
The Celebration Tour in Rio: a ressignificação do verde e amarelo a partir do show de Madonna no Brasil¹

Adolfo MORAIS²

Manoella NEVES³

Universidade Federal de Alagoas - Ufal

RESUMO

O presente artigo traz um paralelo entre a última grande turnê da cantora Madonna, a "*The Celebration Tour*", que encerrou em maio de 2024, no Rio de Janeiro, atraindo 1,6 milhão de pessoas em Copacabana, um recorde histórico, e os processos de midiaticização e lógicas de mídia surgidos a partir da performance com a cantora e drag queen Pabllo Vittar. Ao utilizar o número para reapropriar as cores verde e amarela, em um gesto simbólico que desafiou a polarização política do Brasil, o estudo evidencia como a artista continua a influenciar e refletir as transformações sociais e culturais contemporâneas dentro dos processos de comunicação e mídias trazendo a marcação da aproximação do entretenimento com a midiaticização de temáticas políticas.

PALAVRAS-CHAVE: midiaticização; mídias; política; Madonna; cultura pop

Introdução

O presente artigo faz um paralelo entre a última grande turnê da cantora Madonna, a "*The Celebration Tour*", que encerrou em maio de 2024, no Rio de Janeiro, atraindo 1,6 milhão de pessoas em Copacabana, um recorde histórico, e os processos de midiaticização e lógicas de mídia surgidos a partir da performance com a cantora e drag queen Pabllo Vittar. Ao utilizar o número para reapropriar as cores verde e amarela, em um gesto simbólico que desafiou a polarização política do Brasil, o estudo busca exemplificar como a artista continua a influenciar e refletir as transformações sociais e culturais contemporâneas dentro dos processos de comunicação e mídias. Neste resumo, trazemos os primeiros movimentos desta tentativa de observação a partir do show no Brasil dos 40 anos da carreira da Pop Star, a sua incidência sobre as questões política e culturais no país.

No texto, trazemos uma breve apresentação da artista, sua preparação para a turnê em comemoração aos seus 40 anos de carreira e sua apresentação em Copacabana, no Rio de Janeiro, fechando a turnê histórica. Em seguida, expomos a apropriação do verde e amarelo no show do Rio e dos desdobramentos a partir deste uso das cores canarinhas. E no item final, a

¹ Trabalho apresentado no GP11 - Comunicação, Mídia e Liberdade de Expressão, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 47º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Jornalista formado pela Universidade Federal de Alagoas (Ufal) com especialização em Assessoria de Comunicação (Ufal). E-mail: moraesadolfo8@gmail.com

³ Professora Adjunta da Universidade Federal de Alagoas. E-mail: manoella.neves@ichca.ufal.br

questão teórico-metodológica proporcionado pelo objeto que nos possibilita pensar os processos de midiaticização, sobretudo no sistema circulatório, em que a produção e a recepção lógicas próprias de modo que o que circula, circula em modo de ‘fluxo adiante’ (Braga, 2012) em que cada indivíduo se apropria do que é ofertado nas redes sociais e dele se apropria, identificando-se ou não, unindo-se por esta identificação.

O uso da camisa verde e amarela ficou estigmatizada por parte da população brasileira que não se identificava com os posicionamentos e manifestações dos que apoiavam a extrema-direita. A partir do uso da camisa canarina no show, Madonna irrompe a lógica e ressignifica as cores, de modo que a outra parte da população se apropriou das cores ressignificando a cores e a camisa brasileira.

Sobre o objeto da análise: Rainha do Futuro em *The Celebration Tour in Rio*

Madonna Louise Ciccone nasceu no dia 16 de agosto de 1958, em Bay City, Michigan, EUA. Ainda na adolescência, motivada pelo amor à dança e munida pela ambição de dominar o mundo (O'BRIEN, p.113, 2018), a artista se mudou para Nova Iorque, cidade conhecida como epicentro da Pop Art. A estreia no mundo da música veio na década de 1980, impulsionada por sucessos como “Everybody”, “Holiday” e “Borderline”. Desde então, Madonna se tornou a Rainha do Pop em uma carreira de impacto tão grande quanto Elvis Presley e Beatles (GABRIEL, p.1, 2022).

Desde o início, a figura de Madonna sempre esteve atrelada às sinergias entre arte e ativismo político, algo que a colocou em alvos de polêmica e críticas vorazes até os dias de hoje. O impacto sociocultural da Rainha do Pop cresceu exponencialmente nas décadas seguintes à medida em que a artista aproveitava a notoriedade para levantar vozes para defender as bandeiras da liberdade sexual feminina, os direitos da comunidade LGBTQIA+, antirracismo, a luta de combate ao HIV/AIDS, patriarcado, machismo, xenofobia e, mais recentemente, o etarismo. Em 40 anos de carreira, Madonna acumula 25 álbuns que alcançaram a marca de mais de 400 milhões de discos vendidos, 12 turnês, sete troféus Grammys, 26 filmes (com destaque para *Evita*, que rendeu a estatueta de Melhor Atriz em Comédia ou Musical, em 1997) e uma fortuna estimada em 850 milhões de dólares (CAPOBIANCO, p.17, 2024).

No dia 4 de maio de 2024, a praia de Copacabana, no Rio de Janeiro, foi palco do encerramento da "The Celebration Tour". A turnê, adiada por três meses em razão de infecção bacteriana que levou Madonna à UTI, teve início em Londres, no Reino Unido, em 14 de outubro de 2023. Dividido em cinco atos com duração de cerca de 2h30, os shows contaram com mais de 25 músicas, 17 trocas de figurino, 80 toneladas de equipamento, 600 luzes

inteligentes e mais de 200 pessoas por trás das operações (BLISTEIN, p. 14, Rolling Stone). No total, a “The Celebration Tour” (Imagem 1) contou com 81 apresentações que percorreram a Europa, América do Norte e América do Sul. Em todos os continentes, os shows foram sucesso absoluto, com ingressos esgotados em todas as datas.

Para contextualizar a grandiosidade, a turnê comemorativa da Rainha do Pop registrou a maior arrecadação do ano até o momento. Segundo relatório da Pollstar, divulgado pela Variety, Madonna arrecadou em média US\$ 2.794.007 (aproximadamente R\$ 15 milhões) por show, com uma média de 13.378 ingressos vendidos. Ao todo, foram comercializados 856.247 ingressos em 34 dos 65 shows analisados pelo estudo. Com esses números, Madonna superou artistas como Bad Bunny, Luis Miguel, Karol G, Bruno Mars e Coldplay. (Folha de S. Paulo, 2024)

Imagem 1: abertura da The Celebration Tour



Fonte: site/madonna.com

Para os fãs do Brasil, o burburinho sobre a vinda da cantora à América do Sul começou em uma das apresentações na estadia europeia, quando a Rainha do Pop confirmou para alguns brasileiros presentes na plateia que a turnê iria passar pelo País. O anúncio oficial veio em postagem nas redes sociais do banco Itáú, no dia 21 de março de 2024 (INSTAGRAM, @itau, 2024).

Imagem 2: Campanha do Itaú Unibanco



Fonte: Instagram/@itau

A campanha de marketing do Itaú em comemoração ao centenário do banco destacou a parceria criativa com Madonna. Sob o tema "Feito de Futuro", a artista recebeu autonomia para criar e dirigir o vídeo principal da campanha (Época Negócios, 2024). Na peça publicitária (Imagem 2), Madonna expressa gratidão pelo título de realeza do pop, conferido pela crítica e pelos fãs ao longo das décadas, ao mesmo tempo em que fala sobre o conceito de monarquia ser algo pertencente ao passado. A narrativa do vídeo reforça sua autoimagem como um ícone contemporâneo e inovador, alinhado ao futuro. A campanha, portanto, sugere que Madonna não é apenas uma figura associada ao título tradicional de "Rainha", mas sim uma representante da "Rainha do Futuro", integrando a mensagem da marca com sua figura icônica.

No encerramento da turnê em terras brasileiras, os números superlativos fizeram jus à carreira de Madonna. Apesar da gratuidade, a cantora recebeu um cachê de cerca de 17 milhões de dólares (mais de 90 milhões de reais) por sua performance (CAPOBIANCO, p. 18, 2024). O palco montado na Praia de Copacabana teve 812 m² e foi projetado com 24 metros de largura e 18 metros de altura, elevando o piso a 2,40 metros do chão para proporcionar melhor visibilidade aos espectadores na areia (UOL, 2024).

Além disso, foram construídas três passarelas conectadas com o palco principal para que Madonna se movimentasse entre o público, além de um elevador. Os números também incluíram uma equipe de produção de 200 pessoas, 45 baús com roupas para trocas de figurino entre a Rainha do Pop e os dançarinos e três carretas que levaram equipamentos para a

montagem de academias, no Copacabana Palace, onde a cantora ficou hospedada. Madonna chegou ao Brasil no dia 29 de abril e ocupou 90 quartos do monumental hotel carioca (TERRA, 2024)

O show histórico nas areias de Copacabana contou com um público estimado de 1,6 milhão de pessoas de acordo com estimativa da Riotur (CNN Pop, 2024), o maior público da trajetória da Rainha do Pop, colocando a artista como a única artista mulher com maior público da história e compondo a lista de um dos cinco maiores da história (G1 Rio, 2024).

O evento contou com o patrocínio de grandes marcas como Itaú e Heineken, transmissão ao vivo em rede nacional pela TV Globo, Globoplay e Multishow, além do apoio institucional da Prefeitura e do Governo do Rio de Janeiro, destacando a magnitude do evento para a cidade.

A redefinição das cores verde e amarelo em Copacabana

Dos rumores sobre a vinda ao Brasil até a chegada ao Rio de Janeiro, Madonna se apropriou não só da linguagem, de figuras e *memes* que remetem ao universo brasileiro como também das cores da bandeira. Semanas antes do show histórico, a Rainha do Pop brincou com público ao postar uma foto com a legenda “Safada is Coming” (Safada está chegando, em tradução livre) junto à música “Faz Gostoso”, parceria com a brasileira Anitta, o que atçou ainda mais os fãs.

Já no Rio de Janeiro, Madonna compartilhou diversos *memes* sobre sua passagem pelo País e a dimensão do show em Copacabana em suas redes sociais (INSTAGRAM, @madonna, 2024). A proporção maior se deu com Madonna resgatando as cores verde e amarela a um Brasil que se viu polarizado politicamente nos últimos anos, em que a bandeira nacional esteve majoritariamente ligada a movimentos conservadores, fundamentalistas religiosos e de extrema-direita durante o governo Bolsonaro (2018-2022). Além das unhas pintadas nas cores do Brasil que surpreendeu o público nas areias de Copacabana logo na abertura com “Nothing Really Matters”, Madonna usou um corset verde e amarelo (Imagem 3) inspirado em uma arte feita por um fã brasileiro. A peça foi exclusivamente confeccionada pelas equipes de Jean Paul Gaultier, estilista de longa data da carreira da Rainha (O Globo, 2024).

Imagem 3: Madonna e o corset canarinho



Fonte: Instagram/@madonna

Em determinado ato do show, Madonna se juntou à cantora e drag queen Pablio Vittar, Pretinho da Serrinha e mais 20 crianças ritmistas todos vestindo camisetas verde e amarela. Ao som de “*Music*”, sucesso que traz os versos “*Music makes the people come together*” (música une as pessoas, em tradução livre), o número foi um dos pontos altos do espetáculo. Logo após a repercussão, a organização da Maior Parada do Orgulho LGBT do mundo, convidou o público para vestir verde e amarelo na 28ª edição do evento. Um mês após a aparição canarinha com Madonna, Pablio Vittar levantou o público na maior Parada do Orgulho LGBT (Imagem 4), em São Paulo, no dia 2 de junho de 2024. (G1 SP, 2024).

Imagem 4: post interativo no perfil da Parada SP



Fonte: Instagram/@paradasp

Durante a apresentação dos ícones pop nas areias de Copacabana, o tema da Parada de São Paulo já estava definido com o lema "Basta de Negligência e Retrocesso no Legislativo: Vote consciente por direitos da população LGBTQ+" (QUEM, 2024). A participação de Madonna e Pablio Vittar, ressignificando as cores verde e amarelo, constituiu um importante avanço simbólico para a comunidade LGBTQ+ após a derrota do ex-presidente Jair Messias Bolsonaro, que havia se apropriado dessas cores em seus discursos de caráter anti-LGBT+.

O simbolismo da reapropriação das cores canarinhas pelos movimentos progressistas ganhou ainda mais relevância por ocorrer no mesmo local que, menos de um mês antes, foi palco de um ato organizado pelo ex-presidente Bolsonaro, no qual se pedia anistia para os envolvidos nos atos golpistas que culminaram no ataque às sedes dos Três Poderes em 8 de janeiro de 2023, em Brasília. (G1 Rio, 2024)

Em entrevista (Glamour, 2024), a cantora e drag queen expressou sua satisfação por ter participado do resgate simbólico da bandeira brasileira em um momento de grande relevância cultural. Em celebração a esse marco, o perfil oficial da Parada SP no *Instagram* incentivou o público a compartilhar fotos com camisetas e bandeiras verde e amarelo durante a 28ª edição do evento, reforçando o impacto e a continuidade dessa reapropriação simbólica.

Questões teórico-metodológicas: processos de midiática e lógicas de mídia

Os meios de comunicação tradicionais encontram-se em mutação seja no âmbito da produção, edição ou da recepção e passaram a fazer uso dos mecanismos associados aos sistemas digitais como a internet. Por sua vez, os atores sociais individuais e coletivos (de campos originalmente não midiáticos) passaram a utilizar as tecnologias como mediadoras de suas práticas diárias e das relações particulares, as quais agora estão associadas à lógica midiática.

A este fenômeno social e tecnológico, investigadores nomeiam de “processo de midiática” no qual há múltiplos entrecruzamentos de tecnologias, campos e atores sociais, meios de comunicação tradicionais e sociedade. É um processo pelo qual as relações humanas e as práticas sociais se articulam com as mídias e suas lógicas - que se espalham no cotidiano, integrando-se à rotina de modo intrínseco. É a presença da mídia no âmbito das relações pessoais cotidianas, processo pelo qual as mídias, sobretudo as digitais, se articulam com a vida cotidiana e afetam o modo como as pessoas, as instituições e a sociedade vivem. Pode-se compreender como a articulação entre práticas sociais – tais como as práticas políticas – e as

mídias que estão presentes nas práticas cotidianas com seus dispositivos técnicos, com suas linguagens e códigos específicos e por meio de suas instituições.

Nas práticas sociais contemporâneas se constituem os processos de mediação em diferentes campos de produção de saberes e com uma multiplicidade de dispositivos de interação. Com isto é possível afirmar que, as bases interacionais sociais se estabelecem e desenvolvem por meio de ligações sociotécnicas e lógicas midiáticas - caracterizadas por rupturas entre estruturas de oferta e de apropriação de sentidos, em “processos de afetação” cujas tecnologias midiáticas, os meios de comunicação social tradicionais e os atores sociais individuais e coletivos implicam-se mutuamente de modo não-linear, diluindo as fronteiras. Com isto, nos processos de interação, a linearidade dá lugar à heterogeneidade. Desfaz-se existência de uma noção de equilíbrio nos atos de comunicação, especialmente suas vinculações de simetria nos trajetos de produção e recepção, resultando no “aparelho circulatório”. A lógica da circulação reconfigura o tipo de conteúdo. É a centralidade da circulação nos processos de mediação.

Na circulação encontra-se a multiplicidade de dizeres que corresponde à singularidade dos modos interacionais (também sociais e políticos) de se manifestarem nestes tempos. Identifica-se uma diversidade de consumos, usos e tentativas de práticas e apropriações – que na esfera do signo é um processo de complexificação dos objetos, dos meios e do interpretante – na qual se verificam as rupturas na circulação com seu feixe de relações entre produção e recepção em circuitos e ambientes complexos. Se há desarticulação entre lógicas, há aí, também, a possibilidade de um exercício de conexões a partir de um movimento inicial dos sentidos e estímulos.

O show de Madonna no Brasil nos apresenta como um momento de ruptura quanto à ocupação da praia de Copacabana, bairro da Bossa Nova, que se torna, sobretudo nos anos de 2015 e 2016, espaço para os movimentos de extrema direita que pediam intervenção militar e apoiavam o então candidato Jair Bolsonaro – representante deste espectro político. Após estes episódios a utilização da camisa verde e amarela do país ficou identificada a este posicionamento político, de modo que uma parte da população brasileira contrária, passara a evitar o uso destas cores.

Em seu show no Brasil, Madonna traz para o palco o verde e amarelo, a camisa da seleção de futebol do Brasil. Estas cores somando-se à performance com a presença das cantoras Anitta e Pablo Vittar - esta, vestindo verde e amarelo, assim como a estrela pop -, de modo que, vemos uma outra apropriação das cores da bandeira brasileira.

“Madonna desorganiza nossos imaginários e nos faz perguntar por que não somos mais livres e nos castramos e incentiva a gente a se expressar” diz Caio Braz (jornalista e influencer pernambucano) em seu perfil no Instagram após o show de Madonna. Se podemos ser mais livres podemos romper com o sentido dado ao uso destas cores e ‘propor’ novo significado a partir desta outra apropriação das mesmas cores.

Alguns parlamentares de direita foram criticados em suas redes sociais por terem ido ao show em Copacabana.

“O senador Jorge Seif (PL-SC) foi um dos alvos de militantes bolsonaristas nas redes sociais. O parlamentar foi criticado por aliados do ex-presidente pela presença ao lado do governador do Rio, Cláudio Castro (PL) - um dos financiadores do evento. Também estiveram no local Fábio Wajngarten, advogado e ex-assessor do presidente, o presidente nacional do União Brasil, Antonio Rueda, e o deputado federal Aécio Neves (PSDB-MG)⁴”.

Já nos primeiros dias em solo brasileiro, a artista utilizou ativamente *memes* em suas redes sociais, evidenciando uma estratégia de apropriação desses formatos de mídia digital para reforçar sua imagem e se conectar com o público local. Essa apropriação inclui a utilização de referências culturais específicas, como a publicação de uma foto ao lado da influenciadora digital Tulla Luana (Imagem5), conhecida por seu impacto viral na internet por meio de vídeos que frequentemente geram repercussão (CNN Brasil, 2024).

Ao se associar a figuras que fazem parte da cultura de memes no Brasil, Madonna demonstra não apenas a capacidade de se inserir nas dinâmicas das mídias sociais contemporâneas, mas também de adaptar sua narrativa midiática ao contexto cultural do país em que está presente, reforçando a relevância de sua imagem em diferentes esferas de interação digital.

⁴ GUERRA, Rayanderson. Criticado por Nikolas e Ramagem, show da Madonna teve presença de Seif, Wajngarten e Castro. [Portal Terra]. Disponível em: https://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/criticado-por-nikolas-e-ramagem-show-da-madonna-teve-presenca-de-seif-wajngarten-e-castro,20b9d0c816cb43be2362d6feca037287admxyj27.html?utm_source=clipboardhttps://www.terra.com.br/noticias/brasil/politica/criticado-por-nikolas-e-ramagem-show-da-madonna-teve-presenca-de-seif-wajngarten-e-castro,20b9d0c816cb43be2362d6feca037287admxyj27.html?utm_source=clipboard. Acesso em: 15 de junho de 2024.

Imagem 5: posts com memes sobre a chegada no Rio



Fonte: Instagram/@itau

A passagem da The Celebration Tour pela Praia de Copacabana gerou um impacto duradouro, não apenas entre o público presente e os espectadores que acompanharam o evento de casa, mas também na própria artista. Semanas após o show no Brasil, Madonna, de volta aos Estados Unidos, foi vista em diversas ocasiões com as unhas pintadas nas cores verde e amarelo, as mesmas utilizadas durante sua apresentação no país. O gesto, amplificado por publicações no TikTok (Imagem 6), gerou grande repercussão entre os fãs brasileiros, que celebraram a continuidade do uso das cores nacionais pela cantora (O TEMPO, 2024).

A apropriação simbólica das cores verde e amarelo nas redes sociais ilustra como celebridades podem se conectar culturalmente com públicos específicos, utilizando elementos nacionais para fortalecer vínculos emocionais e estender o impacto de suas performances além do espaço físico do show. Neste caso, o uso do TikTok permitiu ainda mais a amplificação e a ressignificação desses símbolos nacionais, consolidando um diálogo contínuo entre o global e o local nas mídias digitais.

Imagem 6: o verde e amarelo nas unhas



Fonte: TikTok/@madonna

Diante disto, refletimos que, o entretenimento não deixa de tematizar questões sociais e políticas de seu tempo. A maneira como pessoas se definem, articulam elementos de identificação como: nacionalidade, etnia, religião, classe social ou orientação sexual, por exemplo, determinando sobremaneira como estas pessoas se apresentam em termos políticos. É o gosto como prática de identidade, havendo uma identificação com a sua postura, comportamento, modo de ser e estilo de vida e quanto ao posicionamento diante de questões políticas e sociais.

Em manifestações marcadas pela presença das lógicas de midiaticização, evidencia-se a propagação e dispersão dos modos de dizer, cuja sociedade sai às ruas e se vê nas redes sociais digitais, dando-se em espetáculo com roteiros particulares, sendo os dispositivos midiáticos, de acordo com Ferreira (2013), um lugar de inscrição e uma vez inscrito, não fica parado, movimenta-se provocando os contextos interacionais.

A partir dos dispositivos, entende-se então que há na circulação acionada, a possibilidade de vários efeitos, não conhecidos, *a priori*. E sua força e complexidade estão na desarticulação entre lógicas de oferta de mensagem e o destino dado pelos usuários. Embora a linguagem seja uma instância que organiza o trabalho enunciativo dos sujeitos em produção e em recepção, o trabalho de produção de sentido se faz em decorrência de um feixe de relações. Sendo a circulação o lugar de embate suprimindo-se a instância mediadora e optando por

‘plataformas circulatórias’ e arquitetura comunicacional ‘todos para todos’ (FAUSTO NETO, 2013).

Neste artigo trouxemos momentos específicos em que o entretenimento indica ou provoca leituras políticas e que, embora esferas diferentes evidenciamos, no caso estudado, que o entretenimento e a cultura pop se aproximam da política através dos processos de mediação, trazendo questões de identificação, posicionamento na sociedade.

Considerações finais

Ao utilizar as cores verde e amarela durante sua performance na Praia de Copacabana, Madonna trouxe uma nova perspectiva às cores da bandeira brasileira, até então fortemente associadas a movimentos conservadores. Essa reapropriação simbólica, especialmente em um contexto polarizado, reforçou o poder da cultura pop como veículo de discussão política, promovendo um espaço de inclusão e diversidade. A performance com Pablo Vittar e o impacto subsequente na comunidade LGBTQIA+ ilustram a capacidade de eventos culturais de desafiar narrativas políticas hegemônicas e promover mudanças sociais.

Além disso, podemos observar que o show da Rainha do Pop no Brasil destacou como a mediação pode reconfigurar o significado dos símbolos nacionais ao passar por processos de circulação midiática que afetam tanto a produção quanto a recepção de significados. A performance de Madonna e as respostas subsequentes nas redes sociais exemplificam como a interação entre cultura pop e mídia pode ser disruptiva, influenciando a percepção pública de elementos tradicionalmente vinculados a identidades políticas e culturais. Assim, a turnê "The Celebration Tour" deixa de ser apenas um grandioso evento musical, tornando-se também um catalisador de transformações simbólicas e sociais dentro do cenário sociopolítico brasileiro.

Referências

BRAGA, J. L. Lógicas da mídia, lógicas da mediação? In: FAUSTO NETO, A., et.al.. **Relatos de investigaciones sobre mediaticiones**. 1a ed., Rosario: UNR Editora. Editorial de la Universidad Nacional de Rosario, 2015. E-Book.

_____. Circuitos versus campos sociais. In: MATTOS, M. Â.; JANOTTI JR, J.; JACKS, N. (Orgs.). **Mediação & Mediação**. Livro Compós 2012. Salvador: EDUFBA, 2012.

Martino, L. M. S. (julio-diciembre, 2019). Mediação da política, entretenimento e cultura pop. Dimensões conceituais e práticas. *In Mediaciones de la Comunicación*, 14(2), 145-164.

CAPOBIANCO, Marcela. **O Rio é de Madonna**. Veja Rio, Rio de Janeiro, ed. 1448, p. 16-21, abril. 2024.

GABRIEL, Mary. **Madonna: Uma Vida Rebelde**. Rio de Janeiro, RJ. Best Seller, 2024, 1ª edição.

O'BRIEN, Lucy. **Madonna: 60 anos**. Rio de Janeiro, @J. Agir, 2018, 2ª edição.

YOUTUBE. @itau. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=49mF3Sh3MF4>> Acesso em 11 de junho de 2024.

MADONNA. Instagram: @madonna. Disponível em: <<https://www.instagram.com/madonna/>> Acesso em: 14 de junho de 2024.

SPLASH UOL. **Palco de 812 m² é montado para show da Madonna em Copacabana, no Rio**. Disponível em: <<https://www.uol.com.br/splash/noticias/2024/04/22/palco-para-o-show-da-madonna-esta-em-montagem-no-rio.htm#:~:text=O%20palco%20que%20est%C3%A1%20sendo,18%20metros%20at%C3%A9%20o%20teto.>> Acesso em 25 de agosto de 2024.

TERRA. **Veja detalhes da suíte de Madonna no luxuoso Copacabana Palace**. Disponível em: <<https://www.terra.com.br/diversao/gente/veja-detalhes-da-suite-de-madonna-no-luxuoso-copacabana-palace,093982f7adb81fb3b256d6816873bba7qv10u8jc.html#:~:text=Madonna%20ocupa%20a%20su%C3%ADte%20principal,tamb%C3%A9m%20no%20topo%20do%20pr%C3%A9dio.>> Acesso em 23 de julho de 2024.

CNN Pop. **Show de Madonna em Copacabana é o maior de sua carreira**. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/show-de-madonna-em-copacabana-e-o-maior-de-sua-carreira/>> Acesso em 20 de julho de 2024.

G1 Rio. **Show da Madonna no Rio está entre os cinco maiores da história**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/pop-arte/noticia/2024/05/06/show-da-madonna-no-rio-esta-entre-os-cinco-maiores-da-historia.ghtml>> Acesso em 20 de junho de 2024.

O Globo. **Jean Paul Gaultier mostra processo de criação de corselet 'brasileiro' de Madonna**. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/ela/moda/noticia/2024/05/06/jean-paul-gaultier-mostra-processo-de-criacao-de-corselet-brasileiro-de-madonna.ghtml>> Acesso em 20 de junho de 2024.

G1 SP. **Vestida de verde-amarelo, Pablo Vittar arrasta multidão de fãs durante a 28ª Parada do Orgulho LGBTQ+ de SP neste domingo**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2024/06/02/vestida-de-verde-amarelo-pablo-vittar-arrasta-multidao-de-fas-durante-a-28a-parada-do-orgulho-lgbt-de-sp-neste-domingo.ghtml>> Acesso em 4 de junho de 2024.

Folha de S. Paulo. **Madonna tem turnê de maior arrecadação do ano até agora com 'Celebration'**. Disponível em: <<https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2024/06/madonna-tem-turne-de-maior-arrecadacao-do-ano-ate-agora-com-celebration.shtml>> Acesso em 25 de agosto de 2024.

G1 Rio. **Em ato em Copacabana, Bolsonaro volta a pedir anistia a presos do 8 de janeiro e exalta Elon Musk**. Disponível em: <<https://g1.globo.com/rj/rio-de-janeiro/noticia/2024/04/21/bolsonaro-e-apoiadores-fazem-ato-na-praia-de-copacabana.ghtml>> Acesso em 25 de agosto de 2024.

QUEM. Pablo Vittar e Madonna: artistas potencializam o uso do verde e amarelo na Parada LGBT+. Disponível em: <<https://revistaquem.globo.com/eventos/noticia/2024/06/pablo-vittar-e-madonna-artistas-potencializam-o-uso-do-verde-e-amarelo-na-parada-lgbt.ghtml>> Acesso em 25 de agosto de 2024.

ÉPOCA NEGÓCIOS. Itaú 'entrega' à Madonna criação de novo comercial da campanha de 100 anos do banco. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/empresas/marketing/noticia/2024/02/itau-entrega-a-madonna-criacao-de-novo-comercial-da-campanha-de-100-anos-do-banco.ghtml>> Acesso em 25 de setembro de 2024.

CNN Brasil. Tulla Luana reage após ter meme compartilhado por Madonna: “Vontade de chorar”. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/entretenimento/tulla-luana-reage-apos-ter-meme-compartilhado-por-madonna-vontade-de-chorar/>>. Acesso em 25 de setembro de 2024.

O TEMPO. Três semanas após show no Rio, Madonna pinta as unhas de verde e amarelo. Disponível em <<https://www.otempo.com.br/entretenimento/2024/5/23/tres-semanas-apos-show-no-rio--madonna-pinta-as-unhas-de-verde-e>>. Acesso em 25 de setembro de 2025.