

## **“Come on, Vogue!”: Madonna e a construção da identidade LGBT através da representação simbólica na música pop**

### **“Come on, Vogue!”: Madonna and the construction of the LGBT cultural identity through symbolic representation in pop music**

Gabriel Holanda MONTEIRO<sup>1</sup>  
Naiana Rodrigues da SILVA<sup>2</sup>

#### **Resumo**

O seguinte artigo pretende analisar o processo de construção da identidade do sujeito pós-moderno LGBT, com ênfase na representação simbólica construída pela música pop. Para isso, será observado o papel da figura pública de Madonna nesse processo por meio de uma análise da música *Vogue* e da dança de mesmo nome. A fundamentação teórica do trabalho abordará conceitos de identidade, representação simbólica, visibilidade, entre outros.

**Palavras-Chave:** Identidade. LGBT. Madonna; *Vogue*. Comunicação de Massa.

#### **Astract**

The following article intends to analyze the construction process of the cultural identity of the postmodern LGBT subject, with emphasis on symbolic representation mediated through mass communication through pop music. For this, the role of the public figure Madonna in this process will be observed through an analysis of her music *Vogue* and the dance of the same name. The theoretical basis of the work will approach studies on identity, symbolic representation, mass communication, visibility, among others.

**Keywords:** Identity. LGBT. Madonna. *Vogue*. Mass Communication.

#### **Introdução**

Madonna foi precursora da música pop e continua sendo, na atualidade, um dos maiores nomes do ramo. Fenômeno da comunicação de massa e do processo de globalização, suas músicas, videoclipes e *performances*, bem como seu posicionamento

---

<sup>1</sup> Graduando do Curso de Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda do I.C.A - UFC.  
E-mail: gabemont97@gmail.com

<sup>2</sup> Professora do Curso de Comunicação Social – Jornalismo, da UFC.  
E-mail: naianarodrigues@gmail.com

crítico e polêmico diante de diversas questões socioculturais conquistaram fãs ao redor do globo e a atenção da crítica mundial. Conquistaram, ainda, um grupo social tão específico quanto diversificado: a comunidade LGBT (composta por Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis)<sup>3</sup>, um de seus maiores públicos e mercados consumidores. A relação entre Madonna e essa comunidade é tão intrínseca que a artista é considerada um ícone LGBT.

Essa afirmação implica compreender que a cantora está relacionada à identidade desse grupo. Mas que identidade é essa? E como Madonna participou desse processo de construção da identidade LGBT? Essas são algumas perguntas que esta pesquisa pretende responder. Primeiro serão abordados alguns estudos sobre identidade, bem como o processo de construção de tais identidades baseado na diferença, na representação e na classificação. Em seguida, serão analisadas a construção da identidade cultural LGBT e a participação de Madonna nesse processo, tomando como objeto de pesquisa a música *Vogue* e sua relação com a dança de mesmo nome e com a representação da cultura dessa comunidade, através de uma análise de conteúdo. Será observado, ainda, como a cantora levou tal representação a uma escala global, tornando-se um ícone LGBT. Para isso, serão utilizados os conceitos de comunicação de massa, globalização e visibilidade.

## **A identidade do sujeito LGBT contemporâneo**

Parece ser fácil falar de identidade, afinal, ela é *o que eu sou*. Mas ela também pode ser *o que não sou*. Além disso, seria algo fixo, absoluto? Ela simplesmente é? Como se dá o processo de formação dessa identidade? Percebe-se que ela não é tão simples assim de ser definida. De fato, torna-se cada vez mais difícil responder à pergunta “quem sou eu, afinal de contas?”

A identidade de um sujeito é construída de diversas formas. Dentre elas, três podem ser delineadas: diferença, representação e classificação (SILVA, 2014). É importante pontuar que a identidade não é formada de modo independente: ela está intrinsecamente relacionada à diferença. É pelo olhar sobre o outro, sobre o diferente,

---

<sup>3</sup>Atualmente, a sigla é questionada devido à existência de diversas outras sexualidades e identidades de gênero.

sobre *aquela que não sou* que o sujeito passa a se definir. Como afirma Woodward (2014, p. 40), “as identidades são fabricadas por meio da marcação da diferença. (...) A identidade, pois, não é o oposto da diferença: a identidade *depende* da diferença”. Por exemplo, um indivíduo sabe que é LGBT porque não é heterossexual e/ou cisgênero<sup>4</sup>.

Outra possibilidade de se produzir a identidade é através da atuação dos sistemas representativos, ou seja, das formas pelas quais indivíduo e sociedade criam signos<sup>5</sup> para representar a si mesmos e o mundo. Representar é apreender o real e torná-lo presente (SILVA, 2014). A pintura, a escrita, a música, as expressões orais e os produtos midiáticos são formas de representação da realidade. Como a representação também é subjetiva, acabam sendo atrelados a ela significados – sentidos atribuídos ao signo, ou seja, ela é um sistema de significação – que são interpretados pelo indivíduo, levando a sua identificação (ou não) com tal representação. Quando o sujeito vê indivíduos LGBTs na mídia e se *identifica* com essa representação, ou quando escuta uma música que o faz se reconhecer como tal, por exemplo, está formando sua identidade cultural como sujeito LGBT. Segundo Woodward (2014, p. 18):

É por meio dos significados produzidos pelas representações que damos sentido à nossa experiência e àquilo que somos. (...) A representação, compreendida como um processo cultural, estabelece identidades individuais e coletivas e os sistemas simbólicos nos quais ela se baseia fornecem possíveis respostas às questões: Quem eu sou? O que eu poderia ser? Quem eu quero ser?

Por ser subjetiva, essa representação pode agregar significados negativos ao sujeito LGBT, colocando-o em uma posição social inferior, ou seja, a representação e a produção da identidade estão ligadas a relações de poder, como explica Silva (2014, p. 91): “A representação é um sistema linguístico e cultural: arbitrário, indeterminado e estreitamente ligado a relações de poder. (...) Quem tem o poder de representar tem o poder de definir e determinar a identidade”.

A identidade também é formada com base nos sistemas classificatórios, que são basicamente as formas pelas quais se classifica, se divide a sociedade em grupos. A principal forma de classificação é a que se baseia em oposições binárias, em relações

---

<sup>4</sup> Indivíduo que se identifica completamente com o gênero com o qual foi designado no nascimento.

<sup>5</sup> O signo é um conceito básico da semiótica e é definido por Silva (2014) como “um sinal, uma marca, um traço que está no lugar de uma outra coisa, a qual pode ser um objeto concreto, (...) um conceito ligado a um objeto concreto, (...) ou um conceito abstrato. O signo não coincide com a coisa ou o conceito”. (SILVA, 2014, p. 78)

dicotômicas: mulheres e homens, negros e brancos, heterossexuais/cisgêneros e LGBTs, pobres e ricos, nativos e estrangeiros, etc. Em essência, estamos classificando “nós” e “eles”, diferenciando-nos do outro grupo. É através da classificação que se forma também a diferença.

O processo de classificação é central na vida social. (...) As classificações são sempre feitas do ponto de vista da identidade. (...) Dividir e classificar significa (...) também hierarquizar. (...) Fixar uma determinada identidade como a norma é uma das formas privilegiadas de hierarquização das identidades e das diferenças. (SILVA, 2014, pp. 82-83)

Assim, há um processo de hierarquização, em que um grupo sempre estará em posição social inferior ao outro, ou seja, a classificação também é subjetiva e está ligada a relações de poder. Um dos grupos constitui a norma, enquanto o outro (ou os outros) é visto como uma contravenção à norma, como é o caso de heterossexuais e LGBTs, respectivamente.

## **O Sujeito LGBT Pós-Moderno e sua Identidade Fragmentada**

O sujeito iluminista moderno, com sua concepção essencialista de uma identidade unificada, fixa, construída em essência desde o nascimento do sujeito, deu lugar ao sujeito pós-moderno, com sua concepção de identidade fragmentada. Fruto de um mundo que estava passando por um processo de mudanças econômicas, culturais e sociais abarcadas em um fenômeno denominado globalização, o sujeito pós-moderno surge com uma identidade descentrada, que aponta para vários lados e que constitui não apenas uma, mas *diversas* identidades<sup>6</sup>, como explica Hall (2002, pp. 12-13):

O sujeito, previamente vivido como tendo uma identidade unificada e estável, está se tornando fragmentado. (...) Assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um “eu” coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas.

Assim, o sujeito LGBT pós-moderno não é apenas LGBT. Ele pode ser também

---

<sup>6</sup> Stuart Hall (2002) descreve detalhadamente esse processo de transição da concepção de identidade do sujeito moderno para o pós-moderno em sua obra *A Identidade Cultural na Pós-Modernidade*.

uma mulher lésbica ou bissexual. Pode ser cisgênero (a), transexual, negro (a), branco (a), magro (a), gordo (a), afeminado (a), masculinizado (a), pobre, rico (a)... É também filho (a), amigo (a), estudante, trabalhador (a), pai, mãe, colega de classe, fã... Assume diversas identidades, dentro das quais poderá assumir, em algumas, uma postura política enquanto luta por direitos e por afirmação de identidade. O sujeito pós-moderno percebe que a política das classes sociais não é suficiente para atender às suas necessidades como um ser fragmentado e parte para uma política das identidades, que luta pela afirmação de uma identidade socialmente oprimida por um grupo normativo (WOODWARD, 2014).

Dentro da política das identidades está a política sexual, que lida com a afirmação de identidades sexuais alternativas à sexualidade normativa heterossexual e de identidades de gênero alternativas à cisgênera normativa, ou seja, está relacionada ao movimento LGBT, considerado um dos novos movimentos sociais.

Identidades sexuais e de gênero destoantes das normativas sempre existiram na história da humanidade. Porém, uma das primeiras articulações registradas do LGBT como movimento foi a Revolta de *Stonewall*<sup>7</sup> em Nova Iorque, em 1969. Desde então, o movimento vem se firmando ao redor do mundo. Antigamente usava-se no Brasil a sigla GLS (Gays, Lésbicas e Simpatizantes), passando por GLBT em todo o mundo, sendo atualmente reordenada e chamada de LGBT universalmente. Atualmente a comunidade tem usado, assim como outras minorias sociais, a internet e principalmente os sites de redes sociais para se articular, protestar e lutar pelo respeito e aceitação da sociedade heteronormativa e cisnormativa, bem como pelos direitos civis que até hoje não foram completamente conquistados.

Woodward (2014, p. 35) afirma que é comum na política da identidade a celebração da singularidade de um grupo. Faz parte da construção da identidade, principalmente quando se trata de um grupo socialmente oprimido, buscar na história elementos em comum que criem uma identidade coletiva, como é o caso do LGBT, com seu histórico de opressão sexual e de gênero e de luta pela diversidade.

---

<sup>7</sup> Disponível em [http://www.huffpostbrasil.com/vinacius-de-vita/o-que-mudou-depois-da-revolta-de-stonewall\\_a\\_21689515/](http://www.huffpostbrasil.com/vinacius-de-vita/o-que-mudou-depois-da-revolta-de-stonewall_a_21689515/). Acesso em 01/05/2017.

## Construção da Identidade Cultural LGBT

A formação da identidade LGBT se dá tanto pelo processo de diferenciação do grupo em relação aos heterossexuais e/ou cisgêneros, como pelo sistema de classificações, que o coloca em posição social inferior àqueles que estão dentro da norma de identidades sexuais e de gênero. Dá-se, ainda, pelos elementos históricos que possuem em comum, como a luta por direitos civis e pela aceitação da diversidade. Porém, é no campo da representação que sua identidade cultural pode ser melhor analisada, pois envolve o processo de identificação, de produção e reprodução de elementos simbólicos e de significação desses elementos, principalmente quando esse processo é mediado pela comunicação de massa.

É importante pontuar que a comunidade LGBT possui um histórico de forte repressão e opressão, processos que ocorrem desde os primeiros anos de vida do indivíduo. Violência, discriminação, maus tratos, *bullying*, desestabilidade familiar, perda do lar e morte são alguns dos obstáculos enfrentados. Trata-se, ainda, de uma comunidade muito ampla que engloba diversas sexualidades e identidades de gênero. Logo, é uma característica de sua identidade o forte uso de cores muito vivas que representam a felicidade, a luta pela vida e a diversidade (uma forma otimista de se lidar com as adversidades enfrentadas ao longo da vida), vindo daí o conceito da bandeira do arco-íris, símbolo<sup>8</sup> do movimento.<sup>9</sup>

A comunidade LGBT sempre consumiu produtos artísticos e culturais: música, filmes, teatro, televisão, fotografia, moda, dança, etc. Sempre houve uma forte identificação devido ao fato de a arte e a cultura serem fontes de escapismo de uma vida que envolve muitas vezes forte sofrimento, tornando essa uma forte característica da identidade LGBT. Um reflexo disso é o fato de que muitos artistas são LGBT. Grande parte dessa identidade é construída através da representação simbólica na arte e principalmente na mídia, que gera uma identificação por parte desse público, que adota determinados elementos na construção de sua própria identidade. A indústria cultural<sup>10</sup>,

---

<sup>8</sup> Segundo a semiótica, o símbolo é um signo que se refere ao objeto que denota, atribuindo uma associação de ideias gerais (Nöth, 1998).

<sup>9</sup> Disponível em <http://www.bbc.com/portuguese/internacional-36558396>. Acesso em 01/05/2017.

<sup>10</sup> Termo concebido por Adorno e Horkheimer, autores da Teoria Crítica, para designar o sistema de

que trouxe a explosão dos produtos midiáticos veiculados em larga escala, juntamente com o processo de globalização, fez com que esse processo de criação da identidade LGBT se desse ao redor do mundo.

Até mesmo as propagandas participam dessa representação. “Em momentos particulares, as promoções de *marketing* podem construir novas identidades, (...) identidades das quais podemos nos apropriar e que podemos reconstruir para nosso uso. A mídia nos diz como devemos ocupar uma posição-de-sujeito particular” (WOODWARD, 2014, p. 18). A identificação é uma das formas mais usadas pela publicidade para atrair o mercado consumidor.

Durante muito tempo a representação da comunidade LGBT na mídia, mais especificamente ao que se refere à propagação de bens de consumo nesses meios, representava uma parcela de zero ou quase nada, e quando era feita, aparecia de forma limitada e caricata, ficando longe de mostrar a verdadeira realidade que essa comunidade vivenciava. Felizmente esse quadro, apesar de ainda de forma lenta, vem sendo modificado, sobretudo com o apoio de marcas e anunciantes que acordaram para a necessidade de mudanças em seu posicionamento. (CORREA et. al., 2015, p. 4)

Tal mudança é importante por afetar diretamente o processo de construção dessa identidade LGBT, no qual a mídia tem grande participação. Esta vem tentando cada vez mais atender às diferenças, enquanto busca ao mesmo tempo alcançar todo o público de massa. Esse é o velho paradoxo da comunicação, como mostra Wolton (2010, p. 16):

Ou se consegue organizar a convivência entre pontos de vista diferentes, com a dupla exigência de respeitar, ao mesmo tempo, a diversidade das ideias e um campo comum de comunicação, ou todos se fecharão em guetos e comunitarismos e em identidades mais ou menos belicosas.

Dentre os produtos da indústria cultural, um dos que mais estão atrelados à identidade LGBT é a música pop. Percebe-se um forte apelo material e estético por parte das músicas e dos videoclipes. Devido a elementos como histórias de superação, fama, dinheiro, roupas caras feitas por estilistas famosos, jóias, carros importados, perfumes, maquiagens bem desenhadas, jogos de sedução, melodias dançantes e alegres, músicas eletrônicas (bem como os gêneros *house*, *dance*, *funk*, *trap*) de clubes e boates

(considerados lares sagrados para muitos indivíduos), personalidades midiáticas etc., há um forte processo de identificação – daí o fato de a música pop ser a mais tocada nas festas e paradas LGBT.

Entretanto, um dos elementos mais fortes na música pop para a formação da identidade LGBT é a figura de grandes mulheres (sejam elas LGBT ou não) que representem fama, poder, força e, ao mesmo tempo, sedução e ternura. Essa identificação ocorre na maior parte com gays, mas passa por toda a comunidade. Apesar de haver cada vez mais representantes LGBT na música pop, houve um tempo em que não era assim. Mesmo atualmente, a imagem da diva pop é uma das mais potentes fontes de representação da comunidade. Muitos são fãs de uma ou mais cantoras e chegam a discutir exaustivamente para defendê-las.

Madonna, além de uma das maiores artistas da história da música pop, foi ainda precursora no segmento musical. Foi um dos primeiros produtos de exportação musical mundial da indústria cultural nos anos 1980, portanto um dos primeiros (e mais fortes, até a atualidade) nomes do entretenimento. Foi uma das artistas a ter o trabalho e a própria imagem mais divulgados na comunicação de massa.

Os produtos da mídia são disponíveis, em princípio, a uma pluralidade de destinatários. Eles são produzidos em múltiplas cópias ou transmitidos para uma multiplicidade de receptores, e permanecem disponíveis a quem quer que tenha os meios técnicos, as habilidades e os recursos para adquiri-los. Nesse aspecto, a comunicação de massa se diferencia de outras formas de comunicação. (THOMPSON, 2014, p. 57)

A artista passou ainda pelo processo de globalização, que afetou profundamente a concepção de identidade. Com as fronteiras espaciais e temporais demasiadamente reduzidas, a globalização permitiu um fluxo cultural (por mais que bastante desigual) entre indivíduos de diversos países. Dentro desse fluxo estavam as músicas de Madonna. Assim, seus produtos atingiram um público universal e a cantora conquistou a comunidade LGBT de diferentes localidades. Sobre o processo de globalização, Hall (2002, p. 68) afirma: “Essas novas características temporais e espaciais, que resultam na compressão de distância e de escalas temporais, estão entre os aspectos mais importantes da globalização a ter efeito sobre as identidades culturais”. De fato, a identidade cultural deixou de ser predominantemente nacional e passou a se construir



mais ainda sobre a cultura de outros países e sobre as complexidades identitárias de cada indivíduo ou grupo social. No caso do LGBT, essa identidade passou a se construir cada vez mais sobre a música pop predominantemente norte-americana.

É importante pontuar que essa é uma análise generalizante, e que não representa todos os membros da comunidade LGBT. Trata-se de um olhar sobre os elementos simbólicos gerais que compõem a identidade de um grupo através de um processo de identificação coletiva. A próxima parte da pesquisa fará um recorte sobre a música *Vogue* de Madonna para demonstrar a influência da cantora na elaboração dessa identidade coletiva, mostrando como acabou tornando-se um elemento representativo a ponto de ser considerada um ícone LGBT.

## **Madonna, *Vogue* e a identidade cultural LGBT**

Antes de partir para a análise da canção *Vogue*, é preciso contextualizar a cena LGBT urbana e *underground* (alternativa e muitas vezes subversiva) de Nova Iorque na transição da década de 1980 para a de 1990. Esta pode ser bem definida através da *ball culture* (a cultura do baile, das festas), registrada no famoso documentário de Jennie Livingston, *Paris is Burning* (1990)<sup>11</sup>. Os *balls*, ou bailes, eram *shows* em que *drag queens*, gays, lésbicas, transexuais e bissexuais (principalmente negros, visto que essa cultura foi originada em bairros de população negra, como o *Brooklyn*) portavam-se como estrelas do cinema e da música, realizando uma fantasia. No filme, um dos entrevistados (que não tem o nome identificado) revela: “o baile é a coisa mais próxima da realidade que teremos de toda aquela fama, fortuna, estrelato e holofotes” (LIVINGSTON, 1990). Como já foi dito, esses são elementos fortemente presentes na composição da identidade LGBT. A *drag queen* Pepper LaBeija relata a importância desses eventos para os jovens dessa comunidade na época:

Esses bailes são mais ou menos a fantasia de sermos estrelas, como no Oscar e tal, ou desfilarmos como uma modelo. Muitos dos que vêm aos bailes não têm onde cair mortos. Alguns não tem nem o que comer. Eles chegam famintos ao baile. Dormem em boates para menores de 21, no píer ou onde puderem. Eles não têm casa, mas roubam algo e vêm ao baile para viver uma noite de fantasia. (LIVINGSTON,

---

<sup>11</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=RqbluoZAskk>. Acesso em 02/05/2017.

1990)<sup>12</sup>

Muitos desses jovens eram expulsos de casa e passavam por condições sub-humanas, mas encontravam força através da vontade de ir festejar e realizar, mesmo que por alguns instantes, esse sonho através dessa simulação. Muitos eram acolhidos por *drag queens* da região, que passavam a ser como mães para eles. Formavam-se, então, famílias batizadas pelas *drag queens* que a deram origem. Tais famílias eram chamadas de casas (*houses*), como a *House of LaBeija*, formada pela *drag queen* anteriormente citada. O sobrenome era passado adiante pelos membros, sendo essa uma forte tradição na comunidade LGBT nova iorquina até a atualidade, principalmente entre *drag queens*.

Os bailes consistiam em eventos que misturavam dança, música, desfiles de moda e teatralidade e possuíam competições entre os participantes. Tais competições envolviam diversas categorias, sendo uma delas a dança *Vogue*, como mostram o documentário e as considerações de Berte e Martins:

Entre as categorias de premiação que estruturavam os shows e desfiles da *ball culture* estavam: “moda parisiense”, “estilo executivo”, “roupa esportiva”, “corpo gostoso”, “estilo colegial”, “campo e cidade”, “travesti vestida pela primeira vez”, “estilo militar”, “traje alta costura para a noite” e “estilo realismo” – categoria na qual os/as candidatos/as deviam vestir-se e parecer com homens e mulheres heterossexuais. Uma das categorias era a dança “*Vogue*”, que simulava batalhas nas quais os participantes ousavam nas poses, passos e sequências coreográficas, buscando mostrar-se melhor aos adversários e jurados. (...) Naquele ambiente da *ball culture*, em que imagens de revistas, propagandas, televisão, séries, novelas e filmes eram transformados em desfile, dança, teatralidade e *performance*, surge a dança *Vogue*. (BERTE; MARTINS, 2014, pp. 868-869)

Percebe-se que a fonte de inspiração desses bailes está, em grande parte, na própria comunicação: revistas, propagandas, filmes e produtos televisivos e comunicativos em geral. Foi construída toda uma identidade de um grupo social baseada na ressignificação de representações midiáticas. Na dança *Vogue*, a gestualidade incluía poses de passarelas de moda, poses de modelos em revistas (no caso, a maior referência era a revista *Vogue*, vindo daí o nome da dança), posicionamento das mãos de modo a formar uma moldura em torno do próprio rosto,

---

<sup>12</sup> Tradução extraída do documentário disponível no serviço de streaming Netflix.

passos teatralizados e, muitas vezes, improvisados, como a simulação de abertura do estojo e da aplicação da maquiagem (cf. Fig. 1), etc. Esses jovens apreendiam os signos advindos da mídia e os adaptavam às suas próprias vidas, criando assim uma identidade. Sobre a dança *Vogue*, Willi Ninja, dançarino e mãe da casa *House of Ninja*, explica:

*Vogue* veio do veneno porque era uma dança entre duas pessoas que não se gostavam. Em vez de brigar, a parada era resolvida dançando na pista. Quem dava os melhores passos, soltava o melhor veneno. Pode-se fazer *Vogue* como pantomima. (...) Assim, *Vogue* é uma forma segura de lançar um veneno. O nome veio da revista *Vogue* porque alguns passos da dança são iguais às poses dentro da revista. O nome é uma declaração em si. (LIVINGSTON, 1990)



**Figura 1:** Willi Ninja dançando *Vogue* ao ar livre em *Paris is Burning*.<sup>13</sup>

Descrita essa cena cultural LGBT, a pesquisa partirá para uma análise da música *Vogue* e de como Madonna ajudou a construir uma identidade cultural LGBT em escala global pela representação e visibilidade, tornando-se assim um ícone da comunidade.

## **Madonna, *Vogue* e a Identidade Cultural LGBT**

Lançada em 27 de Março de 1990 (exatas duas semanas após o lançamento do documentário *Paris is Burning*), *Vogue* é uma canção pop do gênero *house* da cantora Madonna. Esse fato já delineia a estreita relação da artista com esse público. Madonna era frequentadora da cena LGBT nova iorquina, tendo diversos amigos na comunidade, o que a levou a incorporar expressões como *give face* (que pode ser traduzida como “fazer carão”), utilizada na composição de *Vogue* (O’BRIEN, 2008).

Na letra<sup>14</sup> da música, Madonna faz diversas referências e representações do

<sup>13</sup> Disponível em: <http://imgur.com/a/p9Ooa>. Acesso em 02/05/2017.

cenário LGBT. Logo no início, as frases “Faça uma pose. *Vogue!*” (MADONNA, 1990) remetem às poses de modelos e à dança *Vogue* já mencionadas. Ao longo da música, tem-se os versos “Olhe ao redor/Para todo lugar que você olha há desilusão/Está em todos os lugares que você vai (...) Você tenta tudo que pode para escapar/Da dor da vida que você conhece” (MADONNA, 1990). A artista transmite uma mensagem para aqueles que se sentem oprimidos (como o LGBT), relatando a dor de uma vida repleta de discriminação e a vontade que os indivíduos LGBT têm de escapar do sofrimento.

Em seguida, tem-se os versos “Quando tudo fracassar e você desejar ser/Algo melhor do que você é hoje/Eu conheço um lugar para onde você pode fugir/Chama-se pista de dança/E é para isso que ela serve, então/Vamos lá, *Vogue!*” (MADONNA, 1990). Aqui é descrito o desejo de superação, além da pista de dança como uma válvula de escape para muitos LGBTs, que vêm as festas como um evento de celebração que os ajuda a esquecer dos obstáculos enfrentados diariamente. Madonna segue então para o refrão, convidando o ouvinte para juntar-se a ela e dançar *Vogue*. A artista continua com os versos “Tudo o que você precisa é usar sua própria imaginação/Então use-a, é para isso que ela serve” (MADONNA, 1990), representando a imaginação e o improviso da dança *Vogue*. Mais adiante, canta “Não faz diferença se você é negro ou branco/Se é homem ou mulher (...) Você é uma *superstar*/Sim, é isso que você é, você sabe disso” (MADONNA, 1990). Além de incitar a tolerância e o respeito às diferentes identidades, afirmando que a música e a dança une todos os indivíduos, Madonna faz referência à vontade do indivíduo de se tornar uma estrela, alegando que ele sabe que tem potencial para isso. Representa, portanto, o desejo de fama e ascensão, elemento recorrente da cultura LGBT, e mais uma ressignificação das representações midiáticas.

Adiante, tem-se os versos “A beleza está onde você encontra (...) A alma está no musical/É onde eu me sinto tão linda/Mágica/A vida é um baile” (MADONNA, 1990). Além de sugerir que a beleza é subjetiva, a cantora fala sobre o poder da música e da dança de fazer o indivíduo se sentir bem, fazendo referência à cultura dos bailes citada anteriormente.

Por fim, uma das partes mais memoráveis da canção é o *rap* escrito pela artista, em que cita diversos nomes associados ao cinema de *Hollywood* e à mídia em geral, sendo todos eles figuras fortemente associadas ao LGBT. Dentre os nomes citados, tem-

---

<sup>14</sup> Disponível em <https://www.vagalume.com.br/madonna/vogue-traducao.html>. Acesso em 02/05/2017.

se Marilyn Monroe, Fred Astaire, Ginger Rodgers e Greta Garbo. Há o verso “Jimmy Dean na capa de uma revista” (MADONNA, 1990), que faz referência à inspiração das revistas para a criação da dança *Vogue*. O último verso do *rap* diz “Bette Davis, nós te amamos!” (MADONNA, 1990); Davis é um dos maiores nomes do cinema associados ao LGBT, e Madonna parece implicitamente incluir essa comunidade ao usar o pronome *nós*.

No videoclipe<sup>15</sup> da música (cf. Fig. 2), filmado em preto e branco, Madonna representa através de diversos signos o luxo, o *glamour*, a elegância e a postura de uma estrela, elementos relacionados ao cinema antigo hollywoodiano e ao universo LGBT. Ela própria assemelha-se em diversos momentos do videoclipe à Marilyn Monroe, diva do cinema, entrando assim no jogo de projeção e identificação que a música cria.

Os dançarinos estão vestindo roupas masculinas, mas seus trejeitos são femininos, denotando uma brincadeira paradoxal de significados e representando uma das identidades do homem gay da época. Toda a coreografia, tanto a dos dançarinos quanto a de Madonna, é da dança *Vogue*. Ao mesmo tempo, o filme é gravado em uma residência, em uma referência ao estilo *house* e mostrando que esse universo representado precisa estar apenas na imaginação para que se torne realidade. Sobre o clipe, O’Brien (2008, p. 195) comenta:

O videoclipe de “*Vogue*” é luxuosamente filmado em preto e branco por David Fincher. (...) Ela parece ter saído de uma gravura publicitária da década de 1940. As mãos se movimentam em uma coreografia expressiva, formando uma moldura em torno do rosto e acompanhando os gestos de seus dançarinos, enquanto estes adotam as poses e o andar afetado de passarelas típicos do mundo *underground* gay. Ela habita esse mundo, ela o controla. Ela mostra a beleza que há no estilo e na aparência, fazendo desse clipe uma celebração gloriosa da imagem, como se desse vida a uma antiga revista sobre cinema hollywoodiano.

---

<sup>15</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=GuJQSAiODqI>. Acesso em 02/05/2017.



**Figura 2:** Madonna no videoclipe da música *Vogue*.<sup>16</sup>

As representações da coreografia da artista e do cenário *gay underground* às quais O'Brien se refere são basicamente as da dança *Vogue*. Além da dança, a estética publicitária, cinematográfica e editorial de revistas de moda são representações com as quais boa parte da comunidade LGBT se identifica, presentes também na estética do videoclipe.

Além do videoclipe, tem-se uma das apresentações<sup>17</sup> mais memoráveis de Madonna no *MTV Video Music Awards*<sup>18</sup> de 1990 (cf. Fig. 3), em que canta *Vogue* encarnando a persona de Maria Antonieta, rainha consorte da França no século XVIII. Além de representar uma Maria Antonieta sexualizada (como uma crítica ao machismo, em uma época em que a mulher possuía ainda mais restrições quanto à expressão de sua sexualidade), Madonna traz seus dançarinos, que continuam com os trejeitos afeminados ao performar uma coreografia em dança *Vogue*, semelhante à do videoclipe (esses elementos continuam a ser usados pela cantora nas *performances* dessa música até a atualidade). Os signos usados na *performance* representam elegância, *glamour* e os demais elementos também utilizados no videoclipe. A apresentação gerou polêmica devido à crítica sexual e à nítida representação da cena LGBT.

---

<sup>16</sup> Disponível em: <http://imgur.com/a/k2IMy>. Acesso em 02/05/2017.

<sup>17</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=ITaXtWWR16A>. Acesso em 02/05/2017.

<sup>18</sup> Uma das maiores premiações da música pop, exibida anualmente pela emissora norte-americana MTV.



**Figura 3:** Madonna performando *Vogue* no MTV Video Music Awards de 1990.<sup>19</sup>

Madonna, ao trazer todas essas representações da identidade LGBT para a mídia, provocou maior visibilidade a este grupo social devido ao seu forte poder de influência na comunicação de massa. A artista teve a música e o videoclipe levados ao mundo inteiro, espalhando levando essa identidade a indivíduos LGBTs (que passaram a se identificar tanto com o trabalho e com a imagem da artista como com as representações presentes) e heterossexuais (que contestaram ou não essa mensagem, devido ao seu poder social como classe normativa dominante). Willi Ninja dizia, em *Paris is Burning*, que seu sonho era ver a dança *Vogue* sendo popularizada para o mundo inteiro (LIVINGSTON, 1990). Pode-se dizer que Madonna foi de suma importância para que isso ocorresse. Sobre a questão da visibilidade, Thompson (2014, p. 161) comenta:

Podemos sentir certo grau de familiaridade com as personalidades e os líderes políticos que aparecem regularmente na televisão e na mídia. Podemos até considerá-los amigos, e referimo-nos a eles com certa intimidade. Mas sabemos também que eles aparecem diante de milhares ou milhões de outros, que eles são acessíveis a muitos outros além de nós.

Tal familiaridade pode ser traduzida também como identificação por parte da comunidade LGBT. Ao longo dos anos, Madonna passou a ser considerada um ícone LGBT, mesmo sendo heterossexual. Segundo a semiótica, o ícone é um signo que participa da primeiridade, ou seja, carrega informações primárias (aquelas que não

<sup>19</sup> Disponível em:

<https://s-media-cache-ak0.pinimg.com/originals/34/de/11/34de115d077a9512dbd430a773404cb3.jpg>. Acesso em 02/05/2017.

necessitam de interpretação de significado) do objeto que representa. (NÖTH, 1998). Quando se diz que Madonna é um ícone LGBT, utiliza-se de uma linguagem metafórica para dizer que ela é tão associada a esse universo a ponto de representar uma associação quase imagética: Madonna é a imagem do LGBT, e isso é reconhecido tanto pela comunidade quanto pelo universo heterossexual.

## Problematizações da comunidade LGBT acerca de *Vogue* de Madonna

Madonna foi informalmente acusada de plágio<sup>20</sup> por se inspirar nas coreografias de Willi Ninja, e na música e no videoclipe (que conta com a participação de Ninja) de *Deep In Vogue*<sup>21</sup>, canção de Malcolm McLaren (cf. Fig. 4). Ninja e McLaren não foram creditados em nenhum momento pela inspiração. Para muitos, Madonna pareceu ter se aproveitado do LGBT (que sempre foi seu maior público e mercado consumidor) e tal visibilidade dada a comunidade não é considerada válida. Apesar do possível plágio, é incoerente dizer que não houve visibilidade, visto que a música levou a dança *Vogue* e a cultura LGBT a diversos países, popularizando essa dança.



**Figura 4:** Videoclipe de *Deep In Vogue*, com Willi Ninja e Malcolm McLaren.<sup>22</sup>

Quanto à representatividade, é de se esperar que boa parte da comunidade LGBT não tenha se identificado com a artista e com esse trabalho, como as lésbicas, que não encontram representação expressiva nessa obra de Madonna, embora a artista as tenha

<sup>20</sup> Disponível em <http://madonnaonline.com.br/2005/05/20/no-plagio-com-madonna-2/>. Acesso em 02/05/2017.

<sup>21</sup> Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=KG44JJ6Ihyo>. Acesso em 02/05/2017.

<sup>22</sup> Disponível em <http://imgur.com/a/RwNyN>. Acesso em 02/05/2017.



abordado posteriormente. O LGBT é um grupo social muito grande e diversificado, sendo impossível de ser completamente representado midiaticamente num único produto. As identidades LGBTs são plurais e variam dentro da própria comunidade e de acordo com cada localidade. Além disso, Madonna é uma artista pop da comunicação de massa e nesse modo de comunicação é comum não haver representatividade total, visto que ela procura atender a um público de massa.

## Considerações finais

O artigo tentou compreender as questões do campo da identidade e percebeu que essas questões são muito complexas, ainda mais quando se fala do LGBT, um grupo tão diversificado e plural. É importante notar o poder da comunicação e dos sistemas simbólicos e de significação na criação de identidades e na perpetuação de estereótipos, visto que eles atuam fortemente nesse processo.

Vê-se, ainda, a importância do trabalho de Madonna e a força do seu poder simbólico na criação de algumas facetas da identidade de um grupo social, que carrega consigo a imagem da artista de forma tão forte a ponto dela ser considerada um ícone. Esta pesquisa levará a outros trabalhos sobre identidade, movimento LGBT e música pop, visto que esse recorte mostra a importância desta e de diversos outros artistas no processo de construção das identidades.

## Referências

ADORNO, Theodor W. **A indústria cultural**. In: COHN, Gabriel. (Org) Comunicação e indústria cultural. 5. ed. São Paulo: T.A. Queiroz, 1987, pp. 287-295.

BERTE, Odaílson; MARTINS, Raimundo. **Vogue! Strike a pose! Se posicione! Dançando (com) afetos e imagens**. In: CHAUD, E.M; SANT'ANNA, T. (Org) Anais do VII Seminário Nacional de Pesquisa em Arte e Cultura Visual. Goiânia: UFG/Núcleo Editorial FAV, 2014, pp. 867-877.

CORREA, E. N. S. et al. **“As gays também consomem”**: a importância da representação da comunidade LGBT na mídia comercial. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 39., 2015, Rio de Janeiro. **Anais...** Belém: UFPA, 2015. pp. 1-4.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 7. ed. Rio de Janeiro:

DP&A, 2002. 102 p.

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

NÖTH, Winfried. **Panorama da semiótica**: De Platão a Peirce. 2. ed. São Paulo: Annablume, 1998. 149 p.

O'BRIEN, Lucy. **Madonna 50 Anos**: A biografia do maior ídolo da música pop. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008. 508 p.

SILVA, Tomaz Tadeu da. **A produção da identidade e da diferença**. In: Tomaz Tadeu da Silva. (Org) *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais*. 14. Ed. Petrópolis: Vozes, 2014, pp. 73-102.

THOMPSON, John B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 15. ed. Petrópolis: Vozes, 2014. 360p.

WOLTON, Dominique. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2010. 96 p.

WOODWARD, Kathryn. **Identidade e diferença**: uma introdução teórica e conceitual. In: Tomaz Tadeu da Silva. (Org) *Identidade e diferença: A perspectiva dos estudos culturais*. 14. Ed. Petrópolis: Vozes, 2014, pp. 7-72.