

Reinvenção ou morte! **Notas sobre intericonicidade e pastiche na carreira da cantora Madonna¹**

Leonardo MOZDZENSKI²
 Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

RESUMO

Madonna já foi uma dançarina de flamenco em *La isla bonita*, uma diva platinada e cheia de pretendentes em *Material girl*, uma resiliente toureira em *Living for love*, uma gueixa em defesa do amor em *Nothing really matters*, uma guerrilheira em *American life*, a primeira dama da Argentina em *Evita*, e uma série de outras personas criadas e reinventadas em 35 anos de carreira no olimpo pop. Neste trabalho, proponho observar algumas dessas (re)construções identitárias imagéticas da popstar a partir da noção de intericonicidade (Courtine, 2006; Milanez, 2004) e levando em consideração a ideia de ‘pastiche’ da arte pós-moderna (Jameson, 1993 e 1997; Soares, 2003).

PALAVRAS-CHAVE: Madonna; intericonicidade; pastiche; cultura pop.

Introdução: no mundo pop, reinvente-se ou morra!

“I’ve had so many lives, since I was a child
 And I realize how many times I’ve died”
 (Madonna, *Nobody knows me*)

Reinvent yourself – o mote ao final do show Re-Invention Tour (2004), da cantora norte-americana Madonna (Fig. 1), não dá margem para qualquer dúvida. No badalado mundinho das celebridades e dos popstars, ou você se reinventa a cada 15 minutos, ou está fadado à maldição profetizada por Warhol.

Figura 1. Encerramento Re-Invention Tour, da Madonna (2004)



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/Vwl210>. Acesso em: 01/05/2017.

¹ Trabalho apresentado no DT 4 – Comunicação Audiovisual do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 29 de junho a 1 de julho de 2017.

² Doutorando em Comunicação do PPGCOM-UFPE | Doutor em Letras/Linguística pelo PPGL-UFPE, email: leo_moz@yahoo.com.br

Primeira lição extraída do *Caderno rosa de Madonna Ciccone* (subtítulo: “Como nasceram as estrelas”). Pegue uma ou duas referências que já façam parte da memória discursiva universal – diversifique os domínios, para que os outros não percebem de primeira seus truques. Recorra ao cinema, à música, à literatura, à política, à religião, a si mesma... Acrescente ao recheio algum elemento novidadeiro: quanto mais restrito a tribos ecléticas, guetos underground ou mesmo a outras culturas ‘exóticas’, melhor. Mas cuidado! Seja parcimoniosa. Novidade demais pode até agradar os críticos dos segundos cadernos ou fãs *teens* invariavelmente desesperados pela *the next best thing* da semana, mas não vai fazer de você uma estrela pop autêntica.

Finalize com um brilhante senso de oportunidade para chamar a atenção de todos sobre si. E aqui vale tudo: desde lançar uma publicação sofisticada mostrando suas fantasias sexuais até escrever livros infantis com ‘moral da história’. Sem se esquecer de sistematicamente fazer declarações bombásticas sobre o seu desejo de conquistar o mundo, sobre o nome judaico que você adotou em função da cabala ou sobre todos os hercúleos obstáculos que você enfrentou até chegar aonde chegou. Ah, e uma boa dose de talento com muito suor também ajudam na receita.

Strike a pose

“Beauty is where you find it
Not just where you bump and grind it”
(Madonna, *Vogue*)

Divagações de Umberto Eco, ao final de mais de 400 páginas em sua *História da Beleza* (Eco, 2004) – se um imaginário explorador do futuro retornasse ao século XX em busca da nossa definição do Belo, talvez ficasse confuso ou mesmo desapontado. Ele teria que se render “diante da orgia de tolerância, de sincretismo total, de absoluto e irrefreável politeísmo da Beleza”. Acrescenta-se: se o tal explorador ousasse ainda mais e decidisse investigar o século XXI (algo que Eco não fez, por considerar que a arte contemporânea já não comove), a surpresa talvez fosse ainda maior. Não porque criamos iconoclasticamente um novo conceito de Beleza. Mas porque a ‘re-criamos’ intericonicamente de forma exaustiva, pastichando-a.

A noção de *intericonicidade* foi proposta pelo o pensador francês Jean-Jacques Courtine, a respeito da maneira como ocorre esse dialogismo imagético. Segundo Milanez (2004), Courtine parte do princípio de que quaisquer imagens podem fazer parte da memória visual de um sujeito – e as relações estabelecidas entre elas são

denominadas de ‘intericonicidade’. Para Courtine (2006), mais do que uma concepção meramente sincrônica e técnica da análise das imagens, o estudo desse fenômeno visa mostrar que, assim como os textos são tecidos de intertextualidade, as imagens são atravessadas por uma intericonicidade cujas formas e deslocamentos devem ser reconstruídos a partir da investigação de seus modos de produção, de circulação e de recepção na cultura visual de um momento histórico determinado.

A aplicação desse termo é, naturalmente, extensiva a qualquer forma de manifestação artística. Ao discorrer sobre a interface literatura/pintura no Surrealismo, por exemplo, Arbex (2000) atenta para o caráter eminentemente intertextual da produção artística desse movimento, evidenciando “obras que se constroem como um mosaico de citações”. A autora também lança mão aqui dessa noção de intericonicidade, definida nos mesmos termos que o conceito de intertextualidade, isto é, como processo de produtividade de uma imagem que se constrói como absorção ou transformação de outras imagens. Arbex (2000) sustenta que, assim como queria Bakhtin para o texto literário, a intericonicidade está ligada ao contexto social no qual ela se insere, sendo uma marca não somente da história e da ideologia, mas também da estética e da visualidade.

Parafraseando essa perspectiva bakhtiniana (Bakhtin, 2003), é possível se chegar à conclusão de que cada imagem é um elo na complexa cadeia de outras imagens, com as quais forma um *continuum* iconodialógico.

Não que esse diálogo entre trabalhos artísticos constitua um fenômeno episódico ou mesmo incomum. O que há de novo é o fato de que a intericonicidade explícita de reverência ao passado é constitutiva da arte pós-moderna. Os críticos acusam-na de ser incapaz de inventar “novos estilos e mundos”, acabando por se impregnar de uma “moda nostálgica” e do “fracasso estético”, contentando-se com a mera *pastichação* dos “estilos mortos”, de um “museu imaginário” (Jameson, 1993 e 1997; Soares, 2003).

O *pastiche* consiste, de acordo com Charaudeau e Maingueneau (2004:371), em uma “prática de imitação” com um objetivo lúdico, distinguindo-se, portanto, da paródia, de caráter eminentemente subversivo, contestatório e militante. O pastichador normalmente deixa indícios claros dos propósitos de seu texto, quer por uma indicação expressa – um paratexto, por exemplo –, quer pela natureza caricatural ou mimética conferida ao conteúdo ou às marcas estilísticas. Alguns estudiosos do pós-modernismo consideram-no uma simples “pilhagem de estilos acumulados ao longo da história”,

como descreveu o poeta Glauco Mattoso, em entrevista à revista *Cult*.³ Ou, nas palavras de Soares (2003:100):

Se a modernidade estava dominada pela paródia, como forma singularizadora de uma imitação cômico-irônica excentricamente contraposta a uma linguagem normatizada e dominante na época; na modernidade, o pastiche parece assumir a forma de uma imitação desmotivada, aparentemente neutra e sem o impulso satírico da sensibilidade que identifica algo (“a linguagem normal”) a que se contrapor.

Santiago (1989) ainda argumenta que um dos traços do pós-modernismo é a incapacidade de realizar uma ruptura, um “gesto de escárnio” com relação àquelas correntes estéticas já estabelecidas. O pastiche, segundo o autor, endossa o passado, não acrescentando nada daquilo que se espera que bons artistas realizem.

Rapte-me, Camaleoa

“I tried to be a boy, tried to be a girl
 Tried to be a mess, tried to be the best”
 (Madonna, *American life*)

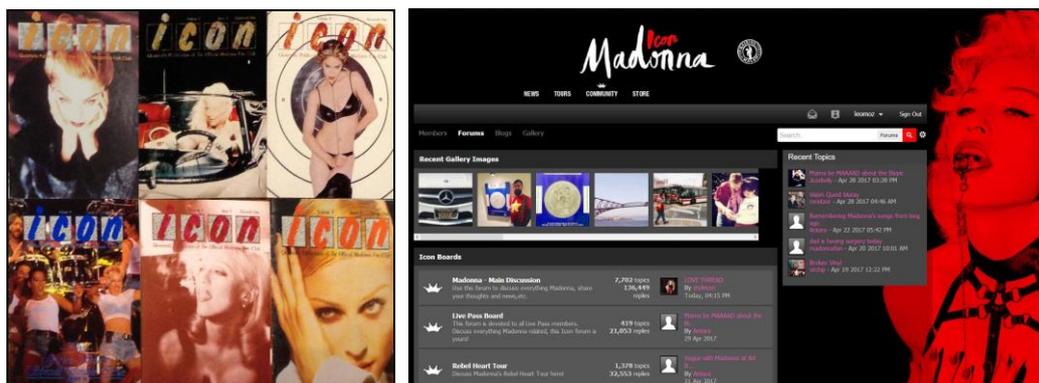
Se o pós-modernismo é incapaz de acrescentar algo novo ao nosso conceito de Beleza e a pastichação constitui a maior empresa da arte contemporânea, Madonna poderia ser criticada por incorporar intericonicamente *ad nauseam* as caras e bocas das divas de outrora. Mas jamais poderíamos acusá-la de não tentar deixar o mundo mais divertido. Afinal, a ludicidade é imanente ao pastiche. Caso contrário, teríamos pura e simplesmente um plágio descarado – algo, aliás, de que as concorrentes mais jovens de Madonna são frequentemente acusadas.⁴ O fato é que se existe atualmente alguma artista com a surpreendente habilidade de reinventar a si e aos outros, ela atende pelo nome de ‘M’. Ou também, por Little Nonni, Material Girl, Madge, ex-Sra. Penn e ex-Sra. Ritchie. E, em horário de expediente, por Madonna Louise Veronica Ciccone.

Em Madonna e neste trabalho, o conceito peirceano de *ícone* é ampliado para abarcar não só signos qualitativos que mantêm uma relação de semelhança ou analogia com o referente extralinguístico, mas também pessoas – e coisas – que evocam fortes arquétipos figurativos, desempenhando um significativo papel simbólico sociocultural (Panofsky, 1986). Não por acaso, a revista do fã-clubes oficial de Madonna se chamava *Icon* (hoje está fora de circulação) e, atualmente, esse é o nome do fórum *online* oficial entre os membros do *fandom* da cantora (Fig. 2).

³ Disponível em: <https://goo.gl/Lej2iG>. Acesso em 01/05/2017.

⁴ Ver, por exemplo: <https://goo.gl/3lvhc2>. Acesso em 01/05/2017.

Figura 2. Capas da extinta Icon Magazine e fórum online Madonna Icon



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/Rct57K> e <https://goo.gl/AzhPVp>. Acesso em: 01/05/2017.

Um dos primeiros ‘ícones fundadores’ com o qual Madonna inicia um diálogo que percorrerá várias fases em sua carreira é Marilyn Monroe. No videoclipe de “Material girl” (1985), Madonna realiza uma releitura bem-humorada de uma cena do musical *Os homens preferem as loiras* (Howard Hawks, 1953), em que uma Marilyn glamourosa, espremida num vestido rosa-choque, deliciava os ricos e frustrava os pobres ao cantar “Diamonds are a girl’s best friend” (Fig. 3). Na ocasião, Madonna chegou a declarar: “De certa forma, Marilyn foi transformada em algo não humano, e isso tem a ver comigo. E havia certas coisas sobre sua vulnerabilidade que me deixaram curiosa e me atraíram” (Taraborrelli, 2003:120).

Figura 3. Marilyn Monroe e Madonna



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/Z4TK13>. Acesso em: 01/05/2017.

Se o clipe, como queria Madonna, era uma grande ironia, pouca gente percebeu. Por um lado, na letra de “Material girl” (composta por Peter Brown e Robert Rans), Madonna é tática: “você sabe que vivemos num mundo materialista, e eu sou uma garota materialista”. Por outro, no vídeo, Madonna decide desprezar presentes caros para ficar com o aparente pobretão da história, interpretado por Keith Carradine. O fato

é que a produção foi um marco no cenário musical pop dos anos 1980, e até hoje a cantora é referida como a Material Girl.

Tempos mais tarde, fazendo um retrospecto desse episódio, Madonna desabafou:

Não posso desdenhar completamente da canção e do vídeo, pois certamente foram muito importantes para mim. Mas a mídia se agarrava a uma frase e interpretava tudo do jeito errado. Eu não escrevi aquela música e o clipe era apenas sobre como uma garota rejeitava dinheiro e diamantes. Mas Deus não permite que a ironia seja percebida. Então, quando eu estiver com noventa anos, ainda vou ser a Material Girl (Taraborrelli, 2003:120).

Isso, no entanto, não foi suficiente para Madonna desistir de reviver iconicamente Marilyn Monroe. Segundo Rooksby (1998), a popstar é fascinada pela mistura de *sex symbol* e ingenuidade de Marilyn, a ponto de, em outros vários ensaios fotográficos, chegar a mimetizar-lhe reverencialmente as poses e gestos, como mostra a Figura 4.

Figura 4. Marilyn Monroe e Madonna (fotomontagens)



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/K7psjR>. Acesso em: 01/05/2017.

Figura 4. Marilyn Monroe e Madonna (fotomontagem) [continuação]



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/K7psjR>. Acesso em: 01/05/2017.

Mas não é só com Marilyn que Madonna estabelece esse diálogo intericônico. Outras atrizes de várias épocas e estilos também inspiraram a imagem construída pela estrela pop. Em 1995, para lançamento do *single* da música “Bedtime story” (integrante do álbum *Bedtime stories*, de 1994), Madonna promoveu uma grande ‘Festa do Pijama’ numa boate nova-iorquina, onde leu histórias infantis para um público histérico. Para tanto, resolveu incorporar uma Bette Davis imaculadamente *clean*, com cândidos cachos dourados e casaco de oncinha (Fig. 5).

Nada mais adequado. Com o lançamento do novo CD, Madonna tentava limpar a péssima imagem que lhe restara depois do excesso de autoexposição semipornô, marcado pelo lançamento quase simultâneo do disco *Erotica* (1992), do livro *Sex* (1992) e dos filmes *Corpo em evidência* e *Olhos de serpente* (ambos em 1993). Ora, se até ‘A Malvada’ poderia adotar ares angelicais quando necessário, por que não a própria *bad girl* Madonna? Mas se engane: por baixo do composto casaco *animal print*, apenas uma débil camisola a separava do resto do mundo.

Figura 5. Bette Davis e Madonna (fotomontagem)



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/K7psjR>. Acesso em: 01/05/2017.

A tática de autopurgação da imagem parece ter dado certo. Pelo menos, foi isso que Madonna deve ter achado. No início de 1997, época da entrega do Oscar, ela surge com os cabelos tingidos num tom mais escuro e uma recatada franja à Audrey Hepburn, para apresentar a canção “You must love me”, da trilha sonora do filme *Evita*, de 1996 (Fig. 6). Apesar de ter ganho o Globo de Ouro na categoria ‘melhor atriz em comédia ou

musical’ no papel de Eva Perón, Madonna foi impiedosamente ridicularizada pela crítica devido à sua performance videoclíptica na película de Alan Parker e, sobretudo, por não ter sido indicada ao Oscar de melhor atriz.

Além disso, a própria filmagem de *Evita* foi cercada por polêmicas – a imprensa alardeava o fato de os argentinos não aceitarem Madonna para representar o seu maior ícone político feminino, e os tabloides sensacionalistas chafurdavam atrás da ‘última notícia’ sobre a inesperada gravidez da estrela. Saída para tanto lixo jornalístico? Contra-atacar de ‘Bonequinha de Luxo’!

Figura 6. Madonna e Audrey Hepburn | Madonna na apresentação do Oscar/1997



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/K7psjR>. Acesso em: 01/05/2017.

Marilyn Monroe, Bette Davis e Audrey Hepburn são apenas três das sabe-se lá quantas divas que povoam o universo icônico de Madonna, sendo sempre revividas ou lembradas ao longo de sua carreira. Mas em nenhum momento isso foi mais explícito do que na era *Vogue*. O ano era 1990. Madonna havia acabado de participar do filme *Dick Tracy*, dirigido pelo então namorado Warren Beatty, interpretando o papel de Breathless Mahoney, uma suspeitíssima cantora de cabaré que se apaixona por Tracy. A trilha sonora, intitulada *I'm Breathless*, era composta basicamente por canções que recriavam o tom ‘anos 1920/30 estilizados’ da película. Mas só basicamente.

A última faixa, “Vogue”, era algo tão diferente não só do resto do disco, como também de tudo o que Madonna havia feito até então. Com uma batida eletrônica contagiante, a música soava irresistivelmente moderna e inspirava-se no *voguing*, uma dança pantomímica criada por gays nova-iorquinos, que imitavam as poses das modelos da revista *Vogue*. Como contraponto, a letra homenageava os grandes mitos do cinema – Greta Garbo, Marlene Dietrich, Jean Harlow, entre tantos outros que compõem o repertório imagético de Madonna, como observamos nas Figuras 7 a 15, retratando várias fases de sua trajetória.

Figura 7. Greta Garbo e Madonna | Greta Garbo e Madonna (fotomontagem)



Figura 8. Marlene Dietrich e Madonna (fotomontagem)



Figura 9. Jean Harlow e Madonna (fotomontagem)



Figura 10. Jayne Mansfield e Madonna (fotomontagem)



Figura 11. Carole Lombard e Madonna (fotomontagem)



Figura 12. Veronica Lake e Madonna (fotomontagem)



Figura 13. Brigitte Bardot e Madonna (fotomontagem)

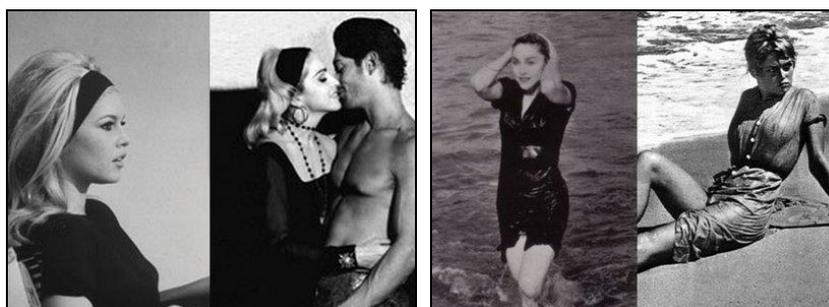


Figura 14. Gina Lollobrigida e Madonna (fotomontagem)



Figura 15. Lana Turner e Madonna (fotomontagem)



Fonte (Figs. 7 a 15): Disponível em: <https://goo.gl/K7psjR>. Acesso em: 01/05/2017.

Especificamente falando da era *Vogue*, o clima etéreo de glamour nostálgico foi reforçado com a bela fotografia em preto-e-branco do videoclipe, ‘emprestada’ das clássicas imagens das lendas hollywoodianas, immortalizadas pelo fotógrafo alemão Horst P. Horst (Fig. 16).

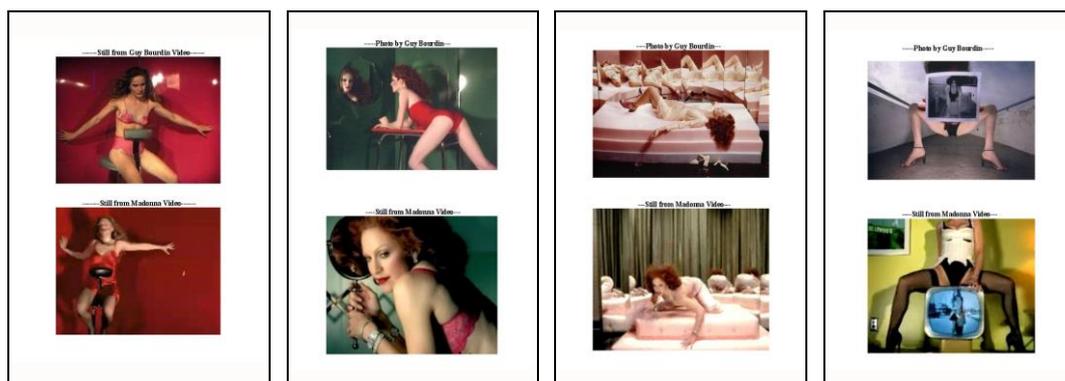
Figura 16. Madonna (clipe “Vogue”) e as fotos originais de Horst P. Horst (fotomontagem)



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/K7psjR>. Acesso em: 01/05/2017.

Aliás, essa ‘inspiração’ tão evidente – leia-se intericonicamente manifesta – entre videoclipe e fotografia já rendeu uma bruta dor de cabeça para Madonna. Em 2003, a cantora foi processada por plágio pelo filho do (já falecido) fotógrafo de moda francês Guy Bourdin, por não lhe pagar os direitos autorais sobre as imagens “copiadas” das fotos de seu pai no videoclipe de “Hollywood”. Foi feito um acordo sigiloso e o caso foi abafado. Terá sido plágio? Até que ponto a reinvenção deixa de ser um ato criativo ou mesmo um pastiche para se tornar mera reprodução? Veja a Figura 17 e conclua.

Figura 17. Fotos originais de Guy Bourdin e Madonna (clipe “Hollywood”) [imagens do processo]

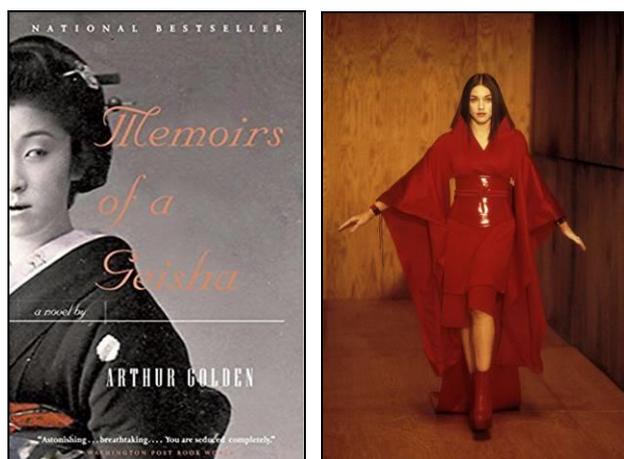


Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/6C9IYW>. Acesso em: 01/05/2017.

Muitas outras manifestações intericônicas na carreira de Madonna ainda poderiam ser citadas, mas foge ao limite deste ensaio uma análise exaustiva desse fenômeno. Cabe, no entanto, destacar quatro momentos especiais, quando a cantora dialogou com domínios mais inusitados. No primeiro, época do lançamento do *single* da música

“Nothing really matters” (1999), vemos uma Madonna elegantemente oriental, buscando inspiração – confessa – no livro *Memórias de uma gueixa* (*Memoirs of a geisha*), de Arthur Golden (Fig. 18). No segundo desses momentos especiais, Madonna se ‘militariza’ para lançar o álbum *American life* (2003), estampando na capa do CD uma imagem nitidamente semelhante à conhecida foto do revolucionário e líder político argentino-cubano Che Guevara, dando a entender que ela estava assumindo uma postura mais engajada – era impossível permanecer indiferente ao governo Bush (Fig. 19). No terceiro momento que vale ser mencionado, podemos observar no pôster promocional da *Re-Invention World Tour* (2004), Madonna não só encarnando uma Maria Antonieta estilizada, mas também ‘autodialogando’ com uma de suas imagens mais memoráveis: a performance de “Vogue” no MTV Awards de 1990 (Fig. 20). Finalmente, é impossível deixar de lado a recorrente alusão à iconografia hispânica/latina ao logo de toda a trajetória da popstar (Fig. 21).

Figura 18. O livro *Memoirs of a geisha* e Madonna (clipe “Nothing really matters”)



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/aScDyp> e <https://goo.gl/FtcvIk>. Acesso em: 01/05/2017.

Figura 19. Che Guevara e Madonna (capa do CD *American life*)



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/0Hngwj> e <https://goo.gl/bwmi87>. Acesso em: 01/05/2017.

Figura 20. Maria Antonieta, Madonna no MTV Awards 1990 e pôster da *Re-Invention World Tour*



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/U4XhpZ>, <https://goo.gl/7Z0mWv> e <https://goo.gl/MPLFjD>.

Acesso em: 01/05/2017.

Figura 21. Madonna ‘latina’ nos clipes de “La isla bonita”, “Take a bow”, “Don’t cry for me Argentina” (do filme *Evita*, de Alan Parker) e “Living for love”



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/9D7cXt>, <https://goo.gl/yRi48O>, <https://goo.gl/3RcuuQ> e <https://goo.gl/bSwnp6>.

Acesso em: 01/05/2017.

Considerações finais: a ‘velhice’ de uma popstar

“I go round and round just like a circle
I can see a clearer picture
When I touch the ground I come full circle
To my place and I am home... I am home”
(Madonna, *Easy ride*)

Madonna não é mais a mesma. Pelo menos é isso que dizem as más – ou boas? – línguas. Depois que passou a praticar a cabala, ser mãe solteira, casar, ser mãe casada, se divorciar e ser mãe solteira novamente, a popstar parece ter se acalmado. Seus shows continuam lotando estádios, mas os fãs sentem falta daquela pitada a mais do glamour sexy da Madonna de outrora. Numa conversa com a apresentadora Cynthia McFadden

para o programa *20/20*, da rede de TV norte-americana ABC⁵, a *Material Girl* – hoje bem mais uma *maternal girl* – se diz mais madura e responsável: “Não quero que as pessoas se vistam como eu. Quero que elas pensem como eu. Vistam-se como Britney Spears e pensem como eu. Assim vocês estarão ótimos!”.

Nas entrevistas feitas para promover seu último álbum (*Rebel Heart*, 2015), uma das perguntas mais recorrentes foi a respeito da idade de Madonna e, conseqüentemente, da sua longevidade no mundinho pop, sempre visto como efêmero e machista. A melhor resposta veio com seu discurso ao ser eleita a *Mulher do Ano* pela revista *Billboard*, em dezembro de 2016. Ao longo dos 10 minutos de sua poderosa e inspirada/inspiradora fala, Madonna revelou todo o sexismo e misoginia sofridos por ela durante toda sua trajetória artística, simplesmente pelo “fato de ser mulher” (Fig. 22).⁶

Essa Madonna madura – mas não menos engajada no que diz respeito às questões sociais e políticas que a movem⁷ – talvez recorra cada vez menos intericonicamente a outras divas. Mas não por ter esgotado suas referências ou por estar mais acomodada no auge dos seus 58 anos. E sim, por perceber a importância de ter a *sua* própria voz, autêntica e única, como a mais potente estratégia de mostrar

para aqueles que duvidam e para todos que me disseram que eu não poderia, que eu não iria e que eu não deveria, sua resistência me fez mais forte, me fez insistir ainda mais, me fez a lutadora que sou hoje. Me fez a mulher que sou hoje (Madonna, 2016).⁵

Então, *long live the Queen of Pop!*

Figura 22. Madonna recebe o prêmio de *Mulher do Ano* pela revista *Billboard* (2016)



Fonte: Disponível em: <https://goo.gl/H1VfmA>. Acesso em: 01/05/2017.

⁵ Disponível em: <https://goo.gl/G9csSF>. Acesso em: 01/05/2017.

⁶ Disponível em: <https://goo.gl/16n7fi>. Acesso em: 01/05/2017.

⁷ Como demonstra o tempestuoso discurso anti-Trump feito por Madonna em janeiro de 2017, disponível em: <https://goo.gl/nNDTRB>. Acesso em: 01/05/2017.

Referências bibliográficas

- ANDERSEN, C. *Madonna unauthorized*. New York: Simon & Schuster, 1991.
- ARBEX, M. Intertextualidade e intericonicidade. In: I Colóquio de Semiótica da UFMG, 1, 2000, Belo Horizonte. *Anais...* Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais, 2000. Disponível em: <https://goo.gl/igpIyd>. Acesso em: 02/05/2017.
- BAKHTIN, M.M. Os gêneros do discurso. In: BAKHTIN, M.M. *Estética da criação verbal*. São Paulo: Martins Fontes, 2003, p. 261-306.
- CHARAUDEAU, P.; MAINGUENEAU, D. *Dicionário de Análise do Discurso*. São Paulo: Contexto, 2004.
- COURTINE, J-J. *Discours et image: semiologie des messages mixtes (Descriptifs des séminaires – année 2006-2007)*. Paris: Université Sorbonne-Nouvelle (Paris 3), 2006. Disponível em: <https://goo.gl/nZuFdr>. Acesso em: 02/05/2017.
- ECO, U. *História da Beleza*. Rio de Janeiro: Record, 2004.
- JAMESON, F. O pós-modernismo e a sociedade de consumo. In: Kaplan, E. A. (Org.). *O mal-estar do pós-modernismo: teorias e práticas*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993. p. 25-44.
- _____. *Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio*. 2.ed. São Paulo: Ática, 1997.
- _____. Transformações da imagem na pós-modernidade. In: _____. *Espaço e imagem: teorias do pós-moderno e outros ensaios*. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1995. p. 115-143.
- KRISTEVA, J. *Introdução à semântica*. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- MILANEZ, N. A disciplinaridade dos corpos: o sentido em revista. In: SARGENTINI, Vanice; NAVARRO, Pedro (Orgs.). *M. Foucault e os domínios da linguagem: discurso, poder, subjetividade*. São Carlos: Claraluz, 2004. p. 183-200.
- PANOFSKY, E. *Estudos de iconologia*. Lisboa: Estampa, 1986.
- ROOKSBY, R. *Madonna*. Londres: Omnibus Press, 1998.
- SANTIAGO, S. A permanência do discurso na tradição do modernismo. In: _____. *Nas malhas da letra*. São Paulo: Cia. das Letras, 1989. p. 94-123.
- SOARES, P. M. F. *Brasil-Tropicália: do itinerário de uma arte brasileira à destruição da aura artística em Hélio Oiticica*. 2003. 320 f. Tese (Doutorado em Sociologia) – PPGS, Universidade Federal de Pernambuco, Recife, 2003.
- TARABORRELLI, J. R. *Madonna: uma biografia íntima*. São Paulo: Globo, 2003.