
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 faz 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 busca exemplificar como a artista continua a influenciar e refletir as transformações sociais e culturais contemporâneas dentro dos processos de comunicação e mídias.

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

Introdução

O presente artigo faz 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 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.

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

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

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” 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 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).

Para o 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.

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 (G1 Rio), 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) (CNN Pop).

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.

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 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.

Em determinado ato do show, Madonna se juntou à cantora Pabllo 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 canarina com Madonna, Pabllo Vittar levantou o público na maior Parada do Orgulho LGBT, em São Paulo, no dia 2 de junho de 2024. (G1)

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 midiática 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 disrupções 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 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 disrupções 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 disrupção 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.

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 mediação, 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 circulatorias’ e arquitetura comunicacional ‘todos para todos’ (FAUSTO NETO, 2013). Neste artigo trazemos momentos específicos em que o entretenimento indica ou provoca leituras políticas.

Referências

BRAGA, J. L. Lógicas da mídia, lógicas da mediação? In: FAUSTO NETO, A., et.al.. **Relatos de investigaciones sobre mediaciones**. 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, 2012a.

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