

# «Um rosto tão conhecido quanto o nosso próprio»: a construção da imagem pública e da idolatria a Madonna<sup>1</sup>

PATRICIA CORALIS \*

## Introdução

Os meios de comunicação de massa ofereceram a possibilidade de acesso a uma nova realidade – a da mídia – e a tornaram trivial e familiar aos olhos do público. As imagens das «estrelas» são elaboradas em mercados mundiais, com o suporte de mídias que criam, exploram ou ampliam suas qualidades; agentes do mercado cultural empreendem esforços no sentido de promover a criação de mercadorias que atendam às expectativas dos consumidores.

Os ídolos divulgados pela mídia são as expressões máximas da relação de consumo imaginário da qual participa o espectador. A lógica do lucro exerce influência sobre os meios de comunicação e define o objetivo das produções culturais e de seus emissores: manter em movimento o fluxo de mercadorias, perpetuar as relações de troca e de produção. É nesse contexto que a imagem assume papel fundamental. O fenômeno da idolatria, essencial no processo de circulação dos artefatos, se expressa e se fortalece primordialmente através de imagens, capazes de criar fãs devotos dos ídolos em todas as partes do mundo, bem como promover a valorização e a venda de uma enorme variedade de mercadorias que veiculem seus nomes.

---

\* Mestre e doutora em Ciências Sociais pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ/Brasil).

Os ídolos atravessam o cotidiano. O conflito entre o gostar e o não gostar, entre a admiração exaltada e a indiferença interfere na sociabilidade, nas práticas culturais, nas vivências, na construção do conhecimento e na própria subjetividade. É comum que a cultura articulada em torno dos meios audiovisuais seja pejorativamente classificada como mera diversão, um mundo de frivolidade, alienação e manipulação, ignorando-se o sentido atribuído pelo público a determinadas personalidades, comportamentos, valores e culturas, e o fato de que a identidade na sociedade contemporânea é cada vez mais mediada pela mídia, que com suas imagens fornece referências para a formação das identidades sociais.

O presente trabalho direciona a análise para o processo de construção da imagem pública e da idolatria à cantora norte-americana Madonna, partindo da hipótese de que as imagens, enquanto signos de comunicação visual, exercem grande poder na formação da subjetividade. Representando explicitamente a cultura norte-americana, Madonna constitui-se em um símbolo mundial, graças à abrangência dos meios de comunicação de massa e ao tratamento artístico dado a questões consideradas universais, como a religião, a sexualidade, os conflitos e a família, temas constantes em suas obras. Ainda que essas características possam ser comuns a outros artistas, a opção por Madonna baseou-se em sua trajetória profissional: é considerada pela mídia uma das mulheres mais famosas do mundo, completa vinte e oito anos de carreira em 2011, tem como característica principal a adoção de posturas consideradas controversas frente a valores socialmente legitimados e possui um amplo e complexo conjunto de produções, que se estendem da música até o cinema. Considera-se que a cantora firmou-se enquanto ídolo através da produção intensiva de trabalhos variados que atendem a todos os meios de divulgação, facilitando o acesso do público à sua imagem e assim tornando-se uma das figuras mais famosas da música, «um rosto tão conhecido como o nosso próprio» (revista *Showbizz*, 2000). Além disso, suas produções recontam sua biografia, e os personagens que cria são percebidos como extensões dela mesma à medida que se misturam à sua própria figura e encenam suas experiências de vida, promovendo um processo de identificação estreito com seus fãs. Devido a tais características e à superexposição na mídia, ela hoje é considerada um «ídolo global» e, portanto, uma das figuras mais adequadas para se empreender um estudo sobre a fama.

O texto está dividido em duas partes. A primeira aborda a questão da idolatria e da produção da imagem pública, discutindo os principais conceitos que norteiam esses entendimentos. Na sequência, são desenvolvidas algumas reflexões sobre a construção da imagem pública da cantora norte-americana Madonna mediante diversas vertentes.

## Sobre a idolatria e a construção da imagem pública

A fama é um fenômeno muito relevante na compreensão de uma sociedade baseada no individualismo: expressa o sucesso pessoal, a singularidade, a possibilidade de emergir da massa e escapar ao anonimato, chance que se apresenta a todos, embora na verdade seja acessível apenas a uma minoria. Participando do fenômeno na condição anônima de fã, o indivíduo direciona à celebridade em questão as suas esperanças e identifica nela suas aspirações e aquilo que valoriza na sociedade.

Um ídolo é a projeção dos anseios coletivos, a figura que representa os valores de uma sociedade, a ele imputados através do trabalho que desenvolve e pelas narrativas construídas pela indústria cultural, que o singularizam através da atribuição de características especiais. Os diversos elementos da indústria cultural mesclam-se na criação de narrativas que determinem a construção de uma imagem pública. Nuances de sua vida privada e de sua personalidade são priorizadas (ou atribuídas) e reconstruídas pela mídia, de maneira que ele se torne uma figura estritamente de acordo com os padrões sociais e/ou com os anseios de uma sociedade. A aceitação dessa figura por um grande número de pessoas faz dela um ídolo.

A indústria cultural produz a possibilidade da fama, à medida que «constrói» um ídolo e se caracteriza como meio de acesso a ele – a vinculação de um nome a um rosto somente é possível pela existência técnica dos meios de comunicação de massa e da divulgação em larga escala (Coelho, 1999). O constante aperfeiçoamento dos meios de comunicação constitui uma nova relação fã-ídolo, caracterizada pela constância da presença simbólica: amplia-se a possibilidade de veiculação da imagem da celebridade através de diferentes meios, e esse «contato» constante com o ídolo aumenta ilusoriamente o grau de intimidade, incentivando a dedicação do fã e aumentando as chances de a adoração se perpetuar.

Em *As Estrelas de Cinema*, Morin (1989) discute como as celebridades influenciam a vida daqueles que as admiram. Como arquétipo ideal, superior e original, a estrela modela atos, pensamentos, reações, vestimentas, identificações. A indústria cultural, através dela, oferece modelos para a classificação e a compreensão da experiência.

É nesse sentido que se pode falar em uma espécie de «dominação carismática», como a descrita por Weber (1982, 1991, 1997). O autor chama «carisma» à qualidade extraordinária de uma pessoa que parece possuir um poder sobre-humano, aparecendo aos olhos dos outros como ser exemplar ou fora do comum, e por essa razão agrupando seguidores. Seu fundamento é emocional e não racional; toda a

sua força reside na confiança depositada no líder, que merece credibilidade pelo fato de ser dotado de faculdades mágicas, heroísmo, poder intelectual e, pode-se acrescentar, *talento*.

A ideia weberiana de carisma facilita, em alguns aspectos, a compreensão do fenômeno da idolatria. Os meios de comunicação de massa se articulam na produção dos mitos contemporâneos, construindo narrativas que exploram/ampliam o talento e atribuem características «superiores» às celebridades, ainda que elas nos pareçam próximas devido às técnicas que permitem a superexposição. A onipresença, característica dos deuses, é um poder garantido às celebridades através dos diferentes meios de comunicação de massa, que possibilitam a divulgação da imagem/trabalho do artista cotidianamente, forjando a ilusão de contato e intimidade, sem contudo anularem a representação popular do ídolo como ser superior.

A perpetuação da presença via mídia estimula e mantém o fenômeno da idolatria, e o prosseguimento do trabalho artístico atualiza o ídolo e reafirma sua «liderança». A indústria cultural revela/constrói as qualidades «especiais» que os fãs reconhecerão como atribuidoras da «liderança carismática». Os ídolos exercem essa liderança de forma peculiar sendo/oferecendo modelos de conduta; muitas vezes são vistos como «exemplos a ser seguidos», o que se deve à credibilidade que adquirem pelo fato de serem percebidos como seres «superiores», «ideais».

Tendo uma dimensão atribuída, a autoridade carismática não subsiste sem o reconhecimento social. Embora o sentido do carisma esteja baseado em características excepcionais consideradas «inerentes» ao indivíduo, Weber destaca, como condição para o reconhecimento do líder enquanto tal, a necessidade de que elas sejam percebidas pelos outros. Não há líder sem seguidores, assim como não existe ídolo sem fãs. Segundo Morin (1989), a estrela nasce da necessidade do público de um modelo para projeção que esteja fora da realidade da «vida tediosa e anônima». Criada e mantida segundo as necessidades do público, a estrela lhe pertence e a ele deve sua existência. A relação estrela-espectador é complexa e envolve poder e dominação de ambas as partes: ao mesmo tempo que a estrela exerce poder e influência sobre seus admiradores, seu comportamento e sua vida obrigatoriamente mudam com a experiência da fama, à medida que ela se torna uma pessoa pública e sua vida passa a pertencer a todos.

A estrela da indústria cultural sofre um *processo de divinização* (Morin, 1989) que a transforma em um ser percebido como superior, meio humano, meio mítico. O acaso, responsável pelo acesso ao estrelato, transforma-se em uma graça, e esse «dom divino» se estende ao ex-anônimo, que devido a suas características «especiais» – aí incluída a sorte em conseguir destacar-se da massa –

torna-se divino. A graça obtida é vista como um *dom*, o que torna a celebridade ainda mais extraordinária aos olhos de seus admiradores.

### «Truth or dare?»: a história de Madonna

Madonna Louise Veronica Ciccone nasceu no dia 16 de agosto de 1958 em Rochester. Em dezembro de 1963 ela perde a mãe, vítima de câncer no seio, e seu pai passa a empregar uma sucessão de governantas, até contratar Joan Gustafson, com quem se casa três anos após a morte da esposa. Madonna recebe uma educação rígida por parte do pai, apoiada nos preceitos do catolicismo. Sendo a mais velha de seis irmãos, é obrigada a cuidar deles e da casa, a tirar sempre boas notas e a manter um comportamento regrado, mas vive em uma constante tentativa de driblar o domínio do pai e chamar a atenção para si, adotando um comportamento considerado rebelde.

Aos 14 anos convence o pai a deixá-la ter aulas de dança. Ganha uma bolsa de estudos na escola de dança de Pearl Lang, em Nova Iorque, e muda-se para lá, onde vai tentar ganhar a vida como bailarina. Com apenas 35 dólares no bolso e contra a vontade da família, Madonna passa a morar nas ruas. Trabalha como garçoneiro para sobreviver durante todo o ano de 1977. Em 1978, frequenta cursos de dança durante o dia e à noite posa nua para fotógrafos e estudantes de pintura para pagar suas aulas. Consegue contratos como *backing vocal* e bailarina. Em 1981 grava uma fita demo com quatro músicas e convence o DJ Mark Kamins, da boate Danceteria, a tocá-la. Ele leva a fita para a Sire Records e produz *Everybody*, seu primeiro *single*, que vende 80 mil cópias em 1982. Logo depois do fechamento de seu primeiro clipe, *Everybody* chega à marca de 250 mil cópias vendidas.

Coelho & Helal (1992) mostram que existem alguns temas recorrentes nas narrativas produzidas pela indústria cultural em torno dos ídolos, tais como a singularidade, a privacidade e a adversidade. Esses mesmos temas são claramente perceptíveis na trajetória de Madonna, inspiram seu trabalho e reafirmam sua imagem como mito moderno.

O tema da singularidade em sua história conta de alguém «especial», que não nasceu para adequar-se às normas, mas para questioná-las e transgredi-las. Seus textos biográficos estão repletos de pequenas histórias cotidianas que demonstram sua inadequação às regras da igreja, da escola ou da família: apesar de sua madrasta obrigar as irmãs a usar roupas iguais, ela insistia em prender os cabelos e vestir malhas ou meias coloridas para diferenciar-se, mesmo sob o sóbrio uniforme do colégio católico; fazia números de dança considerados escan-

dalosos nas apresentações de fim de ano na escola; dizia palavrões, obrigando as freiras a lavar sua boca com sabão constantemente; namorava muito, mesmo sem a permissão do pai. Segundo ela própria, precisava desesperadamente que todos a notassem, e o fato de ter muitos irmãos a «obrigava» a manter um ritmo de competição constante, no intuito de chamar a atenção para si. O fato de adotar um comportamento considerado extravagante é enfatizado nas biografias como um prenúncio do que ela se tornaria mais tarde: alguém inconformado com as regras, buscando subvertê-las a todo custo, e esforçando-se por manter-se sempre aos olhos de todos – o que justificaria suas reconhecidas «jogadas de *marketing*», como dizem seus próprios fãs, no sentido de perpetuar sua imagem na mídia e ser notada. Como coloca Heinich (1996) em sua análise sobre a biografia de Van Gogh, no processo de construção do mito as características que poderiam ser percebidas como negativas socialmente são constantemente justificadas por fatores de desequilíbrio, como a doença. No caso de Madonna, o comportamento considerado «rebelde» era indiretamente justificado como um pedido de atenção, devido à fragilidade causada pelos traumas que sofreu. «Sou uma pessoa muito atormentada. Há vários demônios dentro de mim, com os quais eu preciso lutar para ser feliz» (*Manchete*, 1993), disse ela certa vez. Seu comportamento rebelde algumas vezes pode ser entendido também como indicativo de sua força, determinação e coragem: «faço o que quero e vou continuar a fazer; os artistas não devem se conformar», disse ela à revista *Veja* em 1992.

A «vocaçãõ» para ser «alguém especial» é assim assinalada. Lendo os textos que contam a história de Madonna, tem-se a impressão de que ela não nascera para ser anônima; a especificidade de sua personalidade apontava para a certeza do sucesso no futuro, e foi essa certeza que a fez deixar sua cidade e lançar-se em Nova Iorque para tentar a fama, mesmo sem o apoio da família. Desde pequena sabia o que queria e estava certa do seu talento; como afirmam suas biografias, Michigan parecia ser «pequena demais para sua ambição». O talento aparece assim como um dom inato, um «algo mais» que a diferencia e destaca. Esse atributo «mágico» inerente ao indivíduo aproxima-se das características do tipo *mana* de que fala Mauss (1988), responsáveis pela atribuição de valor a coisas e pessoas. Assim, a celebridade, mais do que objeto de admiração, torna-se motivo de culto devido à ideia de que possui, em sua «essência», características especiais e inexplicáveis que a tornam extraordinária e singular. O artista é reconhecido, individualizado e idolatrado pelo seu talento, categoria tipo *mana* que justifica seu reconhecimento como ser especial.

Outro atributo que a torna «especial» é a *garra*. Madonna viveu nas ruas de Nova Iorque por sete anos em busca de uma chance, e nenhum discurso sobre

ela jamais mencionou os fatores «sorte» ou «acaso». O que é constantemente enfatizado é a ambição, a coragem e a disponibilidade para trabalhar e perseguir o sonho da fama, com base em uma crença inabalável no talento. «Sempre tive certeza de que seria uma *superstar*», repetia ela em suas primeiras entrevistas, agindo como se encarasse o sucesso como algo inevitável e merecido. Ela afirma sempre ter tido a consciência de que destacar-se da «massa», fazer-se notar e ter seu talento reconhecido eram tarefas difíceis que requeriam muita perseverança. Assim, todos os seus passos, desde a infância, parecem ter sido meticulosamente direcionados para o alcance da fama: a prática como cantora no coro da igreja em Detroit, as aulas de dança que começou a ter ainda menina, até mesmo o início da vida sexual. «Encarei a perda da virgindade como um avanço na carreira» (revista *Contigo!*, 1993), afirmou, admitindo que o talento não foi a única arma de que dispôs para alcançar seu objetivo. E completa: «Tudo o que aprendi ou consegui dos homens eles receberam em dobro de mim. Acontece que sempre fui ambiciosa, e isso pode ter machucado muita gente. Mas quando se luta pelo sucesso, você não pode pensar muito nos outros. Não dá pra subir levando todo o mundo junto» (revista *Nova*, 1987: 102). O fato de usar as pessoas para ascender é justificado pela sua ambição sem limites e sua vontade de vencer a todo custo.

Com base no discurso do trabalho árduo e da perseverança, a cantora pregou insistentemente e durante muitos anos a ideia de que todas as pessoas teriam um «algo mais» que as fizesse singulares, e portanto o sucesso estaria ao alcance de todos aqueles que se dispusessem a lutar por ele, já que *everybody is a star*. Essa ideia, repetida em muitas de suas músicas e *shows*, parece ignorar que a própria natureza da relação de idolatria é ser assimétrica: a fama não é compatível com a notoriedade de todos, precisando da existência de uma «massa» de anônimos e do destaque de poucos para que sua lógica subsista. Se todos são estrelas, quem seriam os fãs que as reconheceriam como tais?

A contradição é, reconhecidamente, uma das características mais evidentes do trabalho de Madonna, evidenciando o que Canevacci (1990) denomina como «duplo vínculo», ou seja, o estímulo simultâneo de duas vertentes contraditórias. Segundo o autor, este seria o modelo característico da indústria cultural. Num movimento que reafirma seu caráter de ídolo planetário, Madonna apropria-se do recurso do «duplo vínculo» no seu trabalho e na construção de sua imagem pública, sendo a questão da fama apenas um dos paradoxos que instaura. Ao mesmo tempo que desconstrói o caráter fixo das identidades de gênero, adequa-se a ele; sanciona a rebeldia e a construção individual da imagem e da identidade, embora por via de modelos da moda e da indústria do consumo. Autodenomina-se revolucionária artística e exalta a subversão dos padrões de produção da

arte, mas divulga sua obra no formato de mercadoria da música popular. Persegue o sucesso, e deseja livrar-se dele. Essas contradições ajudam a fazer dela um ídolo mundialmente reconhecido, pois possibilitam que seu trabalho alcance os mais variados tipos de público.

O tema da privacidade, apontado por Coelho & Helal (1992) nas narrativas sobre os ídolos também é evidente na história de Madonna. Embora se apresente como ser indiviso, ela está inevitavelmente marcada pela dualidade, sendo uma figura pública e um indivíduo (cuja vida privada é constantemente exposta ao público), configurando um constante conflito. Nos anos anteriores ao nascimento de sua primeira filha, Madonna manteve uma relação tranquila com o sucesso e o assédio: «Eu me divirto com a abordagem de todos. Gosto de ver o efeito que dou nas pessoas» (*Rockstoria*, MTV, 1990), afirmava. Embora tendo contratado o serviço de muitos seguranças e cercado a casa com grades e câmeras logo no início da carreira, retratava o sucesso como um sonho realizado, já que estar aos olhos de todos era tudo o que sempre desejou. Disposta a tudo para «ser tão famosa quanto Deus» (*Manchete*, 1986), esforçou-se por manter-se constantemente na mídia; apelidada pelos jornais como *Nossa Senhora da Perpétua Autopromoção*, adotou o comportamento escandaloso como técnica de projeção mundial. Apresentava-se como ser uno, indiviso, como se a fama estivesse inscrita em seu destino, fosse parte de sua personalidade. Madonna indivíduo e Madonna *superstar* eram percebidas como fundidas em uma só, indissociáveis – sua imagem artística se confundia com os personagens que inventou.

O nascimento da filha em 1996 redirecionou drasticamente sua vida e seu trabalho. A cisão da figura de Madonna torna-se mais evidente à medida que começa a esforçar-se para manter uma vida estável e preservar a sua individualidade e a da filha, ao mesmo tempo que mantém o ritmo de produção e veiculação de sua imagem.

Em 11 de agosto de 2000 nasce seu segundo filho. Dois meses depois, são anunciados o segundo casamento de Madonna e sua decisão de trocar os Estados Unidos pela Inglaterra, terra natal de seu então marido, Guy Ritchie. A mudança de vida radical reflete-se em seu álbum *Music* (2000), composto por músicas dançantes e letras românticas e autorreflexivas. Se antes exaltava o lado doce da fama (ainda que não deixasse de mencionar seus inconvenientes) e o sucesso a todo custo, o trabalho de Madonna agora tenta ser o reflexo de uma personalidade realista, que não se ilude mais com os atrativos do estrelato. Seu vídeo *Drowned World/Substitute for Love* (1998) mostra a angústia de uma mulher que, após atingir o ápice da fama, perde o controle da situação e sofre com o assédio e com o interesse excessivo pela sua imagem, em detrimento da sua «essência».



Ao final, com uma criança no colo, ela ressalta que a carreira não é mais sua prioridade, contradizendo a Madonna conhecida da mídia e dos fãs, ávida por sucesso e dinheiro.

Seus videoclipes seguintes, *American Life* e *Hollywood* (faixas do álbum *American Life*, 2003), são também expressões claras dessa sua «nova fase». O primeiro, censurado nos Estados Unidos e retirado de circulação pela própria cantora sob pressão do Governo, faz uma crítica à guerra no Iraque promovida pelos EUA e ao então presidente George Bush, insinuando que os norte-americanos na verdade estariam divertindo-se com a expressão do seu poder sobre o povo iraquiano. O segundo fala de Hollywood como a cidade da superficialidade, onde tudo é falso, inclusive os sonhos de fama e riqueza que conduzem as pessoas até lá.

Sempre conhecida pela sua ambição desmedida, a cantora surpreendeu o público ao assumir essa mudança de atitude, que, contudo, já vinha sendo anunciada em alguns de seus trabalhos. Mesmo contradizendo a postura que adotou e defendeu por anos, sua credibilidade entre os fãs não sofreu abalo, ao contrário; ninguém melhor do que ela para criticar esse modo de vida, já que viveu assim por anos e passou por todo tipo de adversidade que a vida de celebridade poderia acarretar. Além disso, seus fãs defendem o seu direito de «mudar de ideia». Negar a fama parece, assim, um sinal inevitável de amadurecimento.

Colocar a ênfase em outros assuntos que não a sua vida pessoal indica a tentativa de «sair do foco», trocar a introspecção pela discussão de assuntos «públicos», como por exemplo a guerra do Iraque, no caso do videoclipe de *American Life*. Não parece vantajoso apresentar-se como ser indiviso quando se precisa resguardar a individualidade de outras pessoas (no caso, seus filhos e marido). Essas mudanças expressam claramente o entrelaçamento da vida de Madonna com a sua obra. Os acontecimentos que considera marcantes em sua vida – desde os mais felizes até os mais melancólicos – são imediatamente retratados via música, *shows* e videoclipes. Por essa razão, considera-se aqui o trabalho de Madonna como parte integrante de sua biografia, uma espécie de diário; na maior parte das vezes, o assunto de suas produções é ela mesma, direta ou indiretamente.

O tema da adversidade sempre esteve presente em sua biografia e em seu trabalho. A superação dessas adversidades, como relatada nas biografias, aparece como prova indelével da força e da capacidade do «herói», desempenhando papel importante no seu processo de mitificação (Morin, 1989). Logo no início da história de Madonna há a morte de sua mãe, episódio exaustivamente mencionado ao longo de seus vinte e oito anos de carreira, não só pelas biografias mas pela mídia em geral, pelo seu trabalho e por ela própria.

A morte da mãe apareceu pela primeira vez em seu trabalho na faixa *Promise to Try*, do álbum *Like a Prayer*, de 1989, considerado seu álbum mais introspectivo. *LAP* (como é chamado pelos fãs) é praticamente uma «biografia para ouvir», onde ela fala não só da mãe como do pai, dos irmãos, dos conflitos com o então ex-marido Sean Penn e de sua religiosidade. *Promise to Try*, faixa do álbum dedicada à sua mãe, foi ainda tema de uma cena considerada das mais tocantes no filme *Na Cama com Madonna*, na qual ela vai até o cemitério em Michigan visitar sua lápide e deita-se ao seu lado, lamentando a sua morte.

A cantora costuma estabelecer um vínculo direto entre a perda da mãe e a sua «vitória»: «A solidão e o sentimento de perda foram esmagadores. Mas hoje sei que se não fosse esse vazio talvez não me tivesse atirado ao mundo com tanta garra» (*Nova*, 1987: 102). O conflito com o pai depois da morte da mãe é outro ponto constantemente ressaltado nas suas biografias e entrevistas, retratando uma relação de amor e ódio que, pela instabilidade, a fazia muito infeliz. «Meu pai me tirou muito em termos de vida, mas sua educação rígida me deu a disciplina e a garra para ser quem sou hoje» (*Rockstória*, MTV, 1990). Ao mesmo tempo que amava e precisava do pai, via-se envolvida em embates com ele na tentativa de garantir sua liberdade, reafirmar suas vontades e seu modo de ser. O ápice do conflito ocorre quando do segundo casamento do pai (com a governanta da casa) e com a exigência, por parte dele, de que os filhos a tratassem como mãe e a chamassem assim. Além disso, por ser a filha mais velha, levava uma vida de «Cinderela», como ela mesma diz, vendo a adolescência passar enquanto cuidava da casa e dos irmãos menores, sob a supervisão da madrasta e o jugo do pai. Seu sucesso é muitas vezes atribuído, por ela própria, às dificuldades que passou e à educação rígida que recebeu, mostrando a ideia de que a fama pode nascer das adversidades, que oferecem a força necessária para se «vencer na vida»:

Minha gigantesca popularidade é resultado de tudo o que passei. Tive que lidar com a morte, a sensação de perda desde cedo e a realidade de não ter uma mãe pra me criar, já que continuei considerando minha madrasta como nossa governanta. Como meu pai foi meu modelo de educação, costume ter alguns pontos de vista tradicionalmente masculinos sobre várias coisas. Não tive mãe para me dizer que deveria me casar, ter filhos e saber cozinhar certos pratos. Provavelmente não me sairia bem na pele de dona de casa. Por outro lado, minha criação me deu condições para tomar iniciativas importantes, como ir para Nova Iorque sem dinheiro e sem um parente para me receber. Não é só por causa disso que venci, mas sinto que minha infância tem muito a ver com os passos dessa estrada. (*Madonna*, revista *Nova*, dezembro de 1994)

Já em Nova Iorque, a difícil vida nas ruas é contada de formas pouco variáveis entre uma biografia e outra. Todas elas enfatizam o trabalho árduo e a

solidão que sentiu quando trocou sua cidade interiorana, da qual jamais havia saído, pela grande metrópole. Madonna é retratada nos textos como uma sobrevivente – e é exatamente como tal que ela se coloca diante da mídia e dos fãs. Sua especificidade está em superar obstáculos que para muitos seriam intransponíveis, mostrando que nada pode mudar o futuro de alguém «predestinado» ao estrelato.

Ainda depois da fama, sua história continua repleta de situações e sentimentos adversos. Um dos temas mais explorados é a sua permanente crise conjugal, particularmente em evidência depois do casamento com o ator Sean Penn, em 1985. De temperamento reconhecidamente conservador e agressivo, o ator, na época, protagonizou inúmeras cenas de ciúme com relação à superexposição da esposa, chegando a agredir fisicamente fotógrafos, fãs e até ela própria. Em 1988 ocorre o divórcio, sob rumores de que Sean, em uma violenta crise de ciúmes, teria tentado assassiná-la. A conturbada relação com o marido rendeu uma música – «Till death do us part», faixa do álbum *Like a Prayer*, que descreve uma violenta briga de casal – e um videoclipe, «Oh Father», no qual retrata os relacionamentos conflituosos com os «homens de sua vida» (o pai e Sean). A personagem do clipe abandona o marido para se livrar dos maus-tratos, tal como na vida real: Madonna pediu o divórcio em 1988, concedido em troca de uma vultosa soma em dinheiro e algumas propriedades.

A enigmática tristeza de Madonna passou a ser mais perceptível depois do divórcio, com o conseqüente amadurecimento de seu trabalho e o hábito cada vez mais constante de utilizar sua biografia como inspiração. A cantora passa a ser vista na companhia de várias pessoas – homens e mulheres – e empenha-se como nunca em tornar públicos os seus sentimentos e medos: medo do pesadelo que, segundo ela, a perseguia desde pequena, onde um menino a assassinava, da solidão, de sequestros, de doenças (contou em entrevista que sempre acreditou que teria câncer e morreria como a mãe, aos 31 anos) e de não conseguir ter filhos. Contara em entrevista (citada na revista *Contigo!*, 1993) que uma cigana havia lhe dito que alcançaria inacreditável sucesso profissional e fama planetária, mas jamais teria filhos, previsão que parecia confirmar-se com o aborto espontâneo que sofreu em 1990. Sua vida pessoal parecia desmorronar-se lentamente enquanto ela atingia o ápice do sucesso – pela primeira vez é visível o desdobramento de Madonna em celebridade e indivíduo: a vida profissional é um sucesso; a pessoal, um fracasso. O paradoxo se intensifica à medida que ela mistura sua vida pessoal com a arte com cada vez mais intensidade: tira, assim, partido da própria desventura, ao narrá-la em seu trabalho com mais constância e manter-se no topo da popularidade por isso. Demonstrar emoção é algo que humaniza o

mito e lhe atribui autenticidade, tornando-o ainda mais «especial» aos olhos dos fãs. A própria humanidade torna-se assim um traço divino, caracterizando-o como um ser humano «excepcional», diferente de todos os outros devido à fama, ao talento e ao sucesso, mas ao mesmo tempo igualando-o a todos através da sua *humanidade*.

Sua história parece querer mostrar que se paga um preço muito alto pelo sucesso na vida pública: a dor na vida particular, e aqui ela encena uma das versões negativas do grande mito da fama<sup>2</sup>. É dessa forma que o talento inato une-se às dificuldades enfrentadas na vida para tornar o ídolo um ser «mítico», mormente no caso de Madonna, que mostra saber como «dar a volta por cima» em várias situações e «tirar partido» da desgraça em benefício próprio. Sua força a mitifica.

E parece ter sido essa «força» que a conduziu à virada radical em sua vida. Depois do nascimento dos filhos, do segundo casamento e do «encontro com a sua espiritualidade», ela demonstrava ter finalmente alcançado a paz de espírito, dizendo estar feliz e realizada – «levei apenas 42 anos para fazer a coisa certa», disse ela à revista *Showbizz* (2000), em relação ao casamento com Guy Ritchie. A realização pessoal tardia é vista como uma recompensa pelos anos de sofrimento, solidão e muito trabalho: a dor conduz à felicidade, como convém à saga de qualquer herói. O desejo pela fama parece assim ser algo característico de pessoas infelizes, que buscam preencher o vazio de suas vidas com o *glamour* de ser uma celebridade.

Tendo alcançado a plenitude na vida pessoal, passa a colocar a questão do sucesso como secundária. Seu trabalho volta-se à crítica não só à condição da fama, como também àqueles que sonham com ela e a têm como principal objetivo na vida. Em entrevista à MTV (*Making of Hollywood*, 2003), a cantora argumenta:

... existem coisas mais importantes na vida. Agora eu acho que o sonho americano, o jeito americano é pensar sobre o que está acontecendo no mundo nesse momento. Tenho muita sorte de estar na América, porque eu tenho a liberdade para pensar e me expressar. Esse é o meu sonho americano agora.

Essa imagem permanece, mesmo com o fim do casamento, em 2008. Madonna adota duas crianças (David Banda e Mercy James, nativos do Malavi) e dedica-se a causas sociais. Seus últimos álbuns e videoclipes têm um tom dançante e voltam-se para a celebração da vida e do sucesso, sem deixar de lado a crítica social, expressa, principalmente, em seus *shows*. Madonna parece ter, finalmente, alcançado seu próprio sonho americano.

## Considerações finais

Lévi-Strauss mostra que «todo mito conta uma estória» (1962: 47) que fala da sociedade e das relações que nela se desenvolvem. As celebridades transformadas em ídolos são os mitos contemporâneos; não apenas suas pessoas/personagens, mas também as histórias que se desenrolam ao seu redor, construindo e consolidando suas imagens públicas. O mito, assim, conta histórias da sociedade que o produz, revelando seu modelo de cultura, suas crenças, valores, tensões e ambiguidades (Eco, 1979).

É por essa razão que Rhiel & Suchoff (1996) argumentam que expor a vida privada das figuras públicas significa um avanço crítico no sentido de questionar as ideologias dominantes identificadas nessas narrativas, já que estas são expressões da moral e dos valores de uma sociedade. Nesse sentido, Heinich (1996) indica como a força do processo de edição pode ser percebida nas histórias através do tratamento moral dado aos fatos reais da vida dos ídolos, mostrando que o modo de contar a história diz muito mais a respeito da sociedade no seio da qual essas narrativas são construídas do que da própria celebridade. A autora aponta que a seleção dos fatos priorizados nas histórias de vida é influenciada pela moral de uma sociedade, e dessa forma a narrativa estaria a serviço dessa moral determinada, nela estando baseada e, ao ser divulgada, reafirmando-a. Dessa maneira, fortalece-se a ideia do mito enquanto «lenda», um ser que carrega todas as regras de conduta consideradas válidas e desejáveis. No caso de Madonna, seu público (em sua maior parte composto por jovens) exalta sua postura contestadora e acredita na possibilidade de questionar e romper padrões por seu intermédio. A cantora aparece aos olhos dos fãs como símbolo da coragem e da determinação, características consideradas essenciais para o sucesso na vida pessoal e profissional. Aos espectadores que não se caracterizam como fãs e a criticam por seu comportamento «extremado», o trabalho e a biografia da cantora apresentam as justificativas para as transgressões. Sua dimensão de «mito» está na união de características socialmente negativas e positivas, formando um complexo que lhe permite o alcance aos mais variados tipos de público.

No contexto da sociedade de massas, onde o sentido da vida é encontrado na singularidade (Simmel, 1971), a trajetória de Madonna e de outros heróis contemporâneos constitui-se em versões do mito da reafirmação individual como ser único e insubstituível. A biografia da cantora, editada pela mídia e romanceada em suas produções, expressa os valores e anseios da sociedade moderna, através da ênfase no esforço individual e no sucesso pessoal. Passando da condição de anonimato e pobreza à fama e riqueza por intermédio da determinação, do

trabalho e da superação de obstáculos «intransponíveis», Madonna aparece aos olhos de seus admiradores como um exemplo a ser seguido. Tornando públicos seus sentimentos e medos a partir de sua obra, faz-se mais «humana», embora não perca seu *status* de mito. Demonstrar a emoção humaniza e pressupõe autenticidade e acesso ao «íntimo» da pessoa, à sua «verdade». Essa humanização intensifica o fenômeno da idolatria, pois torna o ídolo ainda mais especial aos olhos de seu público. Além disso, o fato de demonstrar a humildade de ser uma pessoa «comum» que lutou muito para conseguir o que queria a mitifica ainda mais, pois faz dela o modelo para a esperança de que todos tenham esse «algo mais» especial que os torna singulares.

As biografias das celebridades apresentam algumas recorrências, como infância e adolescência pobres, admirável talento e trabalho árduo, atribuindo características humanas e míticas que lhes garantem um *status* «superior», ainda que sejam humanos. Ao mesmo tempo que «divinizam» a celebridade através da atribuição de qualidades «especiais» e da superexposição à mídia, as histórias cumprem a função de «humanizar» o mito, conforme observa Morin (1987: 106-107): «A imprensa de massa, ao mesmo tempo que investe os olímpianos de um papel mitológico, mergulha em suas vidas privadas a fim de extrair delas a substância humana que permite a identificação.»

Assim, os temas recorrentes nas biografias são indicativos de que a indústria cultural opera no sentido de «editar» as narrativas, selecionando alguns fatos em detrimento de outros. As biografias são formas próprias de contar uma história: os fatos verdadeiros são tratados como fábula moral, e o que conduz a escolha daquilo que será contado é a própria realidade social. É devido a isso que a cultura se evidencia nas narrativas, através dos arquétipos e ideologias que compõem as histórias. O mito é a imagem na qual estão projetados os significados compartilhados, a «corporificação» dos valores sociais, e é precisamente essa característica que garante a sua condição.

## NOTAS

- <sup>1</sup> Este texto é uma adaptação de parte do segundo capítulo da dissertação de mestrado intitulada «*Nunca te Vi, sempre te Amei*»: Uma análise antropológica da idolatria a Madonna em um *fã-clube virtual*, defendida em 2004 no Programa de Pós-Graduação em Ciências Sociais da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ/Brasil), sob orientação de Maria Claudia Coelho.
- <sup>2</sup> Para uma análise aprofundada sobre as representações do mito da fama produzidas pela indústria cultural a partir de filmes que retratam o tema, ver Coelho, 1999, capítulo 2.

## PERIÓDICOS CITADOS

«A vida de Madonna» (capítulo 1), revista *Contigo!*, ed. 942, 5 de outubro de 1993, pp. 20-22.

CARNEIRO, Hélio, «Madonna/Megastar», revista *Manchete*, agosto de 1986, pp. 70-75.

CORLISS, Richard, «O circo erótico de Madonna», revista *Manchete*, 30 de outubro de 1993, pp. 16-19.

CORREA, José Guilherme, «Madonna, o mito», revista *Manchete*, 6 de novembro de 1993, pp. 6-12.

GARRAT, Sheryl, «Madonna em flagrante», revista *Nova*, dezembro de 1994, pp. 148-153.

GASPARI, Elio, «Ela é assim e nunca pede desculpas», revista *Veja*, ed. 1263, ano 25, n.º 48, 25 de novembro de 1992, pp. 6-11.

«O Carnaval chegou em novembro», revista *Veja*, 10 de novembro de 1993, pp. 108-113.

Revista *Nova*, abril de 1987, pp. 100-105.

SMITH, Abonico R., «Entrevista exclusiva com Madonna», revista *Showbizz*, ed. 182, ano 15, n.º 9, setembro, 2000.



## BIBLIOGRAFIA

- CANEVACCI, Massimo (1990), *Antropologia da Comunicação Visual*, São Paulo: Editora Brasiliense.
- COELHO, Maria Claudia; HELAL, Ronaldo (1992), «A Indústria Cultural e a Biografia de Estrelas: As histórias de Babe Ruth e Tina Turner», *Cadernos Pedagógicos e Culturais*, Niterói: Centro Educacional de Niterói, vol. 1, set./dez.
- COELHO, Maria Claudia (1999), *A Experiência da Fama: Individualismo e Comunicação de Massa*, Rio de Janeiro: Editora FGV.
- CORALIS, Patricia (2004), «*Nunca te Vi, sempre te Amei*»: Uma análise antropológica da idolatria a Madonna em um fã-clubes virtual, dissertação de mestrado, PPCIS/UERJ, 255 pp.
- ECO, Umberto (1979), *Apocalípticos e Integrados*, São Paulo: Perspectiva.
- HEINICH, Nathalie (1996), *The Glory of Van Gogh: An Anthropology of Admiration*, Princeton: Princeton University Press.
- JENSON, Joli (1992), «Fandom as Pathology», in Lisa A. Lewis (org.), *The Adoring Audience: Fan Culture and Popular Media*, Londres e Nova Iorque: Routledge, pp. 9-29.
- LÉVI-STRAUSS, Claude (1962), *O Pensamento Selvagem*, São Paulo: Companhia Editora Nacional.
- MAUSS, Marcel (1988), *Ensaio sobre a Dádiva*, Lisboa: Edições 70.
- MORIN, Edgar (1989), *As Estrelas: Mito e Sedução no Cinema*, Rio de Janeiro: José Olympio.
- RHIEL, Mary; SUCHOFF, David (org.) (1996), *The Seductions of Biography*, Nova Iorque e Londres: Routledge.
- SIMMEL, Georg (1971), «Freedom and the Individual», in Donald Levine (org.), *On Individuality and Social Forms*, Chicago: University of Chicago Press.
- WEBER, Max (1982), «A Política como Vocação», in *Ensaio de Sociologia*, RJ: Zahar, pp. 97-153.
- (1991), *Economia e Sociedade*, tomo I. Brasília: UnB.
- (1997), «Os Três Tipos Puros de Dominação Legítima», in Gabriel Cohn, *Weber*, São Paulo: Editora Ática, pp. 128-141.