

“Let me blow up this house tonight”: Narrativas jornalísticas sobre a expressão estética de Madonna no Grammy Awards 2023

Igor Lacerda¹
Rafael Nacif de Toledo Piza²
Ricardo Ferreira Freitas³

Resumo: O propósito deste trabalho é compreender como Madonna construiu e vendeu sua imagem durante seus anos de carreira, adquirindo admirações e críticas de diferentes públicos. Para isso, realizamos uma análise bibliográfica a fim de entender a trajetória da artista, suas lutas a favor da diversidade de sexualidade e gênero, assim como a reconstrução de suas imagens midiáticas durante quatro décadas de trabalho. Além disso, analisamos três colunas da Folha de São Paulo, um dos maiores jornais brasileiros, a respeito da expressão estética da cantora no Grammy Awards, realizado em Los Angeles, nos Estados Unidos, em 5 de fevereiro de 2023. Considerando aspectos como gênero e idade, utilizamos a análise de narrativas para fazer uma leitura crítica e aprofundada das colunas: “Madonna rebate críticas sobre o rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia” (7 de fevereiro de 2023); “Criticar aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia” (10 de fevereiro de 2023); e “Madonna mostrou o que é ser uma ‘velha ridícula’ na noite do Grammy” (10 de fevereiro de 2023). Seguindo as diretrizes de Bastos e Biar (2015), consideramos que a análise de narrativas é um método qualitativo, interpretativo e dialógico capaz de descrever eventos, períodos históricos e perspectivas sociais de determinada sociedade. Em conclusão, a Folha de São Paulo produziu múltiplos sentidos a respeito das plásticas, das roupas e dos comportamentos de Madonna na noite do evento. O mesmo jornal que divulgou narrativas misóginas e etaristas a respeito desta referência da cultura pop, incentivando preconceitos sobre gênero e idade, também abriu um espaço para lembrar produções que marcaram o passado e divulgar trabalhos atuais e futuros.

Palavras-chave: Madonna; Cultura Pop; Corpo Feminino; Narrativas Jornalísticas; Modificações Corporais.

¹ Doutorando em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), com bolsa CAPES. E-mail: igorlacerdasa@gmail.com.

² Doutor em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social (PPGCOM) da UERJ (2020).. E-mail: rafaelnacifdetoledopiza@gmail.com.

³ Doutor em Sociologia - Université Paris V (René Descartes), com bolsa da CAPES. É bolsista PQ2 do CNPQ e Cientista do Nosso Estado da Faperj. E-mail: rf0360@gmail.com.

I just wanna have fun tonight
(Blow up this shit tonight)
Pull me under the flashing light
Let me blow up this house tonight
(Gonna blow up)
(MADONNA, 2015)⁴.

As investigações sobre Madonna na atualidade ainda são essenciais, mesmo que outras artistas como Lady Gaga, Beyoncé, Rihanna e Taylor estejam fomentando a cultura *pop* com turnês, polêmicas e *hits* de sucesso. Consideramos que Madonna, além de ter sido precursora dessas artistas e de ter aberto um caminho para elas, tem se mostrado como um ícone popular sobrevivente e resistente. Soube reinventar sua imagem durante os anos iniciais de carreira, durante a juventude, e, agora, com 64 anos, continua se reinventando e em destaque nas mais diferentes mídias. Portanto, assim como Moraes (2014), pensamos que, embora a cultura *pop* seja um território de fenômenos duradouros, a grande exposição das mídias digitais tem reconfigurado o cenário: “a noção de tempo e espaço perdeu a rigidez anterior [...] num momento em que pessoas e organizações se comunicam em tempo real e, simultaneamente, fenômenos de outros tempos ganham novos espaços de circulação e exposição” (MORAES, 2014, p. 101-102). Mais do que um produto, Madonna continua sendo produtora de cultura. No âmbito do consumo, continua a exercer sua influência sobre os sujeitos.

De acordo com Soares e Lins (2017), o *pop* é um gênero que se apresenta como “universal”, supostamente direcionado a um público abrangente, mas que, na verdade, é endereçado a adolescentes e jovens. “O *pop* e o *rock* foram proclamados não apenas gêneros musicais, mas terrenos de reforço da identidade jovem, onde o “adulto” se tornou sinônimo de chato, corroborando as inúmeras associações negativas relacionadas

⁴ Eu só quero me divertir essa noite/ (Explodir essa porcaria hoje à noite)/ Me puxe para baixo dos flashes de luz/ Me deixe explodir esse lugar, hoje à noite/ (Vai explodir) (Bitch I’m Madonna, Madonna, 2015 – tradução nossa)

à idade (SOARES E LINS, 2017, p. 65). Sendo assim, não é comum que uma artista como Madonna permaneça em destaque por quatro décadas, exercendo seu trabalho e ocupando espaços originalmente destinados aos artistas mais jovens. Assim como os autores, compreendemos que Madonna está na contramão de seus contemporâneos, afastados do mercado por ostracismo ou morte. Ela desafia a cultura juvenil, da qual também ajudou a construir, permanecendo, mesmo com mais de 60 anos, no *mainstream*. Como o *pop* é um gênero relativamente novo, podemos considerar que o envelhecimento de artistas e fãs também é um fenômeno recente: “estudos sobre a música popular sempre estiveram mais atrelados à ideia de ruptura com o passado do que necessariamente à ideia de um *continuum* (conectando experiências passadas, presentes e futuras)” (SOARES E LINS, 2017, p. 65).

Além disso, no caso específico de mulheres, especialmente aquelas que já foram símbolos sexuais no imaginário popular, elas são mais vulneráveis aos abusos e preconceitos relacionados à idade, esclarecem Simões et al. (2021). Agora, com mais de 60 anos, Madonna é um caso interessante de estudo visto que sua marca artística sempre expressou a natureza sexual, a rebeldia e a juventude. De acordo com Simões et al. (2021), no passado as performances de Madonna eram sexualizadas e serviam de inspirações para os mais jovens, mas atualmente, por causa de sua idade, suas aparições são consideradas “grotescas”. O que causa repulsa, para os autores, não é o corpo modificado de Madonna em si, mas o conhecimento de sua idade real.

Sendo assim, considerando aspectos como gênero e idade, o objetivo deste trabalho é entender como a *superstar pop* Madonna construiu e vendeu sua imagem durante seus quarenta anos de carreira, adquirindo deslumbramentos e críticas de diferentes grupos. Para atingir esse propósito, por meio de uma análise bibliográfica, destacamos suas imagens midiáticas e lutas pela diversidade, especialmente pelo direito de mulheres-cis e Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais/Transgêneros/Travestis, Queer, Intersexual, Assexual, Pansexual e outros (LGBTQIAP+). Depois disso,

analisamos colunas da Folha de São Paulo, um dos maiores jornais brasileiros, a respeito da aparência da cantora na noite do *Grammy Awards*, em Los Angeles, nos Estados Unidos, em 5 de fevereiro de 2023. Em outras palavras, revelamos que no passado, quando jovem, ela era entendida como revolucionária, rebelde e bela, mas, atualmente, depois de envelhecer, tem suas escolhas e atitudes criticadas de forma misógina e etarista pelo jornalismo, como se tivesse perdido seu valor com o passar do tempo.

Utilizamos a análise de narrativas como metodologia com o intuito de investigar e problematizar as seguintes colunas da Folha de São Paulo: “Madonna rebate críticas sobre o rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia” (7 de fevereiro de 2023); “Criticar aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia” (10 de fevereiro de 2023); e “Madonna mostrou o que é ser uma ‘velha ridícula’ na noite do Grammy” (10 de fevereiro de 2023). Segundo Bastos e Biar (2015), a narrativa corresponde à ação de contar histórias em contextos cotidianos e em situações supostamente imparciais, como nos veículos de comunicação. Este, portanto, é um método qualitativo, interpretativo e dialógico, interessado em descrever eventos da vida social e tensionar os sentidos produzidos enquanto a narrativa é elaborada e circula. Para as autoras, esta metodologia é uma ferramenta que promove o diálogo e ressalta o entendimento da narrativa como prática social constitutiva da realidade, possuindo processos de resistência e reformulação de significados. Como Spink (2010), pensamos a produção de sentidos por meio da narrativa como um processo interativo, afinal não é possível produzir sentidos individualmente. “O sentido é sempre interativo: os enunciados de uma pessoa estão sempre em contato ou são endereçados a uma outra pessoa e esses endereçamentos se inter-animam mutuamente” (SPINK, 2010, p. 35).

Madonna: um fenômeno da cultura pop

Segundo Kellner (2001), pensar em Madonna é considerar grandes estratégias de marketing e produção que foram capazes de vender músicas, fotografias, vídeos, bens de consumo, estilos de vida e a própria imagem da artista. Ainda que ela tenha vivenciado fases de fracasso de público e crítica, especialmente em seus filmes, Madonna conseguiu fazer os contatos certos, trabalhando ao lado de grandes músicos, produtores e marcas. Kellner (2001, p. 342) diz que “Madonna é sua publicidade e sua imagem, e o fenômeno Madonna é, portanto, um grande sucesso de marketing e propaganda”. Devido a isso, adquiriu uma legião de admiradores de todas as idades, gêneros e orientações sexuais graças à sua capacidade de produzir imagens distintas a respeito de sua vida e seu trabalho, sendo, assim, vendável a vários nichos.

De acordo com Kellner (2001), para entender o “fenômeno” Madonna é preciso analisar suas estratégias de marketing, os modos que ela vendeu diferentes imagens e, por isso, conquistou diferentes públicos, tornando-se uma *superstar pop*. Conforme o autor, para entender esse “fenômeno” é preciso dar atenção a três períodos estratégicos de sua carreira: “Madonna I – objeto sexual”; “Madonna II – quem é essa garota?”; e “Madonna III – ambição loira”.

No primeiro período (Madonna I – objeto sexual), ela lançou o disco *Madonna* em 1983 e as canções *Lucky Star* e *Holiday* alcançaram grande sucesso por suas características convencionais, populares e dançantes. Seu público era formado por adolescentes, principalmente porque seus videoclipes passaram a dominar a MTV, um canal de música relativamente novo muito assistido pela juventude da época. “Madonna estava surgindo como uma das primeiras *superstar* da MTV, e seus videoclipes logo venderam sua imagem a um enorme público” (KELLNER, 2001, p. 343). *Lucky Star* foi o primeiro clipe gravado e mostrava a cantora como um objeto sexual libidinoso, uma dançarina cheia de energia e lançadora de uma moda até então inovadora, que

representava jovialidade, liberdade, vivacidade, dinâmica, atração e sedução. Nesse vídeo, ela vestia uma saia preta, justa e curta com colante preto por baixo. Por cima, usava uma blusa larga de renda preta que exibia o corpete da mesma cor. Para segurar a saia, era usado um cinto largo cheio de correntes. Seus acessórios eram uma tiara preta, que contrastava com os cabelos loiros, brincos em formato de crucifixo e estrela. Completando esse visual, usava meia preta acima da canela e uma bota de cano baixo.

Madonna tornou-se um modelo de moda adolescente *flashy trash*, que suas famigeradas imitadoras copiavam servilmente. Ela vinculava moda, exibicionismo e sexualidade agressiva, associando a irreverência em matéria de moda à rebeldia sexual e ao uso não convencional de símbolos religiosos como crucifixos. Assim, Madonna legitimava a moda e o comportamento sexual não convencionais, cativando um público jovem que se sentia estimulado pelo seu desdém aos códigos e às convenções tradicionais [...] Madonna transformou-se em importante figura da cultura *pop* quando começaram as suas turnês em 1985 e ela deu início, conscientemente, ao marketing de sua própria imagem e de um amplo espectro de artigos de moda vestidos com a grife *Boy Toy* (KELLNER, 2001, p. 344-346).

No segundo período (Madonna II – Quem é essa garota?), em 1985, Madonna tinha chegado à indústria musical para ficar: “vendeu 16 milhões de discos, entre *singles* e álbuns. Alcançou o primeiro lugar das paradas com *Like a Virgin* e *Crazy for You* [...] e passou 17 meses entre os vinte primeiros lugares em venda de *singles* (Barbara Streisand levou 17 anos para conseguir o mesmo)” (KELLNER, 2011, p. 350). Nessa época, ela estreou a turnê *Virgin*, se consagrando como a artista de maior sucesso da música *pop*, “seu primeiro álbum, *Madonna*, vendera mais de três milhões de exemplares, e o álbum *Like a Virgin*, 4,5 milhões nos Estados Unidos e 2,5 milhões no resto do mundo, no início de 1985” (KELLNER, 2011, p. 351). Entre 1987 e 1989, segundo o autor, ela emagreceu com dietas e exercícios físicos, além de mudar completamente seu estilo de roupa e cabelo, recorrendo à alta-costura e ao cabelo mais loiro, ondulado e macio a fim de transmitir mais credibilidade. Tinha deixado as roupas baratas do estilo *flash-trash*, que atraía adolescentes, e agora transmitia a imagem convencional da mulher de sucesso, bonita, magra e que usava roupas, cosméticos e

joias caras. Dito de outra forma, a segunda fase da cantora consistiu em legitimar a moda e as imagens femininas tradicionais e em ceder um espaço, ainda raro, para negros e hispânicos em suas produções artísticas.

Madonna adotou estilo e postura mais tradicionais, e tentou aparentar mais respeito aos papéis tradicionais dos sexos [...] resolveu descartar-se da imagem de gatinha *sexy* e vadia, objeto sexual, para adotar uma imagem feminina mais convencional [...] embora tivesse atraído adolescentes no início da carreira, rapidamente conquistou plateia entre as minorias étnicas, com o uso de personagens e da cultura hispânica e negra nos vídeos e no palco. A fase *True Blue* [álbum de 1986] agregou um público mais velho e, talvez, mais conservador, por intermédio da exploração de imagens e tipos de músicas mais tradicionais (KELLNER, 2001, p. 352-354).

Por mais que Madonna tivesse sido revolucionária em seu tempo, defendendo causas sociais com a coragem que poucas celebridades tinham, é preciso fazer uma ressalva: parte do movimento negro não concordava com as representações feitas pela cantora, pois elas hipersexualizavam pessoas negras e hispânicas, que já sofriam com o preconceito racial, a solidão e a falta de relações saudáveis. Hooks (2019) afirma que Madonna não era aliada à luta antirracista, pois reforçava estereótipos racistas para obter lucro, o que demonstrava a sua falta de desconstrução enquanto mulher branca, bem-sucedida e com um racismo internalizado: “fascinada e ao mesmo tempo invejosa do estilo negro, Madonna se apropria da cultura negra de formas que a ridicularizam e enfraquecem, fazendo com que sua apresentação [e representação de mulher rica e branca] se sobressaia (HOOKS, 2019, p. 287). Sobre esse tema, Kellner (2001, p. 362) esclarece que “Madonna foi acusada por críticos negros de usar muita música negra e omitir as referências aos negros ou a pessoas de cor [hispânicos] da galeria de imagens de *Vogue* [clipe de 1990]”. Em consonância com Hooks (2019), Kellner (2001) clarifica que

Madonna, em última análise, privilegia a brancura, e que as pessoas de cor ao seu redor simplesmente salientam sua brancura distintiva. Ademais, os vídeos clipes e os shows são réplicas do poder e da superioridade dos brancos, mostrando que Madonna está no controle total de todas as pessoas, ofuscando-as. De qualquer forma, a complexidade e a sensibilidade das questões raciais, sexuais e de orientação sexual e de classe que Madonna desafia demonstram a coragem de abordar temas controversos que poucos artistas famosos do cenário musical atacam com a sua constância e provocação (KELLNER, 2001, p. 362).

No terceiro período (Madonna III – a ambição da loira), em 1990, ela “continuou a forçar os limites da representação sexual e tornou-se um símbolo da liberação sexual” (KELLNER, 2001, p.357). Nessa época, foi mais intensa sua defesa aos direitos de pessoas LGBTQIAP+ e de mulheres heterossexuais e cisgêneras. No auge da epidemia de HIV/Aids, a cantora foi uma das primeiras celebridades a falar sobre prevenção durante o ato sexual, em uma época que os preservativos eram pouco conhecidos e os tratamentos não eram tão eficientes (ASINELLI-LUZ; JÚNIOR, 2008). Em um momento histórico de grande medo e preconceito (MENECHIN, 1996), Madonna falava que o vírus não era exclusivo da comunidade LGBTQIAP+ e os casais heterossexuais-cisgêneros não estavam imunes. Sua defesa à causa não ficou restrita ao discurso, também se estendeu à prática: em 1987, durante o show *Who's That Girl Tour*, exibiu uma faixa escrita *safe sex* (sexo seguro), ressaltando a importância do uso de preservativos; em 1989, o encarte do álbum *Like a Prayer* trazia informações sobre formas de prevenção e a lembrança de que pessoas heterossexuais não estavam imunes ao vírus, como pensavam na época (BRASILEIRO; FREITAS, 2006); e em 1990, durante a turnê *Blond Ambition*, a cantora empregava dançarinos assumidamente soropositivos, o que era um grande feito já que eram comuns as demissões motivadas pelo preconceito (NETO, 2012). Com o avanço dessa doença, Madonna perdeu alguns amigos e colaboradores, como o coreógrafo Christopher Flynn, o fotógrafo Martin Burgoyne e o artista plástico Keith Haring. Sensibilizada com essas e outras mortes, a artista participou da campanha *Musicians for life*, da *National AIDS Network*, onde

transmitiu uma mensagem pública sobre sexo seguro e formas de prevenir a contaminação pelo HIV (VIDEO CLASSICS, 2019).

Tendo em vista sua luta pela libertação sexual, em 1992 foi lançado o livro *Sex*, com cliques do fotógrafo Steven Meisel e produção do grupo *Warner Bros*, onde a cantora encarnou uma personagem sadomasoquista chamada Dita Parlo, que estava acompanhada de parceiros sexuais como a atriz Isabella Rossellini, os rappers *Big Daddy Kane* e *Vanilla Ice*, a modelo Naomi Campbell e o ator de filme pornográfico Joey Stefano. No mesmo ano, em conjunto com o livro fotográfico, o álbum musical *Erotica* foi lançado, permitindo que os consumidores mergulhassem naquele universo hiper-real de prazer, dominação por parte de Madonna e submissão de seus convidados, como explica Gusmão (2019):

Quando adquirido, o consumidor é obrigado a romper a capa de papel laminado que encobre o livro, em ato alusivo à abertura de uma embalagem de preservativo. Ambas são ações que precedem um ato de prazer, aqui prometido pela degustação de imagens nunca antes veiculadas por uma celebridade de tal grandeza. Em seguida, o livro se apresenta gélido com capa de alumínio, sendo que ao fundo a marca (X) faz referência ao poder de Madonna expresso em sua vagina. [...] As imagens são dispostas de forma assimétrica em tonalidades escuras, mescladas com textos eróticos redigidos em fontes rudes. Os ambientes *underground* das fotografias se harmonizam com os objetos fetichistas e com os figurinos (ou falta deles) ali expostos. Algo também presente no videoclipe “*Erotica*” e no conceito estético ao qual o álbum foi estruturado, cujas canções trafegam entre um jazz cálido (“*Where Life Begins*”) e um funk agressivo (“*Waiting*” e “*Did You Do It*”). A ambiência é bastante nova-iorquina e Madonna sempre na condição yuppie dominante, fazendo uso de seu lugar de poder como anfitriã da contemplação luxuriosa, é o ímpeto imediatista sob o slogan “*I’ll teach you how to fuck*” (GUSMÃO, 2019, p. 73-74).

Assim como Gusmão (2019), entendemos que, ao tratar do conjunto livro *Sex* e álbum *Erotica*, é preciso levar em conta a relação dialética estabelecida entre Madonna e seu tempo, pois artistas como ela personificam seu período histórico e produzem materiais que são capazes de revelar suas convicções a respeito dos valores sociais de uma época. Segundo Meneghin (1996), a Aids representava o medo do desconhecido e

a incerteza diante de uma doença recém-descoberta, o que fazia emergir ainda mais preconceitos em relação à comunidade LGBTQIAP+, mais atingida pelo vírus. Para o autor, a ignorância, a desinformação e a ausência de programas educativos levaram alguns sujeitos conservadores a pensarem na morte desse grupo como punição divina. Por sua vez, a comunidade em questão apresentava preocupação excessiva em relação ao sexo, recorria à abstinência sexual e tinha prejuízos em relação à saúde mental.

Sendo assim, consideramos que os dois lançamentos de 1992 (*Sex e Erotica*) vão contra as visões limitantes desses dois grupos: HIV/Aids não eram castigos de figuras divinas pelo livre exercício da sexualidade, nem deveria levar à abstinência sexual por medo do contágio. Em conjunto, os dois trabalhos de Madonna mostravam que o sexo não era ruim, nem sujo, muito menos deveria ser proibido. Todos podiam sentir prazer das mais diferentes formas, desde que o preservativo fosse utilizado nas práticas sexuais. Além disso, em uma época em que o exercício da sexualidade feminina era ainda mais reprimido, Ziviani (2021) esclarece que Madonna também colaborou com a liberdade das mulheres ao incorporar gestos e peças de vestuário entendidas socialmente como masculinas em suas apresentações, questionando padrões de gênero. Também defendeu que as mulheres tinham direito ao gozo, assim como os homens. Por meio de seus shows, fotos e vídeos, apoiava o direito ao prazer feminino, a elas serem o que quiserem e a agirem como acharem melhor. “Com personalidade-chave na resistência e na luta pela derrocada de tabus na música e nos costumes, Madonna tornou-se um símbolo na comunicação de mensagens progressistas, através das quais questiona o conservadorismo” (ZIVIANI, 2021, p. 45). No entanto, por mais que Madonna tenha sido revolucionária em seu tempo, defendendo causas com uma coragem que poucas figuras públicas possuíam, é preciso fazer uma ressalva: seu trabalho não representava todas as mulheres, as negras (HOOKS, 2019) e as hispânicas (KELLNER, 2001) questionavam suas representações em diversas apresentações artísticas.

De acordo com Kellner (2001), as mídias tradicionais censuraram a divulgação do livro *Sex* e do álbum *Erotica*, incluindo a MTV, emissora responsável pela divulgação dos primeiros trabalhos da cantora. O mesmo conjunto de mídias que tornou a artista um fenômeno de vendas por causa de seus quatro primeiros discos: *Madonna* (1983), *Like a Virgin* (1984), *True Blue* (1986) e *Who's That Girl* (1987). Segundo Junior (2010), com pouco espaço nos grandes veículos de comunicação para a divulgação de suas criações, o “conteúdo político-estético” de Madonna passou a ter mais força entre os grupos de sexualidades “desviantes” (todas aquelas que não correspondiam aos valores do homem cisgênero, branco, rico e cristão). Para o autor, o domínio desse nicho específico de mercado foi estratégico na carreira de Madonna: “estratégico, pois num só golpe garante a verdade de si [incluindo seus desejos e suas vontades] e legitima a cantora como artista, rompendo com a aura de estrela *pop* adolescente com poucos recursos musicais” (JUNIOR, 2010, p. 35).

No decorrer da década de 1990, Madonna intensificou sua construção identitária enquanto artista. “Seus clipes foram se tornando cada vez mais complexos, ou tentavam expandir as fronteiras do permissível nos papéis masculino e feminino, da sexualidade aberta, da paródia da religião” (KELLNER, 2001, p. 359). Cada vez mais, ela ressaltava que masculino e feminino eram construções sociais e, portanto, poderiam ser desconstruídas: os homens poderiam ocupar os lugares femininos, e as mulheres os masculinos. “Durante a turnê *Blond Ambition*, Madonna fez uma representação desconstrutiva, brincando com os papéis sexuais, usando frequentemente roupas masculinas e declarando que era ela quem mandava, ocupando, assim, posições masculinas” (KELLNER, 2001, p. 360).

Contudo, segundo Kellner (2001, p. 360), “Madonna não subverte as relações de dominação, nem oferece imagens igualitárias das relações. Assim como ocorre com a desconstrução conservadora, Madonna apresenta as oposições binárias que constituem nossa cultura e sociedade”. Por outro lado, Guerra, Bittencurt e Cunha (2018, p. 02)

ressaltam que a cantora utilizava as estratégias disponíveis em seu tempo para “desafiar os valores tradicionais sobre o sexo e os gêneros, sobretudo nos videocliques em que desconstrói o gênero e demonstra a multiplicidade sexual, o que a leva a trazer para o centro grupos até então nas margens”. Em resumo, assim como Pereira e Penalva (2014, p. 178) esclarecem, a artista constrói “identidades múltiplas e fragmentadas de si própria, sem comprometimento com a continuidade ou a coerência; reinventando-se de tempos em tempos, derrubando velhos valores e promovendo novos”.

Assim como Soares e Lins (2017), pensamos que Madonna é uma voz branca, hegemônica e rentável, mas que de certa forma esteve atenta a demandas de gênero e sexualidade de seus tempos. As condições desiguais para homens e mulheres na indústria fonográfica e fora dela orientaram a produção artística da cantora, consolidando-a, assim, como a voz expressiva na representação de sexualidades e gêneros nas várias mídias ao redor do mundo, como esclarecem Soares e Lins (2017). “O desafio de se manter no centro da indústria dominada por homens parece ter sido um alvo tão importante da cantora quanto a universalidade das questões femininas [e das sexualidades]” (SOARES E LINS, 2017, p. 58). Sendo assim, como os autores, pensamos que o fazer político de Madonna corresponde a sua permanência nessa indústria, apesar das adversidades sociais, especialmente de gênero e etárias.

O envelhecimento feminino na cultura pop

Madonna, desde o início de sua presença midiática, ainda em 1983, quando lança o primeiro disco com o seu próprio nome, transmite os “códigos culturais da eterna juventude” que afirmam que o corpo deve ser saudável, ter vitalidade e beleza, além de ser rebelde, irreverente e contrário às normas sociais de seu tempo, como esclarecem Prodanov e Noronha (2020). Esses códigos culturais asseguram que “a mulher bonita está associada à juventude. Se ela for velha, ainda assim poderá ser

considerada jovem se utilizar os artefatos corretos” (PRODANOV E NORONHA, 2020, p. 258).

A juventude é uma fase e tende a ceder espaço a outra: o envelhecimento. Para Prodanov e Noronha (2020, p. 258), esses códigos culturais ou construções sociais passaram a ditar o que é certo ou errado, em questões de beleza, na vida das mulheres: “foi a partir do conceito de corpo normal, saudável [e jovem] que o corpo da mulher envelhecida passou a ser considerado errado, pois não possuía os sinais da juventude e, conseqüentemente, da saúde e vitalidade”. Essa pressão social, para os autores, teria desencadeado uma busca constante por cirurgias plásticas e tratamentos estéticos na tentativa de retomar ao corpo ideal, belo e jovem.

Segundo Postinguel e Pinheiro (2018), Madonna é antídoto e veneno. É veneno, pois, enquanto um produto da indústria capitalista que gera bastante dinheiro, fomenta as construções sociais da juventude. É antídoto porque ocupa espaços massivos para expor questões socialmente relevantes, agora sobre gênero e idade. “Mais do que a venda de um ideal de corpo, estilo de vida e beleza, Madonna também é refém da própria lógica que oferta ao consumo” (POSTINGUEL E PINHEIRO, 2018, p. 08). Assim, segundo os autores, a cantora que sempre prezou pelo corpo sensual, charmoso, sexualmente ativo e esbelto, passou a ser criticada por suas cirurgias plásticas, tratamentos estéticos, ginásticas e dietas rigorosas. Certeau (2008) revela que as oscilações do cotidiano demandam diferentes formas de se apresentar e responder às demandas do mundo contemporâneo. Os sujeitos, portanto, realizam práticas de imitação, recriação e ressignificação de formas de ser e de agir, especialmente por intermédio dos deslocamentos, marcas e modificações em seus corpos. Afinal, para o autor, os corpos estão carregados de discursos, apresentando, assim, complexos processos de poder e comunicação.

Nos jornais mundiais, o corpo modificado de Madonna transmitiu poderes e comunicações na noite da entrega dos prêmios *Grammy Awards*, uma das maiores

celebrações musicais do continente americano, ocorrida em Los Angeles em 5 de fevereiro de 2023. No portal da Folha de São Paulo, um dos maiores jornais brasileiros, foram publicadas quatro colunas: “Madonna rebate críticas sobre o rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia” em 7 de fevereiro de 2023, “Críticas à aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia” e “Madonna mostrou o que é ser uma ‘velha ridícula’ na noite do *Grammy*”, ambas em 10 de fevereiro de 2023.

A coluna “Madonna rebate críticas sobre rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia” replicou uma postagem da cantora em seu perfil do Instagram: “Ela alegou que a imagem foi distorcida, reclamou da repercussão e ainda lamentou ter tido seu discurso ofuscado por preocupação com estética” (MADONNA..., 2023). De fato, no palco, a cantora fez um potente discurso sobre a diversidade e a importância das pessoas trans para a indústria musical e a sociedade no geral. Madonna anunciou o prêmio de melhor dupla pop, ganhado por Sam Smith, uma britânica não-binária, e Kim Petras, uma mulher transsexual alemã, pela música *Unholy* de Smith. Inclusive, Petras, a primeira mulher transsexual a ganhar um prêmio em 65 edições do evento, agradeceu à Madonna por lutar pelos direitos das pessoas LGBTQIAP+, reconhecendo que não teria tanta visibilidade se não fosse pelo ativismo prévio da artista pop (GRAMMY AWARDS, 2023).

Estão prontos para um pouco de polêmica? [...] Então, isso é o que aprendi após 4 décadas na música: se te chamam de chocante, escandalosa, encrenqueira, problemática, provocativa ou perigosa, você definitivamente está caminhando para algo [...] estou aqui para agradecer a todos os rebeldes por aí, que estão abrindo um novo caminho, e enfrentando a pressão por tudo isso. Vocês precisam saber, vocês, encrenqueiros, precisam saber que sua falta de medo não passa despercebida, as pessoas te veem e te ouvem e, acima de tudo, te apreciam. E agora, falando em polêmica, sinto um grande prazer em apresentar duas artistas incrivelmente talentosas que se levantaram diante do barulho, da dúvida, dos críticos, das merdas para algo lindamente profano (DISCURSO DA MADONNA NO GRAMMY AWARDS, COLUMBIA BROADCASTING SYSTEM (CBS TV), 2023 – Tradução dos autores).

Em sua conta do Instagram, segundo a coluna “Madonna rebate críticas sobre rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia”, a artista contou: “mais uma vez, sou pega no brilho do preconceito de idade e da misoginia que permeia a sociedade em que vivemos” (MADONNA..., 2023). Além disso, a publicação destacou o seguinte trecho da postagem de Madonna no Instagram: “vivemos em um mundo que se recusa a celebrar a mulher que passa dos 45 anos e sente a necessidade de puni-la se ela continuar obstinada, trabalhadora e aventureira” (MADONNA..., 2023). Fort, Skura e Brisolara (2017) esclarecem que quando a imagem do corpo é utilizada como capital para alcançar o êxito social, os sinais de velhice são interpretados como deterioração de um patrimônio. Envelhecer, nesse caso, é a chegada a um suposto prazo de validade, como se o corpo envelhecido estivesse esvaziado de atributos e qualidades. Desde o início de sua carreira, Madonna fez uso de seu corpo, defendendo um ideal de corpo magro, forte e jovem, para obter lucro. Agora, depois de envelhecer, seu corpo tem sido visto como “fora do prazo de validade” e suas ações cirúrgicas/estéticas têm sido julgadas, ofuscando suas opiniões sobre temas socialmente relevantes.

De acordo com a coluna “Madonna rebate críticas sobre rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia”, tendo como base a postagem da própria cantora na rede social, o corpo, mesmo modificado, não estaria esvaziado de atributos e qualidades, mas serviria para “fazer o pioneirismo”, “tornar a vida das mulheres mais fácil nos próximos anos”, “ser subversivo” e “ultrapassar os limites” no enfrentamento dos padrões corporais.

"Nunca me desculpei por nenhuma das escolhas criativas que fiz nem pela minha aparência ou vestido, e não vou começar. Fui degradada pela mídia desde o início da minha carreira, mas entendo que tudo isso é um teste e estou feliz em fazer o pioneirismo para que todas as mulheres depois de mim possam ter uma vida mais fácil nos próximos anos", observou. Madonna ainda deixou um recado que vai continuar com seu comportamento que definiu como subversivo. "Estou ansiosa por muitos anos de comportamento subversivo, ultrapassando limites, enfrentando o patriarcado e, acima de tudo, aproveitando minha vida", finalizou (MADONNA..., 2023).

Assim como Santos e Mederos (2011, p. 11), pensamos que “não é apenas o corpo, enquanto entidade física, que interessa ao capitalismo. As imagens constituem também objetos fundamentais de apropriação pelo mercado”. Conseqüentemente, frutos do capitalismo, homens e mulheres teriam de manter e construir um corpo voltado ao mercado, idealizado para o consumo, mantendo características específicas como perfeição, naturalidade e jovialidade. Em especial às mulheres da indústria musical, Soares e Lins (2017) destacam que o corpo representa um material simbólico, econômico e social. O regime simbólico que orienta o *mainstream* impõe códigos, afetividades e domesticações que atravessam os corpos das cantoras, se apoiando na utopia de um corpo belo, jovem, produtivo e contrário ao processo natural de envelhecimento. Por outro lado, a coluna da Folha, ao replicar a narrativa de Madonna, reforça que as modificações corporais também servem para afirmar a legitimidade da diferença, a singularidade do corpo e o direito à escrita de si por meio de procedimentos estéticos e farmacológicos, como também afirmam Pinheiro e Carvalho (2017). A excepcionalidade da imagem se oferece como “uma possível resposta a uma alteridade normativa, castradora, arbitrária e, sobretudo, detratora da autenticidade única e desejanter” (PINHEIRO, CARVALHO, 2017, p. 737).

A coluna “Crítica à aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia”, também da Folha de São Paulo, lembra do ativismo da cantora pelos direitos de pessoas LGBTQIAP+, ressaltando sua defesa pelas vítimas do HIV/Aids no decorrer de 1980, pela aprovação do casamento homoafetivo, assim como pelo

reconhecimento de pessoas transexuais e travestis em todos os espaços sociais. Porém, segundo a coluna, “não foi nada disso que se alastrou nas redes sociais. O que chamou a atenção de muita gente foi o visual bizarro de Madonna: as bochechas muito salientes, as sobrancelhas quase invisíveis, as trancinhas” (GOES, 2023).

Ainda, a coluna ressalta que “não foi novidade para quem a segue nas redes. Mas para o espectador médio, que não via Madonna em pessoa há algum tempo, foi um choque. Como a blogosfera costuma ser cruel, não faltaram comentários contundentes” (GOES, 2023). Madonna contra-atacou em suas redes sociais, destacou o colunista:

Madonna nunca foi de levar desaforo para casa e, no dia seguinte, contra-atacou. "O mundo se sente ameaçado pelo meu poder e minha energia. Minha inteligência e minha vontade de sobreviver. Mas jamais me quebrarão", reclamou ela no Twitter. Já no Instagram, jogou a culpa por sua aparência estranha numa "câmera que distorce tudo". A moça é esperta. Com algumas postagens, conseguiu levar a questão para outro patamar. Quem ousasse criticar seu look estaria incorrendo em etarismo, o preconceito contra a idade, e em misoginia, a aversão a mulheres (GOES, 2023).

Dito isso, o colunista afirmou que as críticas à Madonna não eram misóginas e etaristas, como a cantora afirmou em suas redes sociais, mas de espanto: “Madonna, sempre tão zelosa quanto à própria imagem, apareceu horrenda num evento de alcance global” (GOES, 2023). Todavia, de fato, essa narrativa reproduz a misoginia e o etarismo. Conforme Rameiro (2012), a misoginia é um fenômeno caracterizado pelo dicionário como “aversão ao gênero feminino”, mas está além desse sentido restrito: é parte de “um processo com fortes raízes históricas e culturais de negação do feminino, gênero tendente a ocupar lugar social inferior, sem legitimidade, relacionado ao pecado, ao proibido, a tudo aquilo que deve ser recusado” (RAMEIRO, 2012, p. 193). Segundo Vilasanti e Pacífico (2022), por estarem socialmente em um lugar entendido como inferior, as mulheres (especialmente as mais velhas) precisam recorrer a dietas, exercícios físicos e procedimentos estéticos na busca por jovialidade e, conseqüentemente, valorização nos vários âmbitos da vida cotidiana. No entanto, como

explicam os autores, esse corpo feminino envelhecido, mesmo com algumas adequações físicas, continua sendo visto de forma negativa, como doente, frágil, desleixado ou desmotivado a viver. Ou seja, Vilasanti e Pacífico (2022) revelam que o etarismo, um preconceito com o avanço da idade, por atingir principalmente às mulheres, está conectado à misoginia. De forma misógina e etarista, a coluna disse que a artista juntamente com os seus consultores deveria ter escolhido outra roupa, maquiagem, penteado e tratamentos estéticos para se mostrar a um público mundial, como se ela fosse desleixada e desmotivada a melhorar.

Segundo a coluna “Crítica aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia”, as críticas ao corpo envelhecido e modificado não estão restritas às mulheres: “ninguém é poupado por ostentar visuais bizarros, não só as mulheres acima dos 40 anos. Volta e meia algum homem famoso faz uma harmonização facial que o transforma num ET e a web cai matando” (GOES, 2023). No entanto, segundo Rocha e Pimentel (2022), as mulheres são cobradas socialmente a assumirem a “representação feminina ideal”, que corresponde ao corpo belo, delicado, maternal e perfeito. “Responder às cobranças dos quesitos relacionados à estética parece representar para as mulheres uma terceira jornada de trabalho [laboral, doméstico e estético], a qual os homens não são provocados a assumir da mesma forma” (ROCHA, PIMENTEL, 2022, p. 04). Cobrança em relação às unhas, às roupas, às estéticas e ao comportamento são impostas a mulheres, mais que aos homens, reforçam Rocha e Pimentel (2022).

Nem todas as narrativas da Folha de São Paulo questionaram as vestimentas, os comportamentos e os procedimentos estéticos de Madonna. A coluna “Madonna mostrou o que é ser uma velha ridícula na noite do Grammy” conta que “o mundo de 1983, quando Madonna lançou o primeiro disco, era muito diferente do mundo do último domingo. E ficou diferente em parte por causa dela” (RIBEIRO, 2023). Ainda, sugere que “ela já começou a fazer procedimentos estéticos projetados para deixá-la

com o rosto que ela pretende estar no dia 15 de julho, quando faz sua primeira apresentação, em Vancouver, no Canadá” (RIBEIRO, 2023).

De acordo com a colunista, ela poderia desaparecer da mídia e aparecer somente em sua turnê, *Celebration Tour*, pela Europa, Estados Unidos e Canadá em julho de 2023. Nos shows de comemoração das quatro décadas de sucesso, ela apareceria “remoçada” pela “repuxada geral na pele”. Surgiriam dúvidas a respeito de qual procedimento estético teria sido feito, e se ela realmente os fez, como um “mistério da feminilidade” que “adiciona valor às mulheres”. Há “milhares de anos que as mulheres são atormentadas pela ideia que precisam cuidar da aparência de maneira imperceptível, privada, ninguém pode saber” (RIBEIRO, 2023). “A indústria cosmética vive e prospera por conta dos produtos criados para disfarçar os efeitos do envelhecimento. Cremes para rugas, controles de celulite, para manter o pescoço lisinho, corretivo para sumir com as olheiras, rímel para cobrir falhas” (RIBEIRO, 2023). A colunista elucidou que, do ponto de vista social, parece que qualquer modificação corporal é aceitável desde que ninguém saiba.

Madonna não teve vergonha de suas escolhas, se tivesse não iria a um evento de transmissão internacional, esclareceu Ribeiro (2023). Ela foi convidada para dar o prêmio principal da noite (melhor disco do ano) à Beyoncé, mas não aceitou: “ela preferiu apresentar a dupla mais polêmica e transgressora da cerimônia, Sam Smith e Kim Petras (ainda lembra o nome?). Assim foi feito. Claro que ela aproveitou o palco para lembrar o público da turnê que inicia em julho com o melhor de sua obra” (RIBEIRO, 2023). Além disso, como ressalta a narrativa da Folha, para provar que não tinha motivos para se envergonhar de sua expressão estética, apareceu ao vivo enquanto suas fotos antigas eram projetadas no telão ao fundo.

As transformações corporais e comportamentais de Madonna não são recentes, pelo contrário: “Madonna já foi loira, já foi morena, ultrafeminina e ultramasculinizada, vestiu jeans rasgados e sutiãs de alças frouxas que apareciam por baixo da camiseta e

alta-costura em bailes de gala” (RIBEIRO, 2023) e “já mudou até o jeito de falar, adotando um sotaque britânico nos anos em que morou na Inglaterra, casada com Guy Ritchie [um cineasta inglês]” (RIBEIRO, 2023). Também lembra que a cantora, contrariando a sociedade careta de 1991, ensinou o público a fazer sexo oral no documentário *Na cama com Madonna*.

Silva (2011) esclarece que, com os avanços do capitalismo, da sociedade de consumo e do império da publicidade, houve a ascensão da cultura da imagem e do espetáculo, bem como do ideal de beleza jovem. Para Silva (2011, p. 242), “passamos a ser definidos pela nossa imagem, por aquilo que apresentamos como valor estético e corporal, ou seja, ressaltamos nossa aparência em detrimento da nossa essência”. De fato, a imagem, o corpo e as roupas de Madonna no evento tiveram mais visibilidade que sua essência, suas conquistas ao longo de décadas de carreira e lutas pela diversidade sexual e de gênero. Para Soares e Lins (2017), Madonna tem sido refém do sistema que ela mesma veio alimentando durante sua carreira, uma vez que, para se manter na indústria fonográfica, defendeu as ideias de jovialidade e rebeldia. “O envelhecimento de Madonna, ao contrário de muitos assuntos tabus que abordou ao longo da carreira, talvez seja um processo que ela não possa popularizar” (SOARES E LINS, 2017, p. 66).

Ainda sobre “Madonna mostrou o que é ser uma velha ridícula na noite do Grammy”, é dito que a artista envelheceu e, por isso, “atingiu aquela fase da vida de qualquer mulher em que ser ridicularizada é a única opção para quem não aceita se tornar invisível e irrelevante” (RIBEIRO, 2023). Na narrativa, é dito que a “era das velhas ridículas” dura aproximadamente três décadas, vai da época em que a sociedade percebe que os “hormônios terminaram” (costuma acontecer aos 50 anos) até que a velhice oficialmente se estabeleça (70 a 80 anos). Então, para as idosas, existiriam dois caminhos possíveis: “um é o desaparecimento total e completo. O outro é virar uma velha louca, uma diva exagerada, que pode ser ultravaidosa ou fofinha, sábia ou

desbocada, ou tudo ao mesmo tempo” (RIBEIRO, 2023). Enfim, a coluna reforça que “Madonna não é do tipo que aceita os caminhos já traçados. E, para ela, existir é um ato de resistência. Que não vai acontecer na inércia, ou como Deus quiser. Vai ser do jeito dela” (RIBEIRO, 2023).

A artista oferece novos sentidos a respeito do processo de envelhecimento. Segundo Bezerra (2006, p. 02), pessoas mais velhas sempre foram representadas pela mídia no geral como “desfavoráveis, como o aparecimento de doenças, a perda das habilidades físicas e motoras, perda de memória, a perda da capacidade de trabalho, entre outras”. Mas Madonna, na noite do Grammy, mostrou que pessoas mais velhas podem ser saudáveis, ativas e emancipadas, além de dispor de tempo, saúde e recursos para consumir os mais diferentes produtos, como esclarece Bezerra (2006). Com tranças finas soltas na frente do rosto e outras duas mais grossas, presas em forma de argolas acima das orelhas. As sobrancelhas estavam descoloridas, os cílios eram postiços e continham rímel preto, além do batom cor da boca. Ela vestia uma saia-longa preta com uma fenda, exibindo suas pernas cobertas por uma meia-calça estilo arrastão, um blazer preto bem ajustado na cintura, uma camisa branca, uma gravata preta e, para completar, um chicotinho de montaria na mão. “Ou seja, era tudo neutro, menos a cara. Porque é assim que se faz uma revolução nos costumes. Dando a cara a tapa, como ela sempre fez”, lembrou Ribeiro (2023).

A conclusão de Ribeiro (2023) foi a seguinte: o rosto da cantora estava desfigurado na noite do evento, mas essa pode ter sido a expressão estética escolhida para o momento. “Madonna, além de muito inteligente, é bem rica e muito bem assessorada. Se quisesse, podia não ir ao prêmio. Ou podia fazer um penteado que disfarçasse as bochechas inflamadas e a testa estirada. Mas não. Ela optou por realçar o rosto” (RIBEIRO, 2023). Ou seja, ela quis mostrar ao público que “é assim que uma mulher de 64 anos fica cinco meses antes de aparecer linda, como eu teorizo (ou torço)

que vá acontecer no show de estreia da turnê”, finalizou a coluna “Madonna mostrou o que é ser uma velha ridícula na noite do Grammy”.

Assim como Simões et al. (2021), percebemos que o jornalismo e as mídias digitais no geral são campos de batalha de narrativas dissonantes sobre gênero e corpos envelhecidos na cultura pop. Embora na atualidade haja uma maior visibilidade de diferentes representações de mulheres mais velhas nas mídias, há também um aumento de chances de deturparem e debocharem dessas imagens. Nessa disputa de produção de sentidos, o corpo feminino envelhecido é invisibilizado ou ridicularizado por, segundo as normas da sociedade capitalista, não ser capaz de desenvolver tão bem as funções reprodutoras, laborais e revolucionárias – características que, nesse sistema social e político, só os corpos jovens teriam. Por outro lado, as aparições de Madonna nas mídias, sempre repletas de liderança, beleza e sabedoria, ajudam a desafiar os sentidos negativos sobre as mulheres mais velhas e a promover uma imagem positiva e inclusiva a respeito do envelhecimento. Enfim, são novos repertórios narrativos capazes de darem múltiplos significados ao processo de envelhecimento e ao gênero.

Conclusão

Desde o início de sua carreira, em 1983, Madonna, uma cantora, atriz, diretora e celebridade internacional, tem lançado diversos produtos como uma locomotiva pró-LGBTQIAP+, defendendo as liberdades sexuais e de gênero, além de realizar por meio de seu trabalho as fantasias mais obscuras de seus fãs. *Erotica* e *Sex* foram motores de fantasias escancaradas, em uma época hostil em várias frentes, tanto que não foram sucessos imediatos, diferentes de outras produções da artista. O álbum *Erotica*, por exemplo, foi considerado um fracasso comercial, com vendas baixíssimas em comparação com o álbum anterior, a coletânea *Immaculate Collection*. Com esse combo, composto por *Erotica* e *Sex*, Madonna renunciava à falsa inocência de *Like a*

Virgin para se arriscar, como um monumento de desejo em um terreno social movediço e conservador, mas ainda potente.

Buscando realizar os fetiches de seu público por meio de sua arte, em uma época em que o medo do HIV/Aids era mais presente na sociedade, quando *Erotica* e *Sex* foram lançados pela primeira vez, foi feita uma festa com direito a garotas que desciam de limousines com homens rastejando na frente delas, usando coleiras, enviando uma mensagem clara e afrontosa: as mulheres dominam os homens, eles servem para suprir os desejos delas. No auge da mortalidade pela Aids, quando as pessoas tinham medo de sentir prazer pelo risco de contaminação pelo HIV, Madonna estava realizando uma celebração despudorada e glamourizada do prazer sexual, das várias formas de gozar, das drogas e do amor.

O jornalismo, especialmente a Folha de São Paulo, e parte do público se assustou com as feições de Madonna no *Grammy Awards* de 2023, já que ela tinha se submetido a procedimentos estéticos. Estavam preocupados demais com a expressão estética dela, ignorando seus trabalhos, conquistas e visões a respeito das questões sociais. Por outro lado, o mesmo jornal que questionou a aparência e o comportamento de Madonna, também cedeu um espaço para falar sobre seu discurso potente na noite da premiação, sua militância em prol da diversidade sexual e de gênero, e grandes produções artísticas. Ou seja, o mesmo jornalismo que produzia narrativas misóginas e etaristas a respeito de Madonna, fomentando preconceitos em relação ao gênero e à idade, também abria espaço para a divulgação de seus trabalhos e perspectivas.

Uma narrativa da Folha de São Paulo (“Crítico a aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia”) focava no corpo e na vestimenta da artista, ignorando sua subjetividade, suas vitórias ao longo das décadas de trabalhos bem-sucedidos e ativismo pela diversidade sexual e de gênero. Outras duas narrativas do mesmo jornal (“Madonna rebate críticas sobre rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia” e “Madonna mostrou o que é ser uma velha ridícula na noite do

Grammy”) reverberam o discurso da cantora em relação ao seu corpo, denunciando o etarismo e a misoginia em notícias jornalísticas, comentários e postagens nas redes sociais. Para essas duas narrativas, a Madonna só faz aquilo que quer e deseja, deixando isso bem claro em suas declarações à imprensa.

Sendo assim, concluímos que a carreira de Madonna não sucumbiu ao ostracismo, pois ela continua resistindo em uma indústria que valoriza artistas mais novos e é mantida pelo público jovem. Ela não rompeu com o passado, pelo contrário: suas produções e experiências passadas servem de base para as apresentações e vivências do presente. Por exemplo, em outubro de 2022, ela relançou o single *Erotica* e, em dezembro do mesmo ano, em parceria com a marca *Yves Saint Laurent*, refez o livro *Sex* com uma tiragem especial e uma exposição na *Art Basel* de Miami. Ainda, lançou a coletânea *Finally Enough Love* com remixes de seus grandes sucessos para as pistas de dança. Já em fevereiro de 2023, Madonna apareceu na capa da *Vanity Fair It* pela fotografia de Luigi e Iango, reproduzindo cenas de pinturas renascentistas. Fora isso, em julho de 2023, vai começar a turnê *Celebration Tour* com seus *greatest hits*, os ingressos estão esgotados em cidades da América do Norte e da Europa. Enfim, mesmo com o passar do tempo, Madonna se mantém viva, ativa, talentosa e provocativa.

Referências

- ASINELLI-LUZ, Araci; JÚNIOR, Nelson. Gênero, adolescência e prevenção ao HIV/Aids. **Revista Pro-Posição**, Campinas – SP, v. 19, n. 2, p. 81-97, mai.-ago., 2008. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/pp/a/Rdf5kb58CzPQmVDH7Wv6pfk/?lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- BASTOS, Liliana; BIAR, Liana. Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. **Revista DELTA**, São Paulo, v. 31, n. 01, p. 97-126, ago., 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/delta/a/Y8HLKnQRjQs8ZpdHjQY4fqH/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- BEZERRA, Ada. A construção e reconstrução da imagem do idoso pela mídia televisiva. **Biblioteca on-line de ciências da comunicação**, v. 01, n. 01, p. 01-06, 2006. Disponível em: https://www.bocc.ubi.pt/_esp/autor.php?codautor=898. Acesso em: 20 abr. 2023.

- BRASILEIRO, Marislei; FREITAS, Maria. Representações sobre AIDS de pessoas acima de 50 anos de idade, infectadas pelo HIV. **Revista Latino-Americana de Enfermagem**, São Paulo, v. 14, n. 05, p. 01-08, out., 2006. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rlae/a/Q9bFzVHnwD7gzMxNnRB5MnR/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- CERTEAU, Michel. **Invenção do cotidiano: artes de fazer**. Petrópolis – RJ: Vozes, 2008.
- DISCURSO DA MADONNA NO GRAMMY. **Grammy Awards**, Los Angeles: Columbia Broadcasting System (CBS TV), 5 de fevereiro de 2023. Programa de TV.
- FORT, Mônica; SKURA, Ivania; BRISOLARA, Cristina. Convenções corporais e o medo de envelhecer: ideais de juventude e beleza midiáticos versus aceitação pessoal e social da imagem real. **Revista Observatório**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 183-204, jan./mar., 2017. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/3071>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- GOES, Tony. Criticar aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 10 fev. 2023. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/tonygoes/2023/02/criticar-aparencia-de-madonna-nao-e-necessariam-ente-etarismo-ou-misoginia.shtml>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- GRAMMY AWARDS. Sam Smith & Kim Petras win best pop duo / group performance for 'Unholy' - 2023 Grammys. Youtube, 5 de fev. de 2023. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=f3ti1OmtN4c>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- GUERRA, Paula; BITTENCOURT, Luiza; CUNHA, Simone. Madonna, Like a Virgin: (pós)feminismo e as maternidades dos videocliques de Madonna. In: 41º Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 2018, Joinville – SC, **Anais de Congresso**, São Paulo: Intercom, 2018, p. 01-14.
- GUSMÃO, Roney. Madonna, “sex” e o fetiche pós-moderno. **Sociologia: Revista da Faculdade de letras da Universidade do Porto**, Portugal, v. 38, n. 01, p. 71-87, 2019. Disponível em: <http://aleph.letras.up.pt/index.php/Sociologia/article/view/6801/6265>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- HOOKS, Bell. **Olhares negros: raça e representação**. São Paulo: Elefante, 2019.
- JUNIOR, Atilio. Madonna, a parrêsia, o simulacro. **Fórum linguístico**, Florianópolis – SC, v. 07, n. 02, p. 23-39, jul./dez., 2010. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/forum/article/view/1984-8412.2010v7n2p23>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia**. Bauru – SP: Edusc, 2001.
- MADONNA rebate críticas sobre rosto inchado: Pega no preconceito de idade e da misoginia. **Folha de São Paulo**, Rio de Janeiro, 7 fev. 2023. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/celebridades/2023/02/madonna-rebate-criticas-sobre-rosto-inchado-pega-no-pr-econceito-de-idade-e-da-misoginia.shtml>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- MENEGHIN, Paolo. Entre o medo da contaminação pelo HIV e as representações simbólicas da AIDS: o espectro do desespero contemporâneo. **Revista da Escola de Enfermagem da USP**, v. 30, n. 3, p. 399-415, dez., 1996. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/reecusp/a/66V9tJkq9WqcT3hWP7JtfqG/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- MORAES, Érika. Sentido-sujeito Madonna: a construção da noção discursiva de sujeito a partir de um ethos pop. In: REBECHI, Arlindo; GONZALES, Lucilene; MACIEL, Suely. **A linguagem nas mídias na era da convergência**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2014. p. 100-115.
- NETO, Saul. O trabalhador e o HIV/AIDS: a dispensa discriminatória e o princípio da dignidade da pessoa humana. **Revista da Faculdade de Direito do Sul de Minas**, v. 28, n. 01, p. 109-128, jan./jun., 2012. Disponível em: <https://revista.fdsu.edu.br/index.php/revistafdsu/article/view/534>. Acesso em: 20 abr. 2023.
- PEREIRA, Cláudia; PENALVA, Germano. Nem todas querem ser Madonna: representações sociais da mulher carioca, de 50 anos ou mais. **Revista Estudos Feministas**, v. 22, n. 01, p. 173-193, jan./abr.,

2014. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/qFsCdGSstggRcpjtzernFqK/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.

PINHEIRO, Marina; CARVALHO, Glória. Singularidade e mito: o corpo como potência subversiva. **Revista Latinoamericana de psicopatologia fundamental**, São Paulo, v. 20, n. 04, p. 728-748, dez., 2017. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rlpf/a/nMdtcqWGvrsG4GCvcGJQ95H/?lang=pt>. Acesso em: 20 abr. 2023.

POSTNGUEL, Danilo; PINHEIRO, Wesley. Express Yourself(ie): de Imaculada Rainha do Pop à Profanada no Instagram. *In: 41º Congresso Brasileiro de Ciência da Comunicação, 2018, Joinville – SC, Anais de Congresso*, São Paulo: Intercom, 2018, p. 01-15.

RAMEIRO, Ana Patrícia. Quando o cinema é mal-estar: notas sobre misoginia e dominação-exploração do corpo feminino em *Baixio das Bestas*. **Gênero na Amazônia**, Pará, v. 01, n. 02, p. 181-200, jul./dez., 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufpa.br/index.php/generoamazonia/article/view/13137/9089>. Acesso em: 20 abr. 2023.

RIBEIRO, Teté. Madonna mostrou o que é ser uma ‘velha ridícula’ na noite do Grammy. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 10 fev. 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2023/02/mesmo-os-defensores-do-envelhecimento-julgaram-madonna-no-grammy.shtml>. Acesso em: 20 abr. 2023.

ROCHA, Julia; PIMENTEL, Ana Carolina. Formação do olhar a partir de um referencial imagético: a pressão estética sobre o corpo feminino. **Revista Digital do Laboratório de Artes Visuais**, Santa Maria – RS, v. 15, n. 26, p. 01-18, jan./dez., 2022. Disponível em: <https://periodicos.ufsm.br/revislav/article/view/70089>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SANTOS, Lionês; MEDEROS, Juan. A mercantilização do corpo: mídia e capitalismo como principais agentes da promoção do consumo e do mercado. **Espaço Plural**, Paraná, v. 12, n. 24, p. 107-112, jan./jul., 2011. Disponível em: <https://e-revista.unioeste.br/index.php/espacoplural/article/view/7243>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SILVA, Sérgio. As modificações corporais na sociedade contemporânea. *Caderno de Psicanálise – CPRJ*, Rio de Janeiro, v. 33, n. 25, p. 239-257, jul./dez., 2011. Disponível em: <https://cprj.com.br/cadernos-de-psicanalise-n-25/>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SIMÕES, Rita. et al. New media, old misogyny: framing mediated Madonna on Instagram from an ageing perspective. *In: 7th International Conference (ITAP 2021) e 23rd HCI International Conference (HCII 2021), 2021, Evento virtual - China. Anais de eventos*, Beijing e Chongqing: Springer, 2021, p. 430-442.

SOARES, Thiago; LINS, Mariana. Políticas de gênero nas performances de Madonna. **Vozes e Diálogos**, Itajaí – SC, v. 16, n. 02, p. 56-68, jul.-dez., 2017. Disponível em: <https://periodicos.univali.br/index.php/vd/article/view/10442>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SPINK, Mary. *Linguagem e produção de sentidos no cotidiano*. Rio de Janeiro: Centro Edelstein de Pesquisas Sociais, 2010.

VIDEO CLASSICS. 1988 Musicians for Life Madonna - AIDS PSA - TV Commercial. Youtube, 25 de maio de 2019. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gsToHUNv5wY>. Acesso em: 20 abr. 2023.

VILASANTI, Viviane; PACÍFICO, Marsiel. Corpo feminino, envelhecimento e Indústria Cultural: uma análise da propaganda à luz da Teoria Crítica. **Mídia e Cotidiano**, Niterói – RJ, v. 16, n. 1, p. 179-200, jan./abr., 2022. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/51624>. Acesso em: 20 abr. 2023.

ZIVIANI, Rodrigo. Como uma oração: sexo e religião na prática discursiva de Madonna. **InRevista**, Ribeirão Preto – SP, v. 13, n. 01, p. 39-51, jul., 2021. Disponível em: <https://revistas.unaerp.br/inrevista/article/view/2158>. Acesso em: 20 abr. 2023.

“Let me blow up this house tonight”: Journalistic narratives about Madonna's aesthetic expression at the 2023 Grammy Awards

Abstract: This article aims to understand how Madonna built and sold her image during the years of her career, earning admiration and criticism from different audiences. To this end, we have conducted a bibliographical study to understand the artist's trajectory, her struggle for sexuality and gender diversity, and the re-construction of her media images during the four decades of her career. We also analyzed three columns from Folha de São Paulo, one of the largest Brazilian newspapers, about the singer's appearance at the Grammy Awards in Los Angeles on February 5th, 2023. Taking into account aspects such as gender and age, using narrative analysis, we analyzed the following columns: “Madonna rebate críticas sobre o rosto inchado: pega no preconceito de idade e da misoginia” (February 7th, 2023); “Criticar aparência de Madonna não é, necessariamente, etarismo ou misoginia” (February 10th, 2023); e “Madonna mostrou o que é ser uma ‘velha ridícula’ na noite do Grammy” (February 10th, 2023). Following the guidelines of Bastos and Biar (2015), we consider the analysis of narratives as a qualitative, interpretative and dialogical method capable of describing events, historical periods and social perspectives of a given society. In summary, Folha de São Paulo produced several meanings in relation to Madonna's plastic surgery, her clothes and her behavior on the night of the event. The same newspaper that published misogynistic and ageist narratives about this pop culture reference, promoting prejudices about gender and age, also opened a space to remember productions that marked the past and to publish current and future works.

Keywords: Madonna; Pop Culture; Feminine body; Journalistic Narratives; Body Modifications.

Recebido: 03/05/2023

Aceito: 24/08/2023