



## **A Imagem da Mulher Propagada na Linguagem dos Videoclipes: um estudo de caso sobre *Material Girl* de Madonna<sup>1</sup>**

Bruna Fernandes BARROS<sup>2</sup>

Rafael Jose BONA<sup>3</sup>

Universidade do Vale do Itajaí, UNIVALI, Itajaí, SC

### **RESUMO**

O artigo que aqui se apresenta se trata de fragmentos de uma pesquisa realizada atualmente no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Itajaí em Santa Catarina acerca da imagem da mulher representada nos videoclipes musicais. Para estudo de caso foi selecionada a cantora Madonna que ao longo de quase três décadas tem propagado a imagem feminista por meio de seu trabalho. Neste artigo, portanto, apresenta-se uma análise do videoclipe *Material Girl* produzido na década de 1980. O interesse por esse estudo se deu devido a curiosidade de identificar de que forma ideologias podem se manifestar no cenário popular, mesmo que por meio de realizações artísticas, como a música e o videoclipe.

**PALAVRAS-CHAVE:** Mulher; Videoclipes; Linguagem; Imagem; Madonna.

### **1 Introdução**

Nos início dos anos 1960 os músicos começaram a utilizar vídeos para promoverem suas músicas. Nos anos 1980 essa prática se popularizou com a criação da MTV. Muitos artistas elevaram esta categoria, investindo alto nos videoclipes. Com o tempo, pensar em promover um álbum sem a criação do videoclipe nem poderia ser considerado uma opção. Qualquer um que queria ser alguém no mundo da música tinha que estar na MTV. Hoje, a elaboração do videoclipe é praticamente automática, desde artistas globais a bandas locais, todos se esforçam para tirar o máximo de seus *music videos*.

Um dos artistas que melhor soube manipular esta técnica foi Madonna, que durante muitos anos se manteve no topo das paradas de videoclipes da MTV. Uma característica marcante nos videoclipes da cantora é a força das personagens que interpreta neles, uma atitude pouco comum para a mulher na época. Por meio desta percepção, foi levantado o

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no IJ 04 – Comunicação Audiovisual do XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul e realizado de 17 a 19 de maio de 2010.

<sup>2</sup> Acadêmica do curso de Comunicação Social – Hab. Publicidade e Propaganda (UNIVALI). E-mail: [bruna.fbarros@hotmail.com](mailto:bruna.fbarros@hotmail.com)

<sup>3</sup> Orientador do trabalho. Mestre em Educação (FURB), Especialista em Cinema (UTP) e Fotografia (UNIVALI), Graduado em Publicidade e Propaganda (FURB). Docente do curso de graduação em Comunicação Social: Publicidade e Propaganda da UNIVALI, FURB e ASSEVIM. E-mail: [bonafilm@yahoo.com.br](mailto:bonafilm@yahoo.com.br)



questionamento do quanto destas personalidades videoclípicas de Madonna foi inspirado nas ideologias feministas e pós-feministas.

A concepção da capacidade de Madonna de se reinventar e se manter em evidência representam o poder da autopromoção e do marketing pessoal, portanto, a análise de tal contribui para os estudos da comunicação e da forma como este é aplicado.

Além disso, para entender o símbolo feminino é indispensável olhar para sua história. Madonna leva, ainda hoje, uma legião de seguidores por onde passa, que reproduzem desde suas roupas a sua maneira de agir. Por isso, a evolução da imagem da mulher no decorrer dos anos pode ser também associada à construção da imagem da cantora. Entender um público numeroso como o feminino é indispensável para a propaganda, e ninguém fez isso tão bem nas últimas décadas quanto Madonna.

A cantora foi escolhida por atingir um grande público durante algumas décadas e por ser um símbolo controverso, que abriu caminhos para a liberação da sexualidade feminina criando discussões e polêmicas.

Camille Paglia (1990), autora do pós-feminismo, afirmou que Madonna foi uma das grandes responsáveis pela mudança do feminismo nos anos de 1980. Sua importância e abrangência na atualidade podem ser comprovadas pela bem sucedida turnê de 2008, *Sticky & Sweet*, da qual cinco shows se passaram no Brasil, com ingressos esgotados para duas apresentações no Maracanã e três no Morumbi. A atitude controversa, a inovação, a identificação de tendências continuam sendo constantes na carreira de Madonna, que foi uma das responsáveis pela volta da música dance em 2005, influência de seu álbum *Confessions on a Dance Floor*. A importância cultural e o poder de persuasão da ‘rainha do pop’ é indiscutível, com seus quase trinta anos de carreira e milhões de discos vendidos. O objetivo deste trabalho, portanto, é discutir brevemente o movimento feminista e a partir disso analisar o videoclipe *Material Girl*, dos anos 1980, da cantora Madonna.

## **2 Feminismo**

O movimento feminista não é discutido como algo vigente. É tratado como um acontecimento histórico, que teve suas conquistas, derrotas e acabou. Mesmo algumas estudiosas importantes, como Cevalco (2008), afirmam que o feminismo está morto. Em seu lugar surge o pós-feminismo, que prega a libertação como um todo e parte do princípio de que a mulher atingiu seus objetivos e possui direitos iguais, agora ela tem o



poder de escolha. Pode trabalhar ou pode ser mãe e/ou esposa sem ser condenada por suas decisões. (McROBBIE, 2008)

Desde o começo dos tempos a mulher busca se estabelecer na sociedade, encontrar seu espaço de atuação. Durante boa parte da história ocidental as mulheres se mantiveram numa situação de submissão. Claramente, seria uma questão de tempo até que elas se rebelassem contra sua condição e tomassem uma atitude a respeito. Mas, para isto, seria necessário que se unissem, compartilhassem e demonstrassem o mesmo descontentamento.

A objetivação de uma nova experiência subjetiva, que o feminismo possibilitou, um processo necessariamente coletivo, permitiu que essa experiência tivesse uma existência e um significado social e, assim, configurasse uma nova referência de ser mulher. (SARTY, 2004, p. 44)

Ao observarem que outras passavam por humilhações parecidas, e compartilhavam da revolta pela falta de direitos, compreenderam que não estavam sozinhas e enxergaram a extensão da situação. A partir disto começaram a se organizar e surge um movimento, o feminismo.

Desde seu início, a ideologia feminista teve muitos sentidos diferentes para a sociedade. Seu significado e importância variam para cada indivíduo. Mesmo na época de sua ascensão no Brasil já existiam muitas contradições. Para alguns, ser feminista era imoral, condenável do ponto de vista dos costumes tradicionais. E, para boa parte de homens e mulheres, feminismo transmitia a sensação de contrário ao feminino, ou feminilidade. (SARTI, 2004). Pensamento que prevalece na mente de muitos ainda hoje. Para melhor definir o percurso histórico do feminismo no Brasil e no mundo, é utilizada, neste estudo, a subdivisão do movimento feminista em três 'ondas'. A primeira onda é definida pela luta pelo direito mais básico da mulher, o voto. Nesta época, a preocupação era fazer com que a mulher fosse vista como um ser humano independente, e não uma propriedade de seus pais e maridos.

Nos Estados Unidos, por exemplo, a primeira onda começou em 1792, com a criação da Defesa dos Direitos da Mulher, por Mary Wollstonecraft, e terminou quando a mulher teve seu direito ao voto assegurado na constituição americana. (HEAD, 2010) Já no Brasil, isso aconteceu bem mais tarde. Liderado pela baiana Leonilda Daltro, foi criado o Partido Republicano Feminista, em 1910, para lutar pelo sufrágio, o que influenciou muitas mobilizações femininas na época. No começo dos anos 1930 as brasileiras conquistaram o direito ao voto. (COSTA, 2005)



A segunda onda feminista, na América do Norte, tem origem na Segunda Guerra Mundial. Com os homens lutando, internacionalmente, as mulheres se tornaram a força condutora do país. (HEAD, 2010) Executavam todos os serviços nas fábricas, no comércio e onde mais fossem necessárias. Com isso, ganharam mais força e autonomia. Não era de se surpreender quando, ao fim da guerra, ao serem reduzidas à sua posição submissa anterior, se rebelaram.

Na América Latina, logo, no Brasil, esta onda se dá bem mais tarde, na década 1970. O momento é de intensa repressão popular, devido à ditadura militar. Influenciadas pelos movimentos internacionais, pelo avanço da comunicação e pelo aumento da inclusão feminina no mercado de trabalho e na educação, as mulheres se organizaram e formaram militâncias. Lutavam contra a repressão do Estado ao mesmo tempo em que combatiam, geralmente em seus próprios partidos, o machismo. (COSTA, 2005)

Esta segunda onda do feminismo é marcada por uma luta mais profunda do que a anterior, no sentido de sua abrangência. As mulheres não queriam apenas ser reconhecidas como indivíduos, elas buscavam a autonomia e a igualdade. A luta era para ser reconhecida como um ser de direitos iguais aos homens, no sentido econômico, social, político e legal. (HEAD, 2010)

A terceira onda do feminismo surge quando os direitos básicos da mulher e a igualdade legal, econômica, social e política pareciam ter sido adquiridos. Mas, talvez o principal erro das lutas anteriores fosse presumir que as mulheres eram indivíduos com necessidades iguais ou muito parecidas. Foi Rebecca Walker (2002) quem se manifestou em defesa da terceira onda feminista. Ela se coloca como ativista de uma causa que não morreu. Para ela, as mulheres têm muito o que atingir ainda, como o respeito do homem em relação ao seu corpo e mente.

Walker é negra e bissexual, o retrato da diversidade feminina. Nela, está um pequeno retrato do que as feministas do passado esqueceram: as mulheres são únicas, diferentes não só dos homens, mas entre si. Esta terceira onda vem para reivindicar os direitos de todas as mulheres, lésbicas, bissexuais, negras, etc. (HEAD, 2010) Ela tem um apelo mais global do que as anteriores, ao mesmo tempo em que reconhece a individualidade cultural e social.

Porém, há controvérsias obviamente e, mesmo que Rebecca afirme “eu não sou uma pós-feminista, sou terceira onda” (WALKER, 2002, p. 80), existe a discussão em torno do pós-feminismo, e sua relevância, como material de estudo, é incontestável.



Muitos anos depois de conquistas como voto, salários iguais, liberdade sexual, o movimento feminista como ideologia passa a ser questionado. As mulheres mudaram, a atitude é outra. Quando se confirmaram os direitos de ir e vir, algumas até preferiram se tornar donas-de-casa a trabalharem fora, outras acumularam ambas as atividades.

O discurso de libertação feminista, para alguns, não parecia mais se aplicar, surgiram muitas contradições. Nasce uma nova ideologia, o pós-feminismo. McRobbie a define com o que chama de “duplo-enredamento”. O que seria uma forma de convivência paralela entre “valores neo-conservadores em relação a gênero, sexualidade e vida familiar (...) com processos de libertação em relação à escolha e à diversidade nas relações domésticas sexuais e de parentesco”. (McROBBIE, 2008, p.02).

Com o pós-feminismo muita discussão vem à tona, como a possível morte do movimento feminista, defendida por Cevasco (2008). De acordo com ela, o movimento, em sua concepção original, não existe mais, não seria possível que suas ideologias originais sobrevivessem ao estilo de vida capitalista. McRobbie (2008) defende a resistência do feminismo; afirma que repudiá-lo com tanto fervor ou a mera discussão de sua existência o mantém vivo. Já Messa (2008) alega que para que o pós-feminismo possa realmente existir é necessário dar o feminismo como um fato do passado, não mais condizente com a realidade feminina.

As visões são várias, mas o fato observado é que as ideologias que sustentam a liberdade, seja feminista ou pós-feminista, continuam vivas nas discussões populares ou acadêmicas. Falar publicamente de feminismo é condenável pelo peso de estigma envelhecido que a expressão carrega, mas demonstrar a libertação feminina, psicológica, intelectual e sexual é ovacionado veemente pelo grande público.

Toda a carreira da cantora Madonna foi construída a partir de polêmicas como a encenação de atos sexuais no palco ou a utilização de símbolos religiosos em performances como forma de demonstrar seu repúdio à repressão. É esta autonomia, rebeldia e liberdade, demonstradas durante sua carreira, parcialmente responsáveis pela notoriedade e seu público fiel.

McRobbie (2008) afirma parecer ultrapassado para suas estudantes se colocarem como defensoras dos direitos da mulher e se posicionar contra o uso do corpo feminino como objeto. Para elas, o pensamento predominante é a liberdade, portanto cada mulher tem a autonomia para fazer o que quiser, seja isso visto como afronta a luta passada das feministas ou não.

Para o melhor desenvolvimento do trabalho, foram selecionadas conceituações das teorias que melhor se aplicam ao estudo. O feminismo é definido como movimento de libertação, que vai além de queixas políticas e econômicas. (ALVES e PITANGUY, 1987) A partir disto, para aceitar que o feminismo continua vivo na sociedade, tem-se que partir do princípio que formas de opressão, físicas ou psicológicas, contra a mulher ainda existem e que há alguma forma de mobilização em resposta contrária. Já para o pós-feminismo é utilizada a seguinte conceituação:



(...) o pós-feminismo é visto como incorporando um feminismo de “Terceira vaga”, que se identificaria mais com uma agenda liberal e individualista do que com objetivos coletivos e políticos, considerando que as principais reivindicações de igualdade entre os sexos foram já satisfeitas e que o feminismo deixou de representar adequadamente as preocupações e anseios das mulheres hoje. (MACEDO e AMARAL apud MACEDO, 2005, p. 01)

Vê-se que o pós-feminismo e o feminismo de terceira onda têm muito em comum. Portanto, foi utilizado apenas o conceito de pós-feminismo para definir a ideologia feminista referente a época da cantora Madonna (1980-2010).

### 3 Decupagem do videoclipe









Para análise de caso foi selecionado o videoclipe *Material Girl*, de 1985. Foi feita uma decupagem do roteiro do mesmo em forma de quadro no qual são apresentados os seguintes itens: imagens mais representativas, a descrição da cena, a letra original e a letra traduzida para o português. Após a decupagem foi feita a análise de caso.

#### QUADRO 01: DECUPAGEM DO VIDEOCLIFE *MATERIAL GIRL*




Imagem	Descrição da cena	Letra original	Letra traduzida
	Homem 1 e homem 2, provavelmente produtores, conversam enquanto assistem o vídeo de Madonna num cinema. Homem 1 comenta que ela pode ser uma super estrela enquanto homem 2 demonstra uma afeição mais profunda por ela. Ele diz que quer conhecê-la.		
	A música instrumental começa. Mostra Madonna num set de filmagem sendo apresentada pelo homem 3.		





	Madonna fala ao telefone e comenta com descaso sobre o presente que ganhou. Do lado de fora o homem 2 ouve tudo, joga o presente que iria entregar a ela fora e vai embora sem conhecê-la.		
	Madonna começa a cantar enquanto homens movimentam corações a sua volta.	<i>Some boys kiss me, some boys hug me I think they're o.k. If they don't give me proper credit I just walk away</i>	Alguns garotos me beijam/ Alguns garotos Me abraçam/ Eu os acho normal/ Se eles não me dão o devido crédito eu vou embora
	Madonna chega num conversível com o homem 3 enquanto o homem 2 assiste.	<i>They can beg and they can plead But they can't see the light, that's right 'cause the boy with the cold hard cash Is always mister right, 'cause we are</i>	Eles podem implorar e pedir Mas eles não podem ver a luz, isso mesmo/ Porque o rapaz com muito dinheiro É sempre o cara certo. Porque nós estamos
	Novamente Madonna aparece dançando com homens a sua volta. Agora eles mostram jóias para ela, no lugar dos corações.		
	Madonna continua dançando entre os homens. Ela é o foco das atenções, todos querem um momento com ela.	<i>Living in a material world And I am a material girl You know that we are living in a material world And I am a material girl</i>	Vivendo num mundo material Eu sou uma garota materialista/ Você sabe que vivemos num mundo material/ E eu sou uma garota materialista
	Madonna continua o centro das atenções, com todos os homens fazendo tudo por ela a sua volta.	<i>Some boys romance, some boys slow dance That's all right with me If they can't raise my interest then I Have to let them be</i>	Alguns rapazes encantam/ Alguns rapazes dança lento/ Tudo isso é bom pra mim/ Se eles não me deixam interessada/ eu os deixo
	Madonna anda pelos homens a sua volta. Tira suas jóias e recusa seus carinhos.	<i>Some boys try and some boys lie but I don't let them play, no way Only boys who save their pennies Make my rainy day, 'cause we are</i>	Alguns rapazes tentam e alguns rapazes mentem mas/ Eu não os deixo jogar/ Nem pensar/ Só rapazes que economizam suas moedas/ Fazem o meu dia/ Porque nós
	Os rapazes continuam paparicando Madonna, enquanto essa se diverte com a atenção	<i>Living in a material world And I am a material girl You know that we are living in a material world And I am a material girl</i>	Vivemos num mundo material Eu sou uma garota materialista/ Você sabe que vivemos num mundo material/ E eu sou uma garota materialista



	<p>Os homens continuam dançando com Madonna. Ela sempre no centro.</p>	<p><i>Living in a material world [material]</i> <i>Living in a material world</i></p> <p><i>Boys may come and boys may go</i> <i>And that's all right you see</i> <i>Experience has made me rich</i> <i>And now they're after me, 'cause everybody's</i></p>	<p>Vivendo num mundo materialista Vivendo num mundo materialista</p> <p>Garotos vêm e vão e está tudo bem A experiência me deixou rica e agora eles estão atrás de mim Porque todo mundo está</p>
	<p>Os rapazes continuam dançando com Madonna, carregando-a escada a cima.</p>	<p><i>Living in a material world</i> <i>And I am a material girl</i></p>	<p>Vivendo num mundo materialista Eu sou uma garota materialista</p>
	<p>O homem 2 leva flores “pobres” para Madonna em seu camarim.</p>	<p><i>You know that we are living in a material world</i> <i>And I am a material girl</i></p>	<p>Você sabe que vivemos num mundo material/ E eu sou uma garota materialista</p>
	<p>Madonna é passada no ar pelo seus dançarinos. Ela se mostra extasiada.</p>	<p><i>A material, a material, a material, a material world,</i></p>	<p>Um mundo materialista, materialista...</p>
	<p>Homem 2 compra um carro velho e leva Madonna para sair. Ele se finge de pobre para conquistá-la. Os dois saem juntos no carro velho.</p>	<p><i>Living in a material world [material]</i> <i>Living in a material world</i></p>	<p>Vivendo num mundo materialista Vivendo num mundo materialista</p>

Fonte: Os autores

#### 4 Análise do corpus

No desenvolvimento das análises foi utilizado o modelo descrito por Joly (1996) em Introdução à Análise da Imagem. De acordo com ela, pode-se dividir a análise visual em três partes: mensagem lingüística, plástica e icônica. Este modelo é influenciado pelos estudos de Barthes da semiologia, no qual ele analisa a imagem com relação à denotação, conotação e lingüística. (BARTHES, 1996)





- A Mensagem Plástica (denotativa) é definida pelo que se enxerga no vídeo. Ela é formada pelos atributos estéticos, como cores, decoração, figurino, cenário, etc.
- A Mensagem Icônica (conotativa) é a figurativa. É constituída pelo significado e não pelo óbvio. Por meio dela analisa-se o que se quer dizer no vídeo, a simbologia por trás do que é falado, o que se associa aos signos mostrados. Esta é uma leitura mais profunda do material.
- A Mensagem Lingüística (textual) diz respeito ao significado do que se comunica, vai além do visual. No videoclipe, por exemplo, ela pode ser caracterizada pela letra da música, por textos inseridos ou por diálogos.



Figura 01: Frame do videoclipe  
Fonte: Os autores

O vídeo desenvolve-se, no geral, em dois ambientes: o real e o sonho, uma relação com *Hollywood*. O real é o primeiro a ser introduzido, dois produtores assistem ao vídeo de Madonna e um deles se mostra muito interessado na cantora. Quando a música começa estamos no ambiente de *Hollywood*, dos sonhos, Madonna interpreta a si mesma, ou uma versão de si, uma cantora que começará a gravação de um vídeo.

A história se desenrola desta forma, entre as cenas do clipe que a personagem (Madonna) grava e o produtor que resolve conquistá-la. Mas, no vídeo, ao contrário da letra da música, Madonna não está tão interessada naqueles que tem muito dinheiro e podem paparicá-la com presentes. Ela esnoba os avanços de um *playboy*, que lhe dá jóias, e o trata com descaso. O produtor, ao perceber isso, começa a se comportar como um homem mais pobre, ele lhe dá flores toscas e até compra um carro velho para conquistá-la.

A ironia não existe apenas entre vídeo e música, mas no fato de que a artista do videoclipe, representada por Madonna, está tão saturada pelos padrões estéticos de



*Hollywood* que é necessário que o homem finja ser algo que não é para conquistá-la. O *glamour* a cegou de tal forma que ela mesma não é capaz de ver além do dinheiro, mas ao contrário do que canta na música, este dinheiro a repulsa, então a forma de se livrar desse desgosto é se relacionar com seu oposto.

### Mensagem Plástica

O visual de *Material Girl* tem inspiração no filme de Howard Hawks, *Os homens preferem as loiras*. Mais especificamente numa cena em que Marilyn Monroe canta *Diamonds are a Girl's Best Friend*.



Figura 02: Frame do videoclipe  
Fonte: Os autores



Figura 03: Frame do filme *Os homens preferem as loiras*  
Fonte: Os autores

O cenário dos sonhos citado anteriormente, o qual se inspira no filme de Hawks, é formado por muito rosa, alfaiataria e jóias para transferir o espectador para um ambiente *hollywoodiano*.

A história paralela, do romance com o produtor, desenrola-se num cenário mais real, menos colorido, mas ainda assim com certo estilo. Nestas cenas, Madonna aparece mais casual, mas ainda vestida como uma diva da época, seu camarim é rosa claro e bem decorado. Tudo demonstra que por trás das câmeras a cantora não é intocável, mas também não tão acessível.

### Mensagem Icônica

Muitos simbolismos são percebidos no videoclipe, principalmente no contraste entre o real e o sonho, o material e o sentimento. Numa cena, no camarim de Madonna, é mostrada a jóia ganhada do rapaz rico em cima de um balde de pipoca, um contraste entre o *glamour* e a suposta simplicidade, ou desapego material, da artista. Enquanto



Madonna se mostra forte e imponente na performance da música, com vários homens a sua volta, sentada em seu camarim ela aparenta tédio e descaso enquanto fala ao telefone.

Em outro momento, o homem rico com quem a cantora anda de conversível confunde o produtor com um manobrista e lhe joga as chaves do carro. Uma crítica a arrogância do mundo artístico. Porém, Madonna demonstra um tipo parecido de arrogância ao descartar seu pretendente pelo fato de ser rico. Ela se mostra interessada no produtor, primeiramente, porque ele parece simples e humilde. Não deixa de ser um preconceito da personagem, presumir que ele é uma boa pessoa pela aparente falta de dinheiro.

No vídeo, tanto enquanto canta a música como enquanto a história se desenvolve, Madonna se mostra forte e confiante. Domina os homens, os manipula a seu favor e tira deles o que lhe interessa. Kaplan (1993) ressalta a postura feminista pós-moderna da cantora nesse videoclipe, pois ela combina esse tom de autonomia com uma atitude provocante e sedutora.

### **Mensagem Lingüística**

Enquanto Madonna canta “Eu sou uma garota materialista”, no vídeo, ela desdenha os presentes e as tentativas do homem rico que tenta conquistá-la. Uma ironia não acidental. Para uma cantora que começava a estourar na metade dos anos 1980, era interessante causar polêmica cantando letras chocantes, mas era importante também adquirir a simpatia do público. Quando no fim do vídeo, Madonna escolhe o homem aparentemente pobre ela escolhe também todos os seus fãs, em detrimento do mundo glamoroso. Ela se coloca como *a girl next door*, alguém com quem se poderia identificar.

Outra ambiguidade de música e vídeo é sua atitude independente em contraste com afirmações fúteis e típicas de mulheres tradicionais de décadas passadas, como “*Porque o rapaz com muito dinheiro é sempre o cara certo*”.

Ao mesmo tempo em que declarações assim podem parecer chocantes, é importante ressaltar que neste momento nascia o espírito *yuppy* (*young urban professional*). Estes eram jovens ambiciosos, focados no trabalho e no sucesso financeiro. (TIME, 2010) Madonna viveu esse momento e abraçou o espírito no começo da carreira. Hoje, esta expressão tem um sentido pejorativo e negativo, mas na época era ainda um estilo de vida em desenvolvimento e as críticas ao egocentrismo *yuppy* não eram tão fortes.



Porém, o diferente, no caso da cantora, não era ser *yuppy*, mas uma mulher assumidamente *yuppy*, como insinua a letra de *Material Girl*.

Ao analisar um pouco além na ambiguidade textual do videoclipe, percebe-se a prática do que McRobbie (2008) definiu no pós-feminismo como duplo-enredamento, abordado anteriormente no trabalho. Enquanto Madonna se coloca como independente e poderosa, ela afirma na letra um lado conservador e ambicioso, típico da classe média americana da época. Porém, esta influência levemente feminista pode não ser ocasional. Gay Delanghe, grande ativista feminista da época, deu aulas na faculdade para a cantora. (O'BRIEN, 2008)

## 5 Considerações finais

O que se apresentou neste estudo foram apenas fragmentos de pesquisa maior, que atualmente é realizada no curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Vale do Itajaí em Santa Catarina acerca da imagem da mulher representada nos videoclipes musicais. A cantora Madonna foi selecionada por ser uma forte imagem representativa do feminismo popular pós-moderno. Espera que este estudo possa suscitar discussões acerca do tema e que se incentive à pesquisa de novos estudos.

## REFERÊNCIAS E BIBLIOGRAFIAS CONSULTADAS

ALVES, B. M. PITANGUY, J. **O que é feminismo**. São Paulo: Brasiliense, 1985.

BARTHES, R. **Elementos da semiologia**. Tradução Izidoro Blikstein. São Paulo: Cutrix, 1996.

CEVASCO, Maria Elisa. **O feminismo foi derrotado**. Disponível em [g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL340845-7084,00-O+FEMINISMO+FOI+DERROTADO+DIZ+PROFESSORA+DA+USP.html](http://g1.globo.com/Noticias/PopArte/0,,MUL340845-7084,00-O+FEMINISMO+FOI+DERROTADO+DIZ+PROFESSORA+DA+USP.html). Acessado em 01 de outubro de 2008.

COSTA, A. A. A. **O movimento feminista no Brasil**: Dinâmicas de uma intervenção política. Niterói: Gênero, 2005.

HEAD, Tom. **Third wave feminism**. Disponível em [http://civilliberty.about.com/od/gendersexuality/p/third\\_wave.htm](http://civilliberty.about.com/od/gendersexuality/p/third_wave.htm). Acessado em 22 de março de 2010. Tradução feita pelos autores.

JOLY, M. **Introdução à análise da imagem**. Tradução Marina Appenzeller. Campinas: Papyrus, 1996.



KAPLAN, E. A. **Feminismo/Édipo/Pós-modernismo**: o caso da MTV. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1993.

MACEDO, A. G. **Pós-feminismo**. Florianópolis: Revista Estudos Feministas, 2006.

McROBBIE, Ângela. **Pós-feminismo e cultura popular**: Bridget Jones e o novo regime de gênero. Rio Grande do Sul, 2006. Disponível em <<http://www.pucrs.br/famecos/pos/cartografias>>. Acessado em 15 de outubro de 2008.

MESSA, Márcia Rejane. **As mulheres só querem ser salvas**: Sex and the City e o pós-feminismo. São Paulo, 2007. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/>>. Acessado em 19 de novembro de 2008.

O'BRIEN, Lucy. **Madonna 50 anos**: A biografia o maior ídolo da música pop. Tradução Inês Cardoso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

PAGLIA, Camille. **Madonna - Finally a Real Feminist**. Nova York: The New York Times, 1990.

SARTI, C. A. **O feminismo brasileiro desde os anos 1970**. Florianópolis: UFSP, 2004.

TIME: Disponível em: <http://www.time.com/time/magazine/article/0,9171,952325,00.html>  
Acessado em 24 de março de 2010.

WALKER, R. **Becoming the third wave**. New York: New York University Press, 2002.