



Lady Gaga e a Estética da Hiper-realidade¹

Caio César Silva Cavalcante²

Danilo Moisés de Moraes Rebouças³

Tobias Arruda Queiroz⁴

Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN

RESUMO

No cenário da música *pop* atual, Lady Gaga apresenta-se como uma das artistas mais populares e bem sucedidas perante o público e crítica. A cantora utiliza de uma série de estratégias e artifícios bem definidos e, através de suas músicas, videoclipes, performances e demais elementos que compõem a sua estética, cria um mundo alternativo, no qual pretende inserir os seus fãs. Ao fundir realidade e fantasia, o mundo que constrói relaciona-se estreitamente com o conceito de hiper-realidade, abordado por teóricos como Jean Baudrillard e Umberto Eco. A partir da análise de conteúdo, o presente trabalho tem como objetivo analisar alguns elementos da estética de Lady Gaga e entender como se dá a construção de seu mundo hiper-real.

PALAVRAS-CHAVE: estética; hiper-realidade; Lady Gaga.

1 Introdução

Era o dia 29 de outubro de 2009. Zeca Camargo, apresentador do programa semanal Fantástico, da Rede Globo, realizava, em um hotel da cidade de Nova York (EUA), uma entrevista com uma das mais populares e comentadas artistas da música *pop* mundial naquele momento: Lady Gaga. Dias depois, uma matéria com a entrevista editada era veiculada para todo o Brasil pelo programa Fantástico e a entrevista, na íntegra, era disponibilizada na página oficial da Rede Globo na *Internet*, se espalhando rapidamente por *sites* de publicação de vídeos, como o *Youtube*. Naquele dia, o país conheceu melhor não só os seus elementos artísticos, mas também uma importante intenção que até então se apresentava de forma implícita em sua estética.

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste, realizado de 10 a 12 de junho de 2010.

² Estudante de Graduação, 4º semestre, do curso de Comunicação Social, com habilitação em Publicidade e Propaganda, da FAFIC-UERN. E-mail: caio.cavalcante@hotmail.com

³ Estudante de Graduação, 4º semestre, do curso de Comunicação Social, com habilitação em Jornalismo, da FAFIC-UERN. E-mail: danilomoisesmr@gmail.com

⁴ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da FAFIC-UERN. E-mail: tobiasqueiroz@gmail.com



Na presença do apresentador, a cantora, que já fazia um esboço sutil de sua peculiar forma de se vestir – na ocasião, óculos escuros e um longo vestido preto –, estava prestes a revelar, ainda que inconscientemente, uma das características mais marcantes de sua proposta artística. Camargo, ao fazer a observação de que suas músicas eram boas e de que viriam de forma original ainda que fossem compostas nos anos 1980 ou 1990, indagou se a cantora se considerava uma artista de seu tempo. A resposta foi enunciada de forma simples, mas com efeito arrebatador:

Eu acho que havia, sim, um espaço aberto para liberação e escapismo, e essa é a minha arte. Minha arte é de liberação. Então, tudo – os vídeos, as músicas, a moda e a maneira que eu me visto – é um elemento de uma ilusão, algo que não é real, como uma história, um universo alternativo surreal para o qual eu quero levar os meus fãs. É o meu verdadeiro estilo de vida, e é assim que funciona nos meus shows. Meus fãs vêm e são transportados para um outro lugar.

De fato, Lady Gaga conhece bem os artifícios que devem ser utilizados para criar o universo a que se referiu, o que ela considera um talento “orgânico”, como ainda afirmou na entrevista. No processo de criação de seu trabalho, observa-se a evidente inserção de elementos hiper-reais. Entender o conceito de hiper-realidade e a maneira que ela se apresenta em sua música e arte requer certo conhecimento de sua vida, desde a infância até a iniciação na carreira artística.

Segundo informações de um site brasileiro referente à cantora, Stefani Joanne Angelina Germanotta, como foi chamada, nasceu em Nova York (EUA) no ano de 1986, filha mais velha de um casal ítalo-americano. A cantora já tocava piano aos quatro anos de idade, compondo sua primeira canção aos treze anos. Aos dezessete anos, ingressou na *Tisch School of the Arts* da Universidade de Nova York para estudar música, onde aprimorou suas composições e apreendeu elementos de arte, religião e organização sócio-política. Dois anos mais tarde, passou a se apresentar no centro musical do sudeste de Nova York. Nessa mesma época, um produtor musical comparou o seu estilo vocal com o de Freddie Mercury, apelidando-a de “Gaga”, em referência a canção *Radio GaGa* da banda inglesa Queen. O sucesso grandioso que alcançaria teve início após ser descoberta pelo cantor Akon, que, ao ouvi-la cantar, convenceu o presidente de sua gravadora a contratá-la. Era o começo de uma carreira bem sucedida e em constante ascensão.



Ainda no cenário alternativo de Nova York, Lady Gaga já manifestava nos palcos a sua veia performática e criativa. A cantora colocava a moda e aspectos teatrais como elementos essenciais em suas apresentações, idealizando suas próprias roupas e shows, característica que trouxe consigo ao entrar na indústria da música comercial. Tinha como influências musicais o cantor David Bowie, a banda Queen e artistas pop dos anos 1980, como Cyndi Lauper, Cher, Madonna e Michael Jackson, figuras consagradas pela postura inovadora e extravagante com a qual conduziam o seu trabalho e que rompiam com padrões culturais de sua época.

Para a crítica especializada, Lady Gaga é responsável por uma renovação da música *pop* atual, ainda que traga elementos dos anos 1970 e 1980. Com dois álbuns lançados no mercado e diversas indicações a prêmios de música, chama a atenção pela ousadia, irreverência e criatividade que emprega nos palcos. É com essa ousadia que ela cria a hiper-realidade que lhe é característica.

Diferentemente da surrealidade, que se caracteriza pelo desprezo das construções refletidas e dos encadeamentos lógicos, a hiper-realidade, segundo teóricos como Jean Baudrillard (1981) e Umberto Eco (1996), consiste numa simulação e num aperfeiçoamento da realidade, onde o que é real e o que é imaginário se confundem. Assim, pode-se dizer que, a partir de sua estética, Lady Gaga cria um mundo hiper-real, fantasioso, alternativo, um mundo em que vive e para o qual os seus fãs são voluntariamente conduzidos. A partir da análise de conteúdo, este trabalho se propõe a examinar alguns elementos de sua estética – álbuns, videoclipes, performances e modo de se vestir –, relacionando-a com o conceito de hiper-realidade e fazendo uma revisão bibliográfica com alguns teóricos que abordam o assunto.

2 Um convite para o mundo da fama

Lançado em 2008, o primeiro álbum de Lady Gaga, intitulado *The Fame*, tinha como temática o aclamado mundo da fama. De acordo com seu *site* brasileiro, ainda naquele ano, afirmou: “*The Fame* é sobre como qualquer pessoa pode ser famosa. (...) É uma fama compartilhável, quero convidar a todos para participarem da festa. Eu quero que as pessoas se sintam parte desse estilo de vida”. Em meio a músicas que abordavam dinheiro, luxo, beleza, drogas, sexo, e outros temas comumente associados ao estilo de vida das celebridades, a cantora pretendia gerar uma identificação das pessoas com esse mundo, tornando-o mais acessível.



Ao fazer tal proposta, Lady Gaga provoca uma alteração no que é aceito como realidade pelo senso comum. Segundo Baudrillard (1996, p. 172), a realidade deixará de existir não em razão da falta de real, mas, ao contrário, pelo seu excesso, o que ele chama de hiper-realidade. Assim, essa hiper-realidade daria cabo dos sonhos e utopias, porque os efetivaria. Na tentativa de trazer as pessoas para o mundo da fama, Lady Gaga compartilha com elas um modelo de vida que, na realidade, não lhes pertence. Seus sonhos e aspirações agora são alcançados, se tornam concretos e tangíveis. De fato, o álbum *The Fame* alcançou o seu objetivo, gerando grande identificação entre as pessoas e, segundo seu *site*, alcançando milhões de cópias vendidas mundialmente.

Lady Gaga era obstinada na atenção que conferia à temática da fama. No final de 2009, lançava o seu segundo trabalho de estúdio, chamado *The Fame Monster*. Entre letras que falavam de obsessão, amor doentio e vingança, a cantora agora abordava a fama quanto ao seu lado mais obscuro. “O monstro da fama” do título fazia referência ao auge, o apogeu, o ponto mais elevado da fama, onde tudo já foi conquistado. Percebe-se, assim, uma intensificação da realidade na passagem do primeiro para o segundo álbum. Agora, a ideia da fama passa a descomunal, extremamente excessiva; uma fama sem proporções.

Deslocando-se da acepção inicial do título para um sentido mais literal, Lady Gaga revelaria mais uma de suas paixões: inseriu também ao conceito do álbum a figura lendária ou mitológica dos monstros. “O monstro da fama” transfigurava-se, então, em seres perversos e assustadores; a realidade era mais intensificada, e a hiper-realidade chegava ao seu ápice. Seus fãs eram convidados para um passeio num mundo de fama excessiva e repleto de monstros, onde a evidente hiper-realidade aproximava-se com a surrealidade.

3 As imagens na construção de um universo

No cenário da música *pop* atual, a produção de videoclipes é essencial para artistas que têm por objetivo principal vender o seu trabalho. Com a finalidade de divulgar suas músicas e atingir fins comerciais, Lady Gaga lançou sete videoclipes ao longo de seus quase dois anos de carreira em sua atual gravadora. Seus videoclipes reforçam o conceito de seus álbuns e contribuem na construção de “um real sem origem nem realidade: hiper-real” (BAUDRILLARD, 1981, p. 8).



Como divulgação do álbum *The Fame*, seis videoclipes foram lançados no mercado. Em todos eles, são abordados assuntos que, de alguma forma, se associam ao tema de fama: em *Just Dance*, vê-se uma Lady Gaga arrebatada por festas e diversão; no segundo, *Beautiful Dirty Rich*, a cantora encarna uma personagem que convive entre a beleza, o dinheiro e o uso de drogas; em *Love Game* e *Poker Face*, abusa de sua sensualidade ao tratar da temática do sexo; revela sua faceta mais romântica e sentimental em *Eh, Eh (Nothing Else I Can Say)*, e no último, *Paparazzi*, cria uma personagem famosa que, movida por vingança e rancor, mata cruelmente o seu companheiro. Pode-se afirmar que *Paparazzi* marca a transição do conceito do primeiro álbum para o do segundo.

Traduzindo parcialmente o conceito do novo álbum *The Fame Monster*, ao tratar de um romance que mistura amor e vingança, *Bad Romance* foi escolhida como primeira música de trabalho. O videoclipe consiste em um dos mais fantasiosos de Lady Gaga: encarnando a figura de monstros, um grupo de mulheres a sequestram, levando-a a uma espécie de leilão, onde homens mascarados, com tatuagens e sem camisa estão a sua espera. O vídeo é uma metáfora para o amor doentio que queima, simbolizado de forma competente nas imagens em que se ateia fogo ao vestido da cantora. As roupas que são usadas causam estranhamento em algumas pessoas e grande encantamento em outras.

Os videoclipes de Lady Gaga constituem um dos principais artifícios utilizados pela cantora para chamar a atenção de seus fãs. Segundo Rodaway (1994, p. 176), “O hiper-real é o conceito de uma realidade mais real que o real, uma geografia sensual simulada”. As imagens de seus videoclipes, associadas às letras das músicas, se tornam mais reais que a realidade, seduzem as pessoas, instigam a sua imaginação, convidando-as a adentrarem no mundo que lhes é apresentado.

4 A hiper-realidade nos palcos

Para estabilizar-se no mercado da música e destacar-se entre os demais, é necessário que um artista não apenas possua músicas bem trabalhadas e boa técnica vocal, mas também saiba como empregá-las em cima dos palcos. Lady Gaga sabe bem como utilizar esses elementos em suas apresentações e chamar a atenção para si. É nos palcos que se dá o contato mais intenso das pessoas com o universo hiper-real elaborado pela cantora.



Em suas performances em programas de televisão, Lady Gaga preza sempre pela inovação, tendo bastante cuidado em não se repetir. Abusando de vestimentas inusitadas e espalhafatosas, costuma mudar a melodia de suas músicas, executando versões diferentes ao piano. Por vezes, utiliza uma nova versão como introdução para a música original que vem a seguir, quando seus bailarinos adentram o palco e juntam-se a ela em coreografias bem desempenhadas.

Um desempenho simples e previsível, no entanto, não é o suficiente para Lady Gaga, que sempre reserva surpresas em suas apresentações. Em agosto de 2009, por exemplo, encerrou sua atuação numa premiação americana coberta por um sangue fictício; ainda no mesmo ano, em outra premiação, aventurou-se a quebrar garrafas de vidro sobre o piano que tocava, enquanto era rodeada por labaredas; já em janeiro de 2010, ao se apresentar em um conhecido programa de televisão, quebrou a vidraça de um carro posto sobre o palco. Essas atitudes costumam causar polêmica perante o público: enquanto alguns as consideram elementos essenciais na construção da arte da cantora, outros as julgam um mero artifício para escandalizar e chamar a atenção.

Nos shows de suas turnês, Lady Gaga eleva ao mais alto grau os elementos que costuma utilizar em suas apresentações. Livre para criar, divide os shows em partes com temáticas distintas e troca de roupa diversas vezes, além de inserir vídeos, performances ao piano, bailarinos bem ensaiados e bastante luminosidade. De acordo com seu *site* brasileiro, após anunciar sua primeira turnê mundial, *The Fame Ball Tour*, Lady Gaga a conceituou como “performance *pop* com arte, multimídia, moda, tecnologia, vídeo, filme. Tudo isso virá junto, será como um museu migratório”. A comparação de seu espetáculo com um museu traz à tona um conceito elaborado por Umberto Eco em seu livro “Viagem na Irrealidade Cotidiana”, no capítulo chamado “Viagem pela hiper-realidade”. Eco (1984, p. 45) define um museu como:

Reevocação histórica, celebração religiosa, glorificação de personagens do cinema, e dos temas das fábulas e das aventuras mais conhecidas, insistem no horror, no sanguinário, levam a preocupação com a verossimilhança até a neurose reconstrutiva.

Assim como um museu se propõe a reconstituir o passado de forma fiel, Lady Gaga pretende reconstruir ou simular a realidade com a mesma fidelidade em seus



shows. Ao introduzir elementos imaginários e fantasiosos, constrói um mundo que mistura realidade e ficção, fascinando seus fãs e fazendo com que se entreguem passivamente.

5 Lady Gaga: um armário de ideias

Considerado exótico e extravagante, o estilo das roupas de Lady Gaga é um outro aspecto importante de sua estética. Suas roupas contribuem para a construção de seu universo hiper-real e para transportar seu público a ele. A cantora não é apenas uma “vítima passiva da moda”; ela cria novos significados ao usar uma apropriação deliberadamente diferente das intenções da publicidade e das indústrias da moda. Baseada em texturas marcantes e detalhistas, em cores fortes e chamativas e apetrechos pouco convencionais, ela “[...]cria um jogo de ilusões[...] e este mundo imaginário constitui o êxito da operação”. (BAUDRILLARD, 1981, p. 20)

Por meio das vestimentas de Lady Gaga, mensagens são comunicadas. No videoclipe da música *Bad Romance*, por exemplo, é criado um ambiente lúdico e fantasioso, e, para arrematar a produção, suas roupas são inusitadas e incomuns. A cantora abusa de sapatos extravagantes e outras peças de vestuário pouco usuais para “refletir, reforçar, disfarçar ou criar um estado de espírito” (ROACH, 1979, p. 8), unindo a realidade à fantasia. Apresentando tecidos que variam do branco ao brilho intenso, cada peça se relaciona com o estado de espírito em que a personagem principal se encontra. O ápice do vídeo consiste na cena em que a cantora aparece vestindo uma criação do estilista britânico Alexander McQueen, completamente revestida de brilho.

Referindo-se à linguagem, Sausurre (1974, p. 65-7) afirma que o signo compõe-se de duas partes: o “significante”, que consiste na parte física do signo, nos sons e nos formatos das palavras, e o “significado”, que é o conceito mental a que se refere o significante. Sua definição de signo pode ser expandida para além do signo linguístico. Do ponto de vista da Semiótica, pode-se dizer, então, que as roupas de Lady Gaga consistem em signos. Para entender os seus significados, é importante que se compreenda a estética na qual a cantora se insere, ou, caso contrário, ela será vista como uma má representante da moda. Segundo Baudrillard (1981, p. 8), na hiper-realidade “[...] já não existe o espelho do ser e das aparências, do real e do seu conceito [...] já não tem de ser racional, pois já não se compara com nenhuma instância, ideal ou negativa. É apenas operacional.”



Com suas roupas chamativas, Lady Gaga foge à racionalidade das roupas usadas no cotidiano. Explorando uma linguagem conotativa, seu vestuário e imagem trazem à mente sentimentos, associações e impressões diversas. Não se pode julgar o seu estilo como moda ou não-moda, pois ela criou um jeito próprio de se vestir, com autenticidade e inovação, características que perpassam por todo o seu universo hiper-real.

6 Considerações finais

Utilizando de uma série de artifícios, Lady Gaga constrói um mundo hiper-real e desloca seus fãs para a atmosfera criada por esse mundo. É importante citar que a cantora é um produto da indústria cultural e, ao misturar elementos reais com imaginários – em seus álbuns, videoclipes, performances e roupas –, tem como objetivo, ainda, alcançar a lucratividade no mercado musical.

Os fins lucrativos de Lady Gaga, no entanto, não inibem seus fãs nem atrapalham os planos da cantora de inseri-los em seu universo alternativo. Devotos fãs, em seu cotidiano, eles passam a se vestir e a se comportar como a cantora, adotando um novo estilo de vida, que une realidade e fantasia. A hiper-realidade, então, é estendida, saindo do âmbito de contato mais intenso com a cantora – perante sua presença e imagens –, para adentrar na vida cotidiana de seus fãs.

Este trabalho analisou, ainda que superficialmente, a estética hiper-real da cantora Lady Gaga, não tendo como objetivo analisar as possíveis consequências negativas e positivas dessa hiper-realidade. Encerra-se aqui, então, com uma sugestão para futuros trabalhos acadêmicos: tendo a cantora Lady Gaga como objeto de estudo, analisar os malefícios e vantagens que a hiper-realidade pode trazer.

REFERÊNCIAS

BARNARD, Malcolm. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003.

BAUDRILLARD, Jean. **Crime perfeito**. Lisboa: Relógio d'Água, 1996.

_____. **Simulacros e Simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1981.



BIOGRAFIA DA LADY GAGA. Disponível em: <<http://www.ladygagafan.org/ladygaga/biografia/>>. Acesso em: 25 de janeiro de 2010.

CAMARGO, Zeca. **Duas ou três coisas que aprendi com Lady Gaga.** Disponível em: <<http://colunas.g1.com.br/zecacamargo/2009/11/12/duas-ou-tres-coisas-que-aprendi-com-lady-gaga/>>. Acesso em: 22 de janeiro de 2010.

ECO, Umberto. Viagem pela Hiper-realidade. **In: Viagem na Irrealidade Cotidiana.** Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.

RODAWAY, Paul. **Sensuous Geographies.** London: Routledge, 1994.

SAUSSURE, Ferdinand. **Course in General Linguistics.** Londres: Fontana/Collins, 1974.

THE FAME BALL TOUR. Disponível em: <<http://www.ladygagafan.org/ladygaga/turnes/the-fame-ball-tour/>>. Acesso em: 27 de janeiro de 2010.