

STRIKE A POSE! BALLROOM CULTURE, VOGUE E MADONNA¹

PILONETO, Lucas²
ARAÚJO, Alcemar Dionet de³

RESUMO: O presente trabalho objetiva apresentar e traçar paralelos entre a Cultura de Bailes na cena nova-iorquina da década de 80 e 90, o movimento de dança Vogue e a música e videoclipe homônimos da artista Madonna. Para isto, o embasamento teórico principal deste artigo é centrado na Análise do Discurso francesa, tendo como suporte o livro "Introdução à Análise do Discurso", de Eni Orlandi, a fim de tentar compreender o enlace destes acontecimentos discursivos e seus possíveis sentidos, assim como "A Cultura da Mídia", de Douglas Kellner.

PALAVRAS-CHAVE: Análise do Discurso, Vogue, Madonna.

1 INTRODUÇÃO

Originada das comunidades LGBTQIA+ (que abrange Lésbicas, Gays, Bi, Trans, *Queer*/Questionando, Intersexo, Assexuais/Arromânticas/Agênero)⁴, negra, latina e marginalizada nos Estados Unidos, na década de 80, a dança Vogue está atrelada à *ball culture* (cultura de bailes), contendo forte inspiração na moda, alta costura, passarelas e ensaios fotográficos de revistas. Na cena *underground*, de Nova Iorque, essa população periférica se organizava em Bailes com diferentes representações de danças urbanas, moda e competições, desafiando e desconstruindo os padrões de classe, branquitude e heteronormatividade.

Neste universo, o imagético de revistas, publicidade, televisão, novelas e filmes se transmutam em desfiles, performances teatrais de dança e competições com categorias que dramatizam e reconstroem os significados de estilos e modos de vidas que os eram negados.

Em 1990, a cantora e *superstar* Madonna lança seu single "*Vogue*", com personalidades do *ballroom* no videoclipe e populariza a dança com movimentos

¹ Artigo apresentado como requisito parcial para a conclusão do curso de Comunicação Social – Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG, no ano de 2021.

² Acadêmico do 8º período do curso de Comunicação Social com Habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário FAG. E-mail: lpiloneto@minha.fag.edu.br.

³ Professor orientador. E-mail: alcemaraaraujo@fag.edu.br.

⁴ A sigla comumente sofre alterações para abarcar diversas sexualidades e identidades de gênero.

fortes e afiados, que emulam as poses de modelos de revistas de moda. Convergindo a dança com sua música, Madonna toma como referente a teatralidade, gestos, e a dança vistos nos *ballrooms*, tornando a música um dos maiores sucessos e marca registrada da artista.

Este trabalho é uma interpretação possível ao tema proposto, a partir de um recorte feito de pesquisa acerca da *ballroom culture*, da dança Vogue e suas origens e da contribuição da comunidade para a Arte de Madonna.

O texto está dividido, inicialmente, em uma introdução geral a esta Cultura de Bailes e da cena LGBTQIA+, de Nova Iorque, na década de 80 e início dos anos 90, relacionando o documentário "*Paris is Burning*" com a vivência desse grupo.

Na segunda parte, é feita uma apresentação à carreira de Madonna e seus feitos na mídia de comunicação de massa, utilizando do livro "Cultura da Mídia", de Douglas Kellner, com um recorte na fase entre 1989 e 1992, período no qual a artista intensifica suas críticas e desafia ainda mais padrões de raça, classe, religião e sexualidade.

Em seguida, são traçados paralelos com conceitos da Análise do Discurso (doravante, AD) e os objetos de análise, com aporte teórico do livro de Eni Orlandi, "Análise de discurso: princípios e procedimentos".

Por fim, encontram-se contrapontos e críticas ao trabalho de Madonna e da cinegrafista de "*Paris is Burning*", Jennie Livingston, atestando que os objetos de estudo tratam de conteúdo rico e valioso para análise e estudo.

2 BALLROOM CULTURE

Na Nova Iorque dos anos 90, *Ballroom* ou *ballroom culture* (cultura de bailes), como é conhecida hoje, iniciou em cerca de 1970, contudo, há registros desde a década de 1860, quando negros organizavam bailes no Harlem, bairro notório por sua produção artística afro-americana. Historicamente, o baile é um local de acolhimento para a população LGBTQIA+, negra, latina e periférica, servindo como um escape da realidade de preconceito e marginalização de diversos espaços e posições.

Esta realidade é retratada no documentário *Paris is Burning*, da cinegrafista Jennie Livingston. No filme, é abordado um universo que envolve arte, moda, desfiles e competições. Muito mais que apenas uma festa a fantasia, os bailes proporcionavam à essa população renegada pela sociedade e, muitas vezes, pela própria família, a formação de suas próprias famílias e casas, conhecidas como *houses*. As *houses* são um coletivo com relações afetivas e hierárquicas como a de uma família, com uma *mother* (mãe) e suas *children* (crianças). Com o surto do Vírus da Imunodeficiência Humana (HIV) nos anos 80, comumente *mothers* adotavam jovens gays e transsexuais que foram expulsos de casa e buscavam por abrigo em regiões periféricas de Manhattan, um dos bairros mais antigos e povoados de Nova Iorque. Apesar das condições de extrema pobreza e insegurança alimentar, estes jovens encontravam refúgio da dura realidade enfrentada. Como a *drag queen* Pepper LaBeija, mãe da *House of LaBeija* (1948-2003) descreve:

Esses shows representam nossa fantasia de sermos superstars. É como ir ao Oscar ou desfilarmos numa passarela como modelo. Muitas dessas crianças não têm nada que lhes reste na vida. Alguns não têm o que comer. Eles vêm ao baile com fome. Não têm um lar, mas roubam uma coisa qualquer, se vestem e vêm ao show para realizarem seus sonhos por uma noite. (*Paris is Burning*, LIVINGSTON, 1990).

As *houses* são nomeadas pelo sobrenome da *mother* e os filhos levam consigo o sobrenome, tradição ainda muito comum na cena drag e LGBTQIA+. As casas competem entre si nos bailes, sendo os ganhadores premiados com grandes troféus. As competições requerem vestimentas e atitudes apropriadas, com muitas categorias que emulam posições na sociedade, as quais este grupo eram e são sistematicamente negados a ocupar, sendo essas posições de poder comumente exclusivas para pessoas brancas, cisgêneras e heterossexuais.

Nas categorias dos desfiles e apresentações retratadas em *Paris is Burning*, destacam-se: “estilo executivo realista”, “garota/garoto de colegial”, “primeira vez como drag em um baile”, “traje de alta costura para o anoitecer”, “estilo militar”, “corpo gostoso” e “estilo realista”, sendo a última na qual as/os participantes deveriam parecer homens e mulheres heterossexuais e cisgêneros.

A natureza exibicionista do *ballroom* apresentada no filme contrasta com a vida real na sociedade, que silencia e pune rigidamente aqueles que desafiam os

padrões sociais. Acerca de oportunidades, a drag queen Dorian Corey (1937-1993) afirma:

Na vida real, você não consegue um emprego de executivo a menos que tenha um histórico de educação e oportunidade. O fato que você não é um executivo é apenas pela posição social da vida. É só isso. Para negros é difícil chegar a qualquer lugar. E os que chegam, costumam ser héteros. Num baile, você pode ser o que quiser. Você não é um executivo de verdade, mas parece um. E, então, você mostra ao mundo hétero que "eu posso ser um executivo. Se eu tivesse a chance, eu podia ser um porque já pareço um". E é como a realização. Seus colegas e amigos dizendo: você seria um ótimo executivo. (*Paris is Burning*, LIVINGSTON, 1990).

Na realidade cisgênera, heterossexual e branca da Nova Iorque da década de 80, com o avanço do HIV e seus estigmas, a população LGBTQIA+ era condicionada a regular seu comportamento, modo de viver, se portar e comunicar, enquanto o *ballroom* significava e significa a liberdade de expressão desses indivíduos (negros, transexuais, brancos, gays, lésbicas, pobres, gordos, magros, entre outros) perante as barreiras sociais impostas. Como abordado no documentário, muitas destas pessoas recorriam à prostituição e criminalidade como modo de sobrevivência, sujeitando-se à situações perigosas e, por vezes, fatais, como o caso de Venus Xtravaganza, jovem transsexual que foi encontrada estrangulada em um hotel barato, com apenas 23 anos de idade, em 1988.

Uma categoria de destaque dos bailes era a de *Vogue*, a qual os/as participantes simulam cenas de ensaios fotográficos de revista, com poses, coreografias e expressões corporais carregadas de atitude e significados, assim como na revista homônima, a qual originou o nome da dança. Em um cenário onde a mídia e globalização se expandiram, é possível fazer paralelo com os produtos midiáticos, como: revistas, filmes e televisão, com a ressignificação que a Cultura de Baile faz desses discursos.

Com essa breve introdução à Cultura dos Bailes, o trabalho partirá para uma análise da carreira de Madonna e o lançamento da música e clipe de "*Vogue*" e como Madonna utilizou e propagou o *Voguing* como prática identitária LGBTQIA+ nos seus produtos midiáticos, incluindo, performances, turnês, vídeoclipe e música.

3 WHO'S THAT GIRL

Madonna Louise Veronica Ciccone, ou apenas Madonna, nasceu em 16 de agosto de 1958, no estado de Michigan, em Bay City, nos Estados Unidos da América. É a terceira filha do casal Madonna e Silvio Ciccone. Aos cinco anos de idade, perdeu sua mãe, o que influenciou e influencia fortemente sua vida e trajetória.

Eu acho que a maior razão pela qual eu fui capaz de me expressar e de não me intimidar foi por não ter tido uma mãe. Por exemplo, as mães te ensinam boas maneiras. E eu, definitivamente, não aprendi coisa alguma dessas regras e regulamentos. (CLAYTON, 2011, p. 7).

Quando criança, Madonna era uma aluna dedicada na escola pelas notas, mas também é lembrada pelo seu comportamento provocativo. Se interessava pelas artes, dança e piano, o que lhe proporcionou uma bolsa de estudos na universidade de Michigan. Durante o primeiro semestre, em 1977, foi convidada para ser bailarina em Nova Iorque, onde se mudou, trabalhando como garçonne e modelo, aspirando uma carreira como dançarina profissional. Nesse circuito artístico, foi convidada para ser vocal de apoio e dançarina de Patrick Hernandez, cantor notório da década de 1970. Então, Madonna começou a produzir suas próprias músicas e formou duas bandas de rock, rapidamente sendo contratada pela gravadora Sire Records, iniciando sua trajetória de sucesso, com músicas, dança e performances de entretenimento.

No ano de 1982, Madonna lança seu primeiro *single*, “*Everybody*” e, no ano seguinte, “*Burning Up*”, ambas com sucesso nas paradas. Após estes lançamentos, a cantora, acompanhando de seu álbum de estreia, “*Madonna*”, que contém seus primeiros sucessos internacionais, como “*Holiday*”, “*Borderline*” e “*Lucky Star*”. O álbum obteve sucesso lento e progressivo, porém, preparava terreno para seu próximo trabalho.

“*Like a Virgin*”, apresentado em novembro de 1984, atingiu o topo da parada de música norte-americana *Billboard 200*, com sua faixa título passando seis semanas consecutivas no topo da *Billboard Hot 100*, revista que acompanha a

popularidade das músicas em vendas e no rádio. A música e seu videoclipe tratam de temas, como: sexualidade, virgindade e casamento, causando irritação em grupos conservadores que alegavam que estes promoviam o sexo antes do casamento e atingia valores familiares, com tentativas de vetar sua reprodução nos meios midiáticos. Usando um vestido de noiva, a cantora se apresentou no primeiro *MTV Video Music Awards*, performance na qual se contorcia de forma sugestiva no palco, sendo esta considerada ultrajante por parte do público na época. Contudo, hoje em dia, é grandemente lembrada como um momento antológico da cultura e música pop (CLAYTON, 2011, p. 15).

É válido ressaltar que, desde o início de sua carreira, Madonna explora a sexualidade como algo natural, saudável e prazeroso, uma atitude sadia e desafiadora, numa cultura que outrora puritana. Contudo, nesta época, em sua carreira a artista não podia prever que a disseminação da AIDS (sigla em inglês para a Síndrome da Imunodeficiência Adquirida) tornaria a sexualidade um campo cada vez mais arriscado para se abordar. Mais tarde, a cantora se tornou ativista contra a AIDS e fazendo contribuições significantes para incentivar sexo seguro e o estigma contra a doença (KELLNER, 2001, p. 347).

Em 1985, Madonna já estava consolidada como uma das artistas de maior sucesso da música *pop*, sendo capa da revista *Time* e com matérias de destaque em revistas como a *People*, *Newsweek* e *Rolling Stones*. Seus discos, na época, já haviam vendido mais de 20 milhões de exemplares. Assim, Madonna sabia da grandeza de sua plataforma e planejava sua carreira de acordo com isso. Dispensável dizer, Madonna utiliza de um imagético marcante que recorre à moda e à sexualidade para caracterizar seus mega sucessos contínuos de álbuns, videoclipes e turnês (KELLNER, 2001, p. 351).

Em 1986, atinge o ápice de sua carreira até então, com o álbum "*True Blue*", contendo músicas de sucesso como "*La Isla Bonita*", "*Papa Don't Preach*" e "*Live to Tell*". Congruente com sua *persona* polêmica e distinta, "*Papa Don't Preach*" conta a história de uma jovem que engravida, mas que se recusa a abortar ou entregar o bebê para a adoção, como sugerem seus amigos e seu pai, respectivamente. Prontamente, organizações de pais afirmavam que a artista incentiva gravidez na adolescência e organizações pró-vida defenderam que ela condenava o aborto.

Posteriormente, Madonna declara que, na verdade, a música trata de uma garota que tem de tomar uma decisão e quer manter sua gravidez, mesmo com todos os desafios implicados nesta situação.

De 1987 a 1989, a artista, em consequência do momento que vivia - seu casamento com o ator Sean Penn estava abalado e rumo ao fim - adotou uma postura mais tradicional em respeito aos papéis tradicionais da sexualidade. Seu álbum "*True Blue*" contém músicas sobre devoção, amor verdadeiro e dedicação, em um tom mais grave e sério, distanciando-se da imagem de objeto sexual, abarcando um público mais maduro e batendo recordes de vendas. É compreensível, então, em vez de um mínimo denominador comum de popularidade, as estratégias de marketing de Madonna alcançaram com êxito públicos diversificados sucessivamente. No começo de sua carreira angariou um público mais jovem, logo conquistou minorias étnicas, como a população negra e letina, devido à presença destas pessoas em seus videocliques e turnês (KELLNER, 2001, p. 352-353).

Em 1989, lançou o álbum "*Like a Prayer*", mostrando um amadurecimento psicológico e artístico. O eu-lírico das músicas fala de dor e sofrimento a respeito do casamento desfeito, do luto não resolvido pela morte precoce da mãe e de conflitos com seu pai. O videoclipe da música-título do álbum apresenta a criação católica de Madonna, lhe causando problemas e censura, sendo excomungada pelo Vaticano e com tentativas de censura em países católicos. Embora, no início da carreira utilizasse crucifixos como acessórios, a estética do clipe é construída em torno de temas religiosos, revelando o erotismo latente na religião católica, utilizando-o para fins estéticos, morais e políticos. Apesar disso, é um dos melhores videocliques da cantora, sendo muito discutido na academia devido à representação de imagens que retratam temas sociais. No plano exterior do clipe, é retratada a violência racial e sexual latente, com intolerância e injustiça, com o lado interior de uma igreja representando o amor, comunhão e bondade, com fortes imagens religiosas (KELLNER, 2001, p. 353).

No videoclipe de "*Express Yourself*", de 1989, Madonna traz a tona questões de sexo, sexualidade e classe. Na música, Madonna questiona o público feminino (ato raro no *pop* da época): "Vocês acreditam no amor? Tenho algo para lhes dizer sobre o amor. É o seguinte". A letra da música afirma a auto expressão, dar o melhor

de si e superar desafios para alcançar seus objetivos. No imperativo, Madonna desafia: “Expressem-se!”. No videoclipe, a artista, vestida de terno e segurando sua virilha, inverte os padrões das relações de poder entre os sexos. Nessa exibição de imagens masculinas de poder e controle, Madonna abre o paletó e exhibe seus seios, mostrando que a masculinidade é apenas mais um construto social, uma posição de sujeito que qualquer um pode ocupar. “*Express Yourself*” sublinha a artificialidade dos papéis instituídos aos sexos e que é possível escolher e criar construtos próprios (KELLNER, 2001, p. 355-356).

Cada vez gerando mais controvérsia e contradição, Madonna se apresenta com duas facetas, como a feminista e empresária que tem tudo sob controle, e, também, como mais um corpo feminino para deleite do machismo. Depois do término com Sean Penn, no ano de 1989, Madonna continua a romper e explorar representações sexuais que desafiam a convenção, tornando-se um símbolo de libertação sexual. Nesse período, se tornou mais política ainda, com discursos sobre AIDS/HIV, preservação ambiental, direitos femininos e pobreza.

Nesta virada de década, conquistou legiões de fãs da comunidade LGBTQIA+, feministas, libertários sexuais e acadêmicos, com o público tentando decifrar suas imagens e textos. Por meio de imagens de sexo inter-racial, masturbação feminina, relações homoafetivas, sadomasoquismo e orgias, Madonna gerou diversas e notáveis controvérsias culturais por meio de sua máquina de publicidade e marketing, com o público em fascínio pela artista.

4 COME ON, VOGUE!

Inspirada pela cena dos *ballrooms* e pela dança de mesmo nome, Madonna lança o *single* “*Vogue*”, em 27 de março de 1990, duas semanas após o documentário “*Paris is Burning*” estrear. A música trata de escapismo da dura realidade e da libertação na pista de dança. Dirigido por David Fincher, seu videoclipe apresenta Luis Xtravaganza Camacho e Jose Gutierrez Xtravaganza, dançarinos que introduziram Madonna ao movimento *Voguing*, em 1989.

O vídeo é filmado em preto e branco, com cenários luxuosos que remetem ao glamour da velha Hollywood da década de 20 e 30. Nos primeiros quadros,

plumas se dividem de modo coreografado, apresentando obras de arte, esculturas e dançarinos posando como modelos e manequins. Duas criadas fazem gestos e expressões afetadas ao limpar a mansão, em conjunto com a atitude da música. Madonna é enquadrada em primeiro plano e comanda: "Faça uma pose!", com um grupo de dançarinos à obedecendo e executando uma rotina de *voguing*.

Imagem 1 — Videoclipe *Vogue* de Madonna



Fonte: David Fincher (1990).

Em seguida, outros quadros de Madonna com poses, vestimentas e expressões da era de ouro de Hollywood. Com a introdução de um rap, Madonna cita diversos artistas, sendo eles: Greta Garbo, Marilyn Monroe, Marlene Dietrich, Joe DiMaggio, Marlon Brando, Jimmy Dean, Grace Kelly, Jean Harlow, Gene Kelly, Fred Astaire, Ginger Rogers, Rita Hayworth, Lauren Bacall, Katharine Hepburn, Lana Turner e Bette Davis.

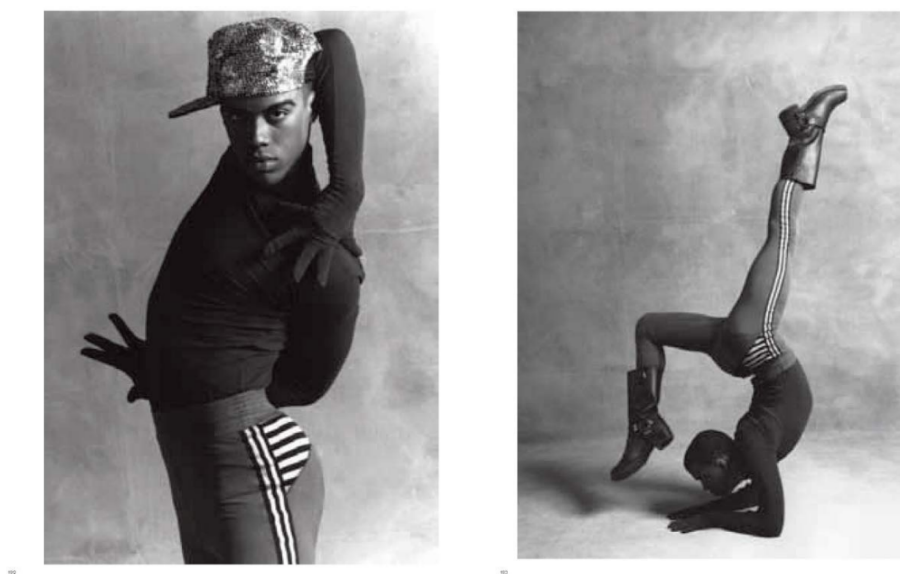
O videoclipe apresenta no figurino espartilhos e sutiãs do estilista Jean Paul Gaultier, assim como calcinhas por fora das blusas ou conjuntos, historicamente símbolos de submissão feminina nos padrões socio-culturais, ainda, os homens usam roupas masculinas mas seus trejeitos são afeminados, mostrando que estes mesmos signos podem ser transformados em sátira e/ou erótico. A desconstrução de Madonna se propagou com a estética do choque e excesso, pelo seu modo de

agir, se vestir e se comportar. O uso que faz de seu figurino e sexualidade rompe normas e convenções anteriores, definindo sua identidade iconoclasta moderna. (KELLNER, 2001, p. 360-363)

Na época de seu lançamento, *Vogue* foi o single de Madonna mais vendido no mundo, atingindo a marca de 6 milhões de cópias vendidas e o topo das paradas em mais de 30 países, sendo a primeira música a conquistar o certificado de multiplatina nos Estados Unidos.

O conteúdo lírico da música trata de escapismo e de uma realidade paralela que alude aos *ballrooms*, no início Madonna questiona: "O que você está olhando?" e comanda: "Faça uma pose!", referindo-se às poses de revistas de moda e a dança *Vogue*. Em seguida, afirma que o belo é subjetivo: "Olhe ao redor /Para todo o lugar que você se vira há mágoa /Está em todo lugar que você vá".

Imagem 2 — Dançarino de Voguing



Fonte: Voguing and the House Ballroom Scene of New York City 1989-92 - Dançarino de Voguing
posa para fotos.

A letra fala da fuga das dificuldades da vida por uso de poses, com a auto-transformação em um imagético mais desejável e alcançável:

Você tenta

Tudo o que pode para escapar
 Da dor da vida que você já conhece
 Quando tudo fracassar e você desejar ser
 Algo melhor do que é hoje
 Eu conheço um lugar para onde você pode fugir
 Chama-se pista de dança
 E é para isso aqui que ela serve, então
 (MADONNA, 1990)

Diante do exposto, vemos retratada a realidade da população LGBTQIA+ da época, que, historicamente, foram e são marginalizados da sociedade e, conseqüentemente, das produções midiáticas de massa, sofrendo apagamento sistêmico e ideológico no tecido social. Como explicitado anteriormente, essa população encontrava refúgio e afeto na cultura de Baile e de Casas, podendo se libertar na pista de dança. Segundo Orlandi (2001):

Nos estudos discursivos, não se separa forma e conteúdo e procura-se compreender a língua não só como estrutura mas como acontecimento. Reunindo estrutura e acontecimento do significante (língua) em um sujeito afetado pela história. (ORLANDI, 2001, p.17).

De acordo com a autora, a Análise do Discurso visa compreender como os sentidos produzidos por objetos se estabelecem e suas relações de significância entre sujeitos, compreendendo como estes se constituem, gerando novos sentidos e possíveis leituras. As poses da revista Vogue transcendem em um alcance estético para todos e todas, como documentado em *Paris is Burning*, com o nome da revista sendo deslocado de seu sentido para nomear a dança homônima. De acordo com Pêcheux (1975):

O sentido é sempre uma palavra, uma expressão ou uma proposição por uma outra palavra, uma outra expressão ou proposição; e é por esse relacionamento, essa superposição, essa transferência (metaphora), que elementos significantes passam a se confrontar, de modo que se revestem um sentido. (ORLANDI, 2001, p.42).

Assim, é estabelecido um confronto entre os significados oriundos de produções distintas, com outras formações e memórias discursivas, levando em conta sua historicidade e condições externas. Sobre palavras iguais com significados diferentes, Orlandi (2001) discorre:

É pela referência à formação discursiva que podemos compreender no funcionamento discursivo, os diferentes sentidos. Palavras iguais podem significar diferentemente porque se inscrevem em formações discursivas diferentes. Por exemplo, a palavra "terra" não significa o mesmo para um índio, para um agricultor sem terra e para um grande proprietário rural. Ela significa diferente se a escrevemos com letra maiúscula Terra ou com minúscula terra etc. Todos esses usos se dão em condições de produção diferentes e podem ser referidos a diferentes formações discursivas. (ORLANDI, 2001, p. 42).

Adiante, na letra, Madonna canta: "Tudo o que você precisa é de sua imaginação/ Portanto use-a, é para isso que ela serve/ Vá lá para dentro de sua mais elevada inspiração/ Seus sonhos abrirão as portas". Neste trecho, é possível traçar paralelos com o documentário *Paris is Burning*. No filme é mostrada a realidade das *houses*, com membros que costuravam suas próprias roupas e exploravam sua criatividade para as performances e competições nos bailes. A *drag queen* Dorian Corey afirma que no *ballroom* você pode ser o que quiser, como um militar, colegial ou uma *superstar*, por exemplo, basta ter a atitude e acreditar em si mesmo. De acordo com Orlandi (2001):

É nesse jogo entre paráfrase e polissemia, entre o mesmo e o diferente, entre o já dito e o a se dizer que os sujeitos e sentidos se movimentam, fazem seus percursos, (se) significam. Se o real da língua não fosse sujeito a falha e o real da história não fosse passível de ruptura não haveria transformação, não haveria movimento possível, nem dos sujeitos nem dos sentidos. (ORLANDI, 2001, p.34-35).

Os textos de Madonna são sistemas de significação abundantes de significados e mensagens polissêmicas. Suas músicas, videocliques e apresentações evidenciam ou desconstróem o significado da letra. Seus vídeos são complexos sistemas de significação, com leituras polivalentes, e suas apresentações expressam ideais, mensagens e ideologia da artista (KELLNER, 2001, p.369).

No segundo pré refrão, a artista defende: "Não faz diferença se você é negro ou branco/ Se você é um garoto ou uma garota/ Se a música estiver pulsando, ela te dará nova vida/ Você é um superstar/ Sim, é isso que você é, você sabe." Aqui, Madonna defende a união das pessoas de diferentes raças e sexo por meio da música. Também representa o sonho de fama e estrelato, tratado em *"Paris is Burning"*. Negados de diversos locais e posições, esses sujeitos realizavam seus

sonhos nas categorias e competições, se significando como participantes desta cultura. "A beleza está onde você a encontra/ Não apenas onde você solta seu desejo/ Alma está no musical/ É onde eu me sinto tão bonita/ Mágica/ A vida é um baile, então venha para a pista de dança", reafirma Madonna.

Nesse processo de constituição discursiva, Orlandi (2001) denomina como naturalização de sentidos, pondo o homem numa relação imaginária com suas condições existenciais. Desse modo, não afetando apenas o sujeito, mas passando a formá-lo.

Interpreta-se e ao mesmo tempo nega-se a interpretação, colocando-a no grau zero. Naturaliza-se o que é produzido na relação do histórico e do simbólico. Por esse mecanismo – ideológico – de apagamento da interpretação, há transposição de formas materiais em outras, construindo-se transparências – como se a linguagem e a história não tivessem sua espessura, sua opacidade – para serem interpretadas por determinações históricas que se apresentam como imutáveis, naturalizadas. Este é o trabalho da ideologia: produzir evidências, colocando o homem na relação imaginária com suas condições materiais de existência. (ORLANDI, 2001, p. 46).

Conforme expomos e argumentamos, Madonna faz uso de sua imagem para tocar em pontos sensíveis ao construto social, como assuntos de raça, classe, sexualidade e religião, provocando reações contraditórias e apresentando diferentes posturas em relação a estas questões. Com críticas e limitações, Madonna pôs em evidência grupos socioculturais antes marginalizados, utilizando de sua produção e criatividade. Orlandi (2001) diz:

É desse modo que, na análise de discurso, distinguimos o que é criatividade do que é a produtividade. A "criação" em sua dimensão técnica é produtividade, reiteração de processos já cristalizados. Regida pelo processo parafrástico, a produtividade mantém o homem num retorno constante ao mesmo espaço dizível: produz a variedade do mesmo. Por exemplo, produzimos frases da nossa língua, mesmo as que não conhecemos, as que não havíamos ouvido antes, a partir de um conjunto de regras de um número determinado. Já a criatividade implica na ruptura do processo de produção da linguagem, pelo deslocamento das regras, fazendo intervir o diferente, produzindo movimentos que afetam os sujeitos e os sentidos na sua relação com a história e com a língua. Irrumpem assim sentidos diferentes. (ORLANDI, 2001, p.35).

É claro que uma figura controversa e difundida pelos meios de comunicação de massa, como Madonna, gera diferentes opiniões, de acordo com os padrões

ideológicos do espectador, porém, sua artisticidade é alimentada pela reação do público. A estética do choque de Madonna causa ofensa e reflexão, e, atrelada à sua imagem e sexualidade, a tornam uma transgressora, subvertendo a moralidade padrão dominante.

5 CONCLUSÃO

Há muitas facetas de Madonna, que soube construir e desconstruir sua imagem inúmeras vezes, com diferentes intuitos, significados e sentidos. Para analisar sua carreira em completude é necessário lançar mão de pesquisas de audiência, análise mercadológica, política e sócio-cultural. É esta complexidade que a tornou objeto dos estudos culturais, permitindo as mais diversas interpretações de seus textos polissêmicos.

Embora existam diversos debates acerca da artista, é evidente que sua criação artística critica relações de poder e domínio, ressignificando sentidos e signos, deslocando e permitindo movimentos no discurso que atravessam o imaginário de milhões de pessoas, sempre na busca de romper o estabelecido.

A partir de analogias e fatos, é possível aproximar as histórias e narrativas de Paris is Burning com o *single "Vogue"*, percebendo como a cultura de *ballroom* influenciou a obra de Madonna, e como ambas convergem em determinado momento, derivando seus sentidos das situações que se inscrevem.

Ainda, há muitas críticas por partes dos grupos marginalizados de qual Madonna abordou em sua obra; segundo estes, a artista explora negros, latinos, a população LGBTQIA+ e outras culturas, com argumentos de que esta privilegia a si e sua brancura. Contudo, pode-se argumentar também que esta pôs em evidência grupos e discussões sociais antes marginalizadas, fomentando uma imagem positiva desses sujeitos e, claro, a si própria. Madonna partiu de símbolo narcisista satírico da década de 1980, momento no qual a busca egoísta e obsessiva pelo sucesso fazia parte do imaginário popular, para uma contraventora de construtos sociais, explorando tópicos sociais sensíveis e necessários, expressando com intensidade e fervor sua ambição loira.

REFERÊNCIAS

CLAYTON, Marie. **Madonna: biografia ilustrada**. São Paulo: Editora Escala, 2011.

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

LIVINGSTON, Jennie. **Paris is Burning**. New York: Off White Productions, 1990.

ORLANDI, Eni. **Análise de discurso: princípios e procedimentos**. Campinas: Pontes, 2001.

REGNALUT, Chantal. **Voguing and the House Ballroom Scene of New York City 1989-92**. Londres: Soul Jazz Records, 2011.

VOGUE. David Fincher. Sire Records, 1990. Burbank (Califórnia). 1 videocassete.