

A DISSEMINAÇÃO DOS DISCURSOS CONTRA-HEGEMÔNICOS DE LADY GAGA ATRAVÉS DA CULTURA DA MÍDIA

Rafael Mendonça Lisita Pinto¹

Rosa Maria Berardo²

Resumo: Os videocliques da cantora Lady Gaga constituem-se como formato narrativo para a difusão dos seus discursos identitários em todo o mundo. Suas narrativas videográficas expõem, por meio da cultura da mídia, seus enunciados e pontos de vista, evidenciando, principalmente, temas contra-hegemônicos que envolvem a representação de identidades, discussão de gêneros, categorização dos estranhos, dentre outros. Verificaremos a construção do seu discurso imagético em termos estéticos e narrativos, e o modo como este fundamenta o seu discurso ideológico nos meios de comunicação de massa.

Palavras-chave: mídia, cultura, discursos, hegemonia.

“I’m a free bitch baby!”³ - Um fenômeno contra-hegemônico

Com apenas três anos de carreira, Lady Gaga, cantora nova-iorquina de 26 anos de idade, conquistou uma magnífica legião de fãs. A artista conta com cerca de cinquenta milhões de amigos no *Facebook*⁴, além de ser a pessoa com maior quantidade de seguidores do mundo no *Twitter*⁵. Como ela alcançou este notável feito?

Stefanie Germanotta, verdadeiro nome da artista, cresceu no *Upper East Side*, área abastada da cidade de Nova York, onde estudou em colégios tradicionais e teve uma criação pautada nos princípios do catolicismo. No entanto, não foi pregando a tradição que a cantora, aos 22 anos de idade, ganhou a atenção da mídia global. Influenciada por grandes ídolos da música pop, dentre eles Elton John, David Bowie e Madonna, Gaga inseriu-se neste cenário como defensora das diferenças, assumiu o posto de mais nova

¹ Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás. cinemalisita@gmail.com.

² Professora Orientadora do Programa de Pós-Graduação em Arte e Cultura Visual da Faculdade de Artes Visuais da Universidade Federal de Goiás. rosa@rosaberardo.com.br.

³ Trecho da canção *Bad Romance* presente no álbum *The Fame Monster* (2010).

⁴ Rede social criada em 2004 por Mark Zuckerberg na Universidade de Harvard em Massachusetts, Estados Unidos.

⁵ Rede de informação em tempo real, que conecta as pessoas com as últimas informações sobre o que elas acharem interessante, através do envio de pequenas mensagens com até 140 caracteres.

figura excêntrica do pop e tornou-se um fenômeno mundial que já coleciona uma extensa lista de prêmios e sucessos.

Causadora de polêmicas, a artista chama a atenção, não somente por sua voz potente ou por sua aparência excêntrica, muitas vezes bizarra, mas, também, pelo modo como apropriou-se da cultura de massa para disseminar ideais de igualdade e justiça social. Além de ativista em prol da comunidade GLBT⁶, Lady Gaga propõe, de acordo com Hiatt (2011, p.64) uma revolução dos estranhos, “dizendo para os jovens que era *ok* eles serem *gay*, esquisitos ou nada populares, porque nasceram assim.”

Amparados pelo uso das redes sociais, *shows*, performances e entrevistas televisionadas, pode-se dizer que os ansiosamente aguardados videocliques da cantora constituem-se como formato chave para a difusão dos seus discursos em todo o mundo. Estas narrativas videográficas expõem, por meio da cultura da mídia, seus enunciados e pontos de vista, destacando, principalmente, temas contra-hegemônicos que envolvem a identidade, os gêneros, os estranhos, dentre outros.

[...] particular social groups struggle in many different ways, including ideologically, to win the consent of other groups and achieve a kind of ascendancy in both thought and practice over them. This form of power Gramsci called hegemony. GRAMSCI *apud* HALL (2010, p.48)

Lady Gaga aposta no seu potencial revolucionário investindo em um embate em relação às normas de inteligibilidade cultural, aos regimes de verdade, que de acordo com Foucault *apud* Hall (2010) consistem nos tipos de discurso que uma sociedade aceita como verdadeiros, nas formas as quais cada um deles é sancionado e no status daqueles que são imbuídos do poder de decisão daquilo que é, ou não, verdade. Por esta razão, a artista expressa suas mensagens através dos meios de comunicação de massa que possibilitam-na propagar seus discursos em meio a cultura dominante.

“I was born this way”⁷ - A formação do discurso na Cultura da Mídia

Pode-se considerar a cultura da mídia como uma força dominante na cultura uma vez que, com o seu advento, os indivíduos passaram a ser submetidos a um intenso fluxo de produções audiovisuais, enquanto um novo mundo virtual de entretenimento e informação reordena as percepções de espaço e tempo, anulando distinções entre realidade e imagem, e produzindo novos modos de experiência e subjetividade.

⁶ Comunidade de Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros.

⁷ Trecho da canção *Born this way* presente no álbum *Born this way* (2011)

Kellner (2001, p. 26) corrobora com esta afirmação dizendo que com o surgimento das novas tecnologias, ampliou-se o acesso à informação e à comunicação que, por consequência, proporcionaram “maior diversidade de escolha, maior possibilidade de autonomia cultural e maiores aberturas para as intervenções de outras culturas e ideias”.

Seguindo esta linha de raciocínio, Thompson (2002, p.182) certifica que “o desenvolvimento da mídia aumentou a capacidade dos indivíduos experimentarem, através da quase-interação mediada, fenômenos que dificilmente poderiam encontrar na rotina ordinária de suas vidas”.

Verifica-se, desta forma, que a Comunicação é o modo pelo qual a cultura é disseminada, realizada e efetivada. Desta forma, pode-se dizer que “a mídia colonizou a cultura” e que ela constitui o principal veículo de sua disseminação e distribuição, sendo, portanto, “a forma dominante e o lugar da cultura nas sociedades contemporâneas” (KELLNER, 2001, p. 54).

É necessário compreender, portanto, qual o sentido de pertencimento a uma cultura e de que forma a mídia atua nesta instância. Hall (2010) explica que a pertença a uma cultura consiste na compreensão de como conceitos e ideias se traduzem em diferentes linguagens e, também, em como a linguagem pode ser interpretada para se referir ou fazer referência ao mundo. Essa linguagem, que não se prende a um conceito puramente linguístico, seria, segundo Foucault *apud* Hall (2010) a ferramenta por meio da qual a produção de conhecimento gera o discurso.

Lady Gaga insere-se, portanto, no contexto da cultura da mídia, visto que faz uso dos mais variados meios de comunicação como forma de disseminar os seus discursos para as massas. Contudo, é principalmente através dos seus videoclipes que a cantora constrói narrativas que exploram temáticas relevantes, no sentido de estimular processos de identificação. Pode-se dizer que esta estratégia midiática pertence ao que Foucault *apud* Hall (2010, p.44) chama de “formação de discurso”, isto é, o discurso videográfico da cantora.

É importante ressaltar, porém, que os discursos de Gaga são extremamente criticados e questionados em relação à sua legitimidade, considerando-se que ela é uma figura interpretada, mesmo que abertamente. Walter Benjamin (1936) já explanava sobre as tentativas de se corromper a consciência das massas através da representação humana no cinema, tendo em vista que o controle sobre o intérprete foi, por muito tempo, explorado pelo capitalismo por meio da utilização política.

A comercialização e a transformação da cultura em mercadoria trazem muitas consequências importantes. A descrença no discurso é uma delas. Conforme os estudos de Goffman (2005) sobre as representações, esclarece-se que, ao conhecer um indivíduo, as pessoas geralmente buscam informações a seu respeito e, a partir de sua conduta e aparência, confiam, ou não, no que ele projeta como definição de si mesmo.

Verifica-se que os estudos de Goffman vão de encontro ao que Dyer *apud* Hall (2010, p.257) conceitua como “*typing*”, cuja tradução mais próxima, porém não ideal, para o português seria o termo tipificação. Segundo o autor, as pessoas conhecem um indivíduo quando pensam nos papéis que ele assume e performa e, a partir daí, identificam quais seriam as suas particularidades ou “tipos” para, em seguida, classificarem-no em diferentes grupos. Em outras palavras, constrói-se a imagem de uma pessoa a partir das informações que se acumulam ao posicioná-la em diferentes ordens de tipificação.

No entanto, no que tange a projeções midiáticas, entende-se que podem recair sobre a forte possibilidade de o indivíduo apresentar-se sob uma luz favorável, o que pode implicar em leituras de manipulação.

[...] a produção com vistas ao lucro significa que os executivos da indústria cultural tentam produzir coisas que sejam populares, que vendam, ou que – como ocorre com o rádio e a televisão – atraiam a audiência das massas. [...] a necessidade de vender significa que as produções da indústria cultural devem ser eco da vivência social, atrair grande público e, portanto, oferecer produtos atraentes que talvez choquem, transgridam convenções e contenham crítica social ou expressem ideias correntes possivelmente originadas por movimentos sociais progressistas” (KELLNER, 2001, p. 27)

Verifica-se, portanto, que se criou uma contradição entre as figuras da jovem Stephanie e da extravagante artista que, constantemente, faz uso das “práticas defensivas” (GOFFMAN, 2005, p. 22) para esquivar-se das referidas acusações e proteger suas projeções. Aparentemente a cantora mostra-se segura ao reconhecer que os rumores são próprios da condição de ser uma figura pública. Gaga *apud* Kinser (2011) afirma “I care only about what I can change. [...] How can I be a part of the fight for modern social issues? How can I change young people’s lives?”

O discurso verbal de Lady Gaga deixa claro o seu interesse pela mudança, especialmente em promover a justiça social, além de sua intenção enquanto artista em representar perante a mídia um grupo específico formado por tipos minoritários. Mas,

como essas intenções se desdobram na prática? De que forma a cantora constrói seu discurso imagético em termos estéticos e narrativos de modo que este sirva de suporte para o seu discurso verbal?

“Can’t read my poker face”⁸ – Discursos videográficos de Lady Gaga

Defender e disseminar ideais de igualdade e justiça social no intuito de promover a mudança, comunicando especialmente com o público jovem, são os desafios de Lady Gaga quando se refere às suas produções videográficas. Não se sabe ao certo se estes intentos fazem parte da retórica da cantora ou se são impostos à ela. Como dito anteriormente, os seus discursos despertam grande ceticismo sobre sua legitimidade, uma crença de que “ela seria uma mera armação de sua gravadora, com prazo para vencer”, com afirma Martins (2011, p.149). Mas este não é, prioritariamente, o foco desta discussão.

É importante trazer à baila o que se está produzindo na prática para, somente então, buscar-se uma melhor compreensão do uso que a artista faz da mídia de massa para propagar esses discursos contra-hegemônicos. Vale a pena ressaltar que, diante do seu extenso *corpus* de trabalho videográfico, selecionar-se-á alguns videoclipes em virtude de tratarem das temáticas que envolvem o estudo.

Toma-se, portanto, o videoclipe intitulado *Telephone* como ponto de partida que trata, por exemplo, de questões relativas à identidade cultural e o poder de influência da cultura da mídia sobre as sociedades de consumo.



É possível perceber na sequência selecionada que a cantora faz uma crítica à valores culturais próprios da cultura norte-americana e ao sistema capitalista, fazendo referências ao consumo exacerbado e à indústria publicitária que incita os excessos os quais os americanos estão acostumados a conviver. O contra ponto entre o *fast-food* e o

⁸ Trecho da canção *Poker Face*, presente no álbum *The Fame* (2008).

veneno, somados à imagem da bandeira dos Estados Unidos da América revelam as consequências da comercialização e da transformação da cultura em mercadoria.

Vale lembrar, neste caso, que apesar das críticas impostas ao consumismo, a própria imagem de Gaga constitui-se como uma mercadoria comercializável. Não obstante, a cantora rebate, ao próprio sistema, as críticas direcionadas aos seus discursos e tira proveito do seu *status* para disseminá-los através da cultura da mídia.

Neste sentido, identifica-se uma tentativa de subversão das perspectivas de opressão e dominação, uma vez que “imagens e celebridades substituem a família, a escola e a Igreja como árbitros de gosto, valor e pensamento, produzindo novos modelos de identificação e imagens vibrantes de estilo, moda e comportamento” (KELLNER, 2001, p. 27).

Pode-se dizer, desta forma, que a exploração de sua aparência excêntrica e a celebração das diferenças em suas projeções midiáticas reproduzem situações do contexto social no intuito de produzir identificações com as minorias.

A cultura da mídia reproduz as lutas e os discursos sociais existentes, expressando os medos e os sofrimentos da gente comum, ao mesmo tempo que fornece material para a formação de identidades e dá sentido ao mundo. Quando os membros dos grupos oprimidos têm acesso à cultura da mídia, suas representações muitas vezes articulam visões outras da sociedade e dão voz a percepções mais radicais. (KELLNER, 2001, p. 203)

Considerando-se que a mídia fornece recursos apropriados à produção de significados pelo público, permeando os modos de ser e vestir, e levando a crer que a identidade cultural é formada por imagens icônicas de heróis culturais, verifica-se que os videocliques de Lady Gaga assumem um papel relevante no contexto midiático, visto que essas narrativas produzem enunciados referentes à temática dos estranhos, abordando situações de desencaixe, preconceito, exclusão e diferença.

De acordo sociólogo Zygmunt Bauman (1998, p. 27), os estranhos são “as pessoas que não se encaixam no mapa cognitivo, moral ou estético do mundo.” Segundo o autor, a ordem fora definida pelo estado moderno como a clareza de aglutinar divisões e fronteiras e, para constituí-la, era necessário empreender uma guerra contra os estranhos e o diferente. É neste sentido, que o videoclipe *Telephone* aborda referida questão.



Observa-se na sequência apresentada acima, uma situação em que a personagem principal, no caso a artista, é uma prisioneira junto a um grupo de mulheres cujas aparências e atitudes não correspondem aos padrões estéticos e morais determinados pela cultura dominante. A exclusão e o aprisionamento configuram-se, no cerne da guerra contra os estranhos, como a estratégia “*antropoêmica*” que consiste em “vomitar os estranhos, bani-los dos limites do mundo ordeiro e impedi-los de toda comunicação com os do lado de dentro” (BAUMAN, 1998, p. 29).

Dyer *apud* Hall (2010) corrobora com a colocação de Bauman, levantando o relevante conceito da estereotipificação (*stereotyping*), fazendo referencia ao conceito de tipificação explicado anteriormente, só que de forma a fixar e reduzir em essência as particularidades e diferenças dos indivíduos. Segundo o autor, tal conceito facilita a união de todos aqueles que são “‘normais’ em uma ‘comunidade imaginada’” (p.258) enviando ao exílio simbólico os outros, os diferentes. Essa discussão é claramente percebida no discurso imagético proposto na abertura de *Telephone*, em que pessoas são classificadas de acordo com a norma social estabelecida, sendo excluídas quando não se encaixam.

No entanto, ainda de acordo com Bauman (1998), enquanto os estranhos modernos serviam como marcas divisórias para a fronteira da ordem a ser constituída, a perspectiva pós-moderna está marcada por uma concordância quase universal de que a diferença não é meramente inevitável, porém boa e precisando de proteção.

Em um mundo que passa a ser caracterizado por incerteza e maleabilidade, os estranhos deixam de lado a necessidade de assimilação e rigidez, para assumir um caráter de instabilidade, bem como de meios de produção no processo de construção da identidade. Kellner (2001) corrobora com este raciocínio ao afirmar que a rápida transformação da identidade indica que o eu pós-moderno aceita e afirma identidades múltiplas e imutáveis.

Hoje a identidade torna-se um jogo de livre escolha, uma representação teatral do eu, em que ele é capaz de apresentar-se numa grande variedade de papéis, imagens e atividades sem se preocupar muito com as modificações, as transformações e as mudanças drásticas. (KELLNER, 2001, p. 316)

É pertinente dizer que Lady Gaga brinca com o conceito de representações de identidades ao assumir variados papéis que possam atrair e gerar identificações. Ainda mais importante, é observar que ela se insere na esfera dos estranhos e se considera parte deste grupo, alegando que desde cedo ouvia provocações por sua aparência excêntrica.

A artista rechaça as críticas, constantemente, declarando que assumir a sua identidade a fez compreender que o constante renascimento é necessário para que uma pessoa encontre sua singularidade. Por esta razão, intitulou seu último álbum de *Born this way* (*Nascida assim*), e nele, incluiu uma variedade de canções que celebram a diferença, dentre elas *Hair*, *Bad Kids* e a homônima, *Born this way*, cujo videoclipe rendeu à cantora um prêmio de melhor videoclipe com uma mensagem no *Video Music Awards (VMA)*⁹ 2011, promovido pela MTV¹⁰.

Gaga foi ainda mais além, assumindo-se bissexual e revelando-se uma grande ativista em prol do público *gay*, lutando, mais uma vez, contra projetos que pregam a exclusão e o preconceito, como o *Don't ask, don't tell*¹¹, e discursando em grandes eventos como o *Europride*¹² 2011, onde se nomeou filha da diversidade. Constata-se, neste sentido que, em defesa dos estranhos, a cantora incorpora em seu trabalho os fundamentos da Teoria *Queer*, explorando contextos da diversidade sexual. Fazendo referência às minorias de forma mais abrangente, construiu a narrativa cinematográfica intitulada *Born this way*.



Observa-se no primeiro plano a figura de *Mother Monster* (Mãe Monstro), denominação dada por seus fãs que se auto intitulam *little monsters* (monstrinhos). Os

⁹ Evento anual promovido pela emissora de televisão norte-americana MTV, que premia os artistas com os melhores videoclipes do ano, listados em diversas categorias.

¹⁰ Music Television, emissora de televisão norte-americana criada em 1981, que dedica-se a assuntos relacionados à cultura pop, principalmente à transmissão de videoclipes.

¹¹ Do inglês, “Não pergunte, não conte”. Política norte-americana, instituída no governo de Bill Clinton, que rejeita e proíbe homossexuais de serem membros ou candidatos do serviço militar.

¹² Evento anual dedicado ao orgulho da comunidade GLBT – Gays, Lésbicas, Bissexuais e Transgêneros – promovido em diferentes países da Europa.

planos seguintes enunciam, a partir de uma narração em *off*, o nascimento de uma nova raça dentro da humanidade desprovida de preconceitos e julgamentos, onde, mais uma vez, é possível identificarmos a cantora inserida. À medida que se representa o nascimento do mal, o já citado alter-ego de Gaga declara que irá proteger a sua raça.

A canção *Born this way* enfatiza a questão da sexualidade colocando em pauta a temática dos gêneros. “Não importa se sou gay, hetero, bi, lésbica ou transgênero [...] Eu sou bonita do meu jeito porque Deus não comete erros. Estou no caminho certo, eu nasci assim” (GAGA, 2011). Mas é no videoclipe de *Alejandro* que a exploração imagética do referido tópico se dá de forma mais explícita.



Observa-se a partir dos planos acima, sequências que tratam da inversão de papéis sexuais, promovendo a fuga da regulação binária dos sexos, isto é, das “normas de inteligibilidade instituídas e mantidas socialmente” (BUTLER, 2007, p. 23), bem como da subversão da imagem da Igreja e do seu posicionamento em relação à temática da sexualidade, especialmente a partir do plano opressor com a câmera em *plongé* em que Gaga, vestida de freira, engole um terço. Dentro deste contexto, Kellner (2001) relata a afirmação dos estudos culturais de que a sociedade é um sistema de dominação em que certas instituições como a Igreja e o Estado controlam os indivíduos. Em sua ação performática, Gaga metaforicamente não se deixa engolir pela instituição religiosa, mas a deglute para digerí-la.

A matriz cultural por meio do qual a identidade de gênero tornou-se inteligível exige que certos tipos de identidades não "existam" - isto é, aqueles em que o gênero não decorre do sexo [...]. "Decorrer", neste contexto, é uma relação de implicação política instituída pelas leis culturais que estabelecem e regulam a forma e o significado da sexualidade (BUTLER, 2007, p. 24)

Lady Gaga parece apoderar-se simbolicamente dos referidos conceitos, evidenciando a necessidade de discursos que defendam as diferenças e contribuam para a disseminação do universo dos estranhos. Percebe-se um certo esforço em seus discursos videográficos em tentar transcender a realidade institucionalmente binária da sociedade.

Independente de ser legítima ou autêntica, no sentido de elaborar seus discursos, o uso que a cantora faz da linguagem videográfica tem sido direcionado no sentido de apoiá-los, por meio da cultura da mídia, explorando todas as temáticas abordadas acima, de modo a provocar processos de identificações. Desse modo, a artista promove seus discursos a um público global, disseminando os ideais neles empregados. Levando em consideração os mais de dois bilhões de visualizações de seus vídeos no *youtube*¹³, além da projeção do seu nome nos principais veículos de comunicação do mundo, pode-se dizer que, forçada ou deliberadamente, Gaga tem feito o dever de casa.

BIBLIOGRAFIA

BAUMAN, Zygmunt. *O mal-estar na pós modernidade*. Tradução Mauro Gama e Cláudia Martinelli Gama; rev. téc. Luís Carlos Fridman. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.

BUTLER, Judith. *Gender trouble: Feminism and the subversion of identity*. New York: Routledge Classics, 2007.

CANAL DE LADY GAGA VEVO. Disponível em: <<http://www.youtube.com/user/LadyGagaVEVO>> Acesso em: 8 abr. 2012

GOFFMAN, Ervin. *A representação do eu na vida cotidiana*. Tradução Maria Célia Santos Raposo. 13.ed. Petrópolis: Vozes, 2005.

HALL, Stuart. *Representation: cultural representations and signifying practices*. Walton Hall: The Open University, 2010.

HIATT, Brian. Deusa monstro – unicórnios, sonhos sexuais e a revolução dos estranhos: por dentro do mundo irreal de Lady Gaga. *RollingStone*, São Paulo, n. 57, p. 62-69, jun. 2011.

JULLIER, Laurent e MARIE, Michel. *Lendo as imagens do cinema*. Tradução Magda Lopes. São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2009.

¹³ Criado em 2005 na Califórnia, Estados Unidos, por Steve Chen, Chad Hurley e Jawed Karim, este site configura-se como uma plataforma dedicada ao compartilhamento de vídeos.

KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia – estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno*. Tradução Ivone Castilho Benedetti. Bauru: EDUSC, 2001.

KINSER, Jeremy. Portrait of a lady. Disponível em: <<http://news.advocate.com/post/7263991145/lady-gaga-portrait-of-a-lady>> Acesso em: 7 ago. 2011

LADY GAGA - DISCURSO NO EUROPRIDE - LEGENDADO PT 2/2. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=TkWYCRXvNYo>> Acesso em: 27 jul. 2011

LYRICS. Disponível em: <<http://www.ladygaga.com/lyrics/>> Acesso em: 13 ago. 2011

MARTINS, Sérgio. Que bicho é esse? *Veja*, São Paulo, n. 2217, p. 148-152, mai. 2011.

OBAMA: REPEAL OF 'DON'T ASK, DON'T TELL' POSSIBLE. Disponível em: <<http://www.msnbc.msn.com/id/24046489/#.TmQr7K48JGA>> Acesso em: 30 ago. 2011

THOMPSON, John B. *A mídia e a modernidade: uma teoria social da mídia*. Tradução Wagner de Oliveira Brandão. 5. ed. Petrópolis: Vozes, 2002.