

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ

GUSTAVO SILVA ATHAYDE

**AS MULHERES DE LADY GAGA: ESTEREÓTIPOS FEMININOS
APRESENTADOS NO VIDEOCLÍPE *BAD ROMANCE*.**

FORTALEZA
2010

GUSTAVO SILVA ATHAYDE

**AS MULHERES DE LADY GAGA: ESTEREÓTIPOS FEMININOS
APRESENTADOS NO VIDEOCLÍPE *BAD ROMANCE*.**

Monografia apresentada ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Comunicação Social, habilitação em Publicidade e Propaganda, sob a orientação da Prof^a Dr^a Gabriela Frota Reinaldo.

FORTALEZA
2010

GUSTAVO SILVA ATHAYDE

**AS MULHERES DE LADY GAGA: ESTEREÓTIPOS FEMININOS
APRESENTADOS NO VIDEOCLÍPE *BAD ROMANCE*.**

Esta monografia foi submetida ao Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel .

A citação de qualquer trecho desta monografia é permitida desde que feita de acordo com as normas da ética científica.

Monografia apresentada à Banca Examinadora:

Prof^ª. Dr^ª. Gabriela Frota Reinaldo
Universidade Federal do Ceará
ORIENTADORA

Prof^ª. Dr^ª. Paula Tesser
Universidade Federal do Ceará
EXAMINADORA

Prof. Dr. Osmar Gonçalves dos Reis Filho
Universidade Federal do Ceará
EXAMINADOR

FORTALEZA
2010

Ao Cândido, meu cajado,  Elmarene, minha preciosa, e aos meus amores, Geórgia e Ludmila, por me serem referências.

AGRADECIMENTOS

A Deus, pelo dom da vida e por me agraciar com força e inspiração para enfrentar os desafios do dia-a-dia.

Aos meus pais, Cândido e Elmarene Athayde, pela presença, estímulo e colo incondicionais e por acreditarem na minha vitória sempre.

Às minhas irmãs, Ludmila e Geórgia, pelo incentivo diário e pelos momentos de descontração que me deram fôlego para mergulhar nos trabalhos.

Ao Ronaldo, pela amizade, cumplicidade e pelos livros emprestados, que me de deram suporte na construção do referencial teórico deste trabalho.

À minha família extensiva e aos meus amigos, que se fizeram presentes durante todo o meu percurso, pelo companheirismo e pelas preces.

À minha orientadora, Professora Dr^a. Gabriela Frota Reinaldo, por todo o conhecimento compartilhado, pacientemente, comigo.

A todos aqueles, que não têm os seus nomes citados aqui, mas que de alguma forma, direta ou indiretamente, colaboraram para que esse sonho se concretizasse.

“Explicamos esse mundo com palavras, mas as palavras nunca poderão desfazer o fato de estarmos por ele circundados. A relação entre o que vemos e o que sabemos nunca fica estabelecida.”

(John Berger)

RESUMO

Este trabalho se propõe a analisar os estereótipos femininos apresentados no videoclipe *Bad Romance* (2009), da cantora pop contemporânea Lady Gaga. Após a observação e análise da peça, foram detectados nove estereótipos femininos, que seriam: a rainha do lar, a viúva, a mulher histórica, a mulher-anjo, a mulher submissa, a mulher-súcubo, a mulher-objeto, a noiva e a mulher transgressora. O estereótipo da mulher-objeto foi desdobrado na imagem da mulher tida como objeto sexual e a análise do estereótipo da mulher transgressora foi estendido para imagem da mártir e da assassina passional. O presente estudo demonstra que Lady Gaga tem preferência por trabalhar com estereótipos femininos circunscritos ao universo doméstico e sexual, na referida peça. Os resultados da apreciação do objeto de estudo presentes em *As Mulheres de Gaga: Estereótipos Femininos Apresentados no Videoclipe Bad Romance* não se constituem numa análise determinante e acabada a respeito do videoclipe em questão, mas aponta possibilidades interpretativas plausíveis. As interpretações sugeridas para cada estereótipo basearam-se na apreciação visual do pesquisador apoiadas pelos conceitos oriundos da Psicologia Social e da Psicologia Sócio-Histórica, bem como de alguns conceitos vindos da estética e da semiótica.

Palavras-chave: Estereótipos; Feminino; Psicologia Sócio-Histórica.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Cena inicial de <i>Bad Romance</i>	39
Ilustração 2 – Estereótipo de “rainha do lar”	41
Ilustração 3 – <i>Bath Haus</i> of Gaga: a “casa” da protagonista no videoclipe	42
Ilustração 4 – Estereótipo da “viúva	44
Ilustração 5 – Lady Gaga como boneca	46
Ilustração 6 – Lady Gaga simulando tique nervoso com a mão direita	46
Ilustração 7 – Lady Gaga simulando situação de rejeição alimentar	48
Ilustração 8 – Estereótipo da “mulher-anjo	49
Ilustração 9 – Homens observando as mulheres	50
Ilustração 10 – Lady Gaga rastejando em aparente situação de submissão	51
Ilustração 11 – Lady Gaga representando um súcubo em plano geral	52
Ilustração 12 – Detalhe do figurino	53
Ilustração 13 – Lady Gaga representando um súcubo em plano americano	53
Ilustração 14 – Lady Gaga representando um súcubo executando coreografia sedutora 54	
Ilustração 15 – Lady Gaga executando coreografia <i>lap dance</i>	55
Ilustração 16 – Computadores registrando o lance final para o arremate de Lady Gaga 55	
Ilustração 17 – Lady Gaga calçando os sapatos-tatu	58
Ilustração 18 – Comparação entre um sapato-lótus e um sapato-tatu	59
Ilustração 19 – Estereótipo da “noiva”	61
Ilustração 20 – Lady Gaga mártir?	62
Ilustração 20 – Estereótipo da “assassina-passional”	65

SUMÁRIO

RESUMO	7
LISTA DE ILUSTRAÇÕES	8
1 INTRODUÇÃO	11
2 O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DOS ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO	14
2.1 O HOMEM NA PERSPECTIVA SÓCIO-HISTÓRICA E CULTURAL	14
2.2 A CATEGORIA GÊNERO E SUAS INTER-RELAÇÕES	15
2.2.1 EVIDENCIANDO O GÊNERO FEMININO.....	18
2.3 CONCEITUANDO ESTEREÓTIPOS.....	21
2.3.1 REFLETINDO SOBRE ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO.....	25
3 ESTEREÓTIPOS, VIDEOCLIPES E MÍDIA	30
3.1 A MÍDIA E A DISSEMINAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS FEMININOS.....	30
3.1.1 VIDEOCLIPES: A EVOLUÇÃO FUNCIONAL DO CINEMA NA PROPAGAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS	32
3.2 VIDEOCLIPES E PERFORMANCE: CARACTERIZANDO OS CLIPES DE LADY GAGA.....	33
3.3 A RAINHA DA REDE: JADY GAGA, VIDEOCLIPES E SUCESSO NO YouTube	36
4 OS ESTEREÓTIPOS FEMININOS PRESENTES NO CLIPE BAD ROMANCE	39
4.1 CONTEXTUALIZAÇÃO INICIAL	39
4.2 A RAINHA DO LAR.....	41
4.3 A VIÚVA.....	44
4.4 A MULHER HISTÉRICA	45
4.5 A MULHER-ANJO	48
4.6 A MULHER SUBMISSA.....	50
4.7 A MULHER-SÚCUBO	52

4.8	A MULHER-OBJETO	54
4.8.1	MULHER-OBJETO: OBJETO SEXUAL	56
4.9	A NOIVA	60
4.10	O FEMININO E O FOGO: MULHER APAIXONADA?	62
4.11	A MULHER-TRANSGRESSORA: ASSASSINA PASSIONAL	63
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	67
	REFERÊNCIAS	69
	ANEXO.....	72

1 INTRODUÇÃO

O interesse desta pesquisa surgiu a partir de dois fatos relacionados contexto que envolve a produção artística da cantora pop contemporânea Lady Gaga. O primeiro deles está relacionado ao sucesso estrondoso que a artista possui na mídia. Lady Gaga é, atualmente, a soberana das mídias virtuais. A cantora possui mais de seis milhões e meio de seguidores em seu microblog pessoal – o *Twitter* – um recorde para membros dessa rede social na internet. Esse fato fez a própria Gaga se dar a alcunha de *tween*, um neologismo resultado da mistura das palavras *Twitter* e *queen* (rainha, em inglês). Os números também impressionam quando se observa a quantidade de acessos aos seus clipes através do site *YouTube*. A edição de março da revista BRAVO! oferece o seguinte dado: “No mês passado, seu clipe *Bad Romance* ultrapassou a marca de 180 milhões de visitas no site *YouTube* e foi declarado o vídeo mais assistido da história naquela que é a versão internet da antiga TV”. De acordo com os índices fornecidos pelo próprio site, no dia 13 de Outubro de 2010, o clipe *Bad Romance*, de Lady Gaga detinha a marca (em franca ascensão) de 291.745.273 de exibições.

O outro fato que contribuiu para o desenvolvimento deste estudo está relacionado a uma característica observada com frequência nas produções audiovisuais da cantora. Em seus videoclipes, de *Just Dance* (2008), seu primeiro trabalho audiovisual, até *Alejandro* (2010), última produção da cantora, Gaga vive uma infinidade de personagens femininas. Essas personagens são construídas, em geral, de forma estereotipada. Entre os tipos de mulheres mais comuns observados nos videoclipes da artista estão: a mulher sexualizada, a lésbica, a apaixonada incompreendida e a assassina passional.

Diante dessa questão foi consolidado o objetivo deste trabalho: analisar os estereótipos femininos presentes no videoclipe *Bad Romance* da cantora pop Lady Gaga. O motivo para a seleção deste videoclipe em especial se deu pelo fato de *Bad Romance* ser um dos vídeos de Lady Gaga mais acessados no site *YouTube*.

Voltemos ao objetivo principal deste trabalho: análise dos estereótipos femininos. Deste ponto, surgem duas vertentes importantes a serem consideradas. A primeira, e mais óbvia – talvez pelo fato de estar relacionada à percepção de *si* e do *outro* – remete-nos ao campo referente às Ciências Sociais que buscam estudar ou categorizar a idéia de estereótipo, entendido como “imagem por demais generalizada que se possui de um grupo ou dos indivíduos que pertencem a um grupo” (PEREIRA, 2002). A segunda vertente deste trabalho refere-se aos estudos sobre o feminino. Neste campo, veremos que as concepções existentes hoje relativas a este tema têm a ver com a questão da construção sócio-histórica e cultural dos

papéis sociais, entendidos aqui, como a função desempenhada por um indivíduo ou grupo de indivíduos dentro de uma sociedade.

De acordo com Pereira (2002), papéis sociais possuem relação próxima com estereótipos, uma vez que “os estereótipos dependem da observação dos comportamentos típicos associados aos papéis (...) tradicionalmente ocupados por membros do grupo estereotipado”. Os grupos estereotipados são os mais variados possíveis: minorias étnicas de uma mesma sociedade, minorias sexuais, estrangeiros, entre outros. Neste trabalho, contudo, o foco estará voltado para os estereótipos de gênero, especialmente os estereótipos femininos. Para tanto, estudaremos de que maneira as relações de gênero se processam no interior de um mesmo conjunto social. Daí, perceberemos que esse processo ocorre de forma sócio-histórica e culturalmente construída.

Mediante o objetivo descrito acima, delineamos como forma de nortear o presente estudo, os objetivos específicos, que nos permitiram definir os caminhos desta pesquisa: discriminar quais os estereótipos femininos apresentados nos clipes de Lady Gaga; descrever a maneira como cada estereótipo é apresentado em *Bad Romance*; identificar as possíveis relações estabelecidas entre a letra da canção tema do clipe e os estereótipos femininos apresentados imagneticamente na referida produção audiovisual.

Após a definição dos objetivos geral e específicos, foi delineado o referencial teórico que viabilizasse a execução da pesquisa. O referencial teórico foi decomposto em dois eixos principais: estereótipos e gênero.

Esses eixos serão analisados no Capítulo 2 deste trabalho, intitulado *O processo de construção dos estereótipos de gênero*. Para contemplar as discussões sobre estereótipos nos embasamos, especialmente, nos estudos de Pereira (2002) e Jung (2000). Já as discussões acerca da temática gênero, tomamos como base as discussões realizadas por Louro (1997), Carvalho (2000) e Albano (2008).

Vale dizer ainda que, embora seja farta a quantidade de estereótipos observados nos produtos culturais veiculados em todas as mídias destinadas às massas, encontramos pouca literatura no campo da Comunicação que se debruce sobre a conceituação do tema aqui estudado. Fala-se muito em estereótipos presentes em filmes, propagandas de televisão e revistas, mas há pouca preocupação em aprofundamentos teóricos revisando o conceito de estereótipo. Durante o processo de revisão bibliográfica para a feitura deste trabalho, a literatura destinada à Comunicação preocupava-se mais em pontuar os estereótipos presentes nos meios de comunicação ou apenas em mencionar que a mídia é um grande “manancial” dessas representações do que, propriamente, discorrer de modo mais vertical sobre o tema.

Por conta da dificuldade de se achar referencial teórico que respondesse diretamente às indagações que fomentaram este trabalho, o estudo acerca de estereótipos foi conduzido seguindo o que se tem discutido na literatura da Psicologia Sócio Histórica.

O Capítulo 3 abordará a temática da mídia. Intitulado *Estereótipos, Videoclipes e Mídia*, analisará os videoclipes dentro do contexto midiático atual como disseminadores universais de estereótipos. Os teóricos utilizados para respaldar as discussões acerca de estereótipos e mídia são Pereira (2002) e Baudrillard (1995). As análises a respeito do ponto de vista técnico do videoclipe são sustentadas pelas contribuições de Holzbach e Nercolini (2009). As discussões referentes às inspirações estéticas do videoclipe *Bad Romance* e performáticas de Lady Gaga na peça estão baseadas nos conceitos de iconofagia de Baitello Jr. (2005) e de kitsch de Eco(2008).

A análise do videoclipe *Bad Romance* será trabalhada no Capítulo 4: *Os Estereótipos Femininos Presentes no Clipe Bad Romance*. Neste capítulo, os estereótipos femininos apresentados na referida produção audiovisual serão analisados a partir da observação da peça e relacionados com os conceitos de gêneros contemplados pela Psicologia Sócio-Histórica vistos no segundo capítulo.

O capítulo 5 trará as *Considerações Finais*. Nessa última parte deste trabalho, refletiremos sobre os estereótipos encontrados na pesquisa e apontaremos algumas possibilidades de aprofundamentos dos temas encontrados aqui em pesquisas futuras.

2 O PROCESSO DE CONSTRUÇÃO DOS ESTEREÓTIPOS DE GÊNERO

Este capítulo está dividido em três tópicos principais e dois sub-tópicos. O tópico intitulado *O tópico O Homem na Perspectiva Sócio-Histórica e Cultural* tratará de compreender o processo ontológico de construção dos estereótipos baseado na percepção do indivíduo como ser influenciado pelo tempo, pela cultura e pelo contexto social no qual está inserido. Suas reflexões nos levarão ao tópico seguinte: *A Categoria Gênero e suas Inter-Relações*. Nele será analisada a construção dos gêneros masculino e feminino, baseada nas diferenças entre os sexos e na relação de poder entre homens e mulheres durante a história. Este tópico será aprofundado no sub-tópico *Evidenciando o Gênero Feminino*, onde será feita uma discussão os estudos de gênero feminino.

Já no tópico *Conceituando Estereótipos* será traçada a relação entre a construção dos papéis sociais masculinos e femininos com o conceito de estereótipo, analisado sob a perspectiva da Psicologia Social. Em seguida, no sub-tópico *Refletindo sobre os Estereótipos de Gênero*, será exposta a maneira como os indivíduos pertencentes à sociedade contemporânea percebem a imagem da mulher, através de três estudos expostos nos trabalhos dos pesquisadores Daniela Silva, Ronaldo Albano e Emanuel Pereira.

2.1 O HOMEM NA PERSPECTIVA SÓCIO-HISTÓRICA E CULTURAL

Para se compreender o processo ontológico de construção de estereótipos femininos é necessário perceber, antes de tudo, o homem como ser sócio-histórico e cultural. A abordagem sócio-histórica é apenas uma das vertentes que buscam dar conta da compreensão do ser humano. Ela propõe-se a entender o homem a partir de análises filogenéticas e ontogenéticas e da relação desses dois fatores com o desenvolvimento psicológico dos seres humanos. Sendo assim, esses tipos de análises tratam, respectivamente, de enxergar o homem tanto sob o aspecto evolutivo enquanto espécie quanto sob o ponto de vista do seu desenvolvimento como indivíduo.

De acordo com Albano (2008, p.20), “o homem ao se relacionar de forma contínua e dinâmica com a realidade da qual faz parte, influencia e é influenciado por essa mesma realidade nas dimensões sócio-históricas e culturais que constituem tal realidade”. Nota-se, então o caráter dialético desse processo, uma vez que o ser humano é, ora agente construtor da sua realidade, ora é influenciado pelo contexto no qual está inserido. E assim, guiados por essa perspectiva, é que entendemos a constituição dos estereótipos em geral e especialmente

dos estereótipos femininos, como uma construção diretamente articulada como contexto social, histórico e cultural do qual o ser humano faz parte.

Muitas são as ciências que se apóiam nessa visão para desenvolverem seu substrato teórico. Neste trabalho, basear-nos-emos principalmente nas contribuições teóricas da Psicologia Sócio-Histórica. Este ramo da Psicologia, assim como a abordagem na qual se apóia, percebe o homem como ser dual, cuja individualidade é a resultante da interação entre o seu lado biológico e o seu lado cultural. É importante estabelecer que estes fatores possuem igual relevância na formação do indivíduo, uma vez que “o nosso substrato biológico não nos impõe nada, só nos dá as condições para construirmos nossa própria atividade psíquica, de forma livre e singular, mas dependente da realidade social” (CARVALHO, 2004, p. 12).

Visto isso, podemos concluir que é da convergência entre as dimensões sociais e individuais, estabelecidas durante a história e respaldadas pela cultura o elemento que define o homem como ser único, que nasce dotado de potencialidades vindas do seu “substrato biológico”, mas que só se constitui como ser humano de fato a partir da interação social.

É a partir da interação social que o homem pode desenvolver sua subjetividade. Em outros termos, a Psicologia Sócio-Histórica entende o homem como resultante da interação dialética entre o seu lado biológico e o contexto do qual faz parte. Esses dois fatores compõem o caráter individual particular específico de cada ser humano. Essa individualidade humana oferece elementos para a construção da subjetividade. Uma das formas de expressão dessa subjetividade está presente na idéia que se tem de si (e, por conseguinte, do outro). De acordo com Albano (2008, p. 22) sobre esse processo constitutivo,

uma das expressões dessa subjetividade é a (...) própria ‘noção do eu’ que este (o indivíduo) desenvolve e que perpassa diferentes esferas significativas da vida do indivíduo, como por exemplo, a identidade sexual, familiar e de gênero.

A afirmação do pesquisador nos serve de ponto de partida para o próximo assunto a ser abordado neste trabalho: a questão dos estudos relativos ao gênero. Essa noção da “diferença” é uma das premissas que existem para os estudos de gênero, mediado pelas relações sociais, pela cultura e pelos aspectos individuais (orgânicos e psíquicos) constituintes da subjetividade humana, como veremos no tópico a seguir.

2.2 A CATEGORIA GÊNERO E SUAS INTER-RELAÇÕES

Pólos opostos que se atraem (e que se complementam). Fortaleza e fragilidade. Virilidade e delicadeza. Dominância e submissão. Opressor e oprimido. Essas dicotomias baseadas nas diferenças foram durante muito tempo o foco central dos estudos sobre gênero. Essas oposições entre o que se estabelece como sendo características próprias do feminino e do masculino são muito bem observadas na produção audiovisual da cantora contemporânea Lady Gaga foco deste trabalho. Em *Bad Romance*, Gaga vai abordar muitas dessas nuances opostas entre homens e mulheres, como por exemplo, a questão do homem exercendo a função e dominador e a da mulher sendo dominada. Essa relação será mais bem explorada durante a descrição e análise do referido clipe no capítulo 4.

No início, o campo dos estudos de gênero se detinha em analisar a relação entre homens e mulheres sob a perspectiva das diferenças biológicas entre os sexos.

Todavia, como já foi visto no tópico anterior, não podemos excluir a dimensão sócio-histórica e cultural na construção das bases desse campo do conhecimento. De acordo com Albano (2008, p.57),

Fica evidente, portanto, que caracterizarmos a categoria gênero significa ir além da compreensão das diferenciações biológicas entre homens e mulheres, ou seja, gênero significa as idéias e concepções socialmente construídas de masculino e feminino. Tais concepções são geradas por meio da articulação das diferenças biológicas, que são as determinações orgânicas em que se caracterizam o indivíduo como “macho” ou “fêmea” com as representações destas diferenças consolidadas no âmbito social.

Outros estudiosos no assunto trabalham nessa mesma linha de raciocínio. Segundo Carvalho (2000), os estudos sobre gênero compreendem as idéias de masculino e de feminino construídas por ambos os sexos ao longo do tempo no interior das mais diversas sociedades. Já Guacira Lopes Louro, outra pesquisadora que atua nesta área, amplia a visão de estudiosos que compartilham das mesmas opiniões de Carvalho ao estabelecer que “as concepções de gênero não diferem apenas entre as sociedades ou os momentos históricos, mas no interior de uma dada sociedade, ao se considerar os diversos grupos (étnicos, religiosos, raciais, de classe) que a constituem” (LOURO, 1997, p. 23).

Grande parte dos estudos de gênero tem como base as relações entre homem e mulher construídas e estabelecidas nas sociedades ocidentais. Nessas sociedades, durante toda a História, as relações sociais se desenvolveram sob as regras do patriarcalismo. Em sociedades patriarcais, o homem desempenha um papel dominante na cultura.

A questão da dominação masculina é também explorada em *Bad Romance*. Em uma determinada cena do videoclipe, todos os homens aparecem em semi-círculo observando um grupo de mulheres dançarem. Toda a ala masculina aparece em primeiro plano. Esse tipo de organização cênica é utilizado em produções audiovisuais quando o diretor quer transmitir destaque e relevância a quem está em primeiro plano. Isso porque, os elementos que aparecem no primeiro plano ficam maiores em relação aos demais planos. Sendo assim, os homens, nessa cena, são verdadeiros gigantes em comparação com as mulheres. Outro fato que pode ser entendido como possível expressão da dominação masculina trabalhada em *Bad Romance*, é a forma como as personagens masculinas estão dispostas no quadro, em meia lua. Quem assiste ao clipe tem a sensação de que os homens estão cercando, coagindo as mulheres. Exposta assim, essa situação parece ser difícil de ser compreendida. Contudo, a cena será mais bem explorada do tópico *A Mulher Submissa*, no último capítulo deste trabalho.

A relação baseada em dominância, como a exposta acima, remete-nos a questões relativas ao poder. De acordo com Scott (1990, p. 14), o gênero deve ser entendido como um “elemento constitutivo de relações sociais fundadas sobre as diferenças percebidas entre os sexos [e como] um primeiro modo de dar significado às relações de poder”. Ao longo do tempo, o homem sempre se posicionou de maneira superior em relação à mulher. Daí surge o estigma da mulher como o “sexo frágil”, o ser passivo e submisso. A submissão feminina é bastante explorada no clipe *Bad Romance*. Contudo Lady Gaga trabalha o estereótipo da mulher submissa de maneira curiosa. Na cena em que a cantora aparece dando vida a uma personagem submissa, aparentemente, é a própria personagem que deseja assumir esse papel, como veremos no tópico *A Mulher Submissa* deste trabalho.

O estigma da submissão feminina surgiu, como se pode inferir, para a manutenção de um *status quo* de uma sociedade androcêntrica. O meio científico também sofria o reflexo desse “androcentrismo”. Prova disso é que, até a década de 1960, não havia publicações consistentes de trabalhos acadêmicos voltados ao estudo do feminino. Nessa época, os estudos sobre gênero detinham-se principalmente em descrever as relações entre os sexos apenas da perspectiva biológica, como já foi visto. Muitos estudiosos desse período

justificam as desigualdades sociais entre homens e mulheres, remetendo-as, geralmente, às características biológicas. O argumento de que homens e mulheres são biologicamente distintos e que a relação entre ambos decorre dessa distinção, que é complementar e na qual cada um deve desempenhar um papel determinado secularmente, acaba por ter um caráter de argumento final, irrevogável. (LOURO, 1997, p. 20)

Mediante esse construto social ao longo da História, é que, na evolução humana, percebemos as explícitas diferenciações entre os sexos, e, conseqüentemente, entre o masculino e o feminino. Os estudos de gênero e o seu conceito hoje estão, portanto, diretamente ligados à história do movimento feminista contemporâneo. Assim, “constituente desse movimento, ele está implicado lingüística e politicamente em suas lutas e, para melhor compreender o momento e o significado de sua incorporação, é preciso que se recupere um pouco de todo o processo” (LOURO, 1997, p. 14). É nessa perspectiva, que entendemos a influência do movimento feminista e suas implicações na consolidação da emergência da categoria gênero como campo de estudo e, conseqüentemente, compreendemos as relações de poder que permeiam as relações de gênero ao longo da história da evolução social da humanidade.

Como vimos até aqui, essa caracterização de opressão de inferioridade histórica e política da condição da mulher na sociedade foi fortemente questionada a partir do movimento feminista, o que nos permite encadearmos uma reflexão sobre a caracterização atual da mulher e do feminino mediante as transformações ocorridas após a profusão do feminismo.

2.2.1 Evidenciando o gênero feminino

O mundo ocidental só veio a despertar de forma mais sistemática para a mulher enquanto agente social a partir do século XIX. Esse foi o período em que o Movimento Feminista se tornou mais organizado e conseguiu, através de ações isoladas ou coletivas, de acordo com Louro (1997), romper os grilhões da opressão. Pensando, portanto, na figura feminina atual, sob a perspectiva do ser humano como ser sócio-histórico e cultural, podemos inferir que, apesar das conquistas que o Movimento Feminista alcançou em grande parte da sociedade ocidental, alguns resquícios negativos da segregação e opressão feminina, construídos ao longo da história, ainda se mantêm.

Esse fato é refletido em *Bad Romance*. Na obra, Lady Gaga trabalha a mulher ainda como alvo desses preconceitos e segregações históricos. A figura da mulher, no videoclipe está quase sempre associada ao universo doméstico e à submissão. As representações femininas mais comuns em *Bad Romance* são: a mulher como rainha do lar, como viúva, como objeto sexual, como mulher dominada pelo cônjuge e como apaixonada. Muitas dessas imagens já perderam sua força e seu significado tradicional nas sociedades contemporâneas,

haja vistas as conquistas do movimento feminista ao longo da História. Contudo, Gaga ainda se vale de representações tradicionais femininas para compor suas personagens no clipe. A razão disso será aprofundada no último capítulo deste trabalho.

É verdade que muito se transformou e foi ressignificado no que tange aos diversos estereótipos de feminilidade presentes na sociedade atual, mas exatamente pela própria condição de diversidade é que tais referenciais transitam entre as compreensões emancipatórias e autônomas da mulher como também nas dimensões aprisionadoras e limitantes às quais estiveram submetidas historicamente. Sobre essa questão Albano (2008, p. 58) nos aponta que

O campo de marginalização e segregação social, portanto, a que esteve submetida ao longo da história resultou na constante invisibilidade da mulher como sujeito. O movimento feminista veio (re)significar essa visão sobre a mulher e reivindicar mudanças mais efetivas quanto aos seus espaços de atuação no contexto de então. Assim, os novos estudos desenvolvidos com o uso da terminologia gênero e o seu respectivo aprofundamento mostram que, inicialmente, devido à forte influência do movimento feminista e às suas inúmeras repercussões no cenário político-social e até mesmo acadêmico, vêm enfatizar a figura da mulher em detrimento da figura do homem.

Essa perspectiva nos aponta que, apesar das transformações sociais, políticas, econômicas, dentre outras, nas quais o referencial feminino pôde ser ressignificado, no geral, ainda são percebidas formas hierárquicas e de disputa de poder e espaço nessa mesma sociedade que constitui e é constituída por homens e mulheres. Segundo os estudiosos, a emancipação feminina estabelecida durante o pós-feminismo, conseguiu avanços. Porém, no cotidiano social, há o fortalecimento das diferenciações entre os sexos de forma velada e/ou explícita que parecem retomar as formas primárias e segregatórias das relações de poder entre os gêneros.

Matos (1997, p. 97) ao explicitar essa inter-relação, evidencia que:

Por sua característica basicamente relacional, a categoria gênero procura destacar que os perfis de comportamento feminino e masculino definem-se um em função do outro. Esses perfis se constituem social, cultural, e historicamente num tempo, espaço e cultura determinados. Não se deve esquecer ainda, que as relações de gênero são um elemento constitutivo das relações sociais baseadas nas diferenças hierárquicas que distinguem os sexos, e são portanto, uma forma primária de relações significantes de poder.

Assim, a luta pela sua emancipação social fez a figura feminina se tornar evidente no seio das sociedades, porém também tem acirrado, nessa mesma sociedade, as disputas de espaço, e, portanto, de poder, com aqueles que ao longo da história sempre foram os detentores do domínio de tudo aquilo que se refere ao âmbito do público, o homem. Ou seja, a mulher que sempre foi relegada o domínio privado, do doméstico, agora passa a ser de fato e de direito uma importante “concorrente”, ou por que não dizer ameaça, ao universo masculino no que diz respeito às disputas pela evidência e autonomia sociais que caracterizam a constante evolução da espécie e do seu contexto. Para Albano (2008, p. 62),

O poder, em meio às diferenciações socialmente construídas, concede a uns a imunidade às formas de subordinação e submissão que tantos outros são vitimados e marginalizados como resultado dessa inter-relação. Ou seja, as disputas pelo empoderamento entre os gêneros, desencadeiam situações constantes e diversas de submissão/dominação as quais homens e mulheres estão socialmente expostos.

A questão da disputa de poder presente na relação entre homens e mulheres é evidente em *Bad Romance*. O clipe conta a história de uma mulher que é forçada a participar de um leilão, do qual ela própria é uma peça a ser leiloada. Essa personagem é vivida pela própria Lady Gaga. Após ser arrematada por um homem desconhecido, Gaga é obrigada a satisfazê-lo sexualmente. No final da trama, a protagonista mata o seu companheiro em um incêndio. No enredo, a personagem masculina representa, analogamente, os homens dominadores da sociedade atual. Gaga representa, da mesma forma, a mulheres dominadas, que encontram no homicídio uma alternativa a para escaparem do poder masculino.

Sendo assim, podemos entender que o feminino e o masculino se configuram numa articulação dialética, mediados pelas posturas e práticas culturais de mulheres e homens, que ora se emancipam, ora se aprisionam na constante e indissociável luta de poder que permeou e permeia essas relações de gênero. Mas de acordo com Louro (1997) essas relações de poder não se caracterizam exclusivamente de forma negativa, no campo das disputas. Elas também possibilitam o desenvolvimento e as mudanças positivas para ambos os gêneros. Nas suas próprias palavras:

O poder não apenas nega, impede, coíbe, mas também “faz”, produz, incita. [...] Homens e mulheres certamente não são construídos apenas através de mecanismos de repressão ou censura, eles e elas se fazem, também através de práticas e relações que *instituem* gestos, modos de ser e de estar no mundo, formas de falar e de agir, condutas e posturas *apropriadas* (e,

usualmente, diversas). Os gêneros se produzem, portanto, nas e pelas relações de poder. (LOURO, 1997, p. 40)

O que podemos perceber é que as relações de poder perpassam os diferentes momentos históricos que caracterizaram as diferentes sociedades ao longo da evolução humana. Assim, homens e mulheres mantêm-se graças aos resquícios das culturas historicamente constituídas, em avanços e recuos a respeito dos papéis sociais e dos estereótipos desempenhados e atribuídos a eles, reforçando, ressignificando e reconstruindo diversas formas de ser homem e de ser mulher, ou seja, de masculino e de feminino. Mediante essa perspectiva é que se torna necessário desenvolvermos uma discussão de um dos importantes eixos temáticos dessa pesquisa: os estereótipos, a fim de contribuir para a reflexão sobre o processo de construção dos estereótipos femininos. Tal articulação será evidenciada no tópico que segue.

2.3 CONCEITUANDO ESTEREÓTIPOS

Existem duas formas gerais de se conceber a idéia de estereótipo. Do ponto de vista etimológico, a palavra “estereótipo” é originada da junção de dois termos vindos do idioma grego: *stereos*, que significa rígido, e *typos*, que significa traço, marca, símbolo. Já sob a ótica da perspectiva histórica, a expressão estereótipo é proveniente da psiquiatria. Para os psiquiatras do século XIX, o termo “estereotipia” era utilizado para caracterizar “a repetição mecânica e freqüente de um mesmo gesto, postura ou fala em pacientes que sofriam de *dementia praecox*” (PEREIRA, 2002, p.43). Esta concepção, de acordo com alguns pesquisadores, estaria relacionada a um jargão utilizado em oficinas tipográficas desse mesmo período. Nesse contexto, estereótipo é o nome dado a um molde feito de metal, que possibilitava a produção de grande quantidade de uma mesma impressão sem precisar ser substituído. Do ponto de vista da estética, estereótipo seria a representação generalizada do individual. Ele estaria presente no processo de formação de um *tipo* utilizado na formatação de personagens em obras de arte, na literatura e no cinema, por exemplo. Seguindo essa linha de pensamento, na perspectiva de Croce *apud* Eco (2008, p. 212), “Tipizar comportará (...) caracterizar, ou seja, determinar e representar o indivíduo”.

De acordo com Pereira (2002), essas idéias a respeito das concepções acerca do que vem a ser propriamente estereótipo são demasiadamente genéricas, não contendo densidade suficiente para ter credibilidade em trabalhos científicos. Ainda segundo o pesquisador, no

início do século XX, aproximadamente na década de 1930, alguns estudos relativos a esse assunto começaram a ser desenvolvidos. Um dos pioneiros na investigação conceitual de estereótipo foi Brigham, um pesquisador inglês. Brigham afirmava que nesse período, apesar de os estudiosos já terem despertado para a percepção de atitudes étnicas, preconceitos e conflitos intergrupais generalizados, o meio científico não havia ainda chegado a um consenso sobre a função social dos estereótipos.

Em 1933, dois pesquisadores, Kats e Braly, iniciaram estudos empíricos com estudantes da Universidade de Princeton. A pesquisa consistia na listagem, feita por um grupo determinado de estudantes, de dez traços característicos pertencentes a determinados grupos étnicos presentes no campus universitário. Esse estudo não teve uma repercussão muito grande, sua publicação serve mais como marco histórico, uma vez que se limitava a listar e agrupar a ocorrência de determinadas características tidas como estereotipadas, não se atendo às reflexões de cunho teórico.

Atualmente, a concepção de estereótipos está apoiada principalmente sobre duas bases principais. A cognição e a percepção são os dois fatores componentes do conceito de estereótipo.

Ao discutirem os processos automáticos e os controlados envolvidos nas relações entre os estereótipos e as atitudes, Nesdale e Durkin, por exemplo, definiram os estereótipos como generalizações feitas por um grupo de pessoas a respeito dos atributos e do comportamento de outros grupos de pessoas, considerando como produtos inevitáveis dos processos adaptativos utilizados pelos indivíduos para simplificar e organizar as inúmeras informações encontradas no âmbito social. Nesta mesma linha, a última edição de um tradicional manual de psicologia define os estereótipos como crenças generalizadas, inacuradas ou resistentes a novas informações sobre atributos pessoais de um grupo de pessoas, cuja função seria a de simplificar a maneira pela qual o mundo é interpretado. (PEREIRA, 2002, p. 46)

Essas generalizações feitas pelo ser humano se configuram como mecanismos internos naturais para a mais rápida compreensão do mundo e dos indivíduos que compartilham o mesmo espaço. Corroborando essa mesma linha de pensamento, que tratam os estereótipos como facilitadores na interpretação do mundo, temos a fala de Lopes (2009, p. 2)

(...) o estereótipo é uma ferramenta da qual fazem uso as pessoas quando entram em situações de desconforto social, como quando encontram grupos de indivíduos desconhecidos. Faz-se necessária alguma base para saber o que esperar desses indivíduos e o que eles

podem esperar dessas pessoas. Sem estereótipos, esse tipo de situação seria muito mais difícil de lidar.

Dessa forma fica evidente que os estereótipos representam instrumentos mentais mediadores das relações sociais. Essa mediação se processa na medida em que os estereótipos se configuram como “imagens mentais” culturalmente elaboradas de determinados indivíduos ou grupos de indivíduos, transmitidas de geração em geração ao longo do tempo. Essas imagens mentais são baseadas, como já apresentado, em generalizações. Nesse sentido o conceito de estereótipo tangencia o conceito de arquétipo, na medida em que ambos existem, habitam ou se processam no interior da mente.

Arquétipos também são imagens mentais originadas no inconsciente, mas que, de alguma maneira, são trazidas para o lado consciente da psique. Para Jung (2000, p. 17) o “arquétipo representa essencialmente um conteúdo inconsciente, o qual se modifica através de sua conscientização e percepção, assumindo matizes que variam de acordo com a consciência individual na qual se manifesta”. Ainda de acordo com o psicanalista, os arquétipos estão conectados a uma matriz psíquica universal, apesar de cada indivíduo possuir uma percepção arquetípica particular. Uma das matrizes universais “criadoras” de arquétipos é a mitologia: “O significado do termo ‘archetypus’ fica sem dúvida mais claro quando se relaciona com o mito, o ensinamento esotérico” (JUNG, 2000, P. 17).

Muitas imagens ou esquemas arquetípicos possuem origem em alegorias provenientes da mitologia grega. Essas representações mitológicas são utilizadas para justificar fatos do cotidiano do ser humano. Tomemos como exemplo a deusa Hera, esposa de Zeus. Para os gregos da Antiguidade, Hera representava a divindade relativa à família. Na mitologia, a deusa desempenhava a mesma função das mulheres gregas do mundo antigo: cuidava do “lar”, zelava seu marido e sofria com o ciúme exagerado que sentia pelo esposo (infiel). Por isso, pode-se determinar que a simbologia embutida na imagem de Hera constitui-se em um arquétipo por três motivos. Primeiro, a figura da deusa possui um peso histórico-cultural e tradicional. Além disso, Hera é a representação mítica de um conjunto de mulheres que vivem cotidianamente os mesmos dramas (ou dramas equivalentes) que “vivencia” a divindade. Terceiro, a força representativa do mito é tão forte que resiste à passagem do tempo – as situações pelas quais Hera passa são observadas, mantidas as devidas ressalvas temporais, até os dias de hoje.

As três características apresentadas acima são observadas tanto para a classificação de arquétipos como também para a classificação de estereótipos. Ambos os conceitos transmitem

a idéia de *représentations collectives*¹, representações coletivas seriam conteúdos simbólicos compartilhados por um mesmo grupo e transmitidos ao longo da História. Entretanto, arquétipos são representações que possuem raízes mais subjetivas ou abstratas de caráter ancestral, diferentemente dos estereótipos. Estes, por sua vez, são representações coletivas construídas a partir de relações sociais. Por essa razão, este trabalho se propõe a analisar os estereótipos, não arquétipos, uma vez que os primeiros se constituem enquanto construtos sociais mais afins à perspectiva teórica deste trabalho.

Voltemos a tratar de estereótipos. Ainda na perspectiva de Pereira (2002), os estereótipos são originados de uma múltipla variedade de situações e exercem uma série de funções socialmente demarcadas. Nas palavras do autor,

(...) os estereótipos *surgem em diferentes tipos de contextos*, cumprindo uma série de funções relacionadas às características particulares de sua emergência, tais como responder aos fatores ambientais, como nas situações de conflitos grupais e nas diferenças no poder e nos papéis sociais, justificar o *status quo* e, por fim, atender às necessidades da identidade social. (PEREIRA, 2002, p. 50)

Este trecho sintetiza claramente o conceito de estereótipo. Nele, quando Pereira menciona que os estereótipos vêm responder a situações de “conflitos grupais”, não se refere apenas a ocorrência de indisposições entre membros de etnias diferentes, por exemplo. Isso porque, conflitos grupais podem acontecer entre indivíduos pertencentes a grupos distintos em mesmo contexto cultural. A relação centrada muitas vezes no embate de forças entre homens e mulheres no interior da sociedade ocidental contemporânea demonstra claramente essa situação.

Esse embate entre os gêneros, como já foi dito, é explorado em *Bad Romance*. Contudo, não se pode afirmar se Gaga utiliza representações das tensões presentes na relação homem-mulher para sustentar o *status quo* da sociedade contemporânea. Essas tensões servem em geral de inspiração para as suas criações.

Alguns dos motivos que justificam as tensões observadas nesse caso de conflito específico, baseado como já visto anteriormente em disputas de poder, têm origem na dinâmica de construção-evolução dos papéis sociais atribuídos a ambos os gêneros. Papel social é a função exercida por cada indivíduo dentro de uma determinada sociedade em uma época específica. Homens e mulheres possuem papéis sociais diferentes. Esses nada mais dão

¹ Expressão extraída do livro *Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo*, entendida aqui como uma maneira “típica para transmissão de conteúdos coletivos” (JUNG, 2000, p. 17)

do que padrões de comportamento socialmente esperados. No videoclipe *Bad Romance*, alguns papéis sociais tanto masculinos quanto femininos são evidenciados. Nessa produção artística, o homem é representado como o chefe da casa, o dominador, aquele que deve ser sexualmente satisfeito. Já a mulher é representada como a submissa, a criatura restrita ao universo doméstico, detentora de emoções passionais.

De maneira geral, segundo Pereira (2002), papel social é a “imagem por demais generalizada que se possui de um grupo ou dos indivíduos que pertencem a um grupo”. Percebemos através da fala do autor que os conceitos de papel social e estereótipo estão muito próximos uma vez que ambos trabalham com generalizações. Dessa forma, entendemos que é impossível falar de estereótipos sem tratar de papéis sociais. Isso porque,

(...) na medida em que os estereótipos dependem da observação dos comportamentos típicos associados aos papéis, haveria uma tendência por parte do percebido em confundir as características das pessoas em si com as características do grupo estereotipado. (PEREIRA, 2002, p. 99)

Os papéis sociais estão presentes na formação dos estereótipos de gênero (estudados mais aprofundadamente no tópico seguinte deste trabalho). É a partir dessa categoria de estereótipos que se atribui características que envolvem “controle do ambiente” e “estilo impositivo” ao universo masculino e “altruísmo” e “cuidado com os outros” ao universo feminino, por exemplo. No próximo tópico, estudaremos uma categoria específica de estereótipos de gênero: os estereótipos femininos.

2.3.1 Refletindo sobre os estereótipos de gênero

Antes de entrarmos na discussão sobre os estereótipos femininos, é necessário lembrar que é sempre prudente falar de estereótipos femininos mantendo as devidas associações com o que também se estuda a respeito dos estereótipos de gênero masculinos. Isso porque a construção dos estereótipos de gênero se processa dentro de uma lógica dicotômica. De acordo com Joan Scott, nas palavras de Louro (1997, p. 31), “é constante nas análises e na compreensão das sociedades um pensamento dicotômico e polarizado sobre os gêneros; usualmente se concebem homem e mulher como pólos opostos que se relacionam dentro de uma lógica invariável de dominação-submissão”.

Fica claro, portanto, que as relações de poder, vistas em tópicos anteriores neste trabalho também participam do processo de formação de estereótipos de gênero. Como

consequência desse jogo de poder, temos que os atributos relativos à parte dominante são valorizados positivamente. De maneira análoga, os atributos relativos à outra parte possuem uma denotação negativa.

É possível notar um padrão de perfis de estereótipos de gênero. Para esta sessão do presente trabalho, foram selecionados três estudos recentes que tratam de como homens e mulheres percebem o ser masculino e o ser feminino na sociedade contemporânea. Dois deles são referentes ao contexto escolar e o outro é referente ao contexto midiático.

Iniciemos pelos estudos referentes ao contexto escolar. Para a sua dissertação de mestrado, a pesquisadora Daniela Magalhães da Silva², analisou as percepções de um grupo de professores e inspetores de uma determinada escola. Os membros desse grupo tinham que responder à seguinte pergunta: “Que características representam o sexo masculino e feminino para você?”. Nas conclusões do estudo presentes no seu artigo, “todos os entrevistados associaram o sexo masculino como representante da força, agressividade e poder; o feminino foi visto pela ótica da fragilidade, da calma e da tranquilidade” (SILVA, 2004, p. 183).

Em outro estudo, Albano (2008) analisa a identidade de gênero de um grupo de estudantes adolescentes da escola Liceu Piauiense, na cidade de Teresina. A maneira como os adolescentes percebem o masculino e o feminino no contexto escolar está discriminada no diagrama a seguir.

SER HOMEM		
ALUNOS	FALAS	SUBCATEGORIAS
João	É o alicerce para a vida; Pois sem o homem não vai existir vida e também a mulher não poderia gerar a vida.	Procriador
José	É ser especial, porque sem o homem não haveria uma família; o homem é quem tem de ensinar o que é certo e o que é errado para os seus filhos. Eu acho isso porque sem o homem a mulher não poderia gerar filhos.	Educador Procriador
Pedro	É aquele capaz de fazer coisas que a maioria das mulheres não pode fazer; [...] o homem já	

² Um artigo referente ao estudo da pesquisadora pode ser encontrado do livro *Gestalt e Gênero: Configurações do Masculino e do Feminino na Contemporaneidade*. Organização Lílian Meyer Frazão e Sérgio Lizias C. de O. Rocha. Editora Livro Pleno.

	tem na cabeça que a mulher é incapaz; [...] a mulher ela perde tempo analisando como é que vai fazer, já o homem não, ele não analisa, ele é capaz.	Capaz
Francisco	É ter a responsabilidade, porque depois do meu pai, eu é que vou ter a responsabilidade da minha casa; o homem sem a mulher não existiriam os filhos das próximas gerações;	Procriador Provedor
Maria	Fruto que Deus criou para completar a mulher, para ter filhos com ela.	Procriador
Francisca	Os homens são os responsáveis pela transformação da mulher, ou seja, completar a mulher para gerar outra vida.	Procriador
Joana	É ter acima de tudo responsabilidade, ter atitude pra assumir a casa e acima de tudo assumir quando errar e saber resolver os seus problemas e da casa, pois um casal deveria resolver tudo, não só a mulher.	Provedor
Rita	Concorda com a Joana e acrescenta: a maioria dos homens tem de assumir as responsabilidades de uma casa [...] os dois, o homem e a mulher têm que ter as responsabilidades iguais e direitos iguais.	Provedor

SER MULHER		
ALUNOS	FALAS	SUBCATEGORIAS
João	É a mais importante, pois ela é quem gera a vida, é indispensável, é o recipiente;	Procriadora
José	É muito importante porque é a mulher que faz o homem feliz; [...] A mulher pode ser madura e o homem também pode.	Maturidade
Pedro	É muito especial a mulher mais é um pouco fraca em alguns aspectos; [...] não são todas que são incapazes, mas a maioria das mulheres são incapazes.	Incapacidade
Francisco	Mulher é tudo para o homem, pois sem ela não existiria o homem e sem o homem não existiria a mulher, um depende do	Procriadora

	outro para gerar a vida.	
Maria	Ser mulher é tudo. No mundo não existiram ambos os sexos se não fosse a mulher.	Procriadora
Francisca	É um fruto que gera outro fruto; A mulher tem a maturidade mais rápida do que a do homem.	Procriadora Maturidade
Joana	A mulher é mais madura que o homem [...] porque as mulheres desenvolvem mais a mente a pensar, a se comportar de forma diferente do homem; [...] em alguns casos a responsabilidade de cuidar dos filhos é só da mulher, sustentando a família, mesmo tendo que trabalhar porque ela é pai e mãe ao mesmo tempo, ela cuida dos filhos.	Maturidade Cuidadora Maternagem Provedora
Rita	É cuidar de sua casa, esposo e filhos; podemos gerar filhos, ser uma boa mãe e uma boa esposa.	Procriadora Maternagem Cuidadora

É nítido na fala dos participantes desses dois estudos ainda o caráter dominador masculino e do caráter submisso feminino. Ainda hoje, os estereótipos que regem a concepção do feminino são relativos, na maioria dos casos, à passividade, ao caráter maternal, amoroso, frágil (em comparação à força física para execução de tarefas diárias em comparação à maioria dos homens) e dócil.

A terceira pesquisa³ aconteceu nos Estados Unidos e foi conduzida por Coltrane e Adams. Seu objetivo era investigar de que maneira a cultura popular refletia e reproduzia a segregação família-trabalho e a desigualdade de gêneros. Para tanto foram analisadas 1699 peças publicitárias veiculadas na televisão norte-americana entre 1992 e 1994. Os resultados dessa pesquisa demonstraram que de modo geral, seguindo o padrão observado nos dois últimos exemplos citados neste tópico,

(...) as mulheres foram retratadas desempenhando papéis ligados à vida familiar, enquanto os homens foram retratados como seres assertivos, que exerciam sua autoridade no ambiente de trabalho, ao contrário das mulheres, que mesmo sendo retratadas no ambiente de trabalho, sempre

³ Detalhes dessa pesquisa podem ser encontrados no livro *Psicologia Social dos Estereótipos*, de Marcos Emanuel Pereira. E.P.U., 2002.

eram representadas como objetos de desejo sexual. (PEREIRA, 2002, p.100)

Como podemos notar, o objeto de estudo desta última pesquisa são peças publicitárias televisionadas. Percebemos, então, mais um elemento que mantém relação direta com os estereótipos na contemporaneidade: a mídia. As relações entre estereótipos, videoclipes e mídia serão os três eixos das discussões elaboradas no capítulo que segue.

3 ESTEREÓTIPOS, VIDEOCLIPES E MÍDIA.

Este capítulo está dividido em três tópicos. O primeiro deles – *A Mídia e a Disseminação de Estereótipos de Gênero* – tratará de analisar a mídia como agente proliferador de estereótipos em escala mundial, tomando como exemplo a televisão, as revistas e o cinema. No sub-tópico *Videoclipe: Evolução Funcional do Cinema na Propagação de Estereótipos*, serão relacionadas as semelhanças funcionais entre cinema e vídeos na disseminação de estereótipos. Nesse sub-tópico também serão expostas as semelhanças técnicas entre ambas as mídias e, por fim, um breve histórico acerca do videoclipe.

Já no tópico *Videoclipe e Performance: Caracterizando os Clipes de Lady Gaga*, veremos de que maneira o fazer artístico da cantora influencia a sua produção audiovisual. Nesse tópico será feita uma breve discussão sobre as características de alguns clipes de Gaga: suas fontes de inspiração, seu caráter iconofágico e kitsch. Finalmente, chegaremos ao tópico *A Rainha da Rede: Lady Gaga, Vídeos e Sucesso no YouTube*, no qual será analisado o porquê do sucesso dos clipes da cantora na internet e, em especial, o clipe *Bad Romance*.

3.1 A MÍDIA E A DISSEMINAÇÃO DE ESTEREÓTIPOS FEMININOS

A mídia é atualmente o principal vetor de disseminação de estereótipos na sociedade contemporânea (PEREIRA, 2002). No contexto brasileiro, temos as novelas apresentadas pelos principais canais de televisão nacionais como exemplos significativos do papel da mídia como transmissor de imagens padronizadas que se constroem a respeito de determinados grupos de indivíduos no País. Em nossos folhetins televisionados, por exemplo, é comum retratar os nordestinos como pessoas apegadas a valores tradicionais, com um sotaque marcante e padronizado – os diretores dessas produções, ao que parece, não atentam para o fato de que cada micro-região do Nordeste possui uma maneira particular de falar, no que diz respeito ao sotaque e ao uso de termos típicos de cada lugar.

A mídia impressa, do mesmo modo que as novelas, constitui-se num agente proliferador de estereótipos, haja vista a quantidade de anúncios publicitários veiculados nesses meios que retratam determinados grupos sociais de maneira estandardizada. Tomemos como exemplo as representações femininas em anúncios de lingerie apresentados em revistas. Nessas peças, os anunciantes insistem em utilizar o arquétipo feminino da mulher fatal ou da mulher objeto para seduzir as destinatárias das mensagens desse tipo de propaganda

(NISHIDA, 2006). Em artigo científico, intitulado *A imagem da mulher na publicidade*, no qual são analisadas peças publicitárias da marca Duloren, a pesquisadora Neusa Nishida (2006, p. 13) atesta que “a concepção da mulher como objeto de desejo do homem ainda de encontra arraigado no modo de produzir anúncios”.

O pensamento da autora corrobora com as idéias de Baudrillard (1995). Para este último, no campo da publicidade moderna, persiste a separação de valores entre propagandas direcionadas ao público masculino e propagandas voltadas para o público feminino. De acordo com Baudrillard (1995), enquanto a escolha masculina no momento da obtenção de determinado bem baseia-se em critérios de ordem “agonística”⁴ – que levam o homem a possuir objetos que o ponham em posição de destaque em relação a outros homens – as escolhas femininas estão pautadas em critérios de ordem narcisista, contudo um narcisismo voltado para as demandas masculinas. Isso porque, para as mulheres, os bens de consumo materiais existem para lhes comprazer, em primeira instância. Satisfeitas em seu desejo narcisista, as mulheres, então, disputam “entre si” para despertarem o desejo dos homens. Para Baudrillard (1995, p. 98), no âmbito da publicidade moderna,

o que se perpetua no modelo feminino é o valor *derivado*, o valor *por procuração* (“vicarious status”, “vicarious consumption” – segundo Veblen). A mulher empenhou-se na gratificação própria unicamente para melhor entrar como objeto de competição na concorrência masculina (comprazer-se para mais agradar). Nunca entra na competição direta (a não ser com as outras mulheres, a respeito dos homens).

O caráter “primeiro comprazer-se para depois agradar” desempenhado pelas mulheres no contexto da publicidade impressa está expresso nas peças da marca Duloren analisadas por Nishida (2006). Nos três anúncios de página dupla de revista, avaliados pela autora em seu artigo,

as três personagens e os respectivos cenários são distintos para dar a idéia de que se referem a qualquer tipo de mulher, localizadas em qualquer local e que possuem um objetivo em comum: seduzir os homens. Observamos explicitamente uma mensagem provocante, pois tanto na linguagem imagética como na textual há promessa de desejos satisfeitos, condicionadas à utilização do produto. (NISHIDA, 2006, p. 11)

Em *Bad Romance*, a representação da mulher enquanto objeto de desejo masculino – no caso desse videoclipe, em particular, objeto sexual – é também explorada. Na produção,

⁴ Este termo é encontrado na obra *A Sociedade de Consumo*, de Jean Baudrillard. A partir do contexto de onde foi extraída, a expressão pode ser entendida como significando “disputa”. A palavra “agonístico” tem origem grega (agonistikós) e se refere aos combates atléticos na Grécia Antiga.

Lady Gaga interpreta uma personagem que é leiloadada por uma quantia de um milhão de unidades monetárias fictícias para um homem desconhecido. Na cena, a cantora aparece tanto em situação de submissão quanto em posição de dominação, aparentemente, ironizando esse “jogo de desejo” presente nas relações entre homem e mulher. Exposta dessa maneira, a cena pode parecer abstrata demais. Contudo, essas questões serão aprofundadas no terceiro capítulo deste trabalho, mais especificamente no tópico *A Mulher-Objeto* e no sub-tópico ulterior a este chamado *Mulher-objeto: objeto sexual*.

3.1.1 Videoclipe: evolução funcional do cinema na propagação de estereótipos

Outro veículo midiático que detém um papel de suma importância para a propagação universal de estereótipos, de qualquer natureza – étnica, cultural, sexual – é indubitavelmente o cinema. De acordo com Pereira (2002), historicamente, o cinema se constituiu como o principal instrumento difusor de estereótipos em escala global. Atualmente, não apenas as obras cinematográficas se apresentam como vetores de propagação de estereótipos ao redor do mundo, uma vez que os vídeos também se comportam como tal. Num passado não muito longínquo, nas primeiras décadas do século XX, as representações generalizadas a respeito de determinados grupos humanos ou culturas era inoculadas nas retinas e mentes dos freqüentadores de salas escuras por todo o globo. Hoje em dia, com o advento da Internet e a possibilidade de acesso a qualquer conteúdo de natureza audiovisual de modo quase instantâneo pelo computador, o videoclipe assistido pelo site YouTube, entendido aqui como a versão cibernética da velha sala de cinema, estabelece-se como o mais recente vetor transmissão de estereótipos.

Além da capacidade de influenciar quantidades vultosas de indivíduos – apesar de cada um possuir a sua especificidade – vídeos e cinema compartilham outra característica. Característica essa de ordem técnica. Segundo Masson *apud* Sussi (2007, p. 3), “a produção de um videoclipe – leia-se profissional – se assemelha muito a de um filme longo. São necessárias gruas, refletores e continuístas espalhados por todo o espaço”. Assim como no cinema, também são produzidos roteiros, que orientam os trabalhos dentro do set de gravação.

Apesar de filmes feitos para cinema e produções feitas para serem transmitidas no formato de vídeos terem muitos aspectos técnicos e comunicacionais semelhantes, estas últimas possuem algumas características próprias. Nas palavras de Sussi (2007, p. 4)

O videoclipe, antes de qualquer coisa, serve para materializar a música. É uma forma de fazer com que a mensagem seja transmitida através de imagem, o que muitas vezes ajuda no entendimento da mensagem. Por isso, não há a necessidade de se ter regras exatas para produzi-lo, basta ter uma câmera na mão, a música e uma boa idéia na cabeça.

É importante frisar que os conceitos expostos por Sussi (2007) no trecho acima destacado não são absolutos. Isso porque, muitas vezes, as imagens utilizadas para compor o conteúdo imagético de um videoclipe não têm relação direta aparente com a letra da canção que ele tenta representar, por exemplo. Esse fato é notório em *Bad Romance*, quando Lady Gaga faz uso de alegorias para transmitir sua mensagem ou quando a cantora utiliza um figurino bizarro para compor suas personagens. Essas passagens serão mais bem exploradas no último capítulo deste trabalho.

O estilo de um videoclipe possui uma ligação estreita com o perfil musical do artista. Para Holzbach e Nercolini (2009, p. 3), em artigo intitulado *Videoclipe: em tempos de reconfigurações*, no qual faz uma breve recuperação história desse tipo de produção audiovisual,

No final dos anos 70 e início dos 80, três elementos se juntam ao videoclipe e prepararam o terreno para o surgimento e fama da MTV: o *punk rock*, o *new pop* e a *dance music*. O estilo *punk rock*, que teve seu auge no final dos anos 70, foi crucial para que a música massiva concedesse importância à performance e à imagem do artista, elementos decisivos do videoclipe.

3.2 VIDEOCLIQUE E PERFORMANCE: CARACTERIZANDO OS CLIPES DE GAGA

Performance e imagem artística são dois elementos fundamentais na carreira de Lady Gaga. Do ponto de vista da imagem artística, a cantora tornou-se famosa por ser uma das personalidades musicais mais excêntricas do mundo do entretenimento. Entre as extravagâncias artísticas de Gaga destacam-se a forma pouco usual como ela veste-se tanto no habitual quanto em ocasiões especiais. Durante a premiação do Video Music Awards, transmitido pela MTV norte-americana em setembro de 2010, numa de suas últimas aparições públicas, Lady Gaga trajou um vestido feito todo a partir de pedaços de carne crua. O episódio foi bastante comentado na imprensa internacional. Contudo, vestir-se completamente de carne é apenas mais uma de uma enorme lista de excentricidades da cantora. Gaga já foi flagrada por fotógrafos em aeroportos trajando apenas lingerie. Em uma determinada situação,

a diva pop contemporânea foi vista andando pelas ruas de nova Iorque usando uma lagosta na cabeça.

O fazer artístico de Lady Gaga pode ser observado também através do ponto de vista performático. As performances executadas pela cantora, tanto em apresentações ao vivo quanto em videoclipes, são muito marcantes. Nudez e sensualidade levadas ao extremo, utilização de objetos de cênicos extraídos do universo fantástico (como o unicórnio empregado no clipe *Paparazzi*) podem ser consideradas marcas artísticas de Gaga. No videoclipe *Bad Romance* o lado performático da cantora mostra indícios de *iconofagia pura*⁵ e de kitsch. Gaga revela-se iconofágica na referida produção a partir do momento em que se apropria de imagens que fazem referência a outros clipes de outros artistas algumas décadas no passado. Em *Bad Romance*, dois são os artistas fonte de inspiração de Lady Gaga: Michael Jackson e Madonna.

Gaga “devora” Michael Jackson imagetivamente quando assimila alguns gestos presentes originalmente na coreografia do clipe *Thriller* (1982) para compor parte da seqüência coreográfica de *Bad Romance*. Essa “licença artística” pode ser observada durante o primeiro minuto de *Bad Romance*, no instante em que a protagonista do clipe e suas bailarinas saem de esquifes brancos a se contorcerem. A maneira contorcida como essas personagens saem dos caixões associada aos movimentos fragmentados presentes na coreografia executada logo em seguida lembra o modo como as personagens-zumbis do clipe *Thriller* (1982) se mexem.

A cantora Madonna também serve de “alimento imagético” para Lady Gaga. Na última cena de seu videoclipe, Gaga aparece vestindo um sutiã metálico em formato cônico. A peça faz referência explícita ao sutiã-cone, ícone fashion criado pelo estilista Jean-Paul Gaultier e usado por Madonna durante sua turnê internacional *Blond Ambition*, em 1990.

O paladar artístico da Lady Gaga apreciador da iconofagia não se restringe apenas a personalidades presentes no universo da música. Em *Paparazzi*, clipe antecessor de *Bad Romance*, lançado em 2009, há uma notória citação do filme *Um Corpo que Cai* (1958), de Alfred Hitchcock. Na cena que faz referência à referida obra cinematográfica, a personagem de Gaga é empurrada da sacada de uma *villa* italiana. Enquanto despenca, seu corpo tem ao fundo espirais em preto e branco giratórias, como aparece no filme. Já no clipe *Just Dance* (2008), o primeiro da sua carreira, Gaga traz no rosto a maquiagem em formato de raio na cor

⁵ Conceito extraído do livro de Norval Baitello Jr. *A Era da Iconofagia*. Para o autor, “em toda imagem existe uma referência às imagens que a precederam” (BAITELLO JR., 2005, p. 95).

azul. A pintura é uma referência ao raio pintado no rosto do cantor David Bowie, estampado na capa do disco *Aladdin Sane*, lançado em 1973.

Como se pode notar, Lady Gaga imita ou apropria-se de tudo que lhe convém. A cantora, aparentemente, não tem vergonha de utilizar ingredientes imagéticos embebidos de significados já explorados por artistas que lhe antecederam para compor e (re)significar o seu próprio fazer artístico. Na obra de Gaga, a apropriação do já consagrado cria uma atmosfera nonsense. É como se a cantora ironizasse o fazer artístico do mundo do entretenimento atual, onde, ao que parece, impera a máxima “nada se cria, tudo se copia”.

A ironia é um caráter recorrente em *Bad Romance*. Na produção, Gaga toca em temas polêmicos no que concerne às representações femininas. Na trama do videoclipe, a figura da mulher é reproduzida de maneira próxima ao caricatural. A cantora se vale de uma quantidade significativa de estereótipos femininos empregados em contextos tão inusitados que não se podem determinar quais as reais intenções da artista em transmitir determinadas mensagens. Dessa forma, pode-se afirmar que, no videoclipe *Bad Romance*, o discurso de Lady Gaga oscila entre a crítica social e a espetacularização gratuita. Nessa mesma linha de visão, pode-se afirmar também que a artista está mais preocupada, ao que tudo indica, com o efeito causado pela utilização inusitada de determinadas representações imagéticas do que propriamente com uma lógica discursiva. Esse efeito pode ser analisado através da perspectiva do Kitsch. De acordo com Eco (2008, p. 76),

A indústria da cultura, que se dirige a uma massa de consumidores genérica, em grande parte estranha à complexidade da vida cultural especializada, é levada a vender *efeitos já confeccionados*, a prescrever com o produto as condições de uso, com a mensagem a reação que deve provocar.

Gaga explora elementos do kitsch em *Bad Romance* (2009) ao trabalhar com conteúdos discursivos ou imagéticos já consagrados pelo público. A cantora repete o modelo kitsch em outras produções, como veremos a seguir. Assim aconteceu no videoclipe *Paparazzi* (2009), quando a cantora aparece saindo de uma cadeira de rodas para executar uma seqüência coreográfica trajando uma armadura metálica (ao estilo de um ciborgue) e usando muletas. Neste mesmo clipe, a temática do amor não correspondido, fetiche, violência sexual, disputa entre os gêneros masculino e feminino e assassinato passional também acontecem.

Esses mesmos temas aparecem em *Telephone* (2010), produção ulterior a *Bad Romance*. *Telephone* apresenta durante seus quase dez minutos de duração – por ser um filme

longo para os padrões de um videoclipe, *Telephone* foi considerado pela crítica como o *Thriller* de Lady Gaga – uma quantidade enorme de cenas “nonsenses”. Dentre elas, uma em que Gaga, na pele uma detenta de um presídio feminino vai atender um telefone, numa espécie de refeitório, usando na cabeça latinhas de refrigerante como se fossem modeladores de cabelo. Nessa mesma produção, a cantora utiliza outros acessórios nada convencionais, como por exemplo, óculos feitos com cigarros acesos, um figurino confeccionado com fitas de isolamento de cenas de crime utilizadas por policiais. *Telephone* pode ser considerado um dos clipes onde Gaga se revela mais explicitamente iconofágica. A artista utiliza a caminhonete *Pussy Wagon*, criação de Tarantino para o filme *Kill Bill* (2003), em uma de suas seqüências de fuga. Incorpora em um de seus figurinos uma fantasia de Mulher Maravilha em estilo zumbi e o padrão de pele de onça em um macacão, similar ao criado por Dolce & Gabbana para a turnê *Showgirl: The Homecoming Tour* (2006), da cantora Kylie.

O gosto peculiar de Lady Gaga pelo bizarro, pelo estranho ou pelo pouco aceito socialmente reflete-se em seus clipes, em especial em *Bad Romance*. Na produção, a cantora usa figurinos tão histriônicos quanto os seus trajes usados habitualmente – como exposto cinco parágrafos acima. As “aberrações” indumentárias de *Bad Romance* vão desde a utilização de animais empalhados como acessórios para cabelos até a deformação corporal feita através de maquiagem especial ou utilização de computação gráfica. A descrição dessas peças de roupa será ampliada nos tópicos *A Mulher Histórica* e *A Mulher-Súcubo*, partes do último capítulo deste trabalho.

3.3 A RAINHA DA REDE: LADY GAGA, VIDEOCLIPES E SUCESSO NO YOUTUBE

Excentricidades à parte, os videoclipes de Lady Gaga, de maneira geral, fazem muito sucesso. Possivelmente, os consumidores desse tipo de produto cultural apreciem a maneira diferente por meio da qual a cantora de mostra sua arte. Grande parte do êxito artístico de Gaga pode estar associada também ao fato de suas produções audiovisuais serem veiculadas de forma eficaz na internet.

Lady Gaga é, atualmente, a soberana das mídias virtuais. A cantora possui mais de seis milhões e meio de seguidores em seu microblog pessoal, o *Twitter*, um recorde para membros dessa rede social na internet. Esse fato fez a própria Gaga dar-se a alcunha de *tween*, um neologismo resultado da mistura das palavras *Twitter* e *queen* (rainha, em inglês). Os números também impressionam quando se observa a quantidade de acessos aos seus clipes através do site *YouTube*. A cantora entrou para a história como sendo a primeira artista mais vista de

todos os tempos através dessa plataforma virtual de compartilhamento de dados. Os acessos aos seus vídeos, se somados, ultrapassam a marca de um bilhão de visualizações. De acordo com informações obtidas pelo o site do jornal Correio Brasiliense, o recorde foi atingindo no dia 24 de outubro deste ano e tornado público através da página oficial do microblog da cantora. Lady Gaga, segundo publicado em seu *Twitter* confirmou a façanha: “Nós atingimos 1 bilhão de visitas no *YouTube*, ‘monstrinhos’! Se nos unimos, conseguimos qualquer coisa. Eu corôo vocês, reis e rainhas do YouTube! Unir-se!” (sic), disse a cantora no microblog.” (sic) (CORREIO BRASILIENSE, 2010).

O feito histórico de Gaga possui relação próxima com a utilidade prática dos videoclipes. A principal função de um videoclipe é promover uma determinada canção de artista específico. As primeiras experiências feitas com esse tipo de produção audiovisual datam da década de 1920. Contudo, a produção de vídeos com o caráter de meio de divulgação comercial de determinada canção só teve início na década de 1970. De acordo com o semanário *New Musical Express*⁶, importante referência musical européia, o “marco inicial da história do videoclipe o número musical para a canção ‘Bohemian Rhapsody’, da banda inglesa *Queen* (SOARES, 2004), produzido em 1975 e dirigido por Bruce Gowers e Jon Roseman” (HOLZBACH E NERCOLINI, 2009, p. 3). Ainda de acordo com Holzbach e Nercolini (2009, p. 3),

O vídeo foi lançado junto com o single e veiculado em programas de televisão, como o *Top of the Pops*, da BBC (importante veículo de divulgação de rockeiros através de seus vídeos). O videoclipe de *Bohemian Rhapsody* foi o pontapé para que outras bandas investissem em produções do tipo – o que foi crucial para o surgimento da MTV norte-americana, cinco anos depois. Dessa maneira, o videoclipe se consolidava como um produto significativo da indústria cultural.

Como se pode notar, historicamente, a produção de um videoclipe estava voltada para a televisão. Contudo, na medida em que as tecnologias avançavam e novas mídias surgiam, as configurações dos videoclipes modificaram-se, acompanhando esse desenvolvimento. Durante a sua trajetória histórica, o videoclipe trafejou por diferentes instâncias da cultura midiática. A prova desse fato, por exemplo, é o grande número de fãs da cantora Lady Gaga que assistem essas produções artísticas através de sites na internet. Por conta disso, de acordo com Soares (2009), os clipes não podem mais ser entendidos hoje como objetos eminentemente massivos (televisivos) ou digitais (pós-massivos). Para o pesquisador,

⁶ Ver: <http://www.nme.com/home>

Apostar em tais retrancas significa tirar do clipe a sua característica mais evidente: a constante flutuação por ambientes midiáticos. Cambiar por entre circuitos massivos e pós-massivos, ter sido originalmente produzido para exibição na televisão, mas invariavelmente, habitar as instâncias do YouTube vai progressivamente deixando marcas no produto, fazendo com que características aparentemente “originais” vão sendo ressignificadas ao longo dos novos itinerários percorridos. (SOARES, 2009, p. 2)

Podemos inferir que Lady Gaga ressignificou o conceito de videoclipe. Em *Bad Romance*, a cantora pôde explorar enfaticamente a sua potencialidade *camp*, entendido aqui como “senso de exagero, leve histeria, algo que se pode chamar de estética kitsch e que compõe o quadro de uma poética que privilegia um tom acima do natural” (SOARES, 2009, p. 9). Esse “um tom acima do natural” é observado no figurino por vezes bizarro da cantora e em cenas carregadas de aparente *non-sense*.

Talvez esse seja a grande marca diferencial de Lady Gaga, em *Bad Romance*: trabalhar um nível acima do tom convencional. Operar artisticamente sempre no limite entre o facilmente assimilável e o denso, entre o massificado e o pouco acessível, entre o grotesco e o asséptico. Talvez essa contradição seja o elemento responsável pela geração das mais variadas sensações sinestésicas no espectador que assiste ao clipe. *Bad Romance* oscila entre o brilhante e o negro, entre os frenéticos cortes de cena e a suavidade de alguns movimentos das personagens. Talvez resida na contradição o fascínio que a obra provoca na legião de seguidores virtuais ou não que acompanham as peripécias artísticas da cantora.

4 OS ESTEREÓTIPOS FEMININOS PRESENTES NO CLIPE *BAD ROMANCE*

Neste capítulo, estudaremos os estereótipos femininos presentes no videoclipe *Bad Romance*, analisados a partir da observação da peça. Para a classificação dos estereótipos encontrados nessa produção audiovisual, foram relacionados os conceitos de gêneros contemplados pela Psicologia Sócio-Histórica com as impressões do autor deste trabalho extraídas de cada cena. Em alguns casos, foram empregadas análises semióticas baseadas em conceitos estéticos e de apreciação simbólica da cor e indumentária. Em alguns episódios, o conteúdo da letra da canção foi relacionado com o conteúdo imagético do videoclipe.

Fundamentado nesse procedimento metodológico, nove estereótipos femininos foram depreendidos da análise do material. São eles os estereótipos da rainha do lar, da viúva, da mulher histérica, da mulher-anjo, da mulher submissa, da mulher-súcubo, da mulher-objeto, da noiva, da mártir e da assassina passional. Vamos ao clipe.

4.1 Contextualização Inicial: da primeira cena ao primeiro estereótipo.



Ilustração 1 - Cena inicial de *Bad Romance*.

Plano geral⁷. Assim começa o videoclipe, com todas as personagens reunidas numa mesma tomada, distribuídas em três planos e enfileiradas lado a lado. Ao fundo, uma melodia clássica que não faz parte da canção original: um trecho sintetizado de Fuga em B menor de *O Cravo Bem Temperado* de Johann Sebastian Bach. Enquanto o prelúdio se desenrola, a câmara faz um travelling-in em direção ao centro da cena. A composição do cenário é equilibrada. A protagonista está centralizada na tela, em posição de destaque. À sua frente, no primeiro plano, duas mulheres estão deitadas no chão. Entre elas, seis objetos cilíndricos, de cor dourada, possivelmente representações de latinhas de cerveja. No segundo plano, acompanhando a mesma linha onde se situa a protagonista, mais quatro personagens estão distribuídos sendo duas mulheres e dois homens. Um deles, à esquerda do quadro, está sentado sobre a borda de um objeto cênico parecido com uma banheira branca. Dentro dessa banheira há duas mulheres. Do lado direito deste mesmo plano, o outro homem está em pé, mascarado, segurando com a mão direita um objeto semelhante àquelas “latinhas de cerveja” douradas descritas anteriormente. No plano de fundo, o restante das personagens: dezessete pessoas, onze homens e seis mulheres, e um cachorro da raça Dog Alemão. Todos os homens vestem preto, exceto um, que está de branco. Contrastando com a ala masculina, todas as mulheres vestem branco, menos Lady Gaga, a protagonista, que traja um vestido dourado, de mangas bufantes, óculos feitos de lâminas metálicas e um sapato de salto altíssimo, do mesmo material do seu vestido. Todas as personagens estão contidas dentro de uma sala branca, ao

⁷Plano Geral: tipo de enquadramento no qual todo o ambiente da cena é compreendido;

Plano Aberto: tipo de enquadramento no qual apenas os objetos de cena principais são evidenciados;

Plano Americano: tipo de enquadramento no qual apenas 2/3 da personagem principal da cena é exposto;

Plano Médio: tipo de enquadramento no qual apenas metade da personagem principal da cena é exposta;

Plano Próximo: tipo de enquadramento no qual apenas 1/3 da personagem principal da cena é exposto;

Close: tipo de enquadramento no qual apenas o rosto da personagem principal de cena é exposto;

Plano Detalhe: tipo de enquadramento no qual apenas uma parte pequena do corpo da personagem principal de cena principal ou de algum objeto de cena é exposta;

Travelling-in: movimento de câmara no qual há o deslocamento do eixo do dispositivo em direção ao objeto filmado;

Travelling-out: movimento de câmara no qual há o deslocamento do eixo do dispositivo em direção oposta ao objeto filmado;

Travelling Vertical: movimento de câmara no qual há o deslocamento do dispositivo para cima e/ou para baixo sobre o seu próprio eixo;

Panorâmica: movimento de câmara no qual há o deslocamento do dispositivo sobre o seu próprio eixo;

Cena: unidade dramática de um filme que se passa em um mesmo cenário;

Corte seco: forma de transição entre um quadro e outro feita de maneira imediata;

Fade-in: forma de transição entre um quadro e outro feita de maneira suave, na qual a imagem surge gradualmente a partir de uma tela completamente escura;

Fade-out: forma de transição entre um quadro e outro feita de maneira suave, na qual há um escurecimento gradual da imagem na tela;

Plongé: ângulo de câmara através do qual o objeto de cena é filmado de cima para baixo.

que tudo indica, hermeticamente fechada e bem iluminada. Sensação de assepsia e clausura em quem vê a cena.

4.2 A Rainha do Lar

Corte seco mais travelling-in. As personagens estão imóveis. Seus rostos apresentam expressões vazias. Gaga, que aparece nesta seqüência recostada estranhamente em um trono, segura o botão de um dispositivo eletrônico ligado a um par de amplificadores pretos. Só depende dela a manutenção do prelúdio de Bach. Ela é a soberana da cena, a mulher que comanda o início da verdadeira trama do videoclipe ou o abortamento da narrativa. Se Gaga está situada em posição de destaque no enquadramento, vestindo uma roupa dourada (cor de realeza), segurando um instrumento de comando, ela é a rainha da ação. Queen Gaga.



Ilustração 2 - Estereótipo "rainha do lar".

Corte seco mais travelling-in. Close na face de Lady Gaga. A tensão da cena aumenta... O espectador está na eminência de assistir ao início da narrativa do clipe. Corte seco. Plano detalhe na mão esquerda da protagonista. Seu dedo indicador libera o botão que mantinha o fundo musical de *O Cravo Bem Temperado*. Sustos. A personagem vivida pela cantora se espanta com um grito que sai dos amplificadores. *Oh oh oh oh oh oh oh oh-oh-oh/ Caught in a bad romance*⁸! A história do romance ruim que Lady Gaga tanto deseja começa.

Corte seco mais panorâmica horizontal. A câmera, girando sobre seu próprio eixo, percorre todas as paredes do cenário. Percebe-se, então, que o ambiente é uma sala em forma

⁸ Tradução do grifo em itálico: “Oh oh oh oh oh oh oh oh-oh-oh/ Pega em um romance ruim” (trecho da canção *Bad Romance*)

de paralelepípedo. Enquanto a câmera executa o seu movimento, um feixe de luz branca muito brilhante acompanha o seu foco, revelando pouco a pouco os detalhes do cenário. Neste momento as luzes estão apagadas. Um clima de pavor e curiosidade toma conta do ambiente. A passagem de uma parede para outra é feita através de cortes secos. Alguns objetos de cena são iluminados pelo clarão branco. Três garrafas de uma bebida chamada de *Lex Nemiroff*. Quatro esquifes brancos ovóides, um deles com a inscrição *Monster*, em vermelho. Corte seco. Breu. A tensão aumenta ainda mais.

Gradativamente, as luzes do ambiente se acendem. Penumbra. Fixado na parede transparente frontal do cenário cúbico, aquilo que pode ser o nome verdadeiro do local: *Bath Haus of Gaga*. Traduzindo ao pé da letra, a *Casa de Banho de Gaga*. Por que não sauna? Tudo dentro desse lugar lembra uma sauna: as paredes são todas revestidas de pastilhas brancas; há batentes sobre os quais as personagens do clipe podem repousar; até jatos de fumaça branca, parecida com o vapor que exala das saunas tradicionais, são pulverizados dentro da caixa-cenário. A Casa de Banho de Gaga. Por que não só Casa de Gaga? Nenhuma das personagens que apareceram até este momento no clipe estava vestida com indumentária própria para o banho. Os homens todos usavam calças compridas e camisas. Algumas mulheres estavam de vestido, outras usavam colant e botas. Não há chuveiros no local e a umidade aparente da cena é provocada por jatos de gelo-seco. Conclusão: o cenário não se constitui como sauna e, sim, como casa. A caixa branca onde o enredo se desata é a unidade mínima do conceito ocidental de casa: um lugar cercado por paredes verticais, protegido por um teto, contendo vias de acesso ao seu interior. *Bath Haus of Gaga*: a Casa de Banho de Gaga... Sua casa, seu lar.



Ilustração 3 - Bath Haus of Gaga: a "casa" da protagonista do videoclipe.

Voltemos ao início do vídeo ou à quinta linha do segundo parágrafo deste tópico. Lady Gaga é a soberana da cena. Sentada em seu trono, ela é a rainha do lugar. Rainha do lar. Eis o primeiro estereótipo feminino do clipe. Gaga doméstica, dona de casa. Modelo antigo de mulher, típico da sociedade burguesa do século XIX. De acordo com Ivia Alves (2002), autora do ensaio *Imagens da Mulher na Literatura, Modernidade e Contemporaneidade*, no qual faz um comentário acerca das imagens atribuídas à mulher presentes na literatura brasileira do período da modernidade até a contemporaneidade, “desde o começo da Modernidade, a representação da mulher torna-se homogênea, apresentando ‘modelos’ definidos (...) para o ambiente doméstico” (ALVES, 2002, p. 85). Rainha do lar, estereótipo nada original a ser trabalhado por uma artista nascida praticamente no século XXI. Imagem feminina pouco coerente com o comportamento público e pessoal de Germanotta: mulher de personalidade marcante e transgressora. Mas, por que Lady Gaga apresenta um estereótipo tradicional na construção da protagonista do seu videoclipe? Crítica social, talvez. Talvez Gaga queira alertar a sociedade, especialmente as mulheres contemporâneas, para a permanência de um estereótipo “inadequado” para os moldes atuais de comportamento feminino. Corte seco no comentário sobre o primeiro estereótipo evidenciado. Voltemos ao clipe.

As luzes não se acenderam completamente. Vê-se a silhueta daquele que pode ser o nome verdadeiro do local: *Bath Haus of Gaga*. Corte seco mais foco nos esquifes brancos ovóides. Glossolalia⁹. Ra ra ah ah ah/ Rama roma ma ah/ Gaga uh-lalah ah/ Want your bad romance. Enquanto a protagonista balbucia esse trecho da canção, uma seqüência de oito cortes secos é executada. Cada quadro revela um detalhe do momento da saída de cada criatura bizarra de dentro de seus casulos brancos. Que criaturas são essas? Releituras estilizadas de vampiras? Não, pois carecem dos caninos avantajados em forma de presas. Mortas-vivas? Talvez. Seus corpos contorcidos ao saírem da tumba lembram os zumbis do clipe *Thriller* (1982) de Michael Jackson. Zumbis-fêmeas de colant branco, máscaras brancas e botas brancas de salto alto. Mulheres zumbis dançantes. Mortas-vivas sensuais. Há certa relação entre a coreografia executada em *Bad Romance* e em *Thriller*, de algumas décadas atrás. Daí surge a comparação entre as personagens saídas dos esquifes e os zumbis pertencentes à história “videoclíptica” do mundo Pop.

⁹ O conceito de glossolalia é entendido neste trabalho como sendo “a capacidade humana de vocalização cuja característica constituidora é justamente a ausência de referencialidade e, na quase totalidade dos casos, a inexistência de estruturas rígidas e pré-definidas; sua abertura” (OLIVEIRA JR., 2004, p. 18).

4.3 A viúva

Corte seco mais plano aberto. Foco na ação da protagonista que aparece nesta altura do clipe dentro daquele objeto cênico branco em forma de banheira. Nesta tomada, o ambiente está completamente iluminado. A personagem principal aparece vestida com uma roupa branca feita de tecido sintético transparente lembrando a textura e o aspecto de papel vegetal. A composição da cena é equilibrada. A banheira está situada bem no centro do quadro. Gaga aparece com os cabelos desgrenhados, tingidos de louro quase branco, com algumas mechas alaranjadas. Corte seco, plano americano, câmera em plongé. Mais um pouco da seqüência coreográfica. Corte seco mais plano próximo, foco em Lady Gaga dentro da banheira. Dois cortes secos mostrando a continuação da seqüência coreográfica e... Espelho, espelho meu. Gaga aparece vestida de preto de frente para um espelho ornamentado com uma moldura branca em estilo *art nouveau*. A posição em que ela está remete o observador instantaneamente ao universo das histórias infantis. Gaga-bruxa-da-Branca-de-Neve. Bruxa ou rainha má? A indumentária da protagonista é composta por um vestido totalmente preto, que vai até a metade das coxas, gola cacharrel e mangas longas; meia-calça preta e sandália da mesma cor. Alguns acessórios quebram a previsibilidade do modelo: um par de óculos escuros e um ornamento para a cabeça, uma coroa¹⁰ estilizada. Coroa. Lady Gaga aparece como rainha pela segunda vez. Rainha das trevas, que admira seu reflexo sob a penumbra do cenário. Rainha negra. Rainha de luto. Viúva. Eis o segundo estereótipo feminino presente em *Bad Romance*.



Ilustração 4 - Estereótipo da "viúva".

¹⁰ Peça desenvolvida conceitualmente pela *Haus of Gaga*, equipe de criativos que dá suporte às performances de Lady Gaga.

O motivo através do qual concluímos que Lady Gaga representa uma viúva no videoclipe é a predominância do negro em seu figurino. Analisando esse matiz simbolicamente, temos que

O preto é a cor do luto (...) no Ocidente. O luto preto, por sua vez, é, poder-se-ia dizer, o luto sem esperança (...) a perda definitiva, a queda, o retorno ao nada. O preto como evocação da morte está presente nos trajes de luto e nas vestes sacerdotais das missas de mortos ou da Sexta Feira Santa. (CHEVALIER e GHEERBRANT, 2009, verbete: PRETO)

Morte e luto. Se Gaga é a viúva da história, onde está seu marido? A personagem-cônjuge da cantora ainda não foi revelada. Mas ela aparecerá na trama e a causa de sua morte, já antecipando fatos ainda por vir no enredo, é um assassinato.

4.4 A Mulher Histórica

Corte seco. Voltando ao clipe. Plano médio mais foco em Lady Gaga dentro da banheira. Cabelos desgrenhados, mãos segurando nas bordas do objeto, dedos contorcidos. Algo chama a atenção para os olhos da cantora. Corte seco. Não há como precisar, pois esta tomada aconteceu rapidamente. Plano aberto abrangendo Gaga e as bailarinas-zumbis ainda na continuação da primeira seqüência coreográfica. Mais seis cortes secos para mostrar os detalhes da performance. Enquanto as tomadas se sobrepõem, flashes de Gaga vestida de rainha negra e dentro da banheira se intercalam dentro da seqüência. Ao final dessa cadeia de imagens truncadas, uma surpresa. Close em Lady Gaga dentro da banheira. Sustos. Os olhos da protagonista estão enormes, completamente fora das proporções humanas. Mais uma criatura bizarra apresentada no videoclipe.



Ilustração 5 - Lady Gaga como boneca.

Qual a sua função na trama? Mais importante, neste momento, do que definir um papel para essa personagem é tentar classificá-la. A maquiagem utilizada para compor a tez dessa figura retira-lhe o visco e tom de uma pele humana natural, conferindo-lhe um aspecto de pele sintética, feita de plástico. A tonalidade rosa do batom e o alaranjado da peruca desgrenhada dão aos lábios e aos cabelos feitiços artificiais. Personagem feminina de olhos esbugalhados, quase saltando para fora das órbitas; cílios grandes, negros e bem delineados, tão artificiais quanto os cabelos e os lábios. O que seria essa criatura? Pele de plástico, cabelos artificiais, olhos grandes e desproporcionais às medidas do rosto: uma boneca. Não uma boneca qualquer. Boneca transtornada. Prosopopéia. Enquanto a personagem-brinquedo dubla a canção, sua mão esquerda contorcida, apoiada sobre a beira da banheira executa movimentos bruscos e repetitivos. Tique nervoso, indício de histeria. Personificação. Mulher boneca. Boneca e histeria. Mulher histérica: terceiro estereótipo feminino.



Ilustração 6 - Gaga simulando tique nervoso com a mão esquerda.

Antes de mostrar as características apresentadas por Gaga enquanto personagem-boneca que possuem relação com quadros agudos de histeria, faz-se necessária uma pausa para breve explanação sobre o assunto. Histeria é um transtorno psicossomático decorrente,

na maioria dos casos, de situações traumáticas vivenciadas durante a infância. Dentre os sintomas da histeria feminina, destacam-se

neuralgias e anestésias de naturezas muito diversas (...), contraturas e paralisias, ataques histéricos e convulsões epiléptóides (...), *petit mal* e perturbações da ordem dos *tiques*, vômitos crônicos e anorexia, levados até o extremo de rejeição de todos os alimentos, várias formas de perturbação da visão, alucinações visuais constantemente recorrentes, etc. (BREUER e FREUD, 2006, p. 19)

Voltando ao clipe. Paramos na tomada em close na qual Lady Gaga aparece pela primeira vez evidenciando os olhos esbugalhados de boneca. A cantora está debruçada na beira da banheira executando movimentos bruscos e repetitivos com a mão esquerda, simulando um tique nervoso. Primeiro sintoma de histeria. Corte seco mais plano aberto. De volta à continuação da primeira seqüência coreográfica. Mais dois cortes secos intercalando imagens das bailarinas-zumbis dançando na sala à meia luz e de Gaga-boneca deitada na banheira. O semblante relaxado da cantora no momento em que repousa no objeto cênico sofrerá uma transformação logo em seguida. Corte seco. Mais coreografia. Corte seco e plano próximo. Outra cena. A protagonista está sentada na banheira. Nesta tomada, Gaga olha direta e profundamente para a câmera, como se encarasse o espectador. Lapso. Dois vultos femininos surgem. Rapina. As duas mulheres agarram Gaga pelos braços e a puxam violentamente para fora da banheira. Uma seqüência de sete cortes secos é realizada. As tomadas que compõem essa seqüência intercalam partes da execução coreográfica e da retirada da protagonista da banheira. Lady Gaga se debate, esperneia: exemplo claro de perturbação e ataque histérico, segundo sintoma de histeria. Voltando à descrição da cena, as duas mulheres rasgam a roupa de Lady Gaga, deixando-a nua da cintura para cima. A protagonista tenta se desvencilhar delas, em vão. No fim, Gaga se rende, não sem antes dar uma amostra do terceiro sintoma de histeria. Após ser dominada pelas duas mulheres, Lady Gaga tem que beber um líquido incolor servido numa taça transparente, semelhante a uma taça de cristal.



Ilustração 7 - Lady Gaga simulando situação de rejeição alimentar.

A protagonista rejeita a bebida. As duas mulheres, então, forçam-na a tomar o conteúdo da taça: uma segura a cabeça da cantora, pressionando suas bochechas para que abra a boca, enquanto a outra mulher derrama o líquido para dentro da boca entreaberta. Gaga cospe a bebida no rosto da mulher que lhe serviu. Rejeição alimentar, sintoma de histeria possível de ser relacionado analogamente à cena.

Por que Gaga é representada como boneca? Por que ela está dentro de uma banheira? Por que é agredida por duas mulheres desconhecidas, tem sua roupa rasgada e é forçada a beber um líquido contra a sua vontade? Essas indagações são o prelúdio das respostas que estão por vir. Continuemos com a descrição das cenas e do enredo, que os esclarecimentos aparecerão naturalmente.

4.5 A Mulher-Anjo

No meio da seqüência de tomadas em que Gaga é dominada e forçada a tomar o líquido da taça de cristal, uma surpresa. Subitamente, é revelado mais um estereótipo feminino, o quarto de nossa lista. Corte seco mais super-close. O rosto de Gaga preenche a tela quase que integralmente. A cantora aparece com pouca maquiagem, sem batom, com cílios postiços e aparentemente despida (o ângulo da câmera, em plongé, permite somente a visualização dos ombros nus da protagonista). Gaga está chorando e cantando: *Caught in a bad romance*. Talvez este seja o motivo do seu pranto. A cantora foi pega em um romance ruim. Mas não seria este o seu real desejo: ter um romance ruim? É o que diz a letra da canção. De volta ao super-close. Apesar do choro, Gaga conserva uma feição plácida. O cenário, ao fundo está completamente iluminado. Cândido lugar. Lady Gaga parece cantar

envolta em nuvens. Sensação de plenitude. Algumas mechas loiras caem por sobre a face reluzente da cantora. Angelical imagem feminina. Mulher-anjo. Eis mais um estereótipo.

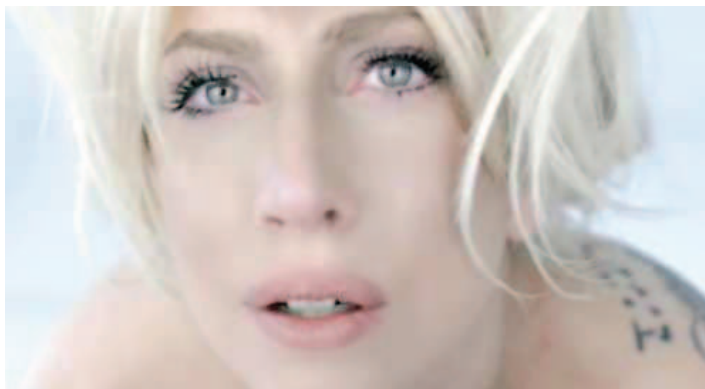


Ilustração 8 - Estereótipo da "mulher-anjo".

Mulheres-anjo são representações femininas encontradas amiúde nos romances românticos produzidos no século XIX. Para os escritores pertencentes ao Romantismo, existiam três modelos femininos básicos: as mulheres-anjo, as mulheres-sedução e as mulheres-demônio. De acordo com a ensaísta Ivya Alves (2002), citada anteriormente, mulheres-anjo e mulheres-sedução eram dois perfis de mulher aceitos pela sociedade de então. O primeiro perfil era representado por mulheres loiras, caucasianas. Já as mulheres-sedução eram morenas, detinham o apelo sexual e a aura de mistério típico das heroínas dos romances brasileiros. O tipo mulher-demônio, representada pela mulher tentadora ou que possuía uma sexualidade exacerbada, constituía um perfil de mulher repudiado socialmente naquele mesmo período (a descrição deste tipo feminino será mais bem explorada futuramente, quando este estereótipo for apresentado no decorrer do clipe).

Como se pode notar, mais uma vez, Lady Gaga se inspira em estereótipos femininos tradicionais para compor suas personagens em *Bad Romance*. Mediante a observação da aparência da personagem vivida pela cantora na tomada descrita no antepenúltimo parágrafo acima, podemos afirmar que a protagonista possui características de mulher-anjo, uma vez que esse modelo feminino representa a mulher “frágil, ingênua e apropriada para o casamento e, por conseguinte, para a procriação e zelo da casa, dos filhos e do marido, ou seja, a ‘rainha do lar’” (ALVES, 2002, p. 109). Mulher-anjo e rainha do lar. Até esta altura do videoclipe, Lady Gaga mantém certa uniformidade no emprego de estereótipos femininos utilizados nesta produção. Das quatro representações femininas já expostas, três possuem relação estreita com o universo doméstico. São elas: a rainha do lar, a viúva e a mulher-anjo.

De volta ao clipe, estávamos na parte em que Lady Gaga era violentamente retirada de dentro da banheira branca por outras duas mulheres. Como já foi dito, enquanto a protagonista era dominada pelas coadjuvantes e forçada a beber um líquido servido numa taça de cristal mais dois estereótipos eram revelados: o da mulher histérica e o da mulher-anjo.

O enredo do clipe está prestes a fazer sentido. Até o presente momento, a descrição do clipe, a trama e a aparição dos estereótipos parecem estar pouco amarradas, haja vista o modo de organização caótico das seqüências. Atenção para as próximas tomadas.

4.6 A Mulher Submissa

Corte seco mais plano médio. Lady Gaga aparece neste quadro envolta em uma manta marrom-claro, feita de tecido rústico, pichada com algumas inscrições. Ela está cercada por suas bailarinas, todas vestidas com maiô branco, de mangas compridas e gola alta e botas brancas de salto alto. Nesta tomada, Gaga aparece usando um adereço na cabeça difícil de ser definido. Ele é meio diadema, meio coroa e imita uma teia de aranha cravejada de brilhantes. O cenário está completamente iluminado. Subitamente, três dançarinas, de um total de sete, se aproximam da cantora e tentam arrancar-lhe a manta. Gaga resiste, mas tem a manta arrancada de seu corpo. A protagonista escondia sob o cobertor uma espécie de lingerie estilizada, feita seguindo o mesmo modelo do seu diadema-coroa. A manta é arremessada para longe. Acesso de timidez: Gaga leva as mãos aos seios e à genitália. Corte seco, plano geral. Pela primeira vez (com exceção da seqüência inicial, onde os participantes do clipe são apresentados), as personagens masculinas aparecem na trama: oito homens vestidos de preto, alguns sem camisa, sentados em cadeiras brancas dispostas em meia-lua. Entre eles, duas mesinhas circulares, sobre as quais existem garrafas de *Lex Nemirot*. Todos seguram uma espécie de controle remoto. Imóveis, em primeiro plano na cena, observam Lady Gaga ser despida pelas mulheres.



Ilustração 9 - Homens observando as mulheres.

Corte seco mais close em uma personagem masculina em especial: homem caucasiano e bem apessoado. Essa personagem usa uma espécie de focinheira dourada que lhe cobre apenas o queixo. Corte seco mais plano americano. Lady Gaga é acuada pelas bailarinas. Três delas suspendem a cantora e a carregam em direção aos homens. Em seguida, empurram a protagonista contra o chão. A cantora cai de joelhos, levanta-se, executa uma parte da coreografia e novamente, por vontade própria, ajoelha-se. Depois disso, sai engatinhando em direção ao homem que usa a focinheira dourada. Gaga ajoelhada aos pés dos homens, em atitude de reverência à superioridade masculina? Possivelmente. Gaga submissa. Gaga mulher. Mulher submissa: quinto estereótipo feminino presente no videoclipe.



Ilustração 10 - Lady Gaga rastejando, em aparente situação de submissão.

O estereótipo feminino da mulher submissa mostrado na cena que acabou de ser descrita diz respeito ao jogo de poder presente nas relações entre homens e mulheres. Para muitos pesquisadores que trabalham com a construção social do gênero, entre esses, a estudiosa Joan Scott (1990, p. 16)

O gênero é um primeiro campo no seio do qual, ou por meio do qual, o poder é articulado. O gênero não é o único campo, mas ele parece ter constituído um meio persistente e recorrente de dar eficácia à significação do poder no Ocidente, nas tradições judaico-cristãs e islâmicas. [...] Estabelecidos como um conjunto objetivo de referências, os conceitos de gênero estruturam a percepção e a organização concreta e simbólica de toda a vida social.

No trecho do clipe acima descrito, o arranjo das personagens na composição da cena é o primeiro indicativo simbólico da demonstração do poder masculino. Nessa parte, todos os homens aparecem em primeiro plano, ocupando posição de destaque no quadro, enquanto as mulheres são colocadas ao fundo. A disposição em semicírculo da ala masculina nesse

momento do clipe dá a impressão em quem assiste à cena de que os homens estão cercando, tangendo, dominando as mulheres.

A representação da mulher submissa é trabalhada de maneira curiosa por Lady Gaga em *Bad Romance*. Curiosa porque é a própria cantora que decide se ajoelhar diante dos homens no clipe, ocupando uma posição de ser submisso. Gaga, nesse momento, representa as mulheres que se deixam inferiorizar por vontade própria. Mulheres que não combatem de forma ativa o machismo ainda presente na sociedade contemporânea. O “machismo feminino” também é explorado na descrição da referida cena. Um indício dessa categoria especial de machismo aparece no instante em que as bailarinas, representando a comunidade feminina em geral, carregam Lady Gaga e a levam em direção ao semicírculo de homens. Mulheres entregando outras mulheres para o deleite masculino. Crítica social ou ironia? Talvez esse seja mais um exemplo “gagaísta” de polissemia simbólica.

4.7 A Mulher-Súcubo

Concluídos os comentários acerca do estereótipo da mulher submissa, do machismo feminino e da relação de poder entre os gêneros evidenciados em *Bad Romance*, seguiremos com a descrição do videoclipe. Voltemos à parte em que Lady Gaga está envolta na manta marrom-claro. Como já foi dito, a protagonista é violentamente descoberta e carregada para ser entregue aos homens que assistem a essa cena. Enquanto a ação se desenvolve, um corte seco é inserido quebrando a seqüência cronológica de inserção de imagens. Plano aberto. Escuridão. *I want your horror, I want your design*¹¹. Música e imagem se complementam nesta tomada: Lady Gaga aparece em pé, revelando apenas a silhueta do seu perfil, encostada numa estrutura tubular feita de material semelhante ao metal.



Ilustração 11 - Lady Gaga representando um súcubo em plano geral.

¹¹ Tradução do grifo em itálico: “Eu quero seu horror, eu quero seu estilo” (trecho da canção *Bad Romance*).

O aspecto do local lembra o de uma masmorra. Horror e sensualidade. A cantora está quase completamente nua, seu figurino é composto por apenas duas peças: um par de botas, cuja cor real é difícil de ser definida por conta da falta de iluminação no local, e por um adorno nos cabelos. Asco. O adereço de Gaga é um morcego albino empalhado.



Ilustração 12 - Detalhe do figurino.

Asqueroso também é o dorso da personagem, revelado em alguns flashes durante a apresentação da segunda seqüência coreográfica. A posição contorcida de Gaga evidencia as vértebras de sua coluna, neste quadro, semelhantes às placas córneas de répteis crocodilianos.



Ilustração 13 - Lady Gaga representando um súcubo em plano americano.

Monstro bizarro. As proporções do corpo da protagonista foram distorcidas para a criação dessa personagem. Braços muito finos, unhas afiadas em forma de garra, pernas ligeiramente alongadas em relação ao torso. A cintura demasiadamente estreita desse ser acentua as curvas dos seus quadris, conferindo-lhes um aspecto avantajado. Corte seco mais plano médio. Nessa tomada, o monstro aparece de costas, segurando a estrutura tubular com a mão esquerda. Com o braço direito, cobre os seios. Mão direita na boca. Sorriso acintoso nos lábios. O monstro, meio mulher, meio morcego, balança os quadris de maneira sexualmente

convidativa. Monstro tentador. Simultaneamente mulher e morcego. Vampiro sexual que ataca e seduz nas trevas. Um *súcubo*¹².

Para a elaboração deste trabalho, uma revisão bibliográfica foi conduzida para verificar se a imagem dos súcubos poderia ser, ou não, classificada como um estereótipo feminino. Depois de muito se buscar na literatura, não foi encontrada nenhuma informação substancial sobre a referida questão. Entretanto, como já foi mencionado neste trabalho, estereótipos são representações coletivas, socialmente aceitas por um determinado grupo de indivíduos. Súcubos também são representações coletivas. Dessa maneira, apesar de não ter sido encontrada nenhuma relação explícita entre os termos na bibliografia pesquisada até a conclusão deste trabalho, pode-se inferir que ambas as expressões possuem alguma relação (ainda que aparentemente remota). Contudo, em se tratando de arte nada pode ser tido como absoluto. Fica a reflexão.

4.8 A Mulher-Objeto

Voltemos ao clipe. Gaga-súcubo se movimenta provocantemente. Música e imagens do clipe estão prestes a coincidir mais uma vez. Corte seco. *You know that I want you/ And you know that I need you*. Plano médio: o demônio continua a se mexer.



Ilustração 14 - Lady Gaga representando um súcubo executando coreografia sedutora.

¹² Representação de demônios sexuais típicos da Idade Média que tentavam os homens enquanto dormiam à noite, sugando-lhes a energia vital, revelando, assim um caráter vampiresco. Para Isabel Freire, mestranda pela Universidade Federal do Ceará e autora do artigo O homem: possessão sexual, vampirismo e pecado original no romance de Aluísio de Azevedo, a imagem que se faziam dos súcubos, na época, era a de uma criatura “asquerosa, grotesca e bestial, porém, quando do momento da possessão, eles se revestiam de uma beleza sem igual; consumado o ato, reassumiam a forma original repugnante”.



Ilustração 15 - Lady Gaga executando coreografia *lap dance*.

'Cause I'm a free bitch, baby. Será mesmo Lady Gaga uma “vagabunda” livre, como ela mesma afirma nesse trecho da canção? Veremos. Corte seco, plano aberto. Depois de engatinhar em direção ao homem de focinheira dourada no centro da meia-lua, Gaga se levanta e senta em seu colo, de frente para ele. A cantora executa então uma coreografia erótica típica de dançarinas que trabalham em casas de strip-tease: *lap dance*. Até este momento, Gaga sustenta a imagem de vagabunda livre.

A ação é assistida pelo restante da ala masculina da cena, que opera os seus respectivos controles-remotos. Corte seco mais plano próximo. A imagem da cara de um gato da raça Sphynx (raça de gatos sem pêlos) miando. Tomada intrusa. Corte seco mais *travelling* vertical: a câmera desliza pelo tórax de um homem vestido com uma camisa preta sentado numas das cadeiras da meia-rodada até chegar na sua mão. Ele movimenta a alavanca do seu controle-remoto. Corte seco. Plano detalhe mais *travelling* horizontal. A câmera percorre nesta seqüência uma fileira de notebooks dispostos um atrás do outro.



Ilustração 16 - Computadores registrando o lance final de Lady Gaga.

Na tela dos aparelhos aparecem as seguintes informações dispostas de cima para baixo: o nome de Lady Gaga, um cronômetro em contagem regressiva, um valor quantitativo expresso em alguma unidade monetária e por último uma caixa de texto verde com a expressão “bio”. No momento em que a cifra atinge o valor um milhão, a caixa de texto começa a piscar, mostrando a expressão “sold” (vendida, em inglês). Lady Gaga é arrematada

por um milhão de unidades monetárias fictícias. A cantora é uma mera peça de leilão. Vagabunda livre? Não mais.

Agora as peças deste quebra-cabeça caótico de *Bad Romance* começam a se encaixar e algumas das indagações feitas anteriormente podem ser esclarecidas. Por isso Gaga estava dentro daquele objeto cênico branco em forma de banheira: a cantora estava tomando banho para ser leiloada “limpa”. Por isso Gaga foi assistida por duas outras mulheres, suas amas, para ser preparada e vestida para o leilão. Por isso Lady Gaga foi representada como uma boneca histórica no início do clipe. Mulher-boneca. A *boneca sexuada*¹³ de Baudrillard (1995, p. 158): brinquedo sexual de homens adultos. Boneca: objeto. Mulher transformada em coisa. Mulher-objeto: peça de leilão, mais um estereótipo feminino.

A dinâmica de um leilão possui relação com a dinâmica da apropriação, no caso de *Bad Romance*, apropriação de um corpo feminino por um homem. Apropriação e dominação. Novamente, mais um indício simbólico das relações e dicotômicas de poder entre os gêneros é apresentado no videoclipe. Para Albano (2008, p. 60), a “necessidade’ de empoderamento humano” está vinculada à estrutura social e cultural em que se estabeleceram, ao longo da História, estereótipos de dominação, que vieram a legitimar as desigualdades entre homens e mulheres. Em *Bad Romance*, temos de um lado o homem de focinheira dourada, representando o detentor do poder, o comprador, o dominante. Do outro lado, Lady Gaga, o ser humano coisificado, a mercadoria, a parte dominada. Essa dicotomia gerou o estereótipo da mulher-objeto.

4.8.1 Mulher-Objeto: Objeto Sexual

De volta ao clipe. O enredo da produção começa a tomar contornos mais definidos. Como vimos, o videoclipe narra a história de uma mulher, leiloada para um homem, que a arremata pela quantia um milhão de unidades monetárias. Até Gaga ser transformada em peça de leilão, aparecem na trama inúmeras personagens inusitadas: rainhas douradas, rainhas viúvas, zumbis-fêmeas sensuais que saem de esquifes brancos, bonecas transtornadas, mulher-monstro (súcubo). Antecipando mais uma vez fatos a serem apresentados, haverá ainda um assassinato. O final de *Bad Romance* se aproxima.

¹³ Expressão entendida como: “No caso da boneca sexuada (equivalente do sexo enquanto *brinquedo* e manipulação infantil) – é necessário ter já dissociado a sexualidade como totalidade (...) para poder circunscrever os *signos sexuais* (órgãos genitais, nudez, atributos sexuais secundários, significação erótica generalizada de todos os objectos) e os adscrever ao indivíduo como propriedade privada.” (BAUDRILLARD, 1995,p. 159)

Voltemos à descrição do clipe. Estávamos na cena em que Lady Gaga era arrematada. Corte seco mais plano geral. A cantora e as suas dançarinas continuam a executar a segunda seqüência coreográfica. Corte seco, plano médio: Lady Gaga interpretando o demônio súcubo passa a mão pelos quadris, cintura e costelas. Monstro provocante. Durante a exibição do videoclipe, muitos estereótipos apresentados no início da produção são frequentemente recuperados e inseridos dentro de outras seqüências. Corte seco, plano aberto. Nessa tomada, Gaga aparece no centro do quadro, vestida com uma lingerie preta, um sapato de salto altíssimo e um enorme rosário feito de pedras brilhantes envolta do pescoço. Gaga beata? Talvez. Através de um buraco no teto, uma chuva de diamantes cai sobre a cantora vinda de um clarão logo acima da fenda aberta no cenário. A protagonista se encontra no meio de um círculo formado pelos mesmos homens presentes no leilão. Eles estão vestidos de preto, sentados em cadeiras brancas, assistindo Gaga receber a chuva de diamantes. Possível exibicionismo de mão dupla: Gaga é vista pelos homens e se vê através dos olhos deles. Como diria Berger (1999, p. 11), “Logo depois de podermos ver, nos damos conta de que podemos também ser vistos. O olho do outro combina com nosso próprio olho de modo a tornar inteiramente confiável que somos parte do mundo visível”.

Ainda nessa mesma cena, câmera executa um movimento chamado travelling horizontal e percorrendo uma trajetória circular captando imagens das costas dos homens. Vertigem. Alguns flashes de tomadas mostrando a execução da segunda seqüência coreográfica são novamente inseridos até que... Corte seco mais plano médio. Gaga aparece dentro do círculo de homens novamente. A câmera está bem próxima da cantora. Detalhes do seu figurino são revelados. Além da lingerie, a protagonista usa uma máscara feita de tecido fino, que permite que se enxergue os seus olhos. O rosário utilizado para compor o figurino, de tão grande, laça os ombros, tórax e pernas da personagem. A cruz do objeto sagrado encontra-se repousada sobre a região púbica de Lady Gaga. Profanação? Ironia? Proteção à castidade? Estaria Gaga mais uma vez devorando imagetivamente traços performáticos da cantora pop Madonna originalmente encontrados no videoclipe *Like a Prayer* (1989)? Qualquer interpretação é válida. Corte seco mais plano aberto. De volta à cena em que Gaga executa a segunda seqüência coreográfica. Estamos no terço final do clipe. Para concluir a coreografia, Lady Gaga faz o sinal da cruz. Por que a cantora abençoaria a si própria? Talvez, pedisse a misericórdia divina para abençoar a relação com o homem que a arrematou. Através desse gesto, Gaga, aparentemente, sacramenta a união que acabou de ocorrer. O clímax do enredo se aproxima.

Corte seco, plano médio. Gaga aparece nesta nova cena usando um figurino composto por uma lingerie preta, sapatos de salto alto, óculos escuros e uma espécie de espartilho feito de metal prateado reluzente. Conectada ao espartilho está uma estrutura de metal comporta por cinco órbitas feitas do mesmo material do espartilho. Espartilho armadura. Blindagem. Mulher biônica. Ciborgue: híbrido do humano e do robótico. Gaga precisará ser uma criatura híbrida para praticar o seu último ato em *Bad Romance*.

De volta ao clipe. Após o fim da tomada na qual Gaga-ciborgue aparece, uma seqüência de mais seis cortes secos é processada. Cada frame mostra respectivamente imagens da cantora trajando o rosário, da continuação da segunda seqüência coreográfica e da protagonista caracterizada de ciborgue. Feita dessa maneira, a edição do vídeo promove em quem assiste ao clipe uma sensação de aceleração temporal.

Corte seco mais plano detalhe nos pés de Lady Gaga. Música e imagem coincidem novamente. *Walk, walk fashion, baby!* A cantora está usando nessa tomada um sapato excêntrico, criação do estilista Alexander McQueen.



Ilustração 17 - Lady Gaga calçando os sapatos-tatu.

Sapato-tatu: batizado assim por possuir mesmo formato arqueado do corpo do animal. Sapato-tabu. A criação de McQueen mantém relação estética e funcional bastante estreita com os *sapatos-lótus* originários na China.



Ilustração 18 - Comparação entre um sapato-lótus e um sapato-tatu.

Os sapatos-lótus, abolidos oficialmente da cultura chinesa no século XX, eram pequeninos e pontiagudos sapatos feitos de seda, bordados com desenhos variados, que representavam o padrão de beleza feminina para as famílias de classe elevada da China entre os séculos XIV e XIX. Esses calçados deveriam ter no máximo 3 polegadas ou 10 centímetros de comprimento. Para que as mulheres adultas da sociedade chinesa da época pudessem calçar os sapatos-lótus, um longo e doloroso processo, composto de sucessivas amarrações precisava ocorrer durante anos. As amarrações e apertos começavam a ser feitos nos pés das meninas chinesas quando essas atingiam a idade de três anos. As chinesas que possuíam os minúsculos e delicados, porém deformados e muitas vezes aleijados, pés de lótus conseguiam se casar mais facilmente. Os homens daquela época tinham verdadeiro fetiche pelos sapatos e pelos pés femininos de três polegadas. Esse fetiche masculino bizarro também estava ligado a questões de poder e dominação presentes nas relações entre homens e mulheres. Isso porque, como o processo de enlaçar os pés começava muito cedo na vida das garotas chinesas, muitas delas eram “incapazes de dançar e tinham dificuldades de locomoção” (THE VIRTUAL MUSEUM OF THE CITY OF SAN FRANCISCO, 2010). Uma vez incapazes de se deslocarem por grandes trajetos, as mulheres com pés de lótus ficariam, naturalmente e conseqüentemente, presas aos limites geográficos de suas casas. Sendo assim, os sapatos de lotos representavam grilhões sociais para as mulheres, impedindo-as de se distanciarem do universo doméstico. O sapato-tatu pode ser interpretado nessa situação, assim como o sapato-lótus, como sendo a representação material da clausura feminina ao limites da casa e da submissão das mulheres aos desejos masculinos (sejam eles de qualquer espécie, sexual, cultural, etc.). Contudo, essa não é a única interpretação possível, isso porque tanto um calçado quanto o outro são representações materiais do fetiche humano.

Aparentemente, existe algo muito mais sutil presente na relação fetichista do que o explícito jogo de poder entre homem e mulher. A sutileza está no “querer ser o objeto de fetiche”, na vontade de se deixar subjugar “quando se quer”, em um aparente comprazer-se primeiro para dar prazer ao outro, como já foi dito na parte ESTEREÓTIPOS, VIDEOCLIPES E MÍDIA deste trabalho ao citarmos os modelos masculinos e femininos de consumo analisados por Baudrillard (1995). Nesse contexto, a mulher-objeto representada por Lady Gaga se revela antes de mais nada poderosa, pois, como se pode inferir, a protagonista está no comando da situação: satisfeita por ser o alvo do desejo masculino, assumindo uma posição de destaque entre as mulheres presentes no clipe, e por poder satisfazer o desejo de um homem – o “seu” homem. Dessa forma, podemos dizer que Lady Gaga ao se apropriar do discurso fetichista não busca fazer denúncia social – visto que *Bad Romance* não se constitui em ferramenta política. A cantora lança mão desse discurso para se fazer midiática. Fica a reflexão.

4.9 A noiva

Voltemos ao clipe. *Walk, walk fashion, baby!* Uma seqüência de trinta e dois cortes secos seguidos de fade-out é executada. Entre os flashes, imagens de Gaga desafiando a gravidade ao andar de maneira estilosa com os sapatos-tatu, da personagem como mulher-ciborgue e como boneca-histórica. Mais uma vez, a cantora recupera alguns estereótipos presentes no início da trama.

Ao final do último frame da seqüência, fade-in e fade-out. Plano geral. Alvura e assepsia. O cenário, todo iluminado, está, aparentemente, vazio, sem móvel algum. A composição da cena é equilibrada e simétrica, os elementos que a constituem estão alinhados no eixo central do frame. O que se vê no quadro são, em primeiro plano, uma cabeça de urso-polar; em segundo plano, Lady Gaga vestida com uma peça feita da pele do urso-polar e, ao fundo, duas cabeças de antílope de pelagem branca penduradas no alto da parede à frente da cantora, uma à esquerda e a outra à direita da protagonista. Gaga está com as mãos na cintura e caminha vagarosamente em linha reta. Fade-in mais fade-out. Plano aberto. Lady Gaga não está sozinha nessa seqüência, nem o cenário está vazio de mobília, como se disse anteriormente. Nódoa. O homem de focinheira dourada, vestido com roupa social preta, que arrematara Gaga no leilão, está sentado em uma cama de casal forrada com uma colcha branca. Encostados à cama, dois criados-mudos brancos, um de cada lado, sustentando dois abajures também brancos. Corte seco mais super-close em Gaga. A protagonista, que usa um

par de óculos-escuros, caminha em direção ao homem. Seu rosto não expressa emoção alguma. Fade-in mais fade-out. Plano geral: início a terceira e última seqüência coreográfica do clipe. Lady Gaga e suas oito bailarinas aparecem no quadro deitadas no chão apoiadas sobre a parte esquerda do corpo. O cenário está à meia luz. Fade-in mais fade-out. Plano aberto e travellin-in em direção ao homem de focinheira dourada sentado na cama de casal. Ele segura um copo transparente contendo um líquido incolor – possivelmente Lex Nemiroff – e desabotoa ferozmente os botões de sua camisa. O homem olha fixamente para um ponto específico do frame, possivelmente encarando os rosto de Lady Gaga, que se aproxima dele.



Ilustração 19 - Estereótipo da "noiva".

Corte seco mais plano aberto. Lady Gaga aparece caminhando vagarosamente com as mãos na cintura em direção à cama. A cantora usa um traje feito de pele de urso polar com uma enorme cauda: cândido e espetaculoso como os vestidos de noiva. Os passos da protagonista são vagarosos e compenetrados, como os de uma nubente no instante da marcha nupcial. Gaga é indubitavelmente a efigie clássica de uma noiva representada no videoclipe de maneira histriônica, alegórica. Sem mais protelações, eis o sétimo estereótipo feminino dessa produção: a noiva.

Fade-in, fade-out. Plano aberto. De volta à parte da última coreografia. Gaga e bailarinas ainda estão no chão num cenário à meia luz. Fade-in, fade-out. super-close no rosto de Gaga-noiva. Expressão vazia. Nos óculos da cantora se vê o reflexo do homem sentado na cama desabotoando a camisa. Corte seco, plano aberto: as mulheres começam a dançar. Corte seco, super-close no rosto de Gaga-noiva. A cantora remove bruscamente os óculos-escuros e se aproxima ainda mais do homem. Corte seco mais plano geral. Em pé, diante do seu cônjuge, a protagonista desnuda-se. Corte seco, close na personagem masculina. O homem de focinheira dourada frui um gole de *Lex Nemiroff* a admirar o corpo da sua mulher-objeto sendo revelado. Magnetismo e tensão. Corte seco e plano aberto. De volta à coreografia: Gaga e bailarinas aparecem alinhadas usando figurinos semelhantes a lingerie. A cor das peças é

um vermelho vivo. Pela primeira vez na trama, as personagens estão vestidas com roupas coloridas, fugindo do padrão branco, preto e cores dessaturadas. Vermelho, paixão, calor, fogo. A simbologia da cor das peças de roupas usadas pelas personagens no momento da dança sinaliza o que está por vir.

4.10 O Feminino e o Fogo: Mulher Apaixonada?

Corte seco mais plano aberto. Vestindo somente uma lingerie branca, Lady Gaga permanece estática na frente do seu cônjuge, que está sentado na cama. Uma fagulha surge no chão do lado direito do quadro. Subitamente, o fogo se alastra para debaixo de criado mudo. Em um átimo, todo o mobiliário da cena está consumido pelas chamas. Uma frenética seqüência de frames é iniciada. Entre um quadro e outro, flashes de Gaga caracterizada de mulher-anjo, de súcubo, da execução da terceira seqüência coreográfica e da mobília sendo consumida pelo fogo. Corte seco mais plano aberto. Gaga aparece em pé, no primeiro plano, usando uma lingerie branca. Metade do corpo da cantora está coberta pelo seu figurino de urso-polar. Gaga está imóvel, petrificada sobre seus sapatos brancos de salto alto. Ao fundo, sua cama arde entre as chamas. Não há indício do real paradeiro de seu cônjuge. Possivelmente, ele arde em meio ao incêndio. A protagonista não se movimenta, ao contrário, deixa-se consumir pelo fogo. Fogo, símbolo cultural também da paixão, do amor. Gaga em chamas: representação da mulher apaixonada?

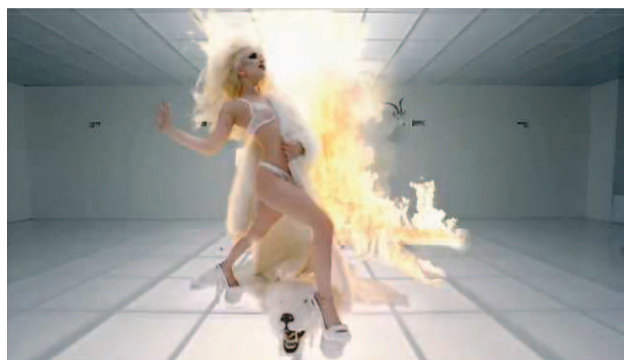


Ilustração 20 - Lady Gaga martir?

Para Ana Sofia das Neves, autora do artigo *As mulheres e os discursos generalizados sobre o amor*, publicado na Revista de Estudos Feministas em 2007, ao articular amor e feminino afirma que:

Frequentemente classificado como feminino, o amor aparece não raras vezes referenciado como sendo um sentimento das mulheres. Assim, as qualidades expressivas do amor e da intimidade são vulgarmente reconhecidas como preocupações femininas, manifestadas através de factores emocionais intensos, tais como a gratificação, a afirmação, a prestação de cuidados e a paixão.

As mulheres e a manifestação amorosa, de acordo com a autora, sempre mantiveram uma relação muito próxima. Dessa relação surge o estereótipo da mulher sentimental, emotiva, apaixonada. Paixão aqui entendida como manifestação de emoções exageradas. Para muitos pesquisadores que estudam o amor sob a perspectiva sociológica, como Giddens *apud* Neves (2007, p. 613), esse sentimento nada mais é do que “uma conspiração engendrada pelos homens contra as mulheres para lhes encher a cabeça com sonhos tontos e impossíveis”. A questão do jogo de poder presente na construção sócio-histórica das relações entre homens e mulheres está implícita na fala de Giddens uma vez que, para ele, o amor seria uma invenção masculina para ludibriar o gênero oposto. A fala de Giddens corrobora com a idéia de poder presente nas relações entre homens e mulheres expressa no discurso de autores que discorrem sobre gênero. Para Albano (2008, p. 69), “as relações de poder estão diretamente relacionadas com as relações e significações de gênero construídas socialmente”.

Voltemos ao último quadro descrito do clipe. A protagonista está em pé, paralisada, esperando ser consumida pelas chamas que se alastraram pelo cenário. Gaga queimada viva. Mulher na fogueira. Mártir. Relação percebida quase instantaneamente quando se vê a cena. A analogia entre a personagem de Lady Gaga em chamas e as mártires acontece sob duas perspectivas. A primeira é completamente visual, pois imagens de mulheres em meio ao fogo compõem a memória histórica das mártires. Nessa perspectiva, o significado do fogo, ao contrário do que foi exposto anteriormente, estaria relacionado à punição.

4.11 A Mulher Transgressora: Assassina Passional

A segunda perspectiva está relacionada à questão transgressão dos papéis de gênero socialmente estabelecidos. As mártires faziam parte do grupo de mulheres transgressoras de sua época, o medievo. Talvez o vulto histórico mais famoso morto na fogueira tenha sido Jeanne d'Arc, acusada de heresia e feitiçaria, em 1431. Contudo, esses não foram os reais motivos pelos quais Jeanne foi condenada. Para Letícia Schneider Ferreira (2010, p.6), autora do artigo *A Mulher e a Espada: uma visão cinematográfica das mulheres medievais*,

duplamente transgressora: Joana rompe as normas de um mundo masculino quando se veste de homem e lidera as tropas em diversas batalhas e amedronta a Igreja, que vive um momento de proliferação de seitas junto a camponeses, quando afirma falar com Deus.

Mulheres transgressoras representavam e ainda representam uma “ameaça” às instituições sociais. Por isso, em muitos casos, a solução encontrada pelos detentores de poder para neutralizar essa ameaça é a exclusão desse perfil de mulher do convívio social, através de formas brandas de exclusão como o repúdio, até formas bárbaras de exclusão, como a morte.

O caráter da transgressão aos modelos de comportamento historicamente construídos e atribuídos ao papel social de homens e mulheres é estudado por muitos pesquisadores que trabalham com gênero. Esse grupo de estudiosos desenvolveu uma abordagem sobre gênero denominada “Teoria Queer”, advinda da corrente pós-estruturalista francesa que se debruça sobre as análises dos os referenciais masculinos e femininos presentes nas concepções sobre o “ser” homem e o “ser” mulher. De acordo com Louro *apud* Albano (2008, p. 62), a “Teoria Queer”

reflete sobre a cautela que os estudos acerca do gênero têm de ter em função exatamente do não reducionismo aos binarismos comuns como heterossexualidade/homossexualidade, mulher dominada/homem dominador, igualdade/ desigualdade, diferenças/semelhanças. Ou seja, esta teoria caracteriza-se pelo questionamento das oposições fixas e aprisionadoras que de certa forma tendem a “moldar” o indivíduo, mediante as possibilidades que o social lhes dá de enquadramento em um perfil de gênero. Segundo Louro (2001, p. 6) o termo “*queer* representa claramente a diferença que não quer ser assimilada ou tolerada e, portanto, sua forma de ação é muito mais transgressiva e perturbadora”.

Lady Gaga, até esta altura, não apresentou um comportamento transgressor tão grave que lhe fosse passível de ser condenada à morte. Talvez seu único momento de transgressão tenha sido o momento em que ela executa passos de *lap dance*, coreografia com forte teor erótico dançada por mulheres que trabalham exibindo seus corpos em clubes noturnos. Mulheres que têm um comportamento sexual mais escancarado não são bem vistas pela ala tradicional da sociedade. Entretanto, esse tipo de conduta não representa motivo para uma condenação capital na atualidade.

Voltemos ao clipe. Estamos momento final da trama e a protagonista encontra-se prestes a cometer o seu maior ato de transgressão. Lady Gaga está sendo consumida pelas chamas. Corte seco mais plano americano: as dançarinas com seus figurinos vermelhos executam a última coreográfica do clipe. Um flash de Gaga caracterizada de mulher-anjo é

inserido no meio da execução. Corte seco mais plano aberto: é o fim da coreografia. As dançarinas batem palmas e se aglomeram em torno da protagonista, algumas em pé atrás de Gaga, outras ajoelhadas no chão. A cantora faz um movimento brusco com a cabeça, virando-a para a esquerda. Pose final. Todas as luzes do cenário se apagam.



Ilustração 21 - Estereótipo da "assassina apaixonada".

Corte seco mais plano americano. Surpresa. Na última cena do videoclipe, Lady Gaga aparece deitada no lado esquerdo da cama de casal. O móvel apresenta as marcas do incêndio que o consumiu. Ao lado da protagonista, encontra-se o cadáver carbonizado de seu cônjuge. O figurino de Gaga é composto por uma lingerie preta, um sapato de salto alto e um sutiã feito de metal. A cantora fuma um cigarro, talvez fazendo referência à consumação do ato sexual típico da noite de núpcias fictícia. Na mesma seqüência, enquanto a câmera executa um travelling-out, o sutiã cibernético de Gaga solta faíscas sucessivas. A protagonista permanece imóvel ao lado do corpo do pirolisado do seu cônjuge até a tela ficar completamente escura. Não há créditos-finais quando o clipe termina.

Seria Lady Gaga a assassina de seu próprio companheiro? Se sim, esse poderia ser o último estereótipo feminino evidenciado em *Bad Romance*: o estereótipo da assassina apaixonada. Alguns fatos, se somados, levam-nos a crer que Gaga é, de fato, uma transgressora criminosa.

O comportamento da cantora nessa obra de ficção é muito semelhante ao padrão de conduta de homicidas passionais reais. Para os estudiosos da “criminalidade feminina” e para os operadores do Direito, uma vez que a representação social da mulher está associada ao universo doméstico, ao cuidado dos filhos e a sentimentos ternos e passivos, quando cometem um assassinato, as mulheres geralmente estão sob influência de forte emoção. Para a psicanalista Heloneida Ferreira Néri, autora da dissertação *O Feminino, a Paixão e a*

Criminalidade: Quem ama mata?, publicada em 2007, alguns motivos que levam as mulheres a cometerem tal delito estariam ligados a “sentimentos de vingança, hostilidade ou para sair de situações que as colocam como vítimas de violência e maus tratos”.

Em *Bad Romance*, Lady Gaga interpreta uma personagem feminina que viveu momentos de forte pressão emocional. Através de uma interpretação possível, baseada em fatos depreendidos da observação do videoclipe, podemos dizer que a protagonista teve a liberdade suprimida quando foi dominada e forçada a servir de peça de leilão. Após ser arrematada por um homem que, aparentemente, não era conhecido da personagem principal na trama e a quem ela não demonstrava ter sentimento algum, Gaga teve que o satisfazer sexualmente. Um indício que pode ser considerado como justificativa para essa interpretação aparece quando a cantora despe-se do figurino de urso-polar diante do homem e este lhe encara com um olhar convidativo. A supressão da liberdade e a realização de prática sexual forçada, entendidas aqui como uma possibilidade de análise da peça, podem ser consideradas razões para Gaga ter ateado fogo, mesmo que alegoricamente, à sua cama e ao cônjuge, matando-o.

Existe ainda outra característica interessante observada no comportamento de assassinas passionais. De acordo com Néri (2007, p. 55), “muitas sequer abandonam a cena do crime nos casos passionais e, dessa forma, não escapam ao flagrante, como é comum no caso dos homens”. Se Gaga for entendida como uma assassina passional no clipe, ela apresentaria essa mesma característica típica das homicidas reais. Como já foi exposto, a protagonista, após o episódio das chamas, permanece deitada ao lado do corpo morto e carbonizado do cônjuge até o final da peça esperando, talvez, algum desfecho mais preciso para seu futuro, uma vez que o destino da sua personagem depois ter cometido esse possível assassinato não foi revelado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho propôs-se a analisar os estereótipos femininos presentes no videoclipe *Bad Romance* (2009), da cantora pop contemporânea Lady Gaga. Após a observação detalhada do material e subsequente análise, foram detectados nove estereótipos femininos. O estudo aqui apresentado não se constitui numa análise determinante e acabada a respeito do referido videoclipe, mas aponta possibilidades interpretativas plausíveis. As interpretações sugeridas para cada estereótipo basearam-se na apreciação visual do pesquisador apoiadas pelos conceitos oriundos da Psicologia Social e da Psicologia Sócio-Histórica, bem como de alguns conceitos vindos da estética e da semiótica.

A análise da peça indicou que são apresentados nove estereótipos femininos em *Bad Romance*. Entre essas as representações temos: a rainha do lar, a viúva, a mulher histórica, a mulher-anjo, a mulher submissa, a mulher-súcubo, a mulher-objeto, a noiva e a mulher transgressora. O estereótipo da mulher-objeto foi desdobrado na imagem da mulher tida como objeto sexual e a análise do estereótipo da mulher transgressora foi estendida para imagem da mártir e da assassina passional.

Como se pode notar a partir da lista de estereótipos elencados acima, Lady Gaga demonstra preferência por trabalhar com representações femininas circunscritas ao universo doméstico. Estereótipos que possuem relação com a temática sexual também são observados com frequência em *Bad Romance*. Alguns estereótipos podem ter análises relacionadas a ambos os contextos, uma vez que são capazes de transitar por estas duas esferas, a doméstica e a sexual.

Sendo assim, podemos dizer que os estereótipos que orbitam, majoritariamente, a esfera doméstica são os da rainha do lar, da viúva, da mulher-anjo, da mulher submissa e da noiva. Da mesma maneira, as representações que circulam no campo sexual são as da mulher submissa, da mulher-súcubo, da mulher objeto-sexual, da noiva e da mulher transgressora.

As conotações referentes tanto aos estereótipos de mulher restrita ao universo doméstico quanto as representações femininas relativas ao contexto sexual são reflexos da construção social e histórica dos papéis sociais e sexuais atribuídos a homens e mulheres ao longo da história (PEREIRA, 2002). A relação entre o masculino e o feminino apresentados em *Bad Romance* baseia-se em questões referentes ao poder, também construtos sócio-históricos e culturais, como determinam os pensamentos de Louro(1997) e Scott (1990).

A recorrente temática sexual presente na produção audiovisual aqui estudada tangencia pontos de interseção com assuntos relativos a fetiche e sado-masiquismo. Apesar

de não serem focos da pesquisa desenvolvida neste trabalho, essas questões merecem ser destacadas. Como já foi dito no terceiro capítulo, o fetiche aparece na parte referente à análise da mulher objeto sexual. Não se pode afirmar se a questão da mulher apresentada como objeto do fetiche ou do desejo masculino configura-se num sinal de crítica social ou de alerta, pois como expõe Baudrillard (1995), as mulheres sentem prazer em “conduzir” o desejo masculino, mesmo que para isso tenham que se colocar em um estado de aparente submissão.

O videoclipe *Bad Romance* possui 5 minutos aproximadamente. Neste tempo, uma breve narrativa é construída. Talvez por esse motivo, Lady Gaga valha-se de (um número considerável) de estereótipos para transmitir a mensagem de seu videoclipe. Isso porque utilizar estereótipos – imagens generalizadas que se fazem a respeito de determinados indivíduos – facilita o processo de assimilação de conteúdos (LOPES, 2009).

O fato de *Bad Romance* contar uma pequena história evidencia traços de inspiração no clipe *Thriller* (1982), de Michael Jackson. Gaga também se baseia em algumas coreografias que lembram as performances de Madonna e Jackson, evidência de iconofagia – outra marca da produção artística audiovisual da cantora.

A maneira como Lady Gaga apresenta os estereótipos femininos na produção estudada no presente trabalho é influenciada esteticamente pelo kitsch (ECO, 2008). Da mesma forma, o enredo da trama possui referência kitsch no que diz respeito à seleção do mote. Essas indicações são apenas pistas para aprofundamentos em pesquisas futuras.

Apesar de ser irônico e plurissignificativo, *Bad Romance* merece atenção. Primeiro pela sua grande repercussão, expressa no enorme número de pessoas que tiveram acesso ao vídeo e que foram, de alguma forma, influenciadas por ele. Ademais, essa produção serve de espelho, ao refletir a maneira como uma artista contemporânea lança seu olhar sobre a maneira como as mulheres (ainda) são vistas neste alvorecer de século XXI.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ALBANO, Ronaldo Matos. **A Construção Social da Identidade de Gênero dos Alunos do Liceu Piauiense: Sinalizando Diferenças e Desigualdades**. 2008. 165 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Federal do Piauí, Teresina.

ALVES, Ivya. **Imagens da Mulher na Literatura, na Modernidade e Contemporaneidade**. In: FERREIRA, S.L.; NASCIMENTO, E.R. (Orgs.). **Imagens da Mulher na Cultura Contemporânea**. Salvador: NEIM/UFBA, 2002.

AZZOLINO, Adriana Pessatte; CLEMENTE, Eliara Alves; FILHO, Lucas Campagna; LACERDA, Daíza Carvalho; MARTINS, Kendra Luana; SUSSI, Juliano Schiavo. **Videoclipe, estética e linguagem: sua influência na sociedade contemporânea**. Instituto Superior de Ciências Aplicadas, Limeira: São Paulo, 2007.

BAITELLO JR., Norval. **A Era da Iconofagia: Ensaio de Comunicação e Cultura**. São Paulo: Hackers Editores, 2005.

BAUDRILLARD, Jean. **A Sociedade de Consumo**. Rio de Janeiro: Elfos Editora.; Lisboa: Edições 70, 1995.

BERGER, John. **Modos de Ver**. Rio de Janeiro: Rocco, 1999.

BREUER, J; FREUD, S. **Estudos sobre a histeria. Vol. II. Imago**, 2006.

CARVALHO, M. V. C. de. **Histórias de ser e fazer-se educador: desvelando a identidade do professor universitário e suas possibilidades emancipatórias**. 2004. 229 f. Tese (Doutorado em Educação) – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2004.

CHEVALIER, Jean; GHEERBRANT, Alain. **Dicionário de Símbolos**. José Olympio: 2009.

CORREIO BRAZILIENSE. **Lady Gaga bate recorde e atinge um bilhão de visualizações no Youtube**. Disponível em:

<http://www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/tecnologia/2010/10/25/interna_tecnologia,219844/index.shtml>. Acesso em: nov. 2010.

ECO, Humberto. **Apocalípticos e Integrados**. São Paulo: Perspectiva, 2008.

FERREIRA, Leticia Schneider. **A Mulher e a Espada: Uma Visão Cinematográfica das Mulheres Medievais**. Disponível em:

<<http://www.revista.tempodeconquista.nom.br/attachments/File/Leticia%20Ferreira.pdf>>. Acesso em: out. 2010.

FREIRE, Isabel. **O homem: posse sexual, vampirismo e pecado original no romance de Aluíso de Azevedo**. Disponível em: <http://www.letras.ufmg.br/poslit/08_publicacoes_pgs/Em%20Tese%2013/TEXT0%2008_jj.pdf>. Acesso em: out. 2010.

HOLZBACH, A.D.; NERCOLINI, M.J. **Videoclipes: em tempos de reconfigurações**. V ENECULT – Faculdade de Comunicação/UFBa, Bahia, 2009.

JUNG, C.G. **Os Arquétipos e o Inconsciente Coletivo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2000.

LOPES, Leonardo Baptista. **Personagens e Estereótipos: estudo sobre representação visual de personagens com base em estereótipos**. Universidade do Vale do Itajaí, Pós-Graduação em Propaganda e Marketing, Brasil. Disponível em: < <http://wwwusers.rdc.puc-rio.br/sbgames/09/proceedings/dat/pdfs/artedesign/59244.pdf> > Acesso em: set. 2010.

LOURO, G. L. **Gênero, sexualidade e educação: uma perspectiva pós-estruturalista**. Petrópolis: Vozes, 1997.

_____. (Org.). **O corpo educado: pedagogias da sexualidade**. 2. ed. Belo Horizonte: Autêntica, 2001.

_____. Currículo, gênero e sexualidade – O “normal”, o “diferente” e o “excêntrico”. In: _____.; NECKEL, J. F.; GOELLNER, S. V. (Orgs.). **Corpo, gênero e sexualidade: um debate contemporâneo na educação**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

_____. Gênero, sexualidade e educação: das afinidades políticas às tensões teórico-metodológicas. **UFRGS**, 2006. Disponível em : <http://www.ded.ufla.br/gt23/trabalhos_29.pdf>. Acesso em: jul. 2008.

MATOS, M. I. S. de. Outras histórias: as mulheres e estudos dos gêneros – percursos e possibilidades. In: SAMARA, E. de M. (Org.). et alli. **Gênero em debate: trajetória e perspectiva da historiografia contemporânea**. São Paulo: EDUC, 1997.

_____.; SOILHET, R. (Orgs.). **O corpo feminino em debate**. São Paulo: UNESP, 2003.

NÉRI, Heloneida Ferreira. **O Feminino, a Paixão e a Criminalidade: Quem Ama Mata?**. 2007. 103 f. Dissertação (Mestrado em Psicanálise) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

NEVES, Ana Sofia das. As mulheres e os discursos generalizados sobre o amor. **Revista Estudos Feministas**. Disponível em:

< <http://www.ieg.ufsc.br/admin/downloads/artigos/15112009-111346neves.pdf> >. Acesso em: out. 2010.

NISHIDA, Neusa Fumie. A imagem da mulher na publicidade: cenário das representações da ética de responsabilidade. **UNirevista**, vol. 1, n. 3.

Disponível em: < http://www.unirevista.unisinos.br/_pdf/UNIrev_Nishida.PDF >. Acesso em: out. 2010.

OLIVEIRA JR., Antonio Wellington de. **Glossolalia: Voz e Poesia**. Omni Editora, 2004.

PEREIRA, Marcos Emanuel. **Psicologia Social dos Estereótipos**. São Paulo: E.P.U.2002.

SANCHES, Pedro Alexandre. O YouTube Sou Eu. **Revista Bravo!**, São Paulo, n. 153, p. 26-33, mai. 2010.

SCOTT, J. W. Gênero: uma categoria útil de análise histórica. **Educação e Realidade**. Porto Alegre, v. 16, n. 2, p. 5-22, 1990.

SILVA, Daniela Magalhães da. **Relações de Gênero no espaço escolarizado: O Desafio de Integrar Polaridades**. In: FRASÃO, L.M.; ROCHA, S.L.C. de O. (Orgs.). **Gestalt e Gênero: Configurações do masculino e do feminino na contemporaneidade**. Editora Livro Pleno.

SOARES, Thiago. **Videoclipe, You Tube e Televisão Expandida: Notas sobre Itinerários do Audiovisual na Cultura Midiática**. Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, PB, 2009.

THE VIRTUAL MUSEUM OF THE CITY OF SAN FRANCISCO. Disponível em: < <http://www.sfmuseum.org/chin/foot.html> >. Acesso em: out. 2010.

ANEXO
VIDEOCLÍPE *BAD ROMANCE* GRAVADO EM CD