

● ● ●

“NÃO SE PODE ACERTAR UM ALVO EM MOVIMENTO”:
COMO APREENDER A MÚSICA POP EM
MADAME X DE MADONNA?

“YOU CAN’T HIT A MOVING TARGET”:
HOW TO APPREHEND POP MUSIC IN
MADONNA’S *MADAME X*?

Gabriel Holanda MONTEIRO¹

Marcio ACSELRAD²

¹ Mestrando do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará - UFC (Linha 1: Fotografia e Audiovisual), e-mail: gabemont97@gmail.com.

² Doutor em Comunicação pela UFRJ. Professor titular da Unifor – Universidade de Fortaleza. Professor-colaborador do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal do Ceará - UFC (Linha 1: Fotografia e Audiovisual), e-mail: macselrad@gmail.com.



RESUMO

O presente artigo dedica-se à análise da música popular massiva (música pop) como produto midiático e fenômeno comunicacional que pode articular lógicas de mercado, de relativa autonomia e de engajamento político. Adotou-se como objeto elementos audiovisuais do álbum *Madame X*, lançado por Madonna em Junho de 2019, que reflete a complexidade da configuração contemporânea da música pop. Supondo que é possível adotar lógicas de resistência aos moldes da indústria cultural, o estudo revela que produtos como o álbum analisado constroem interfaces criativas entre consumo, arte e política e que as produções mais recentes da indústria do entretenimento requerem olhares epistemológicos comunicacionais que levem em conta suas complexidades e contradições.

PALAVRAS-CHAVE

música pop; indústria cultural; Madonna; Madame X.

ABSTRACT

This article is dedicated to the analysis of mass popular music (pop music) as a media product and communicational phenomenon that can articulate logics of market, relative autonomy and political engagement. Audiovisual elements of “Madame X”, an album released by Madonna in June 2019 that reflects the complexity of the contemporary configuration of pop music, were adopted as objects. Assuming that it is possible to adopt logics of resistance to the molds of the cultural industry, the study reveals that products such as the analyzed disc build creative and contradictory interfaces

between consumption, art and politics and that the most recent productions of the entertainment industry require communicational epistemological views that take into account its complexities and contradictions.

KEYWORDS

pop music; cultural industry; Madonna; Madame X.

Presente nos mais diversos espaços naturais e midiáticos, a música popular massiva é responsável não apenas por vender produtos e entreter públicos, mas por comunicar mensagens que por vezes se instalam literalmente “na boca do povo”. Interpretado por alguns como ferramenta de manipulação e por outros como uma nova forma de arte que cria e traduz afetos, práticas e sentidos do imaginário popular, o fenômeno mostra-se cada vez mais complexo e contraditório, muitas vezes envolvendo questões sociais e políticas.

Entre vários outros exemplos, podemos citar que, nas últimas décadas, tivemos Chico Buarque e Milton Nascimento criticando a ditadura militar brasileira em *Cálice* (1978); Janet Jackson debatendo racismo, luta proletária e abuso infantil em *Rhythm Nation* (1989); Rita Lee revelando a instabilidade do período pós-ditadura em *Filho Meu* (1993) e Madonna abordando o imperialismo norte-americano em *American Life* (2003). Mais recentemente temos os exemplos de Beyoncé, que abordou o feminismo em ****Flawless* (2013) e Linn da Quebrada, que discutiu raça, gênero e sexualidade em *Bixa Preta* (2016).

Dentro desse grupo de produções, encontra-se *madame X*, álbum lançado por Madonna em 2019 que envolve debates inspirados nas necropolíticas de extermínio das diferenças (principalmente as raciais,



sexuais, culturais e de gênero). Entretanto, o que une todas as obras citadas são as contradições inerentes ao capitalismo tardio que elas salientam. A pergunta contida no subtítulo do artigo pincela a problemática que o move: como a Comunicação pode delimitar epistemologicamente, na contemporaneidade, a música pop, fenômeno multiforme, uma vez que se torna cada vez mais difícil definir os produtos da indústria cultural como puramente mercadológicos, artísticos ou políticos? É preciso, portanto, continuar traçando novos caminhos.

MÚSICA POP-LÍTICA: MÚSICA DE MERCADO, MÚSICA AUTÔNOMA, MÚSICA ENGAJADA

Madonna tem participado, nos últimos trinta e nove anos de sua carreira, da construção e reformulação dos moldes daquilo que se denomina “música pop”. O termo, originado da homônima cultura pop (o que reflete a hegemonia estadunidense e europeia do fenômeno), denota um popular não necessariamente feito **pelo** povo, mas **para** o povo ou ainda **a partir** do povo.

Música pop remete ao que Jeder Janotti Junior chama de música popular massiva, um complexo conjunto de lógicas midiáticas, discursivas, socioculturais, mercadológicas e de (re)produção sonora e imagética que afetam desde a criação até a divulgação, distribuição e consumo de produtos da indústria fonográfica, bem como sua subversão – configurando também, portanto, os moldes daquilo que leva certos artistas a irem de encontro a tais lógicas em produções mais alternativas e/ou críticas desta mesma indústria. Tais canções são concebidas visando o consumo por público de massa e em geral a assimilação rápida e em larga escala em diferentes temporalidades e localidades.

A proliferação de rótulos no universo da música – tais como “música midiática”, “música pós-massiva” ou “música pop” – parece demarcar (...) o consumo em larga escala mediante o emprego das tecnologias de reprodução sonora e a configuração de uma indústria fonográfica que será determinante nos circuitos de distribuição, acesso, formatos e até na própria resistência a essas lógicas. (...) As diferentes expressões musicais que circulam nesse universo possuem gêneses e interfaces comuns, as quais, quando observadas no contexto da música popular massiva, permitem uma compreensão menos passional e mais substancial das relações criativas e comerciais implicadas na música que se afirma no circuito das indústrias culturais. (JANOTTI JUNIOR, 2007, p. 2)

Compartilhamos da perspectiva do autor, que reconhece o pop menos como um gênero musical específico do que como uma lógica de produção e distribuição massiva de artefatos da música popular. Estão envolvidas aqui nuances mercadológicas da indústria do entretenimento, que adota processos específicos de divulgação como ensaios fotográficos, peças publicitárias, *singles*³, videoclipes, entrevistas em rádio, internet e televisão e que diz respeito a artistas, diretores, fotógrafos, empresários, críticos musicais, gravadoras, mercado, público...

Observando historicamente, o fenômeno já vinha sendo estudado desde a primeira metade do século XX, tendo sido objeto da teoria da indústria cultural, termo criado pelos filósofos frankfurtianos Theodor Adorno e Max Horkheimer para designar o sistema de produção de bens culturais de massa na sociedade capitalista (ADORNO, 1987). De acordo com essa perspectiva, esses produtos são concebidos pelos Meios de Comunicação de Massa (MCM) para alienar os indivíduos – inibindo neles o pensamento

³ Também conhecidos como músicas de trabalho, escolhidas para a divulgação do álbum.



crítico sobre aquilo que consomem – e para serem distribuídos em série e em larga escala, transformando a arte e a cultura em mercadorias.

Adorno, em sua obra *Sobre música popular*, define e analisa esse fenômeno pelas lentes da indústria cultural e chega a diferenciar a “música popular” da “música séria”. No que concerne à estrutura da produção, o autor define a música popular como padronizada, ou seja, que segue uma mesma fórmula para obter determinado tipo de recepção pelo público.

A estandardização estrutural busca reações estandardizadas. A audição da música popular é manipulada não só por aqueles que a promovem, mas, de certo modo também pela natureza inerente dessa própria música, num sistema de mecanismos de resposta totalmente antagônico ao ideal de liberdade numa sociedade livre, liberal. (ADORNO, 1986, p. 120)

Para o musicólogo, enquanto a música popular estaria atrelada à lógica da indústria cultural e à conseguinte manipulação por parte do sistema capitalista dos indivíduos inseridos na sociedade de massas por meio da venda do entretenimento como fonte de lazer, a música séria permitiria uma absorção crítica e um esforço cognoscitivo que levaria o sujeito a perceber a obra musical pelo todo e não apenas por suas partes genéricas – como engrenagens de uma máquina – como ocorreria na música popular. A massa estaria sempre em busca do novo, mas não possuiria condições de realizar esforços em atividades de lazer devido à rotina operária. Esse tipo de música seria, portanto, um estimulante que não traria conteúdo ou nada de significativamente novo.

O modo de as pessoas trabalharem na linha de montagem da fábrica ou nas máquinas dos escritórios lhes nega qualquer novidade. Elas buscam novidade, mas a tensão e a monotonia ligadas ao trabalho de fato as levam a evitar o esforço nesse tempo de lazer, que oferece a

única chance para experiências realmente novas. Como um substitutivo, elas imploram por um estimulante. A música popular vem oferecê-lo. Os seus estímulos são respondidos com a incapacidade de se investir esforços no sempre-idêntico. Isso significa mais monotonia. É um círculo que torna a fuga impossível (ADORNO, 1986, p. 137).

Adorno acreditava, portanto, que a música popular aprisiona e que ela perde sua dimensão artística e política por estar atrelada ao viés mercadológico da produção em série. Ronel Rosa (2003) relata, em *Música e mitologia do cinema: na trilha de Adorno e Eisler*, que o filósofo defendeu, em boa parte de sua produção teórica, a chamada música autônoma. Esta seria concernente a produções de nicho que não se deixavam ser apreendidas pelas concepções simplistas e funcionalistas da indústria cultural.

Por meio dessa analogia entre o específico (nicho) e o geral (indústria), Adorno acreditava que a música não deveria ter funções direcionadas ao público (como demanda a indústria fonográfica) e que é esse caráter autônomo (da música pela própria música, sem a necessidade de atender a nada nem a ninguém) o responsável por confundir o ouvinte, formar paradoxos, deixar os não-ditos prevalecerem. Tomando sua própria forma – sem ser simplificada para a melhor compreensão e obtenção de efeitos do público de massa – a música poderia ser, de fato, livre. Para tal configuração, o teórico defende que é imprescindível o uso de tecnologias de produção atualizadas para que se possa combater a indústria com as mesmas armas.

A música autônoma, como Adorno a preconiza, traz, em sua recepção, momentos de ambiguidade e de paradoxo. Paradoxo por recusar-se ao movimento esperado de resolução, por furtar-se à identificação, e ambiguidade por não oferecer solução acabada, por deixar em aberto ou por oferecer uma abertura para diversos sentidos de interpretação. (ROSA, 2003, p. 31)



O que a temporalidade e os paradigmas que cercaram os estudos de Adorno não puderam prever foi a configuração do capitalismo tardio no fim do século XX e no século XXI. Com o fim da Guerra Fria nos anos 1990, tal sistema econômico se estabeleceu principalmente por meio da globalização, processo que alterou as noções sobre tempo e espaço e que contribuiu para a hegemonia da indústria do entretenimento ocidental (fundamentalmente norte-americana e europeia). Na contemporaneidade, os produtos da indústria cultural são tão intrínsecos às vivências sociais – sobretudo as cosmopolitas – que se torna inviável tentar fugir da mídia massiva em busca de uma liberdade; a luta se dá, portanto, dentro do sistema, seja para os produtores ou para os consumidores.

Ironicamente, a ambiguidade e o paradoxo da música autônoma evidenciados por Adorno mostram-se constantemente presentes na música pop. A subversão não se dá apenas nas produções de nicho; artistas de grande visibilidade midiática como Madonna, Janet Jackson, Chico Buarque, Milton Nascimento, Pitty, Beyoncé, Lady Gaga e tantos outros têm feito diversos tensionamentos discursivos em relação a injustiças sociais, opressões econômicas e identitárias e críticas à própria indústria. No que concerne a subversões estéticas, artistas como Björk, Linn da Quebrada, Grace Jones, Lorde, Os Mutantes, MC Tha, Grimes e Billie Eilish provocam as lógicas que formatam a música pop como um produto voltado apenas para o consumo rápido e superficial.

A arte, por mais estandardizada que seja, não cessa de deixar em aberto diversas possibilidades de atribuição de sentidos. Como exemplo tem-se Britney Spears, cujas obras ditaram nas últimas duas décadas algumas das estéticas e narrativas do pop que se encontra tanto no centro –

o *mainstream* – como nas periferias – o alternativo, de nicho – da indústria fonográfica. Britney, a diva branca e loira que exala confiança e sensualidade e que revela os padrões de beleza e de heteronormatividade perpetuados pela mídia, foi abraçada por uma parte das mulheres cisgêneras e da comunidade LGBTQ, pessoas cujos corpos, sexualidades e identidades de gênero foram historicamente reprimidas. Por mais que a indústria cultural exerça uma coerção social, o consumo ainda é subjetivo tanto em relação às interpretações dos consumidores como às suas formas de consumo – lembramos que a pirataria e o *download* ilegal não foram previstos pela indústria, ainda que ela já os tenha contornado. Esse consumo revela que as relações entre artista, mídia e público de massa são muito mais complexas e inesperadas do que a pura manipulação funcionalista estipulada por Adorno.

Entretanto, Britney teve sua saúde mental severamente comprometida devido a uma combinação de abusos e explorações por parte da indústria (que queria ganhar mais e mais dinheiro por meio de seus produtos) e da mídia (que fez um espetáculo público baseado em sua vida privada) – o que culminou no turbulento período de sua vida pessoal pautado por internações, crises psicológicas, reabilitações e interdições judiciais no ano de 2007. Embora tenha se restabelecido em alguns âmbitos ao longo dos últimos anos, a cantora atualmente luta contra a conservadoria a ela imposta pelo pai, Jamie Spears, e pelo sistema judiciário estadunidense. Britney não pode efetuar gastos (de sua própria renda), ter autonomia sobre suas músicas, dirigir, fazer compras ou até mesmo engravidar sem a autorização de seu pai – que está ligado aos seus empresários da indústria. O processo tem sido bastante veiculado na imprensa e nas redes sociais desde 2019 e chamou a atenção de seus fãs e do público, que deram início à campanha *#FreeBritney* pela



libertação da cantora.⁴ Britney tornou-se aquilo que Grace Jones chamou de *slave to the rhythm*.

É essa indústria da música pop também a responsável pelo boicote midiático com Madonna após o lançamento do álbum *Erotica* e de seu livro erótico *Sex* (1992)⁵ ou com Janet Jackson desde o incidente em que parte de seu seio ficou à mostra na *performance* do *Super Bowl* de 2004;⁶ pela interdição em tantas obras dos artistas citados acima; pelo apagamento midiático de cantoras após atingirem os quarenta anos de idade; ou ainda pela perpetuação de padrões estéticos, de gênero, de heteronormatividade, de estilos de vida brancos, joviais e cosmopolitas e pela consequente exclusão daqueles que não se inserem em tais normas. Dadas tais configurações, as colocações frankfurtianas não se mostram de todo ultrapassadas. Entretanto, diversos artistas têm mostrado que há práticas de subversão por parte de quem está dentro desse sistema, que a música pop pode ser também progressista e que é possível haver uma relativa autonomia nos artistas e nas obras.

Rosa discute também a noção de música engajada, concebida por Hanns Eisler. Assim como Adorno, Eisler foi um musicólogo, compositor e refugiado alemão nos Estados Unidos em decorrência da tomada do poder pelos nazistas na Alemanha nos anos 1930. O autor defendia que a música deveria ter uma função política, atender a um propósito social e refletir a

⁴ Disponível em: <https://aventurasnahistoria.uol.com.br/noticias/reportagem/governada-por-um-ditador-como-britney-spears-se-tornou-prisioneira-do-proprio-pai.phtml>. Acesso em: 10 nov. 2020.

⁵ Disponível em: <https://jornal140.com/2020/06/13/erotica-o-disco-mais-polemico-da-madonna/>. Acesso em: 10 nov. 2020.

⁶ Disponível em: <https://rollingstone.uol.com.br/noticia/mamilo-estrago-feito-declinio-janet-jackson-pos-super-bowl/>. Acesso: em 10 nov. 2020.



realidade do povo. Ele acreditava que “era possível levar ao povo questões estéticas ousadas e composições modernas, desde que estas tivessem vínculo com a realidade social vivida pela plateia” (ROSA, 2003, p. 37).

Embora a visão de Eisler fosse conflitante com a de Adorno – que defendia a não politização da música, visto que dessa forma esta perderia sua autonomia –, ambos escreveram juntos a obra *Komposition für den film*, que une a preocupação de ambos: a de que a música fosse engolida pela sociedade de consumo e virasse apenas um produto.

Bruna Della Torre (2019) comenta, em *Abaixo da superfície: Adorno e o cinema reconsiderado*, que um fato pouco evidenciado sobre a biografia do autor é que ele viveu em *Hollywood* e que vários de seus amigos (incluindo Eisler) trabalharam compondo músicas para os filmes da maior produtora e exportadora cinematográfica ocidental. Adorno relatou que foi vivendo nos Estados Unidos que ele se deu conta da racionalização e da padronização da vampiresca indústria cultural. Foi observando o fenômeno com seus próprios olhos que o teórico se sentiu compelido a conceber suas críticas. Rosa (2003) relata que muitos estudos de Adorno nos EUA foram financiados pela *Rádio Princeton*, enquanto Torre (2019) mostra que ele frequentava festas de Hollywood com Greta Garbo e Charles Chaplin. Tais detalhes da vida pessoal do autor são pertinentes para evidenciar que mesmo ele estava intimamente incluso na indústria que criticava. Tais dados de modo algum invalidam suas críticas e contribuições para as diversas áreas das Ciências Humanas, mas ressaltam ainda mais as contradições inerentes ao sistema capitalista.

As visões de Adorno e Eisler configuram parâmetros teóricos entre os quais a música pop atualmente paira. Em *God Control* (canção de *Madame X*), por exemplo, é perceptível o experimentalismo eletrônico que confunde



o ouvinte. Ela oscila entre um coro fúnebre de igreja que canta “Perdemos o controle divino” (MADONNA, 2019, tradução nossa)⁷ e uma sonoridade *disco*, gênero bastante presente nos bailes nova-iorquinos⁸ e nas boates voltadas ao público LGBT. A letra inclui jogos de palavras como o dos versos “As pessoas acham que eu sou louca/A única arma está em meu cérebro/Cada nascimento me dá esperança/É por isso que não fumo essa droga” (ibid.)⁹ e “Pessoas loucas acham que eu sou/O cérebro aqui dentro, meu único amigo/Esperança, ela me dá nascimento a cada novo/Essa droga não fumo, é verdade” (ibid.).¹⁰

Tais elementos poderiam, se abordarmos os estudos de Adorno para compreender o fenômeno, revelar certa autonomia da canção devido à relativa liberdade artística de Madonna ao se utilizar de paradoxos, ambiguidades e demais artifícios e figuras de linguagem que acrescentam à obra diversas

⁷ “We lost God control.”

⁸ Os *balls*, ou bailes, são eventos lúdicos em que *drag queens*, gays, lésbicas, transexuais e bissexuais (principalmente negros e latinos, visto que essa cultura foi originada em bairros como o *Brooklyn*) portam-se como estrelas do cinema e da música, realizando uma fantasia de serem *superstars*. Competindo em categorias de dança, costura e desfiles de moda, os participantes descrevem o evento como uma oportunidade de escapar, por uma noite, da realidade da opressão, discriminação e violência por meio da celebração de suas vivências de uma forma artística. Como documentado por Jennie Livingston em *Paris is Burning* (1990), os bailes são responsáveis pelo empoderamento dos sujeitos LGBTs e pela abertura de portas a vários artistas que saíram das ruas e trilharam caminhos por conta da arte. O documentário também mostra que tais eventos são marcados por diversas referências da música e da cultura pop. Nesse mesmo ano do documentário, Madonna lançou a canção e videoclipe *Vogue* inspirada pela chamada “cultura dos bailes”. Essa obra marca o início do estreitamento do vínculo da artista com as vivências LGBTs em suas obras e recebeu, na época, críticas quanto à apropriação de elementos dessa cultura, o que já denota a ambiguidade das produções da indústria cultural.

⁹ “People think that I’m insane/The only gun is in my brain/Each new birth, it gives me hope/That’s why I don’t smoke that dope.”

¹⁰ “Insane people think I am/Brain inside, my only friend/Hope, it gives me birth each new/That dope I don’t smoke, it’s true”.





possibilidades de sentidos e a tornam não tão fácil de ser assimilada, ao menos em relação ao que comumente se espera de uma canção da indústria cultural. Em *God Control* ela canta, ainda, sobre o porte de armas e a onda de assassinatos que vem sofrendo a comunidade LGBT. Utilizando agora estudos de Eisler, verifica-se que além de Madonna apresentar “questões estéticas ousadas e composições modernas”, há também uma função política na canção – que reflete a realidade social de um grupo oprimido e que leva ao público debates sobre LGBTfobia e controle de armas. A música pop nos mostra, portanto, que pode adotar uma relativa autonomia e uma função política em parte de suas obras, ainda que as correntes industriais exerçam forte influência em todos os âmbitos da produção. A configuração atual do fenômeno denota a dificuldade de apreendê-lo em uma só perspectiva teórica. O pop contradiz os apocalípticos, os integrados e a si mesmo.

Essa breve observação sobre uma das canções do álbum já denota que as lógicas de produção da música de entretenimento mudaram bastante desde os primeiros estudos sobre a indústria cultural, datados dos anos 1930 e 1940. Embora esta continue sendo o braço direito do capitalismo e ainda que a máxima seja o lucro, o consumo rápido e a venda dos produtos, produções como essa revelam que as relações entre indústria, artista, público e sociedade tornaram-se mais complexas e que seus novos aspectos requerem novas visões e caminhos epistemológicos, como observa Thiago Soares:

Embora seja claro e evidente que os produtos e as formas culturais em circulação na música e da cultura pop estejam profundamente enraizados pela configuração mercantil, pelas imposições do capital (de modo de produção, formas de distribuição e consumo), não se invalidam abordagens sobre a pesquisa neste segmento da cultura que reconhece noções como inovação, criatividade, reapropriação, entre outras, dentro do espectro destes produtos midiáticos. Menciona-





se a ideia de que estamos num estágio do capitalismo em que não podemos trabalhar análises binárias sobre as relações entre capital e cultura. (SOARES, 2015, pp. 23-24)

O que se mostra nas configurações das obras da última década – tomando-se como exemplos *Born This Way* (2011) de Lady Gaga e os discursos de empoderamento LGBT; *Formation* (2016) de Beyoncé e as denúncias contra o racismo e a agressão policial; *Mother's Daughter* (2019) de Miley Cyrus e as discussões sobre a liberdade das mulheres e as várias formas de construção da feminilidade; e o próprio *Madame X* – é que a popularização das pautas identitárias só é possível por conta de uma demanda do público, que faz com que as gravadoras, críticos, personalidades midiáticas e empresários da indústria autorizem/legitimem produções como estas. É evidente também que há um movimento da parte dos artistas (principalmente dos que vieram antes dos nomes contemporâneos da indústria) de reivindicar a inclusão dessas temáticas em suas obras, mas é preciso ter em mente que Madonna – como qualquer outro artista da indústria – não é um corpo executivo independente: junto a ela atuam diversos empresários que apoiam (ou não) os lançamentos e divulgações de seus produtos.

Há ainda um terceiro filósofo alemão, contemporâneo de Adorno e Eisler, a ser invocado para esta discussão. Walter Benjamin já indicava, em *O autor como produtor*, com base em reflexões de Eisler, que não se pode apontar a música clássica como a única arte elevada, mesmo porque foi o capitalismo que atribuiu ao gênero tal valor qualitativo (BENJAMIN, 2012). Ele foi um dos primeiros estudiosos da época a perceber a função política da arte. Na obra citada, tal função torna-se essencial para a arte, principalmente em tempos em que sua reprodução em larga escala se intensificava.



O autor aponta, em *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*, que é justamente essa possibilidade de reprodução massiva da obra de arte que transforma uma obra única em uma série e que torna o objeto artístico mais próximo do indivíduo, concretizando uma tendência de destruição desse estado imaculado da arte – intocável, distante, único, novo, autêntico. É nesse sentido que o autor sugere que as novas formas de se conceber e consumir arte derivadas dos meios de comunicação, da fotografia e do cinema configuram um processo de destruição dessa aura intrínseca à obra de arte. As obras não teriam, portanto, perdido suas atribuições artísticas, mas teriam antes se adaptado a novas formas de produção e reprodução.

O que se atrofia na era da reprodutibilidade técnica da obra de arte é sua aura. (...) A técnica de reprodução retira do domínio da tradição o objeto reproduzido. Na medida em que ela multiplica a reprodução, substitui a existência única da obra por uma existência massiva. E, na medida em que essa técnica permite à reprodução vir ao encontro do espectador, em todas as situações, ela atualiza o objeto reproduzido. Esses dois processos resultam num violento abalo da tradição, que constitui o reverso da crise atual e a renovação da humanidade. Eles se relacionam intimamente com os movimentos de massa, em nossos dias. Seu agente mais poderoso é o cinema. Seu significado social não é concebível, mesmo em seus traços mais positivos, e precisamente neles, sem seu lado destrutivo e catártico: a liquidação do valor tradicional do patrimônio da cultura. (BENJAMIN, 2012, pp. 182-183)

As considerações de Benjamin revelam o caráter elitista da visão de Adorno no que diz respeito à definição do que seria ou não uma obra de arte séria, legítima, autônoma. Ao ser produzida em série para um público de massa, a música popular tensiona a tradicional visão da obra artística como apenas aquela autêntica, inacessível, erudita e que não segue padrões



de estruturação. É preciso, contudo, ter em mente que o contexto histórico das reflexões dos autores envolvia uma concepção dos MCM que tratava o processo comunicativo como ainda mais vertical e linear, sendo caracterizado pela incessante busca (ainda atual, porém mais complexa) de determinados efeitos pelas mensagens transmitidas.

Assim como Adorno – que viveu em *Hollywood* –, Madonna também fez suas críticas à indústria após viver dentro dela e perceber suas atrocidades. Na canção *American Life* (2003), a cantora criticou o estilo de vida capitalista norte-americano ao narrar sua incessante busca por satisfação. A introdução “Tenho que mudar meu nome?/Isso vai me levar longe?/Eu deveria perder peso?/Serei uma estrela?” (MADONNA, 2003, tradução nossa)¹¹ já deixa explícita sua crítica aos padrões estéticos e comportamentais exigidos pela indústria hollywoodiana. Após enunciar vários “foda-se!” (“*fuck it!*”) e descrever sua própria vida de luxo (advogado, ioga, pilates, três babás, um guarda-costas...), a artista confessa: “Estou apenas vivendo o sonho americano/E acabei de perceber que nada é o que parece/Tenho que mudar meu nome?/Serei uma estrela?” (ibid.).¹² A crítica da mensagem da canção se transforma, paradoxalmente, em produto a ser vendido pela indústria cultural, evidenciando que Adorno foi bastante lúcido sobre a tendência vampiresca do capitalismo.

O videoclipe de *American Life* aborda a Guerra do Iraque como um desfile de moda, denunciando o destruidor imperialismo estadunidense

¹¹ “Do I have to change my name?/Will it get me far?/Should I lose some weight?/Am I gonna be a star?”

¹² “I’m just living out the american dream/And I just realized that nothing is what it seems/Do I have to change my name?/Am I gonna be a star?”



como um evento de entretenimento para a sociedade de consumo sádica que tem prazer em ver mortes de outros povos em prol da supremacia do Estado. No fim, Madonna aparece atacando os fotógrafos enquanto os modelos da passarela (soldados, enfermeiras, crianças muçulmanas) são feridos e termina jogando uma granada no palco. A artista desistiu de lançar o material, que foi substituído por imagens dela cantando a música com as bandeiras de diversos países ao fundo; entretanto, a versão engavetada foi posteriormente vazada e encontra-se disponível em plataformas como o *Youtube*. De acordo com o *Jornal da Globo*¹³, a cantora afirmou ter tomado tal decisão por respeito aos soldados e às vidas perdidas, enquanto para os críticos tudo se tratou de uma jogada de marketing para evitar o fracasso comercial do álbum.

Mesmo assim, o álbum não foi bem recebido pela crítica e público dos EUA. No trabalho seguinte (*Confessions on a Dance Floor*, 2005), Madonna apareceu como uma rainha da discoteca e deixou músicas mais políticas como *Isaac* – que retrata os conflitos entre israelenses e palestinos – sem grandes divulgações. Entretanto, na turnê do álbum, a artista utilizou imagens das guerras e do então presidente George W. Bush e ressignificou *Sorry* – um *single* do álbum que originalmente fala sobre não aceitar mais determinadas posturas em um relacionamento – repetindo os versos “Não diga que sente muito/Não posso mais aguentar isso” (MADONNA, 2006, tradução nossa) e mostrando o dedo do meio¹⁴. Contradições capitalistas

¹³ Disponível em: <<http://g1.globo.com/jornaldaglobo/0,,MUL900100-16021,00-AUTO-CENSURA.html>>. Acesso em: 17 jul. 2020.

¹⁴ “Don’t say you’re sorry/I can’t take it anymore.”



como essas são bastante comuns no cenário da música pop e denotam a complexidade que o fenômeno tomou.

Não seria exequível, portanto, basear a discussão em análises dicotômicas. É preciso considerar reflexões dialéticas entre as visões. As ciências da Comunicação configuram-se como entre-lugares epistemológicos que assumem essa posição de pontes de conhecimento. Deste modo, esta pesquisa analisa as contradições da indústria como reflexos do capitalismo tardio. A música pop está, de fato, inserida na lógica capitalista de produção em série, na qual a arte e a cultura atendem um público de massa, mas esse mercado – e a publicidade e a mídia de massa que atuam como pontes entre os polos de produção e consumo – está inserido em uma lógica cultural. O capitalismo é também um sistema cultural e, como tal, se adapta às transformações históricas e socioculturais da sociedade.

Não se trata de cair nas velhas armadilhas dos dualismos apocalípticos/integrados, tampouco de rotular os estudos da economia política de “adornianos” – mesmo porque a noção de indústria cultural nos permite compreender parte das tensões que circundam a música popular massiva. Trata-se, sim, de reconhecer que há uma “autonomia relativa” e uma interface permanente entre os aspectos plásticos das criações musicais e suas lógicas econômicas. (...) O que se busca é evitar as armadilhas e os idealismos que envolvem rotular arte *versus* produtos de entretenimento. A música popular massiva envolve complexas relações, e uma autonomia simbólica relativa, entre processos comerciais e criativos. (JANOTTI JUNIOR, 2007, pp. 4-5)

Observadas as proporções tomadas por esse fenômeno da reprodução e do consumo massivo da arte na atualidade, o pensamento de Benjamin mostra-se visionário. Nos domínios da internet, a música e os álbuns pop envolvem em geral um consumo rápido e voraz – exceto quando os produtos





afetam demasiadamente o consumidor e/ou quando este tem um hábito de guardar algumas obras para a longevidade e revisitá-las. Não há mais tanta popularidade no costume de se tomar um longo período de tempo para fruir e admirar uma obra como se fazia em outras épocas. O que acontece, então, quando há uma mudança na tradição ritualística de se cultuar a obra de arte para a tecelagem de sua aura? Sobre a arte, Benjamin aponta que “em vez de fundar-se no ritual, ela passa a fundar-se em outra práxis: na política” (BENJAMIN, 2012, p.186).

Sendo assim, o que se tem discutido sobre a atual configuração da música pop e sobre suas potencialidades políticas? Muito já foi debatido acerca da vampirização da indústria cultural *versus* a autonomia e engajamento político da arte massificada. Já se refletiu bastante sobre uma legitimação acadêmica e até mesmo política do pop. Entretanto, não apenas a música pop, mas a própria cultura pop – novelas, séries, quadrinhos, filmes etc. bem como *performances*, estéticas e narrativas midiáticas – vieram para ficar, ao menos por um bom tempo. Atualmente o que se busca é observar como esses produtos revelam as mais diversas facetas e os mais intrincados processos de uma sociedade cujos meios de comunicação tornaram-se imprescindíveis. Em relação à música pop, o fenômeno mostra cada vez mais a sua criatividade em se reinventar e em refletir os processos de transformações sociais.

No ensaio *Lo pop-pular está de moda: sobre culturas bastardas y quilombos pop-líticos*, o comunicólogo colombiano Omar Rincón (2015) aponta que a cultura popular atualmente é composta de diversos elementos – dentre eles o popular midiático. A cultura pop não está separada do povo; embora os conteúdos envolvam as lógicas de mercado da indústria cultural –



o fazer **para** o povo –, Rincón observa que o pop se faz também **a partir** do povo, com base nas demandas do público. O autor reivindica ainda o que ele chama de *ciudadanías celebrities*: que o povo se faça visível em suas próprias telas, em suas próprias comunidades. As linguagens, estéticas e narrativas midiáticas já foram tão consumidas pelo povo e já estão tão presentes no popular que já começa a ser possível usufruir delas – além das técnicas e artefatos disponíveis – para que o cidadão comum possa ser sua própria celebridade, para que expresse suas vivências, afetos e lutas – ao menos para a sua própria comunidade. Isso seria, portanto, um “pop” feito **pelo** povo. Rincón defende que o popular midiático deve sim ser reconhecido como um consumo legítimo do povo (sem deixar esse pop de lado ou tentar aboli-lo) para que possa ser, então, questionado em relação às suas problemáticas e potencialidades.

Aqueles que assistem ao *mainstream* das indústrias do entretenimento, digamos, assistem e desfrutam de televisão, música, filmes e culturas à maneira antiga. Mas não é por isso que devemos negar-lhes o lugar de cidadãos e, como tal, devem ser convocados e questionados. E para poder questioná-los, é preciso considerar que são sujeitos e comunidades que formaram seus gostos consumindo essas indústrias e com esse gosto, também, é preciso trabalhar, é preciso haver comunicação – obviamente – para convocar um popular novo, mais diversificado e criativo. Convocar o cidadão também é reconhecê-lo em suas ambivalências e ambigüidades de seus gostos e prazeres. (RINCÓN, 2015, pp. 190-191, tradução nossa)¹⁵

¹⁵ “Quienes ven al maistream de las industrias del entretenimiento, supongamos, ven y gozan la televisión, las músicas, el cine y las culturas a la vieja manera. Pero no por eso debemos negarles su lugar de ciudadanos y en cuanto tal deben ser convocados, e interpelados. Y para poderlos interpelar hay que considerar que son sujetos y comunidades que formaron su gusto viendo a estas industrias y con ese gusto, también, hay que trabajar, hay que hacer comunicación –obvio – para convocar hacia un nuevo popular más diverso y creativo. Convocar al ciudadano, también, es reconocerlo en sus ambivalencias y ambigüidades de sus gustos y disfrutes.”



O autor aponta que “os ilustrados de direita ou os ideologizados de esquerda assumem a mesma postura: esse popular deve ser negado porque é produto do massivo, industrial, entretenimento” (RINCÓN, 2015, p. 188).¹⁶ Esse elitismo por vezes impede a compreensão de potencialidades na música pop que envolvem tanto a produção como o consumo destes produtos porque essa visão categoriza o popular midiático como “defeito, carência, decadência estética e, obviamente, mau gosto” (ibid.).¹⁷ É por isso que se torna imprescindível uma cautela em relação a perspectivas como as frankfurtianas, embora elas ajudem a observar determinados aspectos da música pop contemporânea. A cultura popular da atualidade adota, na verdade, o aspecto daquilo que Rincón denomina culturas bastardas:

O popular é uma experiência de culturas bastardas. A mãe cultural é o destino que nos tocou: o nosso, o território, as histórias. E o pai cultural é feito da mistura, fusão e fluxo que fazemos dos pais culturais que nos tocaram pelo tempo e pelo contexto: somos seus filhos, mas em cada sujeito, de acordo com a produção de sua subjetividade e agência, tem-se um resultado diferente. É aí que modificamos nosso destino cultural e o tornamos mais político ou mais *light*. Culturas bastardas fazem sentido e existem quando nos reconhecemos como crianças da cena do entretenimento industrial e de massa. (RINCÓN, 2015, p. 194, tradução nossa)¹⁸

¹⁶ “Los ilustrados de derecha o los ideologizados de izquierda asumen la misma postura: ese popular debe ser negado porque es producto de lo masivo, industrial, entretenido”.

¹⁷ “Defecto, carencia, decadencia estética y, obviamente, mal gusto.”

¹⁸ “Lo popular es una experiencia de culturas bastardas. La madre-cultural es el destino que nos tocó: lo propio, el territorio, los relatos. Y el padre-cultural está hecho de la mezcla, fusión y fujo que hagamos de los progenitores-culturales que nos tocó por época y contexto: somos sus hijos pero en cada sujeto y de acuerdo a la producción de su subjetividad y agencia da un resultado distinto. Ahí es donde modifcamos nuestro destino cultural y lo hacemos más político o más *light*. Las culturas bastardas tienen sentido y existen cuando nos reconocemos hijos desde la escena de lo masivo y lo industrial del entretenimiento.”



Somos bastardos, impuros, sujos, ecléticos. Assim também é a música pop. Enquanto dialogamos entre nossas heranças locais, midiáticas e internacionais e descobrimos nessa mistura uma identidade, Madonna articula em *Madame X* músicas e referências dos mais diversos locais – culturais, espaciais e temporais. Em um único álbum a cantora invoca Joana d’Arc, *Disco Music*, *Dance Music*, a Santa Inquisição, um massacre LGBTfóbico, a escravidão em Cabo Verde, o batuque cabo-verdiano, a música *Gnawa* do norte da África, o *funk* brasileiro, Frida Kahlo, o *reggaeton* colombiano... Madonna aqui nos revela que o pop é também uma grande cultura bastarda: possui suas fortes raízes nas terras-mãe estadunidense e europeias, mas sua origem revela diversos pais espalhados pelo globo.

Rincón observa, ainda, uma relação intrínseca entre o pop e o político no que ele denomina “pop-lítica”. Ele analisa os traços estéticos, narrativos e éticos da cultura pop na política populista dos governos latino-americanos, comparando-os às telenovelas. Por sua vez, o pop também pode ser político. Entretanto, embora a política perpassasse – mesmo que minimamente – todas as ações sociais, nem sempre ela é o foco de uma produção artística pop. É evidente, também, que muitos artistas dos mais diversos gêneros da indústria envolvem a política em parte de suas obras. Dentre eles encontra-se Madonna, que em quase quatro décadas já se posicionou sobre machismo, racismo e perseguição de minorias pela Igreja Católica (anos 1980); sexualidade e LGBTfobia (anos 1990); manipulação midiática, totalitarismo, patriotismo e imperialismo norte-americanos (anos 2000).

A complexidade e a ambiguidade do pop são tão expressivos nas obras da artista que ela já foi sujeita-objeto de pesquisas dos mais diversos campos científicos. O *XLI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação*

(Intercom) realizado em 2018 dedicou o simpósio *Madonna 60: um legado crítico* em homenagem ao sexagenário da cantora.¹⁹

Dentre os trabalhos apresentados no evento estão os artigos *Madonna, Like a Virgin: (Pós)Feminismos e as Maternidades dos Videoclipes de Madonna*, que analisa representações femininas contraditórias em duas obras da artista (GUERRA; BITTENCOURT EVANGELISTA CUNHA, 2018) e *Strike a Pose – A mediação do videoclipe Vogue nas performances de corpos LGBT no carnaval das escolas de samba*, que aborda a relação entre a música pop e vivências LGBT periféricas (VIANA DE PAULA; SÁ, 2018). Ambos os trabalhos revelam que tanto o pop como Madonna são complexos, ambíguos, bastardos e políticos.

A artista, que mantém o título de “Rainha do Pop” em constante manutenção justamente devido às múltiplas potencialidades e interpretações sobre suas obras, lançou em Junho de 2019 *Madame X*, seu décimo quarto álbum de estúdio. A obra condensa diversos temas políticos anteriormente abordados em sua carreira; ainda assim, revela empreitadas que Madonna nunca tentou antes. Diversas vivências, culturas e identidades são narradas e evocadas pela agente secreta que foge mundo à fora; esse é o mundo pop de Madame X.

UMA VIAGEM PELO POP DE MADAME X

Madame X é uma agente secreta que viaja pelo mundo conhecendo as pessoas e suas lutas e histórias. Nos lugares que visita ela vê a dor, a injustiça, a morte, a esperança, o amor, a união, a fome por direitos humanos,

¹⁹ Disponível em: <https://www.univille.edu.br/noticias/2018.9/simposio-debate-obra-de-madonna-intercom/882848>. Acesso em: 13 nov. 2020.



a fraternidade e a violência. Ela percebe que o que une diversos seres humanos é a luta pelo direito de existir quando este lhes é negado.

Durante a “Era *Madame X*”²⁰, Madonna sempre portava um tapa-olho – tanto nos ensaios fotográficos para o álbum quanto nos videoclipes, concertos e entrevistas. Em entrevista para o *Today Show*, quando perguntada sobre quem seria a Madame X, responde: “Ela é uma espiã, uma agente secreta. Ela viaja pelo mundo, muda de identidade, dorme com um olho aberto e viaja durante o dia com um olho fechado. Ela foi ferida, então está cobrindo [o olho]” (MADONNA, 2019, informação verbal, tradução nossa).²¹ O acessório representa, aqui, tanto a desconfiança (a personagem “dorme com um olho aberto”) como a confiança no outro (“viaja durante o dia com um olho fechado”; enxergar demais pode cegar).

Na mesma entrevista, a artista conta que o nome da persona criada vem de uma experiência de sua juventude, quando era aluna da coreógrafa Martha Graham. Embora a garota desse trabalho, era reconhecida por Graham, que apesar de reclamar de seu comportamento, costumava dizer que era difícil reconhecê-la devido a tantas mudanças em seus visuais. A professora decidiu, portanto, apelidá-la “Madame X”. Madonna não cita o filme *Madame X*, que possui diversas versões – sendo a mais famosa a de 1966, um clássico da “era de ouro” hollywoodiana estrelado por Lana Turner. A trama conta a história de uma mãe que comete um crime e abre mão de seu nome para fugir pelo

²⁰ Na cultura do consumo de produtos da música pop, costuma-se chamar de “era” o respectivo período de divulgação de um álbum.

²¹ “She’s a spy, she’s a secret agent. She travels the world, she changes her identity, she sleeps with one eye open and she travels through the day with one eye shut. She’s actually been wounded, so she’s covering up.” Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=Sxc8xOTeida>. Acesso em: 20 abr. 2020.

● ● ●

mundo, assumindo diversas identidades e assinando seu nome apenas com um “X”. Esta é uma possível inspiração para o apelido conferido a Madonna por Martha Graham. Ainda na entrevista, a cantora afirma que decidiu buscar essa analogia em seu passado porque o álbum contém colaborações e inspirações de locais bastante diversos do globo e cada produção, cada canção lhe atribuía um sentimento único, uma identidade nova.

Madame X é literalmente uma viagem. A espiã narra aquilo que vê pelo mundo e a sonoridade das canções reflete os diversos locais visitados. A primeira obra do projeto (e também a canção inicial do álbum) é *Medellín*, parceria com o cantor Maluma. O título vem da cidade natal do artista colombiano, o que denota logo de início a relação que Madonna adotou com a representação de outras culturas. Ela canta em inglês e Maluma em espanhol. A letra narra as aventuras de um casal apaixonado pela cidade natal do rapaz, que em determinado momento sugere uma visita a Detroit (Estados Unidos), berço de Madonna. Esta também fala sobre tomar uma pílula, voltar aos seus dezessete anos e se permitir ser ingênua novamente, sem se importar com a opinião dos outros. *Madame X* abre o álbum convidando o público para a jornada no primeiro verso do refrão: “*Ven conmigo, let’s take a trip*” (“Venha comigo, vamos fazer uma viagem”).

Chama atenção o fato de que a primeira obra do álbum não seja tão política como outros videoclipes e canções do disco. *Medellín* é mais sutil e envolve representações comuns do imaginário popular midiático como juventude, bebidas, sexo e paixão. Tal particularidade pode atribuir-se a possíveis restrições e imposições da gravadora – talvez a indústria fonográfica não aceitasse tranquilamente uma obra mais pesada e crítica logo de início. Lembramos que muitas vezes cabe à canção inicial o papel de apresentar e

vender o álbum. A escolha também pode ter se dado pela própria artista, já que parte de ser a Madame X é também dançar e celebrar a vida, o amor e as diferenças. De todo modo, há uma clara intenção mercadológica em uma colaboração artística com um dos expoentes do gênero *Reggaeton*, um dos mais consumidos na atualidade. Na introdução do videoclipe, Madonna traz um manifesto que apresenta quem viria a ser, portanto, Madame X:

Querido Deus, como é que eu poderia confiar em alguém depois de anos de decepção e traição? Como eu poderia não querer fugir? De novo e de novo... Escapar... Nunca serei o que a sociedade espera que eu seja. Já vi demais. Não posso voltar atrás. Fui sequestrada, torturada, humilhada e abusada. No fim das contas ainda tenho esperança, ainda acredito na bondade humana. Obrigada, Deus, pela natureza, pelos anjos que me cercam, pelo espírito da minha mãe que está sempre me protegendo... De agora em diante, sou Madame X. E a Madame X ama dançar... Porque não se pode acertar um alvo em movimento. (MADONNA, 2019, informação verbal, tradução nossa)²²

Figura 1 – Cenas do videoclipe de *Medellín*



Fonte: Reprodução/Youtube.

²² “Dear God, how could I trust anyone after years of disappointment and betrayal? How could I not want to run away? Again and again... Escape... I will never be what society expects me to be. I’ve seen too much. I cannot turn back. I have been kidnapped, tortured, humiliated and abused. In the end I still have hope, I still believe in the goodness of humans. Thank God for nature, for the angels that surround me, for the spirit of my mother who is always protecting me... From now on, I am Madame X. And Madame X loves to dance... Because you can’t hit a moving target.”



Madonna relata na personagem Madame X, por meio de diversas analogias metafóricas e literais, as desgraças às quais foi submetida (abuso, tortura, humilhação, sequestro). Vida e obra aqui se misturam. A construção narrativa da personagem fugitiva toma inspiração na vida pessoal de Madonna e é apresentada ao público, podendo este de alguma forma se identificar com a agente secreta que foge de tudo aquilo que a atormenta, assim como o pop e a indústria podem ser consumidos como um escapismo (que em diversos momentos pode ser interpretado também como alienação) e como forma de projeções de vivências e de expressão e tradução de sentidos pela arte. Entretanto, mesmo após presenciar as atrocidades humanas, ela ainda acredita nas bondades humanas, mas resolve fugir (dos Estados Unidos? Do “círculo que torna a fuga impossível”? – seria esta uma metáfora para a indústria cultural preconizada por Adorno?). Por fim, a artista faz uma analogia entre a dançarina e o alvo em movimento (a fugitiva, perseguida), unindo a arte e a política.

A metáfora do alvo em movimento utilizada por Madonna também se mostra, nesta pesquisa, como uma representação da música pop atual, que foge às tentativas epistemológicas de delimitar seus terrenos como estritamente mercadológicos, autônomos ou engajados. Não se pode acertar um alvo em movimento, mas é possível contorná-lo, traçar seu percurso. Em entrevista, Madonna reforça os sentidos apresentados no manifesto e dá indícios de que o álbum traria discursos de contravenção aos padrões estéticos, comportamentais e ideológicos de eliminação das diferenças – padrões esses reforçados pela própria indústria cultural na tentativa de manter a manipulação do público, como observaram Adorno e Horheimer (1987).



Aquele manifesto que eu declamo no início é meio que uma oração, meio que uma confissão, meio que um registro de diário... Mas ele realmente resume como eu me sinto no mundo e como eu nunca vou ser o que a sociedade espera de mim, mas, porra, será que não dá pra vocês todos pensarem assim também? Por que eu iria querer ser o que a... O que é que a sociedade quer? Robôs, pessoas que não pensam nem têm opiniões. (...) Então é assim que eu começo, é assim que o álbum se inicia, essa é a Madame X e eu espero provocar as pessoas a pensar que você pode ser você mesmo e, seja lá quem você for, seu eu próprio é lindo e único. (MADONNA, 2019, informação verbal, tradução nossa)²³

Enquanto abomina o comportamento robótico exigido pela sociedade – e pela indústria cultural – e estimula a autenticidade do eu próprio, Madonna também reforça no videoclipe os padrões estéticos da música pop como a música da juventude, do belo, do sexo, das drogas. Não seriam essas também algumas exigências para se encaixar em determinados contextos sociais?

Medellín evidencia a genética bastarda da música pop. Tendo Madonna como mãe (Detroit, Estados Unidos) e Maluma como pai (Medellín, Colômbia), a obra revela que nem mesmo o pop estadunidense é puro; afinal, a cultura pop sempre se apropriou de outras culturas para a construção de obras internacionalmente reconhecíveis. Além disso, boa parte da população dos EUA é latina e/ou consome músicas latinas – Jennifer Lopez e Shakira são apenas alguns dos nomes mais famosos.

²³ “That manifesto that I speak in the beginning is kind of a prayer, kind of a confession, kind of a diary entry... But it really does sum up how I feel about myself in the world and I will never be what society expects me to be, but, god damn, could you all just think that way? Because why would we ever want to be what... What does society want? Robots, people that don’t think and people that don’t have opinions. (...) So that’s how I start off, that’s how the record kicks off, that’s who Madame X is and I hope to provoke people into thinking that you can be your own person and whoever you are, your own person is beautiful and unique.” Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XnOfOsHUUZQ>. Acesso em: 20 abr. 2020.

O caráter bastardo de *Madame X* já se apresenta nas capas das três versões do álbum. Na primeira (versão padrão), Madonna invoca Frida Kahlo, com seu nome unindo as sobrancelhas; na segunda (versão *deluxe*), sua caracterização faz alusão às “camaradas” da Revolução Russa de 1917, operárias que lutaram pela queda do czar²⁴; já na terceira, Madonna aparece como uma cantora de fado, figura popular em Portugal. Três referências diferentes, três heranças distintas. Heranças artísticas, históricas, políticas, populares, culturais. Entretanto, a herança da indústria-mãe pode ser percebida na estratégia da venda de diversas versões do disco – além de boxes, litografias, tapa-olhos, camisetas etc. – para os fãs que as colecionam. E se há venda, há público.

Figura 2 – capas de diferentes versões de *Madame X*



Fonte: *Imgur*.²⁵

²⁴ Disponível em: <http://rainhamadonna.com/o-conceito-por-tras-da-capa-de-madame-x/>. Acesso em: 21 abr. 2020.

²⁵ Disponível em: <https://imgur.com/a/nhxj3yf>. Acesso em: 29 nov. 2020.



A figura da cantora de fado se explica também pelas vivências de Madonna em sua nova morada, Lisboa.²⁶ A cantora se inspirou na cena artística plural da região, zona cultural bastante dinâmica devido à coexistência de culturas europeias, indianas, africanas e orientais. O fado acompanha diversas canções do álbum, que contêm ainda diversos trechos cantados em português. Um dos exemplos é a faixa *Killers Who Are Partying*:

Serei gay, se os gays forem queimados/Serei a África, se a África for destruída/Serei pobre, se os pobres forem humilhados/E serei uma criança, se as crianças forem exploradas (...) Serei muçulmana, se o muçulmano for odiado/Serei Israel, se eles estiverem encarcerados/Serei índia nativa, se o índio tiver sido levado/Serei uma mulher, se ela for estuprada e seu coração estiver se partindo. (MADONNA, 2019, tradução nossa)²⁷

A canção tem uma sonoridade tipicamente portuguesa e um tom introspectivo e melancólico. A artista aqui canta lentamente, como se cada palavra carregasse um grande peso; de fato, o discurso é forte. Madonna (ou Madame X) narra as experiências de populações abusadas, exploradas, humilhadas, queimadas, estupradas... Mas não apenas narra; o eu-lírico se coloca no lugar dos vulneráveis. Madonna definitivamente não é gay, muito menos africana, pobre, uma criança explorada, muçulmana, israelense ou

²⁶ Disponível em: <https://g1.globo.com/musica/noticia/madonna-se-muda-para-portugal-novo-destino-de-famosos.ghtml>. Acesso em: 21 abr. 2020.

²⁷ “I will be gay, if the gay are burned/I’ll be Africa, if Africa is shut down/I will be poor, if the poor are humiliated/And I’ll be a child, if the children are exploited (...) I’ll be Islam, if Islam is hated/I’ll be Israel, if they’re incarcerated/I’ll be Native Indian, if the Indian has been taken/And I’ll be a woman, if she’s raped and her heart is breaking.”



indígena. Mas ela é uma mulher que já foi estuprada.²⁸ Adiante na canção tem-se o verso “Eu sei o que sou e o que não sou”, cantado em português.

Levantam-se aqui questões sobre lugar de fala. Madonna alega saber o que é e o que não é. Uma interpretação para a mensagem da música é a de que devemos saber os locais que ocupamos e as vivências que não temos, mas que isso não nos feche os olhos para o sofrimento alheio. Outra interpretação é a de que a personagem Madame X se apresenta aqui não como Madonna, mas como uma “entidade”, uma representação metafórica das identidades oprimidas. Entretanto, independente da intenção de Madonna, as interpretações podem ser as mais diversas e nem todos podem concordar com esse posicionamento.

Ainda na letra de *Killers Who Are Partying* encontram-se os versos “Eu sei o que sou (Deus sabe o que sou)/E eu sei o que não sou (E Ele sabe o que não sou)” (MADONNA, 2019, tradução nossa).²⁹ Ao invocar Deus – e aqui torna-se importante lembrar que o projeto *Madame X* teve início com a oração na introdução do videoclipe de *Medellín* – Madonna se assemelha à figura do governante populista. Omar Rincón (2015) observa que a lógica desse tipo de governo é a do “O povo é Deus”, “Eu (governante) sou o povo”, “Eu sou Deus”. Na referida canção, Madonna alega ser todas as minorias (o povo ao qual se dirige) e reforça a figura de Deus (que sabe o que ela é e não é e que a todos protege). A cantora passa a ser, então, a Diva (divindade) pop.

²⁸ Madonna relatou o estupro durante o discurso da entrega do prêmio de “Mulher do Ano” da Billboard (2016). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=9Q5UM3jFz0A>>. Acesso em: 13 nov. 2020.

²⁹ “I know what I am (God knows what I am)/And I know what I’m not (And He knows what I’m not).”



Essa mensagem subliminar pode ser perigosa quando o culto às celebridades se torna alienação midiática.

Da mesma forma que o político populista se utiliza da linguagem e da estética pop para chegar ao seu eleitorado, Madonna toma o mesmo caminho para chegar ao seu público. Rincón (2015) aponta ainda que o político está sempre lutando contra um inimigo comum do povo. Apesar de a letra da canção sempre evocar as vivências do oprimido, o inimigo comum é tão poderoso que, além de poder ser sentido nos não-ditos do discurso, aparece exatamente no título: são os “assassinos que estão festejando”.

No fim de uma *performance* de Madonna no festival *Eurovision* (2019),³⁰ dois de seus dançarinos dão as mãos – um portando a bandeira de Israel e outro a da Palestina. O evento aconteceu em Israel durante um período bastante delicado do histórico conflito, quando diversas ocupações israelenses estavam acontecendo na Palestina. Embora a mensagem do ato fosse a de pregar a paz para todos os grupos, sabe-se que a questão não é tão simples assim. Parte do público alegou insensibilidade da parte da artista. É em momentos como esse que a tensão indústria *versus* política *versus* arte mostra as suas problemáticas. As declarações verbais e não verbais de Madonna possuem pesos enormes devido ao seu grande peso midiático e as atribuições de sentidos, afetos e desafetos pelo público são múltiplas.

O videoclipe de *Dark Ballet* é estrelado por Mykki Blanco, uma *performer* negra, *queer* e soropositiva (ela faz questão de proclamar suas identidades no fim do vídeo). O audiovisual é uma releitura da história de Joana d’Arc – interpretada por Blanco – e narra o processo de encarceramento e execução

³⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=VG3WkiLod_U. Acesso em: 13 nov. 2020.

da personagem na fogueira. Madonna aqui expõe e critica os brutais crimes de ódio que tomam a forma de assassinatos e torturas ao longo da história, cometidos em especial por instituições religiosas que matam em nome de uma divindade. Blanco dá vida a uma Joana d'Arc contemporânea; a guerreira-padroeira do povo é negra e *queer*. É ela que performa e dá vida aos versos cantados por Madame X. Ela também é a Madame X, a personagem-entidade anteriormente mencionada. Madame X não é apenas a Madonna, mas todos aqueles que se identificam com as vivências representadas (neste caso, por Blanco). Madonna aparece apenas por alguns segundos no final, coberta por um véu que denota um luto pela vida perdida na narrativa. Luto que provoca a luta.

Figura 3 – Cenas do videoclipe de *Dark Ballet*



Fonte: Reprodução/Youtube.

A abordagem escolhida por Madonna e sua equipe reflete bastante as configurações da música pop atual. Diferentemente de *Like A Prayer* (1989), quando a artista discutiu sobre racismo por meio de um relacionamento afetivo e sexual com a figura de um Jesus negro e de cruzes incendiadas ao fundo (em alusão à *Klu Klux Klan*), a sociedade de consumo contemporânea talvez não recebesse com bons olhos uma nova música da cantora sobre racismo e LGBTfobia com ela performando no videoclipe. Ao convidar Blanco para estrelar o audiovisual, Madonna deu margem a três possíveis análises: ou ela

quis respeitar o movimento negro e LGBT, trazendo uma artista com maior propriedade para transmitir o sofrimento e a luta apresentados na canção; ou ela não quis ser mal recebida pelo público – o que levaria a um fracasso comercial; ou, a mais provável, uma junção das duas possibilidades apresentadas.

Outro videoclipe é o de *God Control*, canção anteriormente mencionada que faz alusão ao *Gun Control*,³¹ conjunto de leis que regula a fabricação, distribuição e porte de armas de fogo nos Estados Unidos. Tendo em mente que o país possui uma cultura secular de posse de armas e que tal cultura é uma das responsáveis pelos crimes de ódio, Madonna clama por políticas mais reguladoras e por uma conscientização imediata. O videoclipe se passa em uma boate LGBT e remete ao atentado que ocorreu em 2016 na boate *Pulse*, em Orlando (Estados Unidos), quando um indivíduo entrou armado e atirando dentro do ambiente lotado.³² Por mais que o porte de armas seja uma questão concernente a todos, Madame X narra, nesta obra, o sofrimento da comunidade LGBT, que sofre diretamente com as consequências do uso de armas de fogo.

Figura 4 – Cenas do videoclipe de *God Control*



Fonte: Reprodução/Youtube.

³¹ Disponível em: <https://gun-control.procon.org/history-of-gun-control/>. Acesso em: 21 abr. 2020.

³² A tragédia contabilizou quarenta e nove mortos e cinquenta e três feridos, caracterizando-se como o maior ato de LGBTfobia da história. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/internacional-36514254>. Acesso em: 21 abr. 2020.

God Control é um dos audiovisuais mais trabalhados da carreira da artista, visto que apresenta muitas referências e um tratamento plástico de altíssima qualidade. Entretanto, por mais esteticamente apelativo que seja e por mais que a cantora tenha um histórico de uma forte relação com a comunidade LGBT³³, o videoclipe também representa as contradições da indústria cultural. Ao abordar cenas tão violentas (e relativamente presentes na memória coletiva LGBT), o produto não foi bem recebido por certa parte do público, principalmente pelos sobreviventes do atentado – que declararam entender, por um lado, a intenção por trás da obra, mas sentiram uma apropriação de cunho insensível³⁴.

Todo o tom da canção é bastante ambíguo, visto que começa e termina com um coro fúnebre e com uma *performance* vocal de Madonna que carrega sofrimento e fúria, mas que apresenta ao longo de seu desenvolvimento uma envolvente batida *disco* e uma voz robótica e ironicamente alegre da cantora – além dos jogos líricos anteriormente mencionados. Tal contraste revela tanto a complexidade de sentidos presentes na produção e nos consumos da obra como as práticas controversas da música pop, que coloca em justaposição

³³ Tal relação tem se tecido, ao longo das últimas décadas, por referências à cultura LGBT nas obras de Madonna, pelos discursos e trabalhos ativistas que a artista tem feito desde os anos 1990 em prol da luta contra a LGBTfobia e da conscientização em relação à AIDS e ao HIV e também pela recepção da comunidade, que a tem como uma das artistas mais simbólicas da cultura LGBT. Madonna recebeu em 2019 o prêmio GLAAD (Aliança Gay e Lésbica Contra a Difamação) de “Defensora da Mudança”, sendo a primeira mulher homenageada na categoria. Disponível em: <<https://observatoriogbol.uol.com.br/noticias/2019/05/madonna-glaad-awards-o-10-gay-que-conheci-foi-a-1a-pessoa-que-acreditou-em-mim>>. Acesso em: 18 jul. 2020.

³⁴ Disponível em: <<https://f5.folha.uol.com.br/musica/2019/06/sobreviventes-de-massacre-em-boate-criticam-madonna-por-cenas-do-clipe-de-god-control.shtml>>. Acesso em: 18 jul. 2020>

estéticas e discursos contrastantes, que lida com questões extremamente sérias de forma “descontraída”.

O videoclipe de *Batuka* conta com a participação da Orquestra Batukadeiras³⁵, grupo musical de Cabo Verde composto em sua totalidade por mulheres negras. O batuque é uma prática artística que data do século XVIII e que envolve a resistência negra feminina desde a época do regime escravocrata português. Suas vozes constroem, junto com a de Madonna, um coro que pode ser ao mesmo tempo um grito de luta e um mantra de salvação de uma coletividade de mulheres que cuidam umas das outras. As artistas contam que juntas se sentem mais seguras perante as opressões vivenciadas diariamente.³⁶

Figura 5 – Cenas do videoclipe de *Batuka*



Fonte: Reprodução/Youtube

Madonna, uma mulher branca que tratou diversas vezes sobre machismo e sobre empoderamento e sororidade femininas em suas obras, traduziu suas vivências em Portugal para uma obra audiovisual que, ao explorar bastante o campo do sensível, pode ser também interpretada de

³⁵ Disponível em: <<https://www.dn.pt/cultura/interior/novo-video-de-madonna-com-as-batukadeiras-de-cabo-verde-aprendi-muito-com-estas-mulheres-11130496.html>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

³⁶ Disponível em: <<https://observador.pt/especiais/quem-sao-as-batukadeiras-de-cabo-verde-que-encantaram-madonna/>>. Acesso em: 21 abr. 2020.

três formas: uma tentativa de dar visibilidade a discussões identitárias pertinentes e a culturas que se apresentam fora do eixo estadunidense-europeu da indústria; uma apropriação de culturas em prol de um sucesso comercial; ou um produto que se vende por meio de lógicas de resistência e de diversidade cultural. Quando perguntada sobre o porquê do lançamento de um álbum tão progressista, a artista aponta:

Porque não há vozes suficientes, sério. Não acho que existam pessoas suficientes – não só cantores ou artistas –, não há uma boa quantidade de indivíduos, seres humanos célebres manifestando-se ou usando seu poder, sua potência, suas plataformas para fazer, afetar, inspirar uma mudança. Acho que a maioria prefere, preocupa-se mais em ser popular e não irritar, não perturbar demais o *status quo*. Não conheço muitas pessoas no meu meio profissional que sejam francas e políticas – talvez algumas. (...) A história se repete, então agora estamos adentrando um período de extrema direita, conservadorismo exacerbado, de mentes fechadas e é uma reação, tudo é uma reação. (MADONNA, 2019, informação verbal, tradução nossa)³⁷

A declaração da artista evidencia tanto a falta de engajamento político por parte dos artistas de seu ciclo de contatos (visto que Madonna é um dos maiores nomes do entretenimento e que atreladas a ela estão também diversas outras celebridades de grande porte) como a possibilidade de ir contra os moldes e predefinições da própria indústria. Entretanto,

³⁷ Because there are not enough voices, seriously. I don't think enough people – not just singers or entertainers – I think, there aren't enough high-profile individuals, human beings, who are speaking up and using their power, their potency, their platforms to make change, to affect change, to inspire change. I think most people would rather, are more concerned with being popular and not upsetting, rocking the boat too much. I actually don't know a lot of people in my business that are outspoken and political – maybe a handful. (...) History repeats itself, so right now we're going into a period of extreme right, extreme conservatism, extreme narrow-minded thinking and it's a reaction, everything's a reaction." Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LQVt_gkMNcR4>. Acesso em: 21 abr. 2020.



como demonstrado, mesmo a mais subversiva das obras está inserida nas lógicas capitalistas modernas – o que não invalida, contudo, suas potencialidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em “O autor como produtor”, Walter Benjamin (2012) defende que uma obra artística precisa ter uma tendência política que vá de encontro aos ideais burgueses e fascistas; demonstrar qualidade; inspirar outros produtores e democratizar os modos de produção. Enquanto este último fator mostra-se mais difícil – visto que os modos de produção, como demonstrado, vão para além do artista na indústria fonográfica –, podemos observar que Madonna trouxe discussões políticas pertinentes frente à onda de conservadorismo que tem tomado os governos no fim da última década e que a obra pode ainda servir como exemplo de como abordar política e subversões estéticas dentro dos moldes da música pop.

A pluralidade de sonoridades, línguas, visuais, discursos e referências confere a *Madame X* uma estética que vai de encontro às fórmulas estritamente padronizadas da música pop estadunidense e que explora sentidos que vão além do padrão do eixo americano-europeu de produção e consumo. Como estética e política andam juntas, a obra apresenta também discursos verbais e não verbais que contêm lógicas de luta e de resistência perante às necropolíticas de extermínio de grupos sociais histórica e socialmente oprimidos. E como produto da indústria cultural, o álbum revela ainda contradições, apropriações, capitalismo...

O objetivo da pesquisa não foi encontrar as reais motivações de Madonna ao fazer um álbum com teor político – se é que isso é possível



– e classificar o produto como unicamente “engajado, subversivo e de resistência” ou como “apropriador, manipulador e forjado”, visto que tal dicotomia não consegue mais abranger uma análise mais apropriada dos produtos da música pop. O trabalho visou, portanto, a contornar o fenômeno em seu estado atual e observar suas contradições por meio de diferentes (e em alguns níveis contrastantes, porém dialogáveis) perspectivas teóricas para que se faça possível uma compreensão mais detalhada de suas potencialidades e limitações.

Comunicação tem se construído como um campo epistemológico fronteiro que revela não apenas diálogos com diferentes áreas, mas com diversas perspectivas teóricas. Fenômenos comunicacionais revestem-se do mesmo caráter de ponte da ciência que os estuda, sendo, portanto, responsáveis por formar ligações tão complexas quanto contraditórias. Produtos como os da música pop são objetos de análise pertinentes para a área por evidenciarem tais relações paradoxais e ricas de sentidos e interpretações, visto que tanto a arte como a mídia são substancialmente ambíguas e engajadoras.

Trata-se de perceber que no atual momento do capitalismo é possível reconhecer lógicas de resistência, de subversão e de relativa autonomia que compõem interfaces com lógicas de mercado e de apropriações culturais. Tendo em mente que não há como fugir da indústria do entretenimento – mas que se pode e deve questioná-la e consumi-la de forma mais consciente – e que a música pop está inserida nos mais diversos espaços, é necessário observá-la também como plataforma contraditória que, como meio de comunicação de massa, constrói conexões, engajamentos, afetos e desafetos entre os mais diversos setores da sociedade.



REFERÊNCIAS

ADORNO, T. W. A indústria cultural. In: COHN, G. (org.) **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987. p. 287-295.

ADORNO, T. W. Sobre Música Popular. In: COHN, G. (org.) **Coleção Grandes Cientistas Sociais**. São Paulo: Ática, 1986. p. 115-146.

BATUKA. Direção de Emmanuel Adjei. Interpretação de Madonna. [S.l.]: Interscope Records, 2019. Vídeo online (6 min). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=nU2eApGw_TU. Acesso em: 18 nov. 2020.

BENJAMIN, W. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2012.

DARK BALLET. Direção de Emmanuel Adjei. Interpretação de Madonna. [S.I.]: Interscope Records, 2019. Vídeo online (6 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=6Uagw4zser8>. Acesso em: 18 nov. 2020.

GOD CONTROL. Direção de Jonas Akerlund. Interpretação de Madonna. [S.I.]: Interscope Records, 2019. Vídeo online (8 min). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=zv-sdTOW5cs>. Acesso em: 18 nov. 2020.

GUERRA, P.; BITTENCOURT, L.; EVANGELISTA CUNHA, S. “Madonna, Like a Virgin: (Pós)Feminismos e as Maternidades dos Videoclipes de Madonna”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41, 2018, Joinville. **Anais**. Santa Catarina: Intercom, 2018, v. 1, p.1-14.

JANOTTI JUNIOR, J. “Música Popular Massiva e Comunicação: um universo particular”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 30, 2007, Santos. **Anais**. São Paulo: Intercom, 2007. v. 1, p. 1-15.



MADONNA. *American Life*. Hollywood; Londres: Warner Music, 2003. 1 CD (49 min).

_____. *The Confessions Tour*. Londres: Warner Music, 2007. 2 CDs (73 min).

_____. *Madame X*. Lisboa; Londres; Los Angeles; Nova Iorque: Interscope Records. 2019. 1 CD (56 min).

MEDELLÍN. Direção de Diana Kunst e Mau Morgó. Interpretação de Madonna. [S.I.]: Interscope Records, 2019. Vídeo online (7 min). Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=xAxNaLAR2to>>. Acesso em: 18 nov. 2020.

RINCÓN, O. “Lo pop-pular está de moda: sobre culturas bastardas y quilombos pop-líticos”. In: *Voces Abiertas: comunicación, política y ciudadanía en América Latina*. MARTIN BARBERO, J. et. al. Buenos Aires: CLACSO, 2015. p. 179-213.

ROSA, R. A. da. **Música e mitologia do cinema: na trilha de Adorno e Eisler**. Ijuí: Unijuí, 2003.

SOARES, T. Percursos para estudos sobre música pop. In: SÁ, S. P. de; CARREIRO, R; FERRAZ, R. (org.) **Cultura pop**. Salvador: EDUFBA; Brasília: Compós, 2015. p. 19-33.

TORRE, B. D. Abaixo da superfície: adorno e o cinema reconsiderado. **Novos Estudos - Cebrap**, v. 38, n. 2, p. 477-493, ago. 2019. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0101-33002019000200477. Acesso em: 18 nov. 2020.

VIANA DE PAULA, R.; SÁ, S. P. de. “Strike a Pose – A mediação do videoclipe Vogue nas performances de corpos LGBT no carnaval das escolas de samba”. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 41, 2018, Joinville. **Anais**. Santa Catarina: Intercom, 2018, v. 1, p.1-19.