação com o outro”.

Tal perspectiva nos obriga a superar a dicotomia clássica entre sujeito e objeto que fundamenta toda a filosofia burguesa. A ênfase incide, então, muito mais sobre o que une do que sobre o que separa. Não se trata mais da história que construo, contratualmente associado a outros indivíduos racionais, mas de um mito do qual participo. (MAFFESOLI, 2006, p. 37).

Em algumas imagens de Madonna, há representações que podem ilustrar certos momentos vividos pelas novas comunidades ou tribos, refletindo suas carências e identificações. Um exemplo que trazemos é o do começo de sua carreira, quando construía sua imagem apoiando-se no inconformismo social, abusando da experimentação e criatividade, principalmente no que tange às causas feministas. Foi no início dos anos 1980, que Madonna apresentava sua imagem publicamente de maneira não convencional (ver imagem 27), o que possibilitou que ela atingisse *status* de referência na cultura *pop*. Nesta época, Madonna exibia uma imagem construída que escapava de referências, exigindo do leitor um processo de reflexão:

A indumentária de Madonna nesse estágio constituía uma subversão dos códigos convencionais e justificava o uso de qualquer combinação de roupas e ornamentos que se quisesse. Evidentemente, a própria Madonna tornou-se um modelo da moda adolescente *flashy trash*, que as suas famigeradas imitadoras copiavam servilmente. Ela vinculava moda, exibicionismo e sexualidade agressiva, associando irreverência em matéria de moda à rebeldia sexual e ao uso não convencional de símbolos religiosos como crucifixos. Assim Madonna legitimava a moda e o comportamento sexual não convencionais, cativando um público que se sentia estimulado pelo seu desdém aos códigos e às convenções tradicionais. (KELLNER, 2001 p. 344)



Figura 27: Madonna – a noiva pós-moderna trajando *Lingerie* e crucifixos<sup>35</sup>.

Uma das características que se pode notar nas produções das imagens de Madonna, entre outros artistas, é que ela recorreu a recursos inovadores. Suas músicas, videoclipes e apresentações possuem elementos de alto teor de transgressão e o gestual que aparece nas coreografias carrega grande teor de provocação sexual<sup>36</sup>. Por este viés, Kellner (2001, p. 304) ressalta o modo de como esses elementos interferem na sociedade:

<sup>35</sup> Madonna no *backstage* da MTV *Video Music Awards* em 1984. Disponível em: <<http://www.handbag.com/fashion/celebrity/icon/celebrity-fashion-icon-madonna-111339>> Acesso em: 12 jun. 2011.

<sup>36</sup> Em videoclipes com conteúdo de conotação sexual de Madonna, ver: “*Justify my Love*” (1990), a versão de “*Like a Virgin*” produzida na turnê “*Blond Ambition*” registrada no documentário “Na cama com Madonna” (“*Truth or Dare*”, 1991), “*Erotica*” (1992) e o livro “*SEX*” (Nova Iorque, Warner Books, 1992).

[...] a televisão hoje em dia assume algumas das funções tradicionalmente atribuídas ao mito e ao ritual (ou seja, integrar os indivíduos numa ordem social, celebrando valores dominantes, oferecendo modelos de pensamento, comportamento e sexo para imitação etc.). Também argumentamos que o mito televisivo resolve contradições sociais da mesma maneira como Levi-Strauss descreveu a função do mito tradicional, e que ele fornece mitologias do tipo descrito por Barthes, mitologias que idealizam os valores e as instituições contemporâneas, exaltando, portanto, o modo de vida vigente [...].

É por intermédio da veiculação dos videoclipes que podemos perceber o poder de fixação da imagem da cantora. Assim, Madonna pôde mostrar ao mundo, através da televisão e da internet, a transformação de suas imagens a cada novo lançamento de suas produções, reforçando sua imagem pública como um construto pós-moderno.

Vejamos, a seguir, uma breve apresentação de como se configurou a linguagem do videoclipe na cultura do homem pós-moderno e uma parte do seu vasto legado audiovisual: videoclipes e apresentações televisivas. Essas produções tornaram possível apreender sua protagonista – Madonna – como uma figura mutável que fornece moldes de identificação com a possibilidade de reprodução dos eus pós-modernos.

### **3.2 Videoclipe como suporte de imagens**

Com a rápida disseminação da televisão, a partir da segunda metade do século passado, o panorama das clássicas imagens iconográficas do cinema clássico, abriu espaço para uma nova concepção de artistas criados por este meio de comunicação, datado pelo início da era da globalização.

Para Kellner (2001, p. 301), a linguagem da televisão “[...] é predominantemente regida pela estética do realismo representacional, de imagens e histórias que fabricam o real e tentam produzir um efeito de realidade”. Para o autor, essa visão pós-modernista interfere nos programas transmitidos por canais especializados em videoclipes, em séries e anúncios *high tech*:

[...] há um novo visual e um novo tipo de sentimento: o significante foi liberado, e a imagem tem precedência sobre a narração, visto que certas imagens estéticas contundentes, de grande artificialidade, se afastam da diegese televisiva e se transformam em centro de fascinação, de prazer sedutor, de uma intensa, porém fragmentária e transitória experiência estética. (KELLNER, 2001, p. 301)

A arte do vídeo causou uma revolução na representação plástica no mundo, por meio da especificidade dos recursos simbólicos impregnados nesse suporte constituído de elementos verbais, visuais e sonoros, impactando a sociedade com uma nova modalidade de comunicação.

O estudo desenvolvido por Machado (1995) apresenta um panorama que retomamos brevemente, tendo como foco a imagem eletrônica sem qualquer distinção entre vídeo e televisão, e ainda, a difusão desses meios que procedem aos fenômenos da linguagem, bem como a sua distribuição em sistemas digitais: computadores, videogames, videodiscos, videotextos, etc. Para compreender como acontecem esses processos, é de suma importância apreender as transformações mais importantes dos sistemas simbólicos que engendram esse sistema de difusão de imagem eletrônica, e como isso transformou a cultura do homem no século XX.

Com o surgimento do videoteipe na década de 1950, e, do vídeo cassete em 1970, estes aumentaram a capacidade de expressão dos *videomakers*, que inseriram a imagem eletrônica na cultura do homem contemporâneo.

A arte do vídeo, produzida pelos *videomakers*, nasceu nos estúdios de emissoras de TV e em laboratórios experimentais de televisão em universidades europeias e americanas. Entretanto, a arte do vídeo, não era comumente difundida através das ondas eletromagnéticas emitidas pelas emissoras de TV. Toda essa criatividade, explorada fora da televisão, mesmo assim em um território televisual, foi chamada genericamente de *vídeo*. O vídeo *stricto sensu*, ou seja, o vídeo produzido e difundido fora do circuito da televisão, em toda sua experimentação, contribuiu culturalmente para as novas possibilidades dos avanços dessa linguagem eletrônica, que, através da TV, causou uma revolução da representação plástica no mundo por meio da especificidade dos recursos simbólicos impregnados nesse meio de transmissão de elementos verbais, visuais e sonoros. Essa nova modalidade da arte no vídeo tem um precursor, Nam June Paik, um coreano, que, mesmo num contexto de país de terceiro mundo, conseguiu revolucionar essa mídia.

Para Machado (1995, p. 169), o videoclipe<sup>37</sup> pode ser considerado a versão popular da vídeo-arte que culminou como uma nova expressão advinda dos recursos do sistema digital do vídeo e rapidamente conquistou espaço fora e dentro da televisão, revolucionando as indústrias do vídeo e do disco.

Para Pontes (2003), o videoclipe marca o surgimento de um novo *mainstream* que tornou a imagem tão importante quanto a música, constituído por muitas possibilidades visuais do cinema, atribuídas de forma aleatória, e sua linguagem não segue uma continuidade narrativa. Essa combinatória de recursos pode ser considerada um “Amálgama”, que consiste em:

[...] algumas dessas possibilidades visuais, elementos narrativos comuns aos videoclipes: ângulos de câmeras extremos, com a câmera próxima dos 90° em relação ao personagem; movimentos de câmera complexos, no qual a câmera pode começar um movimento vertical, que depois se torna horizontal, para, em seguida, virar diagonal, ou girar ao redor do personagem ao mesmo tempo em que se afasta ou se aproxima, ou ainda variações infinitas entre estes; montagem acelerada, ou seja, aquela na qual cada plano dura menos de 2 segundos na tela; saturação de cores, exagerando a temperatura das cores (demasiado quentes ou demasiado frias) ou ainda um colorido que tende para o preto e branco, de tão desbotado; alternância previsível entre câmera lenta, normal e câmera acelerada; divisão da tela em duas ou mais imagens simultâneas; alteração da “textura” da imagem com maior ou menor granulação; alternância aparentemente aleatória entre preto-e-branco, cor e monocromatismos; e outros, que são combinações dentre esses recursos aqui descritos. (PONTES, 2003, p. 47)

O videoclipe nasceu na década de 1960, quando alguns artistas estadunidenses viajavam à Europa para participarem de programas de televisão com a finalidade de divulgar as músicas e atrair novos públicos. Essa forma de entretenimento chamava cada vez mais, não só a atenção dos telespectadores, como dos executivos das gravadoras, que logo começaram a produzir pequenos filmes para a promoção desses artistas, originando os videoclipes. Os primeiros videoclipes que surgiram nessa época estavam relacionados ao *rock n’ roll* e às

---

<sup>37</sup> (do inglês *video clip*): sintagma videográfico, em geral de curta duração, que consiste basicamente em fazer sincronizar imagens a uma trilha sonora preexistente. (MACHADO, 1995, p.221)

Para Pontes (2003, p. 48), videoclipe é um pequeno filme, um curta metragem, cuja duração está atrelada (mas não restrita) ao início e fim ao som de uma única música. Para ser considerado videoclipe, este curta-metragem não pode ser jornalístico, não é a simples filmagem da apresentação de um ou mais músicos. Ele é a ilustração, a versão filmada, de uma canção. Há interações artísticas em sua realização, e, quase sempre ausência de narrativa.

expressões psicodélicas<sup>38</sup> – fragmentados e desprovidos de sentido e da linearidade que caracterizava a cultura e a arte da década de 1960.

Mas foi na década de 1980, com o surgimento do canal televisivo MTV, junto com o cineasta John Landis, dirigindo “*Thriller*” de Michael Jackson, que a linguagem do videoclipe causou um considerável impacto. Trata-se de um curta-metragem que conta uma história de terror, transformado em videoclipe e construído com base em efeitos especiais, com coreografias bem elaboradas, correspondendo às superproduções de filmes hollywoodianos.

A considerável produção de videoclipes também possibilitou que Madonna atingisse sua popularidade, atraindo diferentes públicos, tribos e, sobretudo, o foco da mídia. Suas produções artísticas foram comentadas e investigadas não só por fãs, mas universalizadas, tornando seu nome conhecido pelo mundo.

Madonna também aproveitou a ascensão do videoclipe para divulgar as suas músicas, e, sobretudo, suas imagens, mas vale frisar que quando Madonna lançou sua primeira música de trabalho – *Everybody*<sup>39</sup>, a capa do disco não apresentava sua foto e todos que ouviam a sua música associavam a sua voz a de uma cantora negra. No entanto, apesar do sucesso de sua música nos clubes de dança de Nova Iorque, Madonna não possuía uma identidade visual estabelecida, e não tinha a sua imagem associada à sua música fora desse âmbito.

Foi em 1983 que Madonna começou a estabelecer sua identidade visual devido ao lançamento do seu primeiro álbum, e com os videoclipes lançados para divulgação de sua imagem. Nas palavras de Kellner (2001, p. 343), Madonna nessa época,

[...] era muito esfuziante e começou a atrair a atenção com seus videoclipes dos maiores sucessos apresentados na MTV, canal relativamente novo que desempenharia papel fundamental em sua carreira. Na verdade, Madonna estava surgindo como uma das primeiras *superstars* da MTV, e seus videoclipes logo venderam sua imagem a um enorme público.

---

<sup>38</sup> Nas artes gráficas, a psicodelia traduzia as alucinações experimentadas nas experiências com drogas, muitas vezes abolindo o sentido, que o observador atento não deixa de notar como um retorno ao surrealismo e ao dadaísmo (PONTES, 2003, p. 48).

<sup>39</sup> Música escrita por Madonna, lançada em forma de *single* em 1982, que em 1983 foi adicionada em seu primeiro álbum “*Madonna*”.

Desde então, Madonna tem aproveitado a visualidade desse suporte, para divulgar a constante transformação de sua imagem, construída e inspirada em moldes que puderam trazer à tona personagens que movimentaram o imaginário dos seus espectadores. Para Kellner (2001, p. 345), essas imagens contrastam e revelam que a identidade de Madonna é um construto, já que sua imagem é algo que pode ser modificado ou transformado à vontade.

Vejamos algumas dessas imagens, nas quais Madonna encontra referências que possibilitaram intertextualidades seja na moda das figuras urbanas das ruas de Nova Iorque; vestida de noiva virgem; reverenciando personagens de Marilyn Monroe<sup>40</sup>, Hatsumomo da obra “Memórias de uma gueixa”<sup>41</sup>; mostrando-se como mãe; vestida de “*cowgirl*” estilizada; de soldado de guerra; inspirada nas divas da música disco dos anos 1970; vestida e crucificada como Jesus Cristo, entre outras inúmeras encenações marcadas pela intertextualidade ou simplesmente mudando o modo de como se apresenta publicamente (ver da figura 28 a 39). Para Kellner, essas transformações implicam em drásticas mudanças no corpo, na atitude e na moda:

[...] os cabelos de Madonna mudaram do loiro encardido para o louro platinado, para o negro, para o castanho, para o ruivo e para suas infinitas variações. Seu corpo passou do suave e sensual ao charmoso esbelto, à máquina rija e musculosa, ao tecnocorpo futurista. A roupa e a moda que ostentava mudou do barato espalhafatoso para a alta-costura, para a tecnocostura radical, para o lésbico-sadomasoquista, para o pastiche pós-moderno da moda vale tudo. (2001 p. 341)

Nesse sentido, relacionamos a aparência cambiante de Madonna às manifestações das tribos urbanas ressaltadas por Maffesoli (2010). Para o autor,

[...] seus cabelos berrantes, suas modas que mudam, suas citações barrocas, suas invenções de linguagem, sua abertura para o mundo anunciam coisa bem diferente. Trata-se de uma criação um pouco confusa, sem mensagem específica, que tem dificuldade para sair da casca, mas que sublinha o fato de que um novo paradigma está em construção (MAFFESOLI, 2010, p. 51)

<sup>40</sup> Inspiração na personagem de Marilyn Monroe do filme “Os homens preferem as loiras” (“*Gentlemen Prefer Blondes*”, 1953), para o videoclipe “*Material Girl*” de 1985 (figura 30).

<sup>41</sup> Personagem extraída do romance de Arthur Golden – “Memórias de uma Gueixa” (“*Memories of a Geisha*”, 1997). Inspiração para o videoclipe “*Nothing Really Matters*” (1999). Ver Figura 34.



Figura 28: Videoclipe da música “*Borderline*” (1984) <sup>42</sup>.



Figura 29: Apresentação da música “*Like a Virgin*” (1984 – MTV Video Music Awards) <sup>43</sup>.

---

<sup>42</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=rSaC-YbSDpo&ob=av2e>>  
Acesso em: 27 jul. 2011.

<sup>43</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=En-AgtPbXYo>>  
Acesso em: 27 jul. 2011.



Figura 30: Videoclipe da música "*Material Girl*" (1985) <sup>44</sup>



Figura 31: Videoclipe da música "*True Blue*" (1986) <sup>45</sup>.

---

<sup>44</sup> Disponível em: < [http://www.youtube.com/watch?v=\\_CQHIP-38jA](http://www.youtube.com/watch?v=_CQHIP-38jA)>  
Acesso em: 27 jul. 2011.

<sup>45</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=V6AAkijfL6I>>  
Acesso em: 27 jul. 2011.



Figura 32: Videoclipe da música “*Like a Prayer*”<sup>46</sup> (1989)



Figura 33: Videoclipe da música “*Human Nature*” (1995)<sup>47</sup>

<sup>46</sup> O primeiro videoclipe polêmico da cantora e censurado em vários países por apresentar Madonna dançando em frente a cruzes em chamas, além de se relacionar com uma santidade representada por um homem negro que chora sangue em uma capela católica. Foi considerado um manifesto sobre sexo, raça e religião.

Tais são as contradições de Madonna que o uso das imagens prejudica a mensagem religiosa, pois ela aparece de combinação, dançando na igreja, e seu comportamento erótico dentro da igreja provavelmente ultrapassa os limites convencionais da decência – na verdade, a televisão italiana proibiu a exibição desse videoclipe devido à pressão de grupos católicos (SAVAN, 1993, p. 88).

Mas, como sempre, Madonna lucra com suas contradições, atraindo tanto os católicos, satisfeitos por ver uma injeção de erotismo e vida em suas instituições e a dramatização de sua moralidade, quanto os católicos não praticantes ou os não-católicos, que ficam empolgados com imagens subversivas como a de Madonna beijando um negro e dançando de combinação na igreja. (KELLNER, 2001 p. 354)

Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=IA983t3Rdzs&ob=av2n>>

Acesso em: 27 jul. 2011

<sup>47</sup> Disponível em:

<<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/displayimage.php?album=643&pos=3>>

Acesso em: 27 jul. 2011



Figura 34: Videoclipe da música “*Drowned world (substitute for love)*” (1998)<sup>48</sup>



Figura 35: Videoclipe da música “*Nothing really matters*” (1999)<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=FqqjqGVEXxg>>  
Acesso em: 27 jul. 2011.

<sup>49</sup> Disponível em:  
<<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/displayimage.php?album=lastup&cat=21&pos=4>>  
Acesso em: 27 jul. 2011.



Figura 36: Videoclipe da música “*Music*” (2000) <sup>50</sup>



Figura 37: Primeira versão produzida para o videoclipe da música “*American Life*” (2003) <sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Disponível em: < <http://www.youtube.com/watch?v=Sdz2oW0NMFk&ob=av2e>>  
Acesso em: 27 jul. 2011.

<sup>51</sup> Disponível em:  
<<https://picasaweb.google.com/100881834961102025968/2003AmericanLife#540478104888579384>>  
Acesso em: 27 jul. 2011.



Figura 38: Videoclipe da música “Sorry” (2006) <sup>52</sup>



Figura 39: Apresentação da música “Live to tell” (2006 – Confessions tour) <sup>53</sup>

<sup>52</sup> Disponível em: <[http://cdn.madonna.com//non\\_secure/images/20110113/46/46\\_640.jpg](http://cdn.madonna.com//non_secure/images/20110113/46/46_640.jpg)>  
Acesso em: 27 jul. 2011.

<sup>53</sup> Fonte: DVD – *The Confessions Tour*, Warner, 2007.

Para Kellner (2001, p. 332), Madonna tem papel fundamental na cultura da mídia, mostrando através do construto sua imagem polissêmica, ou seja, identidade é uma questão de escolha e ação individual, e que cada indivíduo pode produzir a sua identidade própria e exclusiva. Entretanto, o autor ressalta que os indivíduos ainda podem construir a sua própria identidade pessoal, podendo ser mediada por forças coletivas, contribuindo para o discurso de Maffesoli (2010) sobre os movimentos tribais pós-modernos.

Pontes (2003, p.50) retoma Maffesoli para explicar que na pós-modernidade não há fatores racionais ou intelectuais que agregam as pessoas, já que a união se dá por meio da estética. Estética que se presentifica em imagens da televisão por meio da publicidade, do videoclipe, dos programas etc, sendo que o reconhecimento de si em determinados grupos sociais, acontece pela aparência:

Esta entendida como conjunto de roupas, modificações corporais, gestual e até mesmo a forma física, cria uma “erótica” dos corpos, erótica aqui entendida não como fator de sexualidade genital, mas sim como “aquilo que agrega”. (PONTES, 2003, p.50)

A constante transformação visual da imagem pública de Madonna reforça os valores do hedonismo e do estar junto, além de ressaltar a constante busca do narcisismo de grupo composto pelas formas antigas de identidade coletiva, constituindo a essência das tribos contemporâneas, onde “[...] os indivíduos obtêm identidade participando de grupos e afirmando uma identidade coletiva (por exemplo, como mulher, como negro, como *gay* ou em suas combinações).” (KELLNER, 2001, p. 331).

Por fim, reiteramos a importância da contribuição do pensamento de Maffesoli, que será retomado para auxiliar nas análises das imagens produzidas por Madonna. São imagens contemporâneas que permeiam os meios e a vida do sujeito pós-moderno através do tribalismo, da magia e da ecologia, entre outras. A maneira como esses valores serão representados nas imagens fotográficas é o que buscaremos desvelar pela análise semiótica peirciana. Vale lembrar que a intertextualidade é inerente à produção de significados de que as imagens se apropriam e será também explorada em suas possibilidades de produção de sentidos.

## 4 ANÁLISE SEMIÓTICA DAS IMAGENS DE MADONNA

*A celebridade que dura só garante sua serenidade na medida em que ela é um “tipo” que permite a participação mágica de cada um.*

Michel Maffesoli (1996, p. 171)

Importante lembrar que nosso trabalho está centrado nas imagens de Madonna. Enquanto imagem veiculada pelas mídias, Madonna é vista como signo, como representação. Por essa razão, nossa opção metodológica é pela análise semiótica de origem peirciana que, centrada na materialidade ou na concreção do signo, nos permite entrar nas camadas mais profundas do processo interpretativo.

Compreender as imagens de Madonna como um signo que, como tal, produz na mente a semiose ou a ação do signo, ou seja, gera interpretantes, será o ponto de partida para o percurso da análise semiótica. O percurso analítico tem por finalidade identificar os signos em si, os objetos dos signos/imagens, ou seja, aquilo que ele indica, sugere, designa ou representa e, ainda, a potencialidade de interpretação.

Antes de darmos início às análises, faremos um breve apanhado sobre uma pequena parte da ampla teoria de Peirce, que está alicerçada na fenomenologia, “[...] uma quase-ciência que investiga os modos como apreendemos qualquer coisa que aparece em nossa mente [...]” (SANTAELLA, 2002, p.2).

Da fenomenologia nascem as categorias subjacentes a todo o construto teórico peirciano: a primeiridade, a secundidade, e a terceiridade. Essas categorias são conjuntos de disciplinas que interferem diretamente no estudo dos signos. Começaremos pelo conceito de signo e, mais adiante, voltaremos às categorias. Para elucidá-lo, valemo-nos da fala de Pierce (1990, p.46):

[...] um signo, ou *representâmen*, é aquilo que, sob certo aspecto ou modo, representa algo para alguém. Dirige-se a alguém, isto é, cria na mente dessa pessoa, um signo equivalente, ou talvez um signo mais desenvolvido. Ao signo assim criado denomino *interpretante* do primeiro signo. O signo representa alguma coisa, seu *objeto*. Representa esse objeto não em todos os seus aspectos, mas com referência a um tipo de idéia [...].

Signo, objeto e interpretante são os três elementos constituintes do signo. O signo representa, ocupa o lugar de um objeto e provoca numa mente qualquer uma reação denominada interpretante. Antes de abordarmos as categorias anunciadas, nos voltaremos para o objeto e para o interpretante. Para Peirce dois são os tipos de objeto: o imediato e o dinâmico.

O objeto imediato está dentro do próprio signo e sugere, indica ou representa o objeto dinâmico que está fora do signo. Vejamos um exemplo de objeto imediato dado por Santaella (2007, p.60) tomando como signo a palavra:

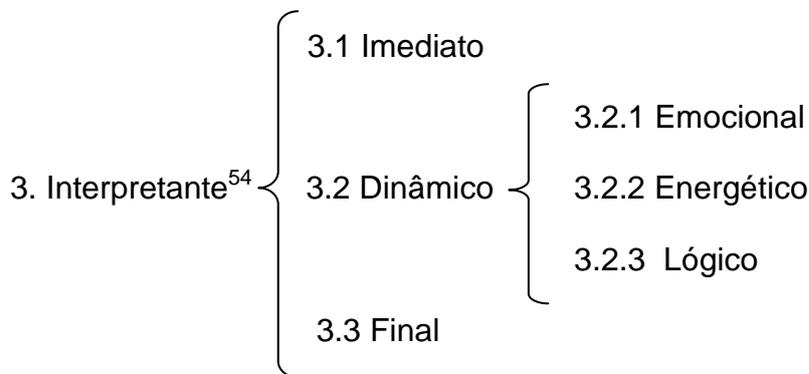
O objeto imediato é uma aparência gráfica, ou acústica daquela palavra como suporte portador de uma lei geral, pacto coletivo ou convenção social que faz com que essa palavra, que não representa nenhuma semelhança real ou imaginária com o objeto, possa, no entanto, representá-lo.

Tomemos como exemplo de signo qualquer foto de Madonna. Essa imagem representa, está no lugar de Madonna, que é o objeto desse signo. O objeto dinâmico de Madonna diz respeito a tudo o que se refere a ela e, por isso, é muito amplo. Já o objeto imediato é apenas um recorte desse objeto tão amplo, reduz-se à maneira como Madonna é representada naquele signo. Ele é apreendido de acordo com a maneira como sua imagem foi capturada pela lente da máquina fotográfica; de acordo com o enquadramento, com os elementos que a cercam, ou com os efeitos gráficos utilizados que vão determinar se é Madonna sorrindo, dançando, ou se é a foto da sua boca, do seu olhar etc. Ligada ao objeto dinâmico está a experiência colateral que diz respeito ao repertório ou ao conhecimento prévio que se tem daquela mulher representada na fotografia. Madonna só pode ser identificada como a celebridade da música *pop*, se quem contemplar a sua imagem tiver conhecimento de seu *status de superstar*.

Quanto à questão do interpretante e sua classificação, para elucidá-lo, apresentaremos um breve recorte. O interpretante é o terceiro elemento da tríade e desencadeia a semiose, isto é põe o signo em ação. Para Santaella (2002, p. 96),

Trata-se do potencial do signo para significar o que vier a significar ao encontrar seus intérpretes. Portanto ao falar do interpretante imediato, com base naquilo que os vários aspectos semióticos já analisados da semiose nos permitiram perceber, já fazemos previsões quanto ao interpretante dinâmico, quer dizer, quanto àquilo que o signo produzirá como efeito no encontro com seus intérpretes. Isso é possível porque o potencial significativo do signo tem uma objetividade que é própria do signo, que depende de sua constituição como signo.

Há três níveis de interpretante: o imediato, o dinâmico e o final, conforme visualizamos a seguir:



O interpretante imediato está dentro do signo e está apto a atingir uma mente e produzir significados, mas ainda não produz... Nas palavras de Santaella (2002, p. 24), “sua interpretabilidade ainda está no nível abstrato, antes do signo encontrar um intérprete qualquer em que esse potencial se efetive.”

[...] Não se trata daquilo que o signo efetivamente produz na minha ou na sua mente, mas daquilo que, dependendo de sua natureza, ele pode produzir. Há signos que são interpretáveis na forma de qualidades de sentimento; há outros que são interpretáveis através da experiência concreta ou ação; outros são passíveis de interpretação através de pensamentos numa série infinita. (SANTAELLA, 2007, p.60)

<sup>54</sup> Lembramos que essa numeração não é aleatória, ela se refere às categorias: primeiridade, secundidade e terceiridade.

Tomemos como exemplo um editorial de Madonna para uma revista que está na prateleira de uma livraria. As fotos e a reportagem estão no conteúdo das páginas dessa revista. Ainda que ninguém tenha lido, esse material guarda em si todo o potencial interpretativo. Assim, mesmo antes de qualquer intérprete folhear a revista e encontrar a reportagem de Madonna, esta já possui poder para significar. Vejamos o exemplo de Santaella (2002, p. 24):

Uma pintura em uma parede, músicas em um CD, um vídeo numa fita, todos eles contêm internamente um potencial para serem interpretados tão logo encontrem um intérprete. Esse potencial é o interpretante imediato do signo. É algo que pertence ao signo na sua objetividade. Uma comédia no teatro ou cinema, por exemplo, não está apta a levar seus espectadores ao choro, pois há nela determinadas características que delineiam o perfil de sua interpretabilidade.

O segundo nível do interpretante é o dinâmico, que se refere ao efeito que o signo efetivamente produz no intérprete. Esse efeito causado pelo interpretante dinâmico está relacionado com as três categorias (primeiridade, secundidade e terceiridade), por isso ele se subdivide em três níveis: interpretante emocional, energético e lógico.

Voltemos àquela revista que traz fotos e reportagens sobre Madonna. Um leitor apanha a revista da prateleira, folheia e se depara com a foto da *superstar*. A primeira reação é de surpresa e embevecimento, tal a paixão que tem pela cantora. É uma reação inteiramente emocional que caracteriza o primeiro nível do interpretante dinâmico, o emocional.

O interpretante emocional está apto a provocar uma simples qualidade de sentimento, pois é esse efeito que os signos cujos fundamentos são qualidades tendem a produzir com mais veemência.

O interpretante energético, segundo nível do interpretante dinâmico, está relacionado a uma ação física ou mental, sendo que seu efeito geralmente é causado por signos cujo fundamento está no fato de existir, de agir e reagir. Voltando ao exemplo, com a revista na mão, o leitor em questão, resolve levá-la para casa. Esta é uma das possíveis reações. Outra, poderia ser que ele, num impulso, beijasse a foto de Madonna, ou coisas assim. São reações brutas, impensadas.

O terceiro e último nível do interpretante dinâmico é o lógico. Diferentemente dos outros níveis, a mente não apenas se enche de emoção ou reage a um estímulo, a mente agora raciocina, pensa. Neste caso, o signo é interpretado através de uma regra. Segundo Santaella (2004, p. 79),

O interpretante lógico é o pensamento ou entendimento geral produzido pelo signo.(...) O interpretante lógico é uma regra geral, não se confunde com um conjunto de palavras, mas é mais propriamente um hábito de ação que pode ser expresso por palavras.

Finalizando nosso exemplo, tendo o leitor levado a revista para casa, ele lê a reportagem e faz inferências sobre as atitudes de Madonna, reflete sobre a imagem que ela constrói e que ganha força de forma agregar pessoas em torno de si, de formar tribos, enfim. Quanto maior o repertório do leitor, mais interpretantes serão produzidos, num processo sem fim...

E por falar em não ter fim... entra a última classificação dos interpretantes: o final. Este se refere ao resultado interpretativo do signo que o intérprete estaria destinado a chegar se fossem esgotadas todas as possibilidades do signo de produzir significados ou se interpretantes dinâmicos chegassem ao seu limite associativo. Considerando-se que a semiose não para nunca, o interpretante final nunca será plenamente alcançável. Será sempre provisório.

Portanto, o signo é composto pela relação entre signo-fundamento, signo-objeto e signo-interpretante. Objeto, signo e interpretante são as três esferas que compõem o que Pierce chama de relação triádica dos signos, como está representada abaixo:

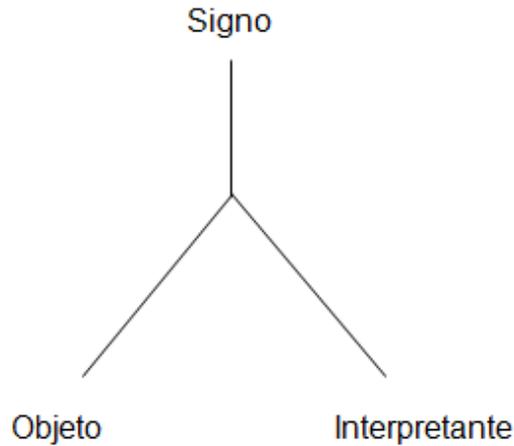


Figura 40: Relação triádica dos signos<sup>55</sup>

Tanto é assim que, em uma relação triádica genuína, não só o signo, mas também o objeto, assim como os interpretantes são todos de natureza sígnica. Ou seja, todos os três correlatos são signos, sendo que aquilo que os diferencia é o papel lógico desempenhado por todos eles, na ordem de uma relação de três lugares. E essa relação se engendra de tal modo que não é o caso de contar linearmente os números 1, 2 e 3. Entre os três correlatos algo se trama e esse algo é intrincado. (SANTAELLA, 1995, p. 29)

Para os propósitos desse capítulo, serão utilizadas estas relações triádicas entre o signo, objeto e interpretante, ou seja, as imagens de Madonna serão analisadas na sua materialidade, nas suas referências àquilo que ela indica, designa ou representa e nos tipos de interpretação que eles potencialmente podem despertar.

Retomando as categorias e, em seguida, a relação entre signo e objeto que se encontra em cada uma delas, comecemos pela primeiridade.

Para Santaella (2002, p. 7), a primeiridade está relacionada com o acaso, possibilidade, qualidade, sentimento, originalidade, liberdade, mônada. É o fenômeno em seu estado puro, o exercício do primeiro olhar, desprezioso em relação à interpretação do conteúdo, ou seja, aparece de maneira absolutamente impensada e não reflexiva.

Na seara da primeiridade, o signo se classifica em relação a si mesmo como quali-signo, isto é, trata-se de um signo cujo fundamento é uma qualidade. Na relação com o objeto, esse signo que é uma qualidade passa a se chamar ícone. Os

<sup>55</sup> Tríade peirceana para a definição de signo (DRIGO, 2007, p. 63).

ícones são, então, quali-signos, caracterizados por se reportarem aos seus objetos por similaridade, por sugestão. Está no ícone o poder da criação, território da arte.

A secundidade – segunda categoria fenomenológica – liga-se ao olhar da dúvida, da ação e reação, dependência, determinação, dualidade, aqui e agora, conflito e surpresa. Em relação a si mesmo, o signo se classifica nesse estágio como sinsigno – existente, singular. Na relação com o objeto, o sinsigno é um índice: signo que tem com o objeto uma relação de fato.

É na terceiridade que o efeito causado pela relação mediada entre o objeto e signo, ou seja, o interpretante tem proeminência, sendo o estágio da generalidade, continuidade, crescimento, inteligência, é o efeito causado pelo signo, ou seja, o olhar da interpretação que ele exprime. É neste patamar da relação entre signo e objeto que se encontra o símbolo.

Nas palavras de Santaella (2002, p. 25),

[...] o símbolo está conectado a seu objeto em virtude de uma idéia da mente que usa o símbolo, sem que uma tal conexão não existiria. Portanto, é no interpretante que se realiza, por meio de uma regra associativa, uma associação de idéias na mente do intérprete, associação esta que estabelece a conexão entre signo e objeto.

Tal afirmação leva a autora a concluir que é na instância do símbolo que o signo é considerado genuinamente triádico. Por exemplo, nas imagens, Madonna só é considerada uma celebridade, para quem internalizou esse fato como uma convenção coletiva. Santaella (2002, p. 25) afirma que “[...] para agir como signo, o símbolo independe de uma conexão factual com seu objeto (caso do índice), assim como independe de qualquer semelhança com seu objeto (caso do ícone).”

Numa análise semiótica, relacionar a fenomenologia peirciana com as imagens de Madonna significa olhar para este signo de três maneiras. O primeiro olhar é o contemplativo. Este olhar capta o signo Madonna envolto às puras qualidades visuais que a compõem, livre de qualquer tipo de interpretação lógica do que ele representa, é o lugar onde se encaixa a primeiridade.

O segundo olhar, o observacional, implica identificar o objeto da imagem – Madonna -, ou seja, o conjunto corporificado de elementos visuais que a compõe. É

o estágio em que o signo – fotografia de Madonna – aponta indicialmente para o que lhe serve de referência. Este olhar está na secundidade.

Na terceiridade está o olhar interpretativo, o que apreende os sentidos do signo a partir de hábitos associativos, culturais que o intérprete aciona de seu repertório.

Considerados esses três olhares alicerçados pelas categorias peircianas e pela lógica do signo, selecionamos para a análise semiótica das imagens de Madonna algumas fotografias do seu vasto legado visual. Essas imagens estáticas foram selecionadas, independentemente do suporte, sejam de frames de vídeos, editoriais ou ensaios de revistas, imagens publicitárias, capas de álbuns musicais etc. São imagens que possibilitam interpretantes significativos para o estudo em questão.

Feita essa breve explanação sobre conceitos da semiótica peirciana que compõem nosso instrumental metodológico, passemos às análises de algumas imagens de Madonna. Buscamos verificar na materialidade desses signos embutidos nas imagens de Madonna, valores da pós-modernidade preconizados por Maffesoli.

#### **4.1 Madonna e o dionisíaco**

Nesta análise, tomamos como signo uma fotografia extraída da revista *Rolling Stone* de 1998 (figura 41), onde Madonna fez um ensaio para promover o seu então último álbum de trabalho, “*Ray of light*”. Nesta fase de sua carreira, Madonna buscou reciclar a sua imagem, seguindo influências de caráter espiritual, o que a inspirou a reinventar mais uma vez sua imagem, já tão exposta anteriormente. Além da veiculação da revista, essa fotografia e outras que fazem parte desse mesmo ensaio foram expostas em galerias de arte pelo mundo, promovidas pelo fotógrafo David LaChapelle.



Figura 41 <sup>56</sup>

Faremos a análise dessa imagem de acordo com o percurso do olhar anteriormente explicitado: o olhar contemplativo, o observacional e o interpretativo. Nesse sentido, em um primeiro momento, buscaremos apreender os elementos qualitativos, caracterizadores de aspectos icônicos; depois, elementos existenciais, caracterizadores de aspectos indiciais para finalmente, finalizarmos com aspectos referentes à interpretação, ou seja, aos aspectos simbólicos.

Atentaremos inicialmente, para os aspectos qualitativos. Esta imagem apresenta muitas cores, mas as que predominam são: o azul, que varia entre o royal, o celeste e o acinzentado; o laranja que varia entre o salmão e o marrom, amarelo, rosa, preto, branco e vermelho. A forma que predomina na lateral inferior esquerda da imagem varia do quadriculado, arredondado e sinuoso, logo acima a textura é pontilhada. Na lateral superior esquerda a textura é lisa, contrastando com formas geométricas e pontiagudas. A parte direita superior é composta por textura maciça e transparente. A parte inferior direita tem a predominância de formas sinuosas e arredondadas.

<sup>56</sup> Fonte: Revista Rolling Stone (EUA), julho de 1998, fotógrafo David LaChapelle.

As linhas que compõem a imagem são verticais, diagonais e horizontais. A imagem é composta por formas que em sua maioria estão dispostas verticalmente. Em primeiro plano e na parte central há uma forma mediana na diagonal. Apesar das formas estarem na vertical, sua disposição impõe uma perspectiva que direciona o olhar para o segundo plano, onde se encontra uma forma sinuosa e ao mesmo tempo pontiaguda de cor vermelha, branca, laranja e salmão.

Vale ressaltar que nesse primeiro olhar, lançado em busca de qualidades, o leitor não precisa conhecer Madonna. Ele se envolve com aspectos como cores, jogo de formas, texturas e pode parar nesse ponto do processo interpretativo. Tanto essa, como qualquer outra imagem que será analisada permite interpretações que se dão à medida que o leitor se envolve com elas, estabelecendo relações com interpretantes relativos à experiência vivida ou ao repertório do leitor, bem como, vindas da sua familiaridade com o objeto. Os conhecimentos sobre a obra do fotógrafo, ou de quem posou para ele, bem como a cultura que envolve o cenário da imagem ampliam as possibilidades de interpretantes do leitor.

Quanto aos aspectos indiciais, é possível identificar na imagem nove homens, cinco mulheres, três crianças, sendo uma menina, além de um cachorro, um aparelho de som, um triciclo, um caminhão, uma ponte, dois prédios e um hidrante. Dentre a aglomeração de pessoas, está em destaque uma mulher loura de cabelos soltos ondulados, iluminada por uma forte luz que se lança do interior da cena. Ela veste calça e sapatos vermelhos e blusa branca; está em pé, com os braços para o alto e dentre suas pernas, que estão levemente afastadas, há um rádio. Em posição inferior e, de cada lado dessa mulher, há um homem. O homem que está sentado no chão, do lado direito da mulher, está com as pernas bem espaçadas e o outro está sentado em um triciclo amarelo e preto. Em primeiro plano existe um homem deitado no chão interagindo com um cachorro, à sua direita há uma menina que segura um microfone de brinquedo e ainda há uma aglomeração de pessoas.

Passemos agora ao poder de sugestão da imagem que brota dos aspectos qualitativos. Essa imagem apresenta Madonna, dançando sinuosamente em posição de destaque perante o resto das pessoas que compõem a foto. Sua calça e sapatos vermelhos em tom vibrante sugerem aproximação e expansividade, pois se trata de uma cor quente. De acordo com Chevalier e Gheerbrant, o vermelho vibrante possui características que remetem ao “diurno, macho, tônico, incitando à ação, lançando,

como um sol, seu brilho sobre todas as coisas, como uma força imensa e irredutível [...]” (2009, p.944).

Madonna veste também uma blusa que tem predominância da cor branca, estampada pela imagem do deus supremo da tradição hindu, Shiva (ou Xiva). O branco também é considerado expansivo e remete à pureza. Para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 142), o branco é uma cor diurna, iniciática, que revela e transfigura o conhecimento e ainda transborda possibilidades, seja a alegria juvenil ou algo que ainda não começou, como a alvorada do dia. O branco é a cor da manifestação divina “[...] cujo vestígio permanecerá ao redor da cabeça de todos aqueles que tenham conhecido Deus, sob a forma de uma auréola de luz que é exatamente a soma das cores” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p. 142). A citação também elucida o feixe de luz branca que vai de encontro ao corpo de Madonna, destacando-a das pessoas que compõem a foto. Madonna é atingida pelo jato d’água de um hidrante. Essa água confunde-se com um fecho de luz. Considerando-se o sol como fonte de luz, de calor e de vida, para Chevalier e Gheerbrant (2009), sua luz representa as influências celestes e espirituais.

Madonna apresenta longos cabelos louros, emaranhados e soltos, que na iconografia hindu, caracteriza divindades, dentre elas o deus Shiva. Os cabelos representam também os raios solares, que nas palavras de Chevalier e Gheerbrant (2009, p.154) participam das relações do céu.

Em sua dança, Madonna ergue os braços para o alto e gesticula com as mãos o símbolo da meditação da ioga, o *mudra*<sup>57</sup>. Esses significados aliados elevam a imagem de Madonna a um estado de transcendência: a luz e a água que a envolvem a impregnam de significado com base na alusão divina e espiritual desses elementos que a cercam.

Há também a sensualidade representada no movimento sinuoso de Madonna, bem como nas posições dos homens que sugerem um contorcionismo do próprio corpo. Enquanto que a artista parece dançar algum tipo de música do mundo oriental, as pessoas sugerem movimentos que remetem ao mundo ocidental, o funk. A imagem é forte nesse aspecto da ligação, inclusive de diversas etnias (hindu,

---

<sup>57</sup> No hinduísmo significa sânscrito para as mãos e posição de dança hindu.

negra, hispânica, branca), de raças, de idades e de possibilidades sexuais (homoafetivos, heterossexuais e transexuais).

As pessoas que estão a sua volta parecem compartilhar um momento de união, alegria e gozo, celebração que remete às tribos pós-modernas preconizadas por Maffesoli (2006). Esta fotografia nos remete a outra imagem: A juventude de Baco (figura 42).



Figura 42: Dionísio representado em A juventude de Baco<sup>58</sup>

Trata-se de uma obra de arte que exhibe uma cena que sugere ser o texto base para a intertextualidade que podemos vislumbrar na fotografia de Madonna. Nela é possível observar a celebração das orgias regidas pela figura mitológica de Dionísio.

<sup>58</sup> *La Jeunesse de Bacchus*, 1894, Óleo sobre tela, 610 x 331 centímetros, de William-Adolphe Bouguereau.

Disponível em: <[http://www.artrenewal.org/artwork/007/7/1068/la\\_jeunesse\\_de\\_bacchus-large.jpg](http://www.artrenewal.org/artwork/007/7/1068/la_jeunesse_de_bacchus-large.jpg)>  
Acesso em: 10 jun. 2011.

As festas orgíacas, as bacanais, ou até as meras tendências às orgias vulgares são, por um lado, uma manifestação regressiva, um retorno ao caos, com a devassidão na embriaguez, a cantoria, a luxúria, a excentricidade, os travestis (os monstros do Carnaval), a perda de um todo controle racional; e por outro lado uma espécie de renovação de recursos, de mergulho nas forças elementares da vida, depois da deterioração da sensorialidade do quotidiano, do civilizado da urbanidade. (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p. 663)

Tanto na celebração regida por Madonna, quanto na celebração regida por Dionísio, é possível observar que as pessoas envolvidas nas cenas desfrutam de momentos de entusiasmo. Na figura 41, é possível notar que as pessoas se aglomeraram em torno do rádio que está disposto entre as pernas de Madonna e todos se envolvem pela música. Na figura 42, também há seres que festejam em torno de instrumentos musicais. Apreendemos também que as mulheres que festejam ao lado de Dionísio são conhecidas na mitologia grega como Bacantes ou Mênades<sup>59</sup> - sendo que simbolizam a entrega e a embriaguez do amor, que na mitologia grega, remetem ao desejo de serem tomadas e penetradas por Dionísio.

Há ainda dois homens que bebem na figura 41, o que nos remete a embriaguez dionisíaca, representada pela mulher caída e embriagada, representada na figura 42. Para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 364), a embriaguez está relacionada com a fecundidade e a riqueza da colheita e das searas e principalmente aos fenômenos dos ciclos lunares que na simbologia tradicional, remetem ao ciclo da vegetação, da gravidez e do crescimento. O homem recorre à embriaguez física para obter uma condução às faculdades mentais, já que o vinho é símbolo de conhecimento. Há também uma relação que exprime o acesso espiritual ocasionado pelas práticas de embriaguez física, libertando o condicionamento do mundo exterior, “[...] da vida controlada pela consciência: era assim nos mistérios gregos e no taoísmo, cujos sábios beberrões são famosos” – Dionísio é um exemplo de divindade da mitologia grega que se entregava à embriaguez.

---

<sup>59</sup> “[...] as furiosas, as impetuosas; mulheres tomadas de paixão por Dionísio e entregues ao seu culto com tamanho fervor, que por vezes se entregavam ao delírio e à morte. [...] Deu-se às estranhas práticas difundidas ao longo do contorno da bacia mediterrânea, o nome de ‘orgiasmo’ (celebração de orgias e mistérios, sobretudo do culto de Dionísio) ou ‘menadismo’. Certas cenas não poderiam deixar de evocar as famosas descrições médicas da histeria. *Sob muitos aspectos, o delírio das Bacantes, com movimentos convulsivos e espasmódicos, a flexão do corpo para trás, o descaimento e o agitado movimento da nuca, faz lembrar as afecções neuropáticas devidamente descritas hoje em dia, e que implicam o sentimento da despersonalização, da usurpação do ego por uma pessoa estranha, aquilo que é precisamente o entusiasmo na Antiguidade* (i.e., exaltação ou arrebatamento extraordinário daqueles que estavam sob inspiração divina, como as sibilas etc.), ou seja, a *possessão*” (SECHAN; LEVEQUE, 1966 apud CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p. 112).

Para Maffesoli (2010, p.64), esse deus terrestre, representa a volta de um vigor selvagem, que através de todas as histerias coletivas ou fenômenos pós-modernos, expressam a selvageria, que ressalta o que há de irracional das raízes humanas que fecundam gozo do mundo: o corpo, o desejo, o hedonismo, o prazer de viver e compartilhar momentos de festividades, conforme é possível observar nas figuras 41 e 42. Trata-se de uma metáfora aos fenômenos pós-modernos ou uma ordem tradicional, herança deixada por Dionísio.

Retomando Nietzsche em “O nascimento da tragédia”, Maffesoli (2007, p. 128), relembra que a cultura grega “não repousa em conceitos, mas em ‘figuras incisivas’”. Para o autor, os deuses dos Panteões são figuras que designam ‘certezas “intuitivas” e exprimem pulsões criadoras e conseguem com isso, unir as pessoas. Nesse sentido, transpomos essa passagem ao contexto contemporâneo ou pós-moderno sugerido por Maffesoli, agregando os fatores que propulsionam as imagens de figuras emblemáticas: políticas, religiosas, musicais, esportivas ou intelectuais onde se enquadra a *superstar* Madonna. Essas “figuras emblemáticas” são pontos de convergência e possuem por essência, além do aspecto carismático (viscoso), a efemeridade característica da fluidez da pós-modernidade: “As figuras emblemáticas, as máscaras exacerbadas, as reafirmações arcaicas são como expressões inconscientes, mas não menos reais, de uma nostalgia da totalidade [...]”. Portanto, cabe:

[...] retomar uma judiciosa observação de Hermann Broch, o desabrochar se verifica a partir das “raízes existenciais do conhecimento”. Conhecimento intuitivo que permite superar o desmembramento, a separação, a distinção, para aceder a uma forma de totalidade. Aquela que une à natureza, à tribo, à deidade. *Conhecimento comum* que, através dos rituais cotidianos, induz um conhecimento de si pelo reconhecimento do outro. Só somos alguém ou alguma coisa porque o outro nos reconhece *como tal*. Assim, a consciência da pessoa é determinada pela comunidade em que se situa. As figuras emblemáticas e diferentes totens ao redor dos quais nos agregamos têm, assim, uma função sacramental: *tornar visível uma força invisível*. Força que está na própria base de toda agregação social, qualquer que seja. (MAFFESOLI, 2007, p. 108-109)

Para este autor, a figura de Dionísio, rege o tribalismo que incorpora as relações sociais contemporâneas e estabelece a agregação coletiva, formando – através dos ideais-tipos, arquétipos, mitos ou totens sociais – a construção da

identidade pós-moderna. Essa motivação que une, congrega e permite compartilhar através do estar-junto, tece redes de afinidade, gerando um forte sentimento em busca do prazer (hedonismo) e do querer estar-junto.

Para Maffesoli (2007, p.108), o contexto pós-moderno sugere exatamente a volta do que aconteceu em outros períodos históricos, como exemplo o Renascimento, onde o sonho coletivo volta à ordem do dia. É na base do estar-junto que os arquétipos são vetores de comunhão e estruturam ao seu redor parte de discursos tipicamente tribais enraizados nas práticas cotidianas, de qualquer ordem que sejam: musicais, esportivas, sexuais, culturais e até políticas ou mesmo intelectuais.

Nesse contexto, há um índice esclarecedor que proporciona relações pautadas nas agregações e efervescências apresentadas pela análise desta imagem, que é recorrente do imaginário e que se estrutura em torno da luminosidade dos arquétipos<sup>60</sup>. A magia, os sonhos e o imaginário recobram força e vigor nas tribos pós-modernas e, conseqüentemente, em diversos terrenos do cotidiano como nos videoclipes, na profusão dos canais de televisão, na publicidade ou nas revistas especializadas. Os arquétipos proporcionam os sonhos e as fantasias, através de identificações múltiplas, contaminando cada vez mais a vida de pessoas plurais em “situações extremas, virtuais ou reais”:

O sonho, com efeito, não remete apenas à história individual, mas é igualmente marca ancestral da espécie. É a expressão específica de um eu profundo que ultrapassa os limites da identidade oficial. Pode-se mesmo dizer que o sonho é o abandono total do princípio de identidade. Nele, graças a ele, cada um de nós se despedaça e vive pequenas histórias múltiplas que o fazem participar de todas essas fantasias coletivas constitutivas da história humana. Fantasias cujos vestígios encontraremos nos contos e lendas de nossa infância, mas que estão na própria base do pertencimento a um lugar e uma comunidade específicos. (MAFFESOLI, 2007, p.109)

Nessa estrutura dionisíaca, nas maneiras de ser contemporâneas e na pulsão do vínculo social está enraizada aquilo que podemos considerar uma lógica coerente no que diz respeito a uma redefinição de cultura, que ressalta a “ética da estética” – “[...] entendo o termo estético de maneira etimológica, como a faculdade comum de

---

<sup>60</sup> Cf. M. Von Franz e E. Jung, *La Légende Du Graal*, Albin Michel, 1988, p. 177-179. (MAFFESOLI, 2007, p.108)

sentir, de experimentar [...]” (2006, p. 130). É a partir desse termo que o sujeito encontra a exaltação da aparência, um novo arranjo para o ser, um novo meio de reconhecimento. O corpo é considerado um mediador, estabelecendo um pujante anseio de pertencer.

## 4.2 Representações alegóricas de Madonna

Por representação alegórica, estamos entendendo tratar-se de uma espécie de substituição ou transposição que diz “b” para significar “a”. É uma metáfora mais complexa, “[...] um processo construtivo, técnica metafórica de representar e personificar abstrações, levando o discurso figurado a substituir o discurso próprio” (OLIVEIRA. 1999, p. 144). A alegoria parte de um sentido literal, próprio, passa por um sentido figurado e alcança outro sentido literal, ausente. Na alegoria, a exigência de um interpretante é sempre presente; aliás, a alegoria já é um interpretante.

Em se tratando de imagens fixas, o significado vai além do que se vê, as formas trazem um sentido que vai além das aparências. Por isso a instância do simbólico é proeminente.

Começaremos esse bloco de análises pelas fotos da Revista “W” de junho de 2006. São quatro imagens selecionadas dentre muitas outras que trazem Madonna ao lado de seis garanhões. O ensaio foi realizado pelo fotógrafo Steven Klein e também foi aproveitado para o vídeo exibido no *backdrop*<sup>61</sup> do bloco equestre, pertencente à turnê “*Confessions Tour*”.

---

<sup>61</sup> São telões gigantes que exibem imagens em movimento de alguns vídeos gravados para complementar visualmente, ou ilustrar o conceito idealizado para as músicas apresentadas nos *shows*. Funcionam como um plano de fundo para o espetáculo visual, geralmente são imagens aproveitadas de videoclipes ou idealizadas exclusivamente para serem exibidas nas apresentações ao vivo.

Figura 43<sup>62</sup>Figura 44<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> Disponível em:  
<<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/displayimage.php?pid=10511&fullsize=1>> Acesso em:  
25. Jul. 2011

<sup>63</sup> Disponível em:  
<<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/displayimage.php?pid=10522&fullsize=1>>  
Acesso em: 25. Jul. 2011

Figura 45<sup>64</sup>Figura 46<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Disponível em:  
<<http://madonna.photogallery.free.fr/madonna/displayimage.php?pid=29319&fullsize=1>>  
Acesso em: 25. Jul. 2011

Começamos pela figura 43 para esta etapa da análise, quando atentaremos para os aspectos qualitativos da representação visual, quais sejam as cores, as formas, as linhas e os movimentos. Lembramos que esses aspectos qualitativos produzem sentidos e estes se farão perceptíveis quando nossa análise estiver no âmbito do simbólico ou no nível do interpretante. Percorreremos nosso olhar, distinguindo nas imagens figura e fundo. Começando pelo fundo, as cores que predominam são quase apagadas, elas variam da pequena parte azul à direita superior do quadro que se dilui nas cores que ocupam a maior parte do espaço-formato: o branco e o cinza. Ocupando todo o espaço inferior, uma massa marrom, em tons bastante fortes, contrasta com a grande massa clara que compõe o fundo. A textura é embaçada e nebulosa.

Na figura, destacam-se duas formas, uma na posição vertical, outra na diagonal. A primeira delas apresenta menor dimensão, traços que variam do sinuoso ao pontiagudo. A cor predominante nesta forma é também o marrom que sobressai na parte inferior do fundo. A textura contrasta com a leveza do quadrante superior e do peso do restante desta forma. A forma que ocupa o centro do quadro apresenta-se na diagonal e destaca-se pela força, pela dimensão, pelo movimento dado pelo peso e contrapeso da figura que se eleva.

Na seara dos aspectos existentes, em um primeiro plano há uma mulher de costas, usando um traje que revela parte do corpo, com as mãos revestidas por luvas pretas e os cabelos louros presos. Um cavalo branco mostra-se empinado. Há também poeira e névoa que escondem o fundo da cena. O chão provavelmente é composto por um campo amplo, constituído somente por terra. A cor azul celeste que aparece na parte superior da fotografia, possivelmente representa o céu do dia.

A partir daqui, buscaremos os aspectos interpretantes e os significados simbólicos que emergem dessa imagem. A imagem retrata Madonna, a mulher que aparentemente parece domar o cavalo branco empinado que a desafia com o seu movimento brusco. Para Chevalier e Gheerbrant (2009, p.211), o cavalo com sua brancura ofuscante simboliza o instinto controlado, dominado, sublimado. Sua imagem representa a majestade, a beleza vencedora, pois serve de montaria a

---

<sup>65</sup> Disponível em:  
<<http://my.opera.com/MADONNAGLAM/albums/showpic.dml?album=942390&picture=12917139>>  
Acesso em: 29 jul. 2011.

heróis, santos e conquistadores espirituais. De acordo com o texto do Apocalipse, essa representação estaria relacionada ao exército do céu, cuja cavalaria seria composta por corcéis brancos.

A brancura ofuscante do cavalo é quase uma transfiguração da aura etérea, que designa a irradiação que rodeia a cabeça dos seres solares dotados da luz divina. Para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 100), a aura se materializa como auréola ou nimbo e simboliza a glória para o ser em sua totalidade. A terra, que podemos observar na representação do solo e da poeira<sup>66</sup> levantada pelo movimento do cavalo, em seu aspecto primitivo, é o símbolo da fecundidade e da regeneração.

A cor da terra se mistura às vestes de Madonna, como se ela brotasse do chão. A terra também representa o princípio passivo do aspecto feminino. O cavalo também se mistura ao nimbo branco que, por sua vez, se mistura ao céu, representando o aspecto ativo, masculino. É a manifestação que nos remete à obscuridade da terra e à luz celeste, que representa o *yin* e o *yang*.

Por extensão, o *yin* e o *yang* designam o aspecto obscuro e o aspecto luminoso de todas as coisas; o aspecto terrestre e o aspecto celeste; o aspecto negativo e o aspecto positivo; o aspecto feminino e o masculino; é, em suma, a expressão do dualismo e do complementarismo universal. *Yin* e *Yang* só existem em relação um ao outro. (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p. 968)

A posição do cavalo empinado e sua cor branca que representa o céu, ou seja, o *yang*; e a terra da qual Madonna emerge, que remete ao *yin*, sugerem a relação antagônica e ao mesmo tempo complementar desses elementos.

Também, a figura 44 traz aspectos que dialogam com esses interpretantes que expusemos. Começamos pelos aspectos qualitativos dessa imagem que apresenta, na sua constituição, linhas verticais, horizontais e diagonais. As cores que predominam na parte inferior são escuras e variam do marrom ao preto.

Do centro da imagem para a parte superior é possível apreender a cor cinza, que varia do azulado ao prateado; cores escuras que variam do preto ao azul

---

<sup>66</sup> Segundo Chevalier e Gheerbrant (2009, p.727), a poeira é símbolo da *Força criadora* e da cinza. Ela é comparada ao sêmen e ao pólen das flores. O homem não é somente tido como criado da poeira do chão, mas também sua posteridade é comparada à poeira (Gênesis, **28**, 14).

marinho. Na parte central superior há uma pequena forma clara que varia do branco ao azul claro, que se degrada em cores escuras. Da parte central para a superior, predominam cilindros prateados e retangulares. Atrás dele, uma forma sinuosa e pontiaguda, de cor preta, que se dispõe diagonalmente dialoga com as mesmas formas – sinuosas e pontiagudas – que pudemos vislumbrar na imagem anterior. Essas formas que se repetem funcionam como rimas visuais e imprimem poeticidade à composição visual.

Observando agora os elementos existenciais, constatamos que há uma mulher de costas, seminua, vestida somente com luvas de vinil até metade do antebraço e *hot pants*<sup>67</sup> do mesmo material. Ela está com os cabelos presos, com um coque meio desalinhado e seu tronco desnudo revela músculos protuberantes bem delineados. Ela porta um chicote que se encontra em posição diagonal, de acordo com as disposições dos braços que o sustenta. Em segundo plano, há uma grade metálica com suporte de madeira. É possível observar que nos outros planos da fotografia há ainda mais uma grade e mais um cavalo preto. O ambiente é um estábulo hípico e suas divisórias estão dispostas paralelamente umas às outras.

Trata-se de Madonna, dominatrix, domadora, dominadora de cavalos. Forte, musculosa e rija como um cavalo, pois sua forma física imita o corpo de um homem, quase que de maneira andrógina. Em contraposição, esta imagem pode revelar também uma falsa dominação, na medida em que ela está do lado de fora da grade que a separa do animal. Outro fato que sustenta a hipótese de dominação é o chicote que ela levanta para o alto. O chicote pode ser associado ao símbolo do poder judiciário e de seu direito de infligir castigos.

O tronco musculoso de Madonna é uma matriz de erotização, pois segundo Souza (2009), “o erótico não se restringe à função genital – sexo –, mas vai além, refere-se a todo tipo de excitação e de atividades que mantêm e alimentam nossa vontade de viver – sexualidade”. Ao tronco musculoso de Madonna, juntam-se as formas sinuosas e pontiagudas – colhidas quando nosso olhar buscava os aspectos qualitativos da imagem – que também conotam eroticidade, estas últimas são

---

<sup>67</sup> O “*hot pants*” compõe-se de um short curto com cintura altíssima inspirado nas calcinhas das *pin-ups* dos anos 50, bem retro. Segundo Mantovani (1996), quando o primeiro sistema de moda da década 60, começou a persuadir as mulheres a usarem minissaias ou *hot pants*, o novo *look* foi censurado pelos modelos tradicionais os quais o consideravam muito explícito sexualmente e ofensivos à dignidade das mulheres.

formas fálicas. Com isso podemos sugerir que essa imagem de dominação está relacionada com o poder da vida.

Ao observarmos os aspectos qualitativos da próxima figura 45, que compõem esta série fotográfica, apreendemos em primeiro plano uma forma de cor preta, branca e amarela que se destaca pelo predomínio de linhas retas, vertical, horizontal e diagonal. Em segundo plano, predominam as cores escuras que variam do preto ao cinza, interrompidos, horizontalmente, por uma faixa bege.

Há uma mulher loira com um cabresto colocado em sua cabeça, de botas de cano alto, joelheiras, *hot pants*, blusa de manga comprida, e luvas. Todas as peças que ela veste são pretas. Sua posição é bastante sugestiva: parece um animal de quatro patas, sendo que suas mãos se apoiam no chão e as pernas estão posicionadas de forma que seu quadril encontre-se quase alinhado ao seu tronco. Supõe-se que esta mulher esteja em um estábulo. É Madonna que se metamorfoseia em cavalo.

Segundo Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 608), a metamorfose pode ter um aspecto negativo ou positivo, dependendo se ela representa uma recompensa ou um castigo, ou dependendo da finalidade a qual esta obedeça. Os autores acrescentam que a metamorfose é um símbolo de identificação o que nos sugere que Madonna não assumiu a totalidade de seu eu ou nem atualizou todas as suas potencialidades. Madonna se animaliza, simbolizando:

o animal, a besta que existe em nós e que tantos embaraços causaram ao moralismo judaico-cristão, é o conjunto de forças profundas que nos animam e, em primeiro lugar, está a libido: desde a Idade Média, na gíria francesa, o animal, a besta, o cavalo referem-se ao pênis, e, por vezes, também, à mulher, como encarnação da parte animal ou satânica do homem. (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p.57)

Tal fato pode ser associado também pela simbologia da masculinidade do cavalo, que para Chevalier e Gheerbrant (2009),

Dizia-se com respeito aos adeptos dos mistérios que eles eram cavalgados pelos deuses. Em torno de Dionísio (Baco), o Grão-Mestre das práticas extáticas, abundam as figuras hipomórficas; por exemplo: os Silenos e os Sátiros, companheiros das Mênades (ou bacantes) no cortejo dionisíaco, são homens- cavalos [...] ., p.205)

Encontramos nessa simbologia, mais uma vez, uma relação às orgias dionisíacas. Portanto, por meio dessa imagem, relacionamos uma outra maneira de expressar a vazão dionisíaca, característica da pós-modernidade, que é a sensibilidade ecológica, razão sensível que não se opõe à realidade, mas ao racionalismo, algo que valoriza a origem do nativo, o criativo, o étnico, ou seja, o natural:

Razão complexa que se enriquece com a experiência dos sentidos. De todos os sentidos, dos sentidos de todos. Já disse muitas vezes: aqueles que sabem ouvir e ver, aqueles que sabem utilizar seus sentidos não podem deixar de reconhecer essa eclosão espontânea (MAFFESOLI, 2010, p. 85)

Ao passarmos para a análise da última imagem dessa sequência (figura 46), encontramos em primeiro plano, duas massas visuais que se notabilizam pelas formas mais uma vez sinuosas que se sobrepõem, impondo uma perspectiva diagonal. A forma de menor dimensão é preta, branca e amarela. A forma de maior dimensão é predominantemente preta. Sob essas formas, distingue-se um fundo retangular de cor marrom clara e textura rústica, áspera.

Trata-se de uma imagem que mostra um cavalo preto deitado, ocupando grande parte do campo visual, e uma mulher loura, aparentemente jovem repousando sobre ele. A mulher veste trajés mínimos, sobrepostos de cor preta, e usa botas pretas de cano longo. Há uma sinuosa fumaça saindo de sua boca. Ela segura um cigarro com umas das mãos. Ao seu lado há um par de luvas pretas e parte de um chicote no chão.

O chão e o fundo novamente remetem a um estábulo hípico e é Madonna a mulher que, deitada sobre o cavalo negro, se refaz...

O chicote e as luvas estão no chão, o que pode significar que neste momento o cavalo já está domado. Madonna fuma um cigarro, como alguém que está em um momento de relaxamento. Tal ato é impregnado de ambiguidade e sugestão...

O ato de fumar, além de estar relacionado ao momento que se dá depois do prazer, remete à simbologia do cachimbo sagrado dos índios americanos, que para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 159), é considerado como um elo, um signo místico da união com a natureza que representa o homem primordial, microcósmico,

invulnerável, e imortal. De acordo com essa simbologia tão significativa, podemos relacionar a fumaça que exala de Madonna com o fato de “colocar sua vida em harmonia com a da natureza inteira, é o que significa, em sua essência, a fumaça sagrada que evola do cachimbo, cujo forninho é um altar, e cujo tubo é o conduto do sopro vital” (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p. 159).

Todos esses aspectos sugestivos, indiciais ou simbólicos, nos remetem a uma cena de coito nada convencional. Trata-se de uma relação zoófila, de quem busca satisfação sexual com animais. Para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 832) a união sexual simboliza a busca da unidade, da diminuição da tensão e da realização plena do ser. Por isso há uma abordagem de cunho erótico que expressa à união da alma com Deus.

Deparamos com o exibicionismo do corpo de Madonna na figura 44, com a representação hipomórfica da figura 45, e com a sua relação com o cavalo, representada através da figura 43 a 46. Todas elas alegorizam o retorno ao arcaísmo, uma condição de “regresso” irracional que caracteriza o comportamento social pós-moderno.

Para Maffesoli (2010, p. 91), figuras célebres como Madonna, são consideradas mitos cotidianos, que têm por função essencial confortar e celebrar o corpo, gerando elos ou “dobras” que interligam as pessoas em torno de algo que é comum entre grupos ou tribos:

Através dessa celebração do corpo animal e do lugar onde esse corpo se sacode, o que está em jogo é a aceitação dos instintos, dos estratos, das *dobras* que constituem o vivente (individual e coletivo). É nessas “dobras” que vão se aninhar, por sedimentação, todos os hábitos de ser, pensar, de comportar-se. São esses nichos que podem permitir que se compreenda a naturalidade corporal localizada na teatralidade quotidiana. Não é mais a história: tempo, político, social, contrato que prevalece, mas, sim, o *destino*: espaço, ecologia, socialidade, pacto. A naturalidade é a cristalização do tempo em espaço. Espaço vivido, provado, experimentado. Outro modo de se relacionar com a natureza (MAFFESOLI, 2010, p. 91).

À medida que Madonna representa alegoricamente a metamorfose de sua imagem em cavalo, ela reforça, de forma lúdica, a magia, as fantasias, os sonhos, o instinto irracional do animal e a complementaridade da existência humana em sua relação com a natureza e com a ecologia. Trata-se da contemplação do mundo pós-moderno.

Para Maffesoli (2010, p.62), a metamorfose é a metáfora do contexto social que representa a “invaginação do sentido”. Essa expressão trata de uma progressividade, uma marca essencial da pós-modernidade que exprime um retorno à natureza essencial das coisas e fundamentais do “animal humano”.

Retomando as imagens em que Madonna se apresenta como amazona e domadora de cavalos, relacionamos a metáfora de Maffesoli à simbologia do cavaleiro ou do domador que representa a “imagem do cavaleiro, que passou à significação de um perfeito autodomínio e do domínio das forças naturais”. (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p.201)

Outra alegoria de Madonna se apresenta na figura 47 que também faz parte do mesmo ensaio da fotografia analisada anteriormente (figura 41).



Figura 47<sup>68</sup>

---

<sup>68</sup> Fonte: Revista Rolling Stone (EUA), julho de 1998, fotógrafo David LaChapelle.

Vemos na figura 47 a imagem da bela mulher, jovem, de longos cabelos louros, sentada em água cristalina e rasa. Ela veste trajes de cor rosa com detalhes dourados. Do seu lado há três aves grandes de cor branca e levemente rosadas na altura do bico. Atrás da mulher há um fundo que impõe uma perspectiva que nos leva em direção à sua imagem.

A mulher desta figura é Madonna em trajes que lembram vestimentas típicas da cultura indiana. Os cabelos louros, longos e encaracolados, levam-nos a Vênus de Botticelli. Vênus, deusa do amor e da beleza encarnada na deusa do pop. Percebemos ainda que os raios de luz, que já se fizeram presentes anteriormente, retornam nessa imagem, investindo a “deusa” de aura.



Figura 48

As aves ao seu lado são cisnes. Para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 257) o cisne faz parte de um vasto conjunto de mitos e tradições que o celebram como ave imaculada, cuja brancura, poder e graça resplandecem uma epifania de luz. Na maioria das vezes, o cisne encarna a luz masculina, solar e fecundadora. Para esses autores, essa interpretação é reforçada pela representação fálica da cabeça e do bico,

por fim, dispensam comentário: estamos diante do cisne macho que confronta o cisne fêmea, representado pelas donzelas.[...] A imagem do cisne desde logo, se sintetiza para Bachelard, como a do Desejo, que chama, para que se confundam, as duas polaridades do mundo manifestadas pelas sua luminárias. [...] Torna-se, na realidade o símbolo do primeiro desejo que é o desejo sexual.

Na mitologia grega o cisne nos remete ao mito de Leda. Diz o mito que Leda, filha de Téstio, rei da Etólia, casou-se com Tíndaro, filho dos reis de Esparta. Mesmo casada, Leda foi cortejada por Júpiter, que em uma de suas aventuras amorosas se transmutou em cisne para se aproximar da princesa e seduzi-la. Leda teve quatro filhos nascidos dentro de dois ovos divinos. Em um dos ovos, estavam seus dois filhos “mortais” com Tíndaro; no outro, estavam seus filhos com Júpiter, ambos imortais.

Leonardo Da Vinci em “A Leda e o cisne” (figura 49) retrata esta alegoria, reproduzindo o mito, selecionando dele os aspectos mais simbólicos. Segundo Oliveira (1999, p.154), “a pintura alegórica omite o sentido próprio do objeto, recobre-o de sentido figurado e o põe para decifração.” Para compreender essa pintura, é imprescindível conhecer o mito.

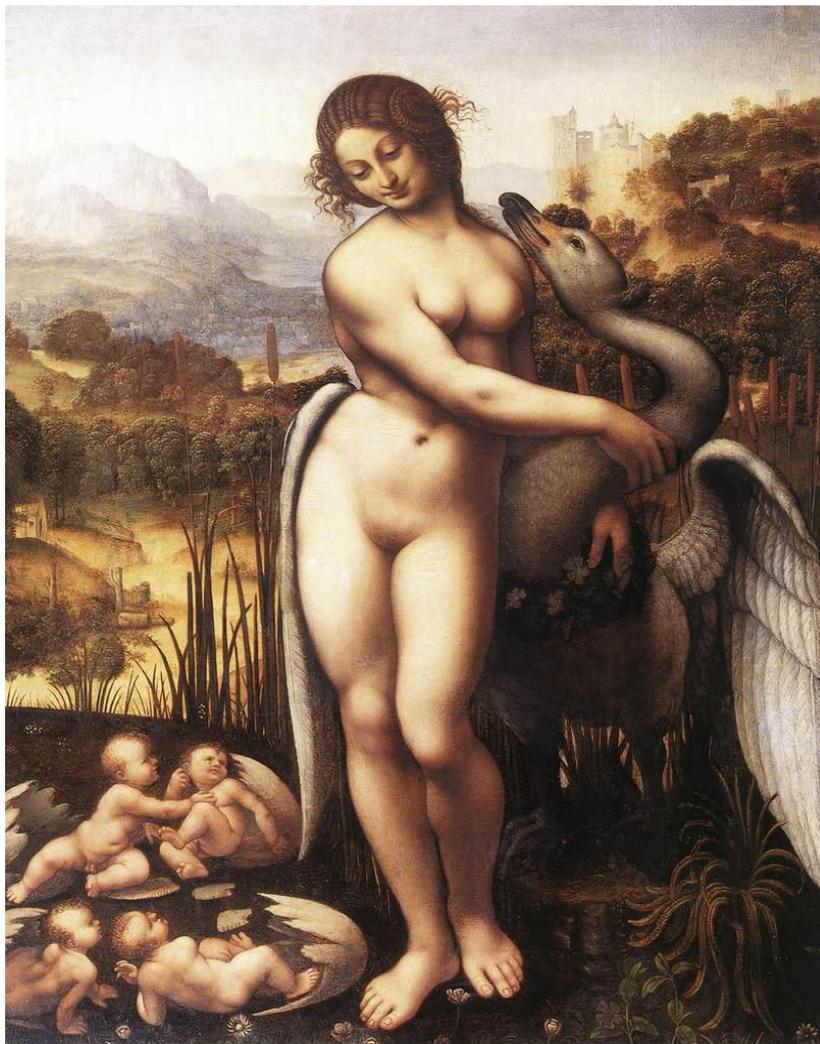


Figura 49<sup>69</sup>

Na pintura, visualizamos Leda, o cisne/Júpiter, os dois ovos divinos com seus quatro filhos. O que identifica a fotografia de Madonna com o mito é a presença do cisne que dá à representação um caráter convencional: a Venus que se faz acompanhar de cisne é Leda. Mas no caso de Madonna, não apenas um cisne, três deles a acompanham. O poder de sedução é intensificado e a deusa Madonna desperta o mito.

O estranhamento da relação mulher/cisne é reeditado neste bloco em que a mulher/cavalo fez a abertura. A alegoria leva novamente ao arcaico, ao regresso, característica do pós-moderno.

---

<sup>69</sup> Disponível em:< <http://www.humanitiesweb.org/gallery/161/35.jpg>>  
Acesso em: 10 jun. 2011.

### 4.3 Madonna e a imagem especular

Para a última etapa das análises, utilizaremos uma das fotografias (figura 50) de um ensaio realizado para a revista Rolling Stone de dezembro de 2005. Nesta fase, Madonna divulgava o seu então último álbum musical, “*Confessions on a dance floor*”.

As fotografias foram realizadas por Steven Klein e tiveram como inspiração cenas do filme “Tommy” de 1975. Esse filme musical, inspirado na “ópera rock” da banda “*The Who*” de 1969, conta a história de Tommy Walker, um menino que cresce com problemas mentais e estabelece uma relação peculiar com espelhos depois de um trauma de infância. Em seus delírios, devido ao uso de drogas como o LSD, a personagem imagina sua mãe presa em uma luxuosa sala branca com espelhos. Madonna representa na figura 50, a personagem de Nora Walker<sup>70</sup> (figura 51), mãe de Tommy. Esse ensaio também foi produzido para incorporar o *backdrop* da música “*Get Together*” para a turnê “*Confessions Tour*” de 2006. O vídeo que mostra Madonna caracterizada como Nora Walker chegou a ser editado, mas foi excluído da apresentação para dar lugar a uma segunda versão que mostra imagens de Madonna editadas com efeitos de caleidoscópio.

---

<sup>70</sup> Interpretada pela atriz Ann-Margret, premiada do globo de ouro por sua atuação em “Tommy” e indicada ao Oscar de melhor atriz em 1975.



Figura 50 <sup>71</sup>



Figura 51: Cenas de Ann-Margret e o espelho no filme "Tommy" <sup>72</sup>.

<sup>71</sup> Fonte: Revista Rolling Stone (EUA), dezembro de 2005, fotógrafo Steven Klein.

<sup>72</sup> Cena do filme "Tommy" em que a personagem canta a música "Smash the mirror".  
Disponível em: < [http://www.youtube.com/watch?v=Z\\_am82sYFXU](http://www.youtube.com/watch?v=Z_am82sYFXU) >  
Acesso em: 22 jul. 2011

Começaremos esta análise, apreendendo os aspectos qualitativos da figura 50. Nesta imagem podemos observar um fundo branco e formas sinuosas em primeiro plano. Essas formas são da cor bege, branca, laranja e vermelho.

Os aspectos indiciais da fotografia revelam a imagem refletida no espelho de uma mulher jovem, de olhos claros, com cabelos louros/alaranjados levemente ondulados. Sua boca está entreaberta e possui um aspecto viscoso provavelmente seja por causa do seu batom. Em sua mão direita há dois anéis prateados, sendo um com uma pedra branca solitária. Essa mulher veste um traje vermelho.

Esse embate com a própria imagem é protagonizado por Madonna. Seu olhar e seus lábios entreabertos podem sugerir um estado de prazer e contemplação da própria imagem refletida no espelho. A cor vermelha do seu traje simboliza paixão que se presentifica na busca de prazer diante da própria imagem. Para Valas (2001), a palavra gozo para a psicologia freudiana é sinônimo de alegria intensa, prazer extremo, êxtase, volúpia.

A volúpia também pode ser associada aos lábios entreabertos e ao decote de Madonna, que pode significar apreciação ou procura dos prazeres dos sentidos, sobretudo sexuais, ou que a eles se entrega; lascivo, libidinoso, sensual, em que existe deleite ou gozo sensual... A busca do prazer ou o sentido de gozo podemos observar, anteriormente, nas citações de Maffesoli que se referem ao ato de desfrutar dos movimentos sociais do mundo contemporâneo através do hedonismo tribal.

Quanto seu aspecto simbólico, para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 396), o espelho não tem a simples função de refletir, pois também participa da imagem. Existe, portanto uma configuração entre o sujeito contemplado e o espelho que o contempla. Retomando o tema da alma associada ao espelho por Platão e Plotino, a alma participa da própria beleza a qual ela se abre. Segundo Plotino, a imagem que reflete está sujeita a receber influência de seu modelo, como um espelho. (Enéas, 4, 3). Para os sofistas, o espelho possui um significado bastante singular relacionado ao reflexo do homem purificado:

[...] todo o universo constitui um conjunto de espelhos nos quais a Essência infinita se contempla sob múltiplas formas ou que refletem em diversos graus a irradiação do seu único; os espelhos simbolizam as possibilidades que tem a Essência de se determinar a si mesma, possibilidade que ela comporta de maneira soberana em virtude de sua infinitude. (CHEVALIER; GHEERBRANT, 2009, p.396)

Com o poder de apontar para aquilo que está fora da imagem, os índices apontam para outros símbolos que, por sua vez geram outros interpretantes e, na imagem de Madonna, mais um mito é despertado: o de Narciso.



Figura 52<sup>73</sup>

---

<sup>73</sup> *Narciso*, 1594-1596, Óleo sobre tela, 110 x 92 cm, *Galleria Nazionale d'Arte Antica*, Michelangelo Merisi da Caravaggio.

Disponível em:

<[http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/de/Michelangelo\\_Caravaggio\\_065.jpg/494px-Michelangelo\\_Caravaggio\\_065.jpg](http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/d/de/Michelangelo_Caravaggio_065.jpg/494px-Michelangelo_Caravaggio_065.jpg)>

Acesso em: 10 jun. 2011.

Na mitologia grega, Narciso atira-se em direção ao reflexo das águas do lago que lhe serve de espelho para a contemplação de sua própria imagem e se perde nela. Para Chevalier e Gheerbrant (2009, p. 630), “[...] a água serve de espelho, mas um espelho aberto sobre as profundezas do eu, que aí se mira, trai uma tendência à idealização”. Para Narciso, o reflexo da água é algo inacabado, uma imagem que precisa ser terminada, daí o ímpeto de mergulhar sobre ela, assim como o ser humano que busca constantemente o encontro com o seu eu.

Segundo Maffesoli (2007, p.71), o mergulho de Narciso “[...] não remete à perda em si mesmo, mas à perda no todo natural: o verdadeiro Eu (ou *Self*) plural sempre perseguido por uma busca ininterrupta do Graal”. A passagem remete à especificidade do indivíduo pós-moderno, à busca de um sentido através da pluralidade das máscaras que velam as imagens, um processo de ação/retroação, ou seja, “[...] uma verdadeira interpenetração entre um sujeito jamais concluído e uma massa que lhe permite expressar todas as suas potencialidades” (MAFFESOLI, 2007, p.134).

Para Maffesoli (2007), essa contemplação é uma forma de existir e participar da estrutura do corpo social, que é causa e efeito de uma cultura comunitária com um forte sentimento de pertencer. Trata-se, como o autor explica, de uma *osmose com a alteridade* – “[...] uma espécie de distanciamento em relação à identidade. Uma forma de disponibilidade para o outro. Uma predisposição para a partilha das emoções [...]” (MAFFESOLI, 2007, p.107).

De acordo com Maffesoli (2006, p. 101), trata-se de um fenômeno interligado a certa alienação e resistência, um paradoxo particularmente sensível que atribui ao aspecto lúdico, lugar de um real sentimento coletivo de reapropriação da existência. Rompe-se com esse ideário, o individualismo que marcou a cultura ocidental. A razão cede lugar à pluralidade do mundo contemporâneo e ao bem-estar comunitário. Para o sujeito, não vale mais o domínio da consciência de si, “[...] ao passo que a *consciência em seu sentido moral* vincula-se essencialmente ao outro [...]” (MAFFESOLI, 2007, p.113).

Para este autor é na cultura contemporânea do jogo das aparências que é possível observar a existência do narcisismo de grupo das tribos que contemplam e se reconhecem nas imagens produzidas pelos arquétipos sociais. É nos movimentos sociais que se encontra uma espécie de patrimônio afetivo, o qual dá

ênfase à contemplação e à partilha de sentimentos, onde Madonna pode ser considerada, portanto, imagem agregadora e centro de referência para os comportamentos tribais pós-modernos. Esses comportamentos sociais fazem parte de uma intensa agitação com o jogo de aparências, causada pela cristalização dos ideais-tipos contemporâneos.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho consistia em refletir sobre a imagem de Madonna sob alguns dos aspectos da pós-modernidade. Num primeiro momento, os elementos que puderam ser verificados através de algumas imagens, revelaram a construção de sua aparência como um dos aspectos de maior relevância para a questão inicialmente lançada. Este fator reforça o comportamento social preconizado por Maffesoli (2007), em torno do "jogo das aparências".

Incorporamos tal fato às metamorfoses de sua aparência, em sua capacidade de buscar referências em movimentos artísticos do passado, assim como o rei Luís XIV fez em sua época, com algumas figuras emblemáticas da história da humanidade. Madonna buscou referências em homens, mulheres, mitologias, obras de arte, sugerindo legado de poder, alta posição, influência social, entre outras qualidades, que a destacam da grande maioria. Devido às marcas desses referenciais, Madonna agrega à sua imagem pública a mesma luminescência reverenciada aos deuses e heróis do passado.

Constatamos que no decorrer de sua carreira, Madonna conseguiu se comunicar com seu público, além do discurso musical, através da construção de sua imagem pública. Os meios de comunicação de massa tiveram papel fundamental ao escancarar indiscriminadamente as suas inúmeras transformações visuais ao longo dos anos, sendo possível observar que a cantora soube trabalhar de maneira eficaz para estabelecer a sua imagem pública na cultura popular, firmando-se como estrela da música e, conseqüentemente, atraindo a atenção da mídia, de críticos e fãs.

Retornando ao primeiro capítulo, lembramos que Maffesoli (2007, p. 128) rememora o fato de que o momento fundador da cultura grega não repousa em conceitos, mas nas figuras dos deuses dos panteões. Esses, por sua vez, designam certezas intuitivas e exprimem pulsões criadoras, que podemos encontrar no terreno dos sonhos e na busca da "embriaguez de todas as aglomerações ocasionais contemporâneas".

Tivemos a oportunidade de refletir a partir do discurso desse autor, sobre os movimentos sociais pós-modernos, que reforçaram em sua essência que é próprio

da existência atrair vida. Vida que se liga a Dionísio, figura mitológica que volta a se fazer presente nesse ideário, mesclando o novo e o antigo. A partir do retorno ao arcaísmo ou mundo das raízes, Maffesoli (2006) anuncia o retorno do tribalismo, do nomadismo, metáforas das comunidades contemporâneas. Dessa forma, o arcaico aliado às tecnologias define a pós-modernidade, em outras palavras, isso pode representar uma fusão do selvagem com o artifício e da natureza com a cultura.

Esse vitalismo que pudemos apreender em nosso objeto de estudo, reforça o estar-no-mundo de cada indivíduo receptor dessas imagens. Consideramos então que todo o conjunto social é imagem, englobando o ver e o ser visto, tudo isso é suspeito e potencialmente demoníaco. É próprio do terreno de Dionísio. Pode-se dizer enfim, que o temor da imagem repousa em sua carga erótica: ela faz sair de si e favorece o apego ao outro.

Esse processo está diretamente relacionado à Madonna, figura emblemática, traduzindo o (re) conhecimento de si em todas as manifestações tribais que, por sua vez, podem ser relacionadas às imagens contemporâneas deste fenômeno. A estrela midiática exerce fascínio diante de uma expressão inegável de um grande grupo que exala seus instintos, dando vazão aos sonho coletivo, que pode ser considerado o paradigma das comunhões pós-modernas em torno das tipificações.

Eles só adquirem sentido através de seu enraizamento na vida cotidiana e da repercussão que têm nesta. Com isto a vida cotidiana dá testemunho daquilo que Levinas chamava de “sublime insipidez”, a insipidez das “coisas mesmas” graças às quais a pessoa participa de um infinito que ao mesmo tempo a transcende, a modela e a enfeixa. (MAFFESOLI, 2007, p. 155)

Sobre as análises semióticas de algumas das imagens de Madonna, ressaltamos as características dos elementos qualitativos, existenciais e simbólicos. O signo Madonna é um exemplo de cognição de imagem que vai se revelando no percurso do olhar. Em um primeiro momento ao buscar qualidades entra em ação o olhar contemplativo. A mente (consciência) é capaz de traduzir essas qualidades em sentimento na medida em que o leitor dessas imagens não precisa conhecer Madonna.

No olhar observacional o leitor reconhece Madonna, sabe quem é ela e o que representa, sem contexto. O processo interpretativo, nesse caso, para na constatação. O olhar especializado é o último nível de interpretante, que depois de contemplar e observar, articula informações, propõe novas ideias e estabelece comparações. Neste terceiro momento, a própria imagem revela as associações que foram estabelecidas com as análises propostas.

Encontramos através dessas análises algumas fendas necessárias para a produção de significados possíveis que agregam as pessoas. Na primeira análise, dados os interpretantes, deparamo-nos com uma associação bastante significativa, uma relação entre a imagem de Madonna e o quadro "A juventude de Baco", espaço de orgia dionisíaca. Na segunda etapa das análises encontramos algumas representações alegóricas que serviram de tradução ao retorno do arcaísmo e da ecologia ambiente caracterizando a natureza instintiva das reações sociais. Outra característica bastante peculiar, que absorvemos da terceira e última etapa das análises foi o narcisismo característico das representações tribais contemporâneas.

As ideias de Maffesoli ampliaram as possibilidades de leitura, propiciando o crescimento do signo Madonna, agregando o estar-junto independentemente do nível da leitura ou do respaldo cognitivo do tipo de leitor – especializado ou não – dessas imagens.

Nesse sentido, sob a ótica de Maffesoli sobre cena pós-moderna que acolhe nosso objeto de estudo – Madonna e suas imagens –, de modo geral, constitui-se pela comunicação como desejo e prazer de estar-junto, coisas que valem por si mesmas. Mais do que carregar o fardo da crítica que abole o prazer, a cena pós-moderna abraça a comunicação como fim.

## REFERÊNCIAS

BARTHES, Roland. **Inéditos, vol. 3: imagem e moda.** São Paulo, SP: Martins Fontes, 2005.

BÍBLIA. Português. **Bíblia Sagrada: nova versão internacional/Bíblia.** Tradução da Sociedade Bíblica Internacional. São Paulo, SP: Vida, 2001.

BRANDÃO, Junito de Souza. **Mitologia Grega.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2005. v. 2.

BURKE, Peter. **A fabricação do rei: a construção da imagem pública de Luís XIV.** Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar, 1994.

CAUDURO, Flávio Vinicius; RAHDE, Maria Beatriz Furtado. **Algumas características das imagens contemporâneas,** E-Compós. Niterói: UFF, 2005.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de símbolos: mitos, sonhos, costumes, gestos, formas, figuras, cores, números.** 21. ed. Rio de Janeiro: J. Olympio, 2007.

DRIGO, Maria Ogécia. **Comunicação e cognição: semiose na mente humana.** Porto Alegre: Sulina, Sorocaba: EDUNISO, 2007.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade.** São Paulo: DP&A, 2005.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia - estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno.** Bauru/SP: EDUSC, 2001.

\_\_\_\_\_. **A cultura da mídia e o triunfo do espetáculo.** In: *Líbero*. SP: vol. 06, n.11, 2003.

MACHADO, Arlindo. **A Arte do Vídeo.** São Paulo: Brasiliense, 1995.

MAFFESOLI, Michel. **A contemplação do mundo.** Porto Alegre: Artes e Ofícios, 1995.

\_\_\_\_\_. **No fundo das aparências.** Rio de Janeiro: Vozes, 1996.

\_\_\_\_\_. **O ritmo da vida.** Rio de Janeiro: Record, 2007.

\_\_\_\_\_. **Saturação.** São Paulo: luminuras, 2010.

\_\_\_\_\_. **O Tempo das Tribos:** o declínio do individualismo nas sociedades de massa. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2006.

MANTOVANI, Giuseppe. **Social context in HCI: a new framework for mental models, cooperation, and communication.** Disponível em: <<http://www.liacs.nl/~fverbeek/courses/hci/manto-mentalmodels.pdf>>. Acesso em: 09 jul. 2011.

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

OLIVEIRA, Valdevino Soares de. **Poesia e Pintura:** um diálogo em três dimensões. São Paulo, SP: UNESP, 1999.

PEIRCE, Charles Sanders. **Semiótica.** São Paulo, SP: Perspectiva, 2003.

PONTES, Pedro. Linguagem dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade, **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 10, dez. 2003.

RAHDE, Maria Beatriz Furtado. Comunicação visual e imaginários culturais iconográficos do contemporâneo, **E-Compós**, Niterói, v. 5, 2006. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/issue/view/16>>, Acesso em: 30 abr. 2011.

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

SANTAELLA, Lúcia. **Lições e subversões.** São Paulo: Lazuli, 2009.

\_\_\_\_\_. **O que é semiótica.** São Paulo: Brasiliense, 2007.

\_\_\_\_\_. **A teoria geral dos signos:** como as linguagens significam coisas. São Paulo: Pioneira, 2004.

\_\_\_\_\_. **Semiótica aplicada.** São Paulo: Thomson, 2002.

\_\_\_\_\_. **Matrizes da linguagem e pensamento: sonora, visual, verbal.** São Paulo: FAPESP/Illuminuras, 2001.

\_\_\_\_\_. **A teoria geral dos signos: semiose e autogeração.** São Paulo: Ática, 1995.

SHUKER, Roy. **Vocabulário de Música Pop.** São Paulo: Hedra, 1999.

SILVA, Juremir Machado da. Interfaces: Michel Maffesoli, teórico da comunicação. **Revista Famecos**, Porto Alegre, n. 25, dez. 2004.

SOUZA, Luciana Coutinho. Eros cindido: representação nos *outdoors* de São Paulo antes da Lei “Cidade Limpa”. **E-Compós**, Brasília, v. 12, n. 1, jan/abr. 2009. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/issue/view/16>>, Acesso em: 15 jan. 2010.

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa.** São Paulo: Martins Fontes, 2005.