



FIGURATIVIDADE CALCULADA: Identidade Madonna.

Calculated Figure: Identity Madonna

OLIVEIRA, Ana Claudia; PhD; Pontifícia Universidade Católica São Paulo,
anaclaudiamei@hotmail.com¹

DIB, Helena; Mestranda; Pontifícia Universidade Católica São Paulo,
helenaodib@gmail.com²

Grupo de Pesquisa Sociosemióticas

Resumo: O texto discute a figuratividade calculada na construção identitária da artista Madonna a partir de seus figurinos utilizados em imagens midiáticas propagadas na primeira metade da década de 1980, o início de sua carreira. A imagem é tratada como simulacro responsável por consagrá-la e revisitado em diversos momentos do seu trabalho.

Palavras chave: Figurino, Música, Semiótica, Moda.

Abstract: The text discusses the calculated figuration of Madonna's identity construction from her costumes used in media images propagated in the first half of 1980s, her career's beginning. The image is uploaded as simulator responsible for her consecration and reviseted several moments of her work.

Keywords: Costume, Music, Semiotics, Fashion.

¹ Professora titular da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, membro do comitê assessor do Conselho Estadual de Educação, membro do conselho de ex-presidentes da Associação Nacional de Pesquisadores em Artes Plásticas, conselheira de políticas da Federação Brasileira de Associações Científicas e Acadêmicas de Comunicação.

² Graduada em Design de Moda pela Faculdade Santa Marcelina, especializada em Cenografia e Figurino pelo Centro Universitário Belas Artes e mestranda no programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo orientada por Ana Claudia de Oliveira.



Introdução

Este texto faz uma análise do cálculo feito para a figurativização na construção identitária da cantora Madonna na primeira metade da década de 80 responsável por consagrar sua imagem como artista.

A partir das escolhas que compõe seu figurino e caracterização (maquiagem e cabelo), Madonna tornou-se um simulacro de grande expressividade para o mundo da música e da moda utilizando o corpo vestido como um suporte para comunicar sua identidade. Essa, representada não apenas pela música, mas também pela imagem, é reconstruída ao longo de sua trajetória. Seu figurino é um arranjo plástico das escolhas do conjunto de elementos e de suas combinatórias relacionais que fazem ser o sentido regido por uma estética (OLIVEIRA, 2013 p. 15) que marca a história da música mundial e é revisitada como um mecanismo de manipulação para recuperar a multiplicidade de linguagens e públicos como cantora “de massa”.

Para traçar relações e compreender tal representação figurativa o estudo baseia-se em obras de semiótica de A.J. Greimas, E. Landowski, A.C. de Oliveira e L. Teixeira, conjecturando-as com trabalhos de Y. Fecine.

A Indústria Fonográfica vem crescendo cada vez mais segundo o Global Music Report apresentado pela *International Federation of the Phonographic Industry - IFPI*³. Associados à indústria, há uma gama enorme de profissionais de outros setores envolvidos no desenvolvimento artístico do cantor ou cantora, banda ou músico. Dentre os fatores que envolvem a consagração de um artista musical a associação da sua imagem à música é um deles.

Este trabalho revisita a imagem da cantora Madonna no início da década de 80 quando foi precursora de estilo musical e indumentário. Destrinchando o sentido intrínseco na construção imagética de um ícone importante na história da indústria

³ Federação internacional sediada em Londres que defende os interesses da Indústria Fonográfica no mundo. Fundada em 1933 ela representa, hoje, mais de 1450 empresas discográficas.

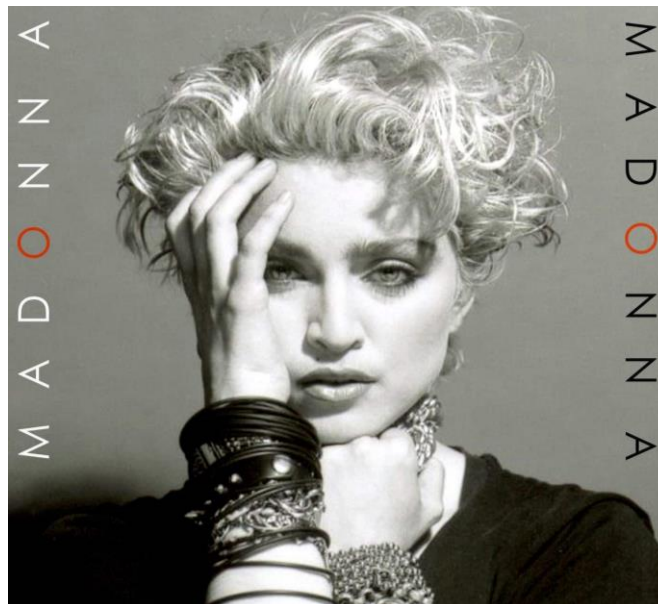


fonográfica internacional durante a carreira encontramos uma tradução intersemiótica do gênero musical e do conceito artístico (fundamental no processo de afirmação identitária do artista). O projeto busca compreender como essa imagem retratada e reafirmada no início da carreira foi essencial para consagrar um estilo de vida e cultura que estava nascendo. Também perceber os reflexos dessa imagem na atualidade tanto para fins comerciais quanto para dar voz a um grupo de minoria social.

A afirmação identitária: capa de álbum e videoclipes

O primeiro *single* lançado por Madonna foi *Everybody* em 6 de outubro de 1982 seguido pelo videoclipe - sendo o primeiro na carreira de Madonna. A produção foi feita com orçamento considerado baixo na indústria fonográfica de, aproximadamente, mil e quinhentos dólares. Em 27 de julho de 1983 foi lançado o primeiro álbum de sua carreira intitulado Madonna. Nele, além do *single* estavam também as músicas *Burnin up*, *Holiday*, *Borderline* e *Lucky Star* que foram, respectivamente, os videoclipes inaugurais da carreira da cantora.

FIGURA 1: Capa do Álbum Madonna em 1983



Fonte: Time to Ast <<https://s3.amazonaws.com/s3.timetoast.com/public/uploads/photos/12380858/925016178s.jpg>>



Na capa do álbum “Madonna” identificamos algumas características que serão parte do figurino de Madonna durante a década de 80, especialmente na primeira metade.

A formação sintagmática por meio do agrupamento de elementos visuais (SAUSSURE, 2006, p. 148) é perceptível em seu cabelo: curto e cacheado quase platinado deixando visível uma raiz escura vs. um cabelo que poderia ser longo, moreno e liso. Também os acessórios em abundância nas cores prata e preto, pulseiras de couro, plástico e correntes são escolhas que narram a identidade Madonna vs. uma imagem limpa, sem acessórios, leve e doce. A blusa preta vs. a escolha de uma cor. O fundo neutro ressaltando a face também é responsável por ressaltar os elementos anteriores. Essas características utilizadas para criar uma narrativa visual estão presentes nos seus cinco primeiros videoclipes.

Ao utilizarmos o percurso gerativo de sentido para a análise da capa do álbum “Madonna” identificamos os formantes topológico, eidético, matérico e cromático.

A capa é feita num recorte eidético quadrado para encarte do *long play* ou do *compact disc*. As formas do conteúdo são feitas pelo desenho da silhueta do corpo da cantora seguindo a sua forma orgânica. A topologia neste quadro posiciona no eixo central - tanto vertical quanto horizontal - a presença da face que politiza a identidade do corpo (SILVA, 2016 p. 125) situando a figurativização das músicas ali contidas. As mensagens textuais e musicais são presentificadas através da face exposta em sua capa. Nas laterais direita e esquerda estão o título do álbum homônimo à cantora. No canto esquerdo a palavra inicia-se de baixo para cima guiando o olho (em uma leitura tradicional ocidental) para que faça um percurso ascendente finalizando a palavra no começo do rosto da artista. Já no canto direito, a palavra inicia-se de cima para baixo voltando-se para o canto inferior direito. Essa trajetória programada direciona o olhar a percorrer toda a superfície da imagem.

O formante matérico é apresentado na própria composição dos elementos utilizados na fotografia. Uma vez que o fundo é liso, remete-se à um estúdio



fotográfico ou uma parede com iluminação criando essa textura que pode ser de um papel com gramatura alta (acima de 300g) ou do próprio concreto pintado de uma parede. A textura da blusa remete a um atalhado ou a um tricô. A plástica matéria é representada principalmente pelos acessórios que ganham um enfoque no posicionamento da composição da imagem. As pulseiras e braceletes de metal prateado misturam-se com as pulseiras plásticas e de couro. Madonna também segura um colar de correntes metálicas prateadas que emolduram seu rosto ao mesmo tempo que aprisionam seu pescoço. Nessa capa o símbolo do crucifixo não está presente, mas em suas apresentações ao vivo e videoclipes ele aparece repetitivamente reiterando a formação religiosa dicotômica da cantora.

A fotografia da capa é colocada em preto e branco. A iluminação vem no sentido da direita para a esquerda fazendo com que as madeixas de cabelo ganhem uma cor mais clara na lateral direita superior e as sombras se constituam em uma diagonal inversa que vem do canto superior direito para o canto inferior esquerdo. Em contrapartida à iluminação, às figuras da palavra Madonna posicionada nas laterais ganham as cores inversas à luz, ou seja, no canto esquerdo com menos luz e mais sombra a palavra vem na cor branca e no canto direito com mais luz e menos sombra a palavra é colocada em preto. Em ambas as palavras a letra “o” é colocada em vermelho sendo o único ponto de cor na capa. Retomando um pouco a topologia, a cor do “o” traça uma linha horizontal quase centralizada (levemente acima do eixo central) na imagem que passa justamente pelos olhos, que por sua vez possuem também a forma eidética circular tal qual a letra.

Na sequência, em 1983, o clipe de *Burning Up* é lançado no qual ela utiliza dois figurinos diferentes. O primeiro, por exemplo, é um vestido regata com capuz preso por cinto preto. Por baixo ela usa um top de tela. A utilização de peças em tela será outra marca registrada da cantora. Nas orelhas, um brinco preto de cruz



IMAGEM 2 - Recorte de tela do videoclipe *Burning Up* primeiro figurino.



Fonte: < <https://www.youtube.com/watch?v=pufec0Hps00>>

Já no clipe de *Borderline* a cantora utiliza mais de cinco figurinos diferentes que ressaltam e consagram elementos clássicos da cantora como: a faixa no cabelo, a sobreposição de legging e saia, o uso de imagens religiosas (especialmente a cruz), a luva de renda com dedos cortados, a calça clochard e o uso demasiado de acessórios (colares e pulseiras). Suas roupas passam a abraçar mais cores e texturas e dar vida a uma moda de rua nascente. No livro “Estilo Madonna” CLERK (2011, p. 17) pontua:

Madonna começou a tentar estabelecer sua individualidade, a criar um visual próprio, vestindo-se com roupas multicoloridas, rasgando-as para personaliza-las, decorando seus cabelos com fitas e laços feitos em casa. Isso pode muito bem ter sido seu primeiro manifesto de moda.



Nos clipes lançados na primeira metade da década de oitenta, essa trajetória é contada através do figurino em uma isotopia imagética crescente e potencializadora. A confirmação da programação da imagem como recurso visual da afirmação identitária aparece no clipe de *Into the Groove* (1985), no qual há uma “sósia” da cantora. Nesse momento observamos a reprodução mimética dos elementos isotópicos do figurino e caracterização da cantora. Além disso, marca um registro de emancipação estética na qual a cantora permanece de 1986 até 2008 quando há um resgate ao simulacro associativo à sua imagem.

IMAGEM 3 - Recorte de tela da cena da sósia da Madonna no clipe de *Into the Groove*.



Fonte: < <https://www.youtube.com/watch?v=52iW3lcpK5M> >



O sucesso de um simulacro bem estabelecido está ligado, não apenas com a construção da identidade da cantora, mas com as indústrias perimétricas ao seu sucesso. Os fãs, dispostos a perseguir seus ídolos, se vestir como eles ou encenar personagens passam a ser considerados como espaços de construção de identidades coletivas (FECHINE, 2018 p.3) contribuem e alavancam a possibilidade de comercialização do estilo de vida que envolve a identidade da Madonna: sua música, cabelo, roupas, acessórios, lugares que frequenta e forma de agir.

Para o público que a acompanhou a partir de 1983 e seguiu sua emancipação artística, suas inovações eram óbvias e os elementos plásticos constituintes da sua identidade eram claros, mas para a nova geração, que consome música digitalmente, grande parte do sentido estético construído ficou desassociado da sua persona.

O resgate à identidade programada

Com as mudanças na indústria fonográfica e a ascensão do *streaming* o mercado passou por mudanças significativas na forma de lançar e divulgar os trabalhos musicais. A imagem da Madonna, muito associada à cultura pop dos anos 80, ficou desvinculada do sentido antes atribuído a ela o que resulta no declínio de vendas e investimento de gravadores.

Dentre as marcas mais importantes que caracterizam o momento atual, estão a força colaborativa e a ideia de que o conhecimento, a produção simbólica e a tecnologia precisam ser livres e acessíveis a todos (BAIO, 2014 p.20). Essa pluralidade do conteúdo alcançando diferentes públicos fez com que a viralização de sua imagem identitária alcançasse os jovens do século XXI, ora por elementos reproduzidos (cruz, correntes, acessórios, cabelo, sobreposição de peças) ora por referências de outras artistas à cantora porém sua música não manteve a mesma força.

Como estratégia de posicionamento ela resgata a identidade isotópica programada nos anos 80 para se reconstruir como cantora se apropriando da linguagem da internet para disseminar e atingir ao público jovem, ativo e consumidor.



Em 2008 foram lançados dois clipes. Primeiro veio ao ar a parceira da cantora com Justin Timberlake e Timbaland na qual ela comunicava com artistas que estavam no auge entre o público jovem. Posteriormente lançou o clipe de *Give it To Me* no qual ela começa a resgatar a imagem da Madonna dos anos 80 com excesso de acessórios, uma linguagem em preto e branco, a presença de tela e transparência e o cabelo loiro platinado.

IMAGEM 4 - Recorte de tela do clipe *Give it To Me*



Fonte: < <https://www.youtube.com/watch?v=aQRLSBUNupg> >

Em 2012, Madonna lança uma parceria com duas cantoras pop: M.I.A. e Nicki Minaj no clipe de *Give Me All Your Luvin'* e, novamente, retorna à identidade programada dos anos 80. Ambas as cantoras trazem a jovialidade para a sua carreira e dialogam com o ativismo e com o feminismo.



IMAGEM 5 - Recorte de tela do clipe *Give Me All Your Luvin'*



Fonte: < <https://www.youtube.com/watch?v=cItHO15LRWg> >

Novamente ela traz o acessório pesado com a corrente e o símbolo da cruz ressignificando o simulacro Madonna dos anos 80 em uma roupagem atual e contemporânea. Aqui, nota-se a importância do profissional do *styling* e figurino na música, que fará o trabalho de compreensão e entendimento das tendências da moda em vigor e repaginarão uma composição de visual oitentista para uma linguagem atualizada.

Na sequência desse clipe, ela lança *Bitch, I'm Madonna*, também uma parceria com Nicki Minaj, no qual ela reafirma sua presença como Madonna e sua liberdade de transição identitária para aquém e além do simulacro estabelecido. Na primeira cena do clipe há um grupo de crianças se vestindo como a cantora se vestia nos anos 80 e ela está ao lado com uma nova identidade visual inédita dialogando diretamente com o vestuário do público jovem.

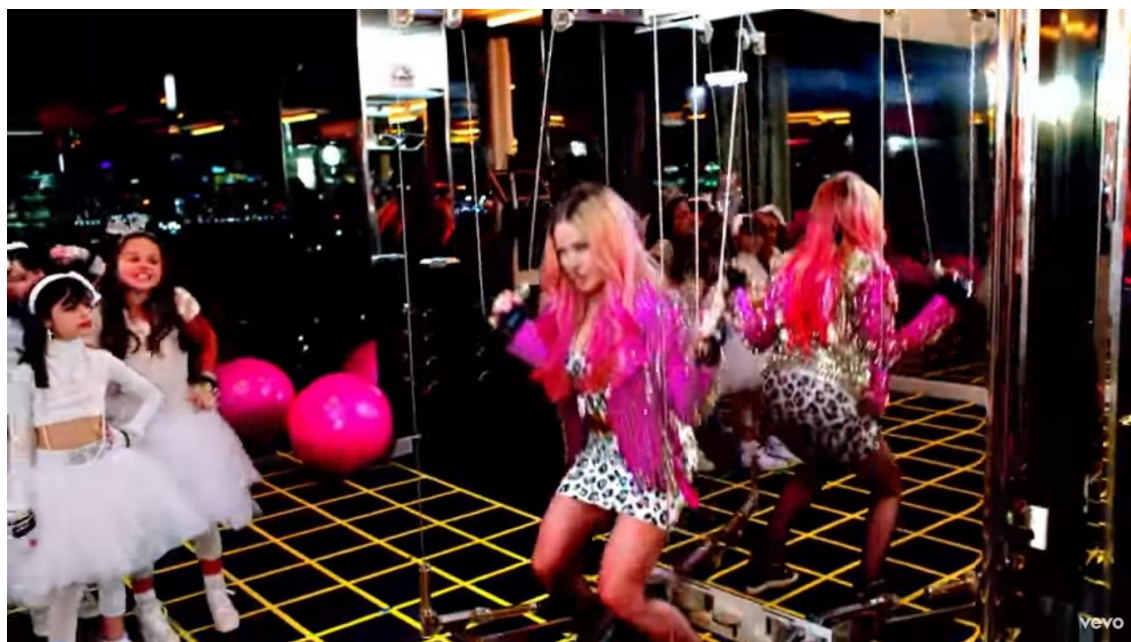


IMAGEM 6 - Recorte de tela do clipe *Bitch I'm Madonna*

Durante o videoclipe vários artistas pop e personalidades como; Miley Cyrus, Beyonce, Alexander Wang, Kanye West e Katy Perry aparecem repetindo a frase que dá título à música como uma forma de endossar que o pop atual foi construído graças a imagem da própria Madonna. O universo artístico é repostulado com sua presença⁴ e reiterado com o fazer querer e o querer ser a própria Madonna. Simultaneamente, ao se adaptar à uma identidade plástica nova inerente aos jovens do século 21 ela mostra sua amplitude visual e rejuvenesce o conceito artístico comunicando-se com um número maior de público e fãs.

Madame X: a multiplicidade identitária

No dia 1 de abril, em sua rede social do Instagram, Madonna iniciou a campanha de *marketing* do projeto “Madame X” com um conjunto de 9 imagens de fundo preto

⁴ A conceituação do termo presença em semiótica é tomada na acepção de E. Landowski, *Presenças do outro*. Trad. M. Amazonas. São Paulo, Perspectiva, 2012.



que formavam um grande “X” em vermelho no *feed* da rede. Na sequência, imagens formando o texto:

Madame X is a secret agent traveling around the world changing identities, fighting for freedom, bringing light to darkness. She is a cha cha instructor, a professor, a head of state, a housekeeper, an equestrian, a prisoner, a student, a teacher, a nun, a cabaret singer, a saint, a prostitute.

Com esse posicionamento ela não só transforma sua própria identidade como mulher e artista, colocando-se no papel de qualquer outra mulher tal qual uma dona de casa ou uma estudante, como também dá liberdade para que qualquer mulher se enxergue no papel de Madonna desconstruindo e reconstruindo a imagem e a identidade.

O nome Madame X foi dado por Martha Graham quando a cantora não quis usar o uniforme nas aulas de dança. Segundo vídeo publicado em seu Instagram no dia 22 de abril a professora disse: “Vou lhe dar um novo nome: Madame X. Todos os dias você vem à escola e eu não a reconheço. Todos os dias, você muda sua identidade. Você é um mistério para mim”.

Essa multiplicidade identitária é retratada durante sua trajetória e reafirmada nesse álbum. A capa, novamente retrata a face de Madonna, mas, nesse caso, a face está colocada como uma persona imersa numa imensidão escura a qual faz relação com o palco de teatro no qual é possível interpretar e assumir qualquer personalidade.

Dado o conhecimento da gravadora, empresários, indústria fonográfica e da própria Madonna sobre o público e sobre sua posição actancial de pessoa pública colocada como sujeito do querer ser visto – aquele que ostenta, por um sujeito do querer ver – no caso, o fã – há uma apresentação de si remodelada e adaptada ao conteúdo do sujeito que quer ver. Um cálculo estratégico para apresentar sua identidade individual comunicando com outras identidades. No caso do álbum Madame X, o cálculo é feito por meio das parcerias que Madonna estabelece nas canções e videoclipes. São, ao todo, treze canções e cinco delas, parcerias. Maluma, Anitta, Quavo e Swae Lee possuem



músicas coparticipantes. Com essa estratégia a cantora atinge diretamente, além dos Estados Unidos, a Colômbia e o Brasil e amplia o gênero musical do pop dialogando com o rap, o trap, o funk e o *reaggeaton*.

Sua figuratividade, previamente apresentada como persona multifacetada, estabelece um contrato de fidedignidade com o público sob a licença poética da identidade “X” que se adequa às situações propostas. Os videoclipes das músicas do novo álbum não são tão focados na imagem da cantora, mas em uma dramaturgia construída. No clipe de *God Control*, por exemplo, ela interpreta uma escritora e uma cantora na boate – ambas dentro de uma narrativa proposta pelo clipe, mas é possível perceber os elementos isotópicos firmados desde o começo de sua carreira, como os acessórios metálicos na situação da boate e a luva de renda com várias pulseiras enquanto ela interpreta a escritora. No clipe de *Dark Ballet*, Madonna aparece uma única vez no minuto 4:50’ como uma figura quase santificada. Já em *Crave*, sua parceria com Swae Lee, a cantora possui três trocas de figurino distribuídas em masters⁵ nas quais ela constrói a figuratividade do momento atual de sua carreira mantendo os elementos clássicos das correntes, itens religiosos, cabelo platinado e adicionando o “X” símbolo que atribuí o sentido do conceito artístico do álbum. É uma estratégia que reforça sua imagem para o público de Swae Lee assim como esse faz com o público da Madonna.

Considerações Finais

A figuratividade calculada estabelecida no início da carreira do artística até o período principal do ápice de massificação da sua música e imagem é determinante para a construção identitária no decorrer da trajetória musical e pode ser utilizada como recurso de recuperação e ampliação do público consumidor – *fandom*.

⁵ Master um plano do videoclipe no qual o artista canta a música – olhando para a câmera ou não. Estética própria dessa categoria audiovisual que se diferencia da narrativa do cinema e da vídeo arte.



No caso da cantora Madonna, considerada por muitos como “A Rainha do Pop”, ela segue um padrão de estabelecimento da sua imagem como simulacro, emancipação imagética seguida por resgates à própria origem para rejuvenescer seu público dialogando com gêneros musicais diferentes e artistas contemporâneos.

Ter um profissional capacitado para trabalhar com o figurino e *styling* de artistas da música é um diferencial para projetar esse cálculo do querer ver e querer ser visto articulando com elementos da moda e indumentária para desenvolver um estilo e design único e facilmente reconhecível.





BIBLIOGRAFIA

BAIO, Cesar. **Máquinas de imagem: arte, tecnologia e pós-virtualidade.** São Paulo: Ammablume, 2015.

BARRETO, Rodrigo Ribeiro. **A FABRICAÇÃO DO ÍDOLO POP: A análise textual de videoclipes e a construção da imagem de Madonna.** Universidade Federal da Bahia, 2005.

CLERK, Carol. **Estilo Madonna.** São Paulo: Madras, 2011.

CORTINHAS, Rosangela. **Figurino: um objeto sensível na produção do personagem.** Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Artes, 2010.

FECHINE, Yvana; LIMA, Cecília Almeida. **O papel do fã no texto transmídia: uma abordagem a partir da televisão.** XXVII Encontro Anual da Compós. Belo Horizonte, 2018.

GREIMAS, Algirdas Julien. **Sobre o sentido II: ensaios semióticos.** São Paulo, Nakin, 2014.

_____. **Da Imperfeição.** São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017.

LANDOWSKI, Eric. **Presenças do Outro.** São Paulo, Perspectiva, 2012.

OLIVEIRA, Ana Cláudia de. **Entre estética e ética, a semiótica.** 22º Encontro Nacional ANPAP. Belém, 2013.

_____. **Semioses Pictóricas.** Centro de Pesquisas Sociosemióticas. PUC - SP: Comunicação e Semiótica. São Paulo. 1995.





_____ e TEIXEIRA, Lucia (ed). **Linguagens na Comunicação: desenvolvimentos de semiótica sincrética.** Sao Paulo, SP: Estação das Letras e Cores. 2009.

ROCHA, Rose de Melo; CASTRO, Gisela G. S. **Cultura da mídia, Cultura do Consumo: Imagem e espetáculo no discurso pós-moderno.** LOGOS 30. Tecnologia da Comunicação e subjetividades, 2009.

SAUSSURRE, Ferdinand de. **Curso de Linguística Geral.** São Paulo, Cultrix 2006.

SILVA, Tarcísio Torres. **Ativismo digital e imagem: estratégias de engajamento e mobilização em rede.** Jundiaí: Paco Editorial: 2016.

VOLLER, Debi. **Madonna: the style book.** London, New York and Sydney: Omnibus Press, 1992. 96p.

