

Madonna e o estilo de vida americano visto como valorizador das guerras: Análise do videoclipe de *American Life (Director's Cut)*

André Pacheco^{*}

Resumo: Este artigo visa apresentar uma leitura intertextual do videoclipe de Madonna *American Life (Director's Cut)*, de maneira a contemplar a visão da cantora sobre a sociedade norte-americana e sua cultura de valorização das guerras.

Palavras-chave: Videoclipe. Intertextualidade. Madonna.

Abstract: This article aims to present an intertextual reading of Madonna *American Life (Director's Cut)* music video so as to contemplate the vision of the singer on American society and its culture of war.

Keywords: Music video. Intertextuality. Madonna.

^{*} Graduando em Comunicação Social/Jornalismo na Universidade Federal de Viçosa (UFV). Email: pacheco_andre@yahoo.com.br.

1. Introdução

Quando lançou o seu primeiro disco em 1983 (O'BRIEN, 2008, p. 476), Madonna começou a jornada que a transformaria em um dos ícones do século XX. Ela se tornou mais que apenas um produto de sua gravadora; atingiu o *status quo* de detentora de poder e magnetismo sobre o mercado à medida que mesclava sua música com elementos visuais, principalmente ao lado do poder de difusão do videoclipe¹.

Como peça importante da indústria fonográfica, um clipe não é apenas um conjunto de imagens anexadas à música para divulgar um material fonográfico; mas sim, o resultado de uma complexa produção audiovisual (COELHO, 2003) que “articula questões ligadas tanto à dinâmica do áudio quanto do *visual*” (SOARES, 2007, p. 01).

Ao longo de sua carreira, Madonna lançou mais de quarenta² videoclipes. Alguns se tornaram referência dentro e fora da indústria, como *Bedtime Story* (1993, direção de Mark Romanek) que entrou para o acervo permanente do Museu de Arte Contemporânea de Nova York³, e desta forma rompeu com a ideia de que os videoclipes são apenas vídeos promocionais (GROSSBERG, 1993).

No meio acadêmico também há a análise desse vasto material audiovisual. Citando três exemplos de estudos feitos no Brasil: 1) a análise do videoclipe *Vogue* e algumas de suas performances mais marcantes (GASPARELLI JUNIOR, 2009); 2) análise de marcas textuais e não-verbais em referências políticas, religiosas e sexuais em alguns videoclipes da cantora (PEREIRA JÚNIOR, 2004); 3) análise semiótica de *Material Girl*, *Vogue* e *Hollywood* (MOZDZENSKI, 2001).

Esta última análise, em específico, norteou a construção deste artigo no que diz respeito à constatação de inferências diretas e indiretas a elementos externos presentes no videoclipe *American Life (Director's Cut)*⁴ (2003, direção de Jonas Åkerlund) .

¹ Neste artigo será usada a expressão videoclipe, ou a abreviação clipe. Essa expressão transmite a ideia de “associação de elementos a ele inerente” (BARRETO, 2005, p. 15)

² Contagem feita através do site oficial da cantora. Disponível em: <<http://madonna.com/media/video/gallery/6/>>. Acesso em: 23 jun. 2010.

³ *Bedtime Story: Interesting Facts*. Disponível em: <<http://www.madonna-online.ch/m-online/videography/b-story/b-story-video.htm>>. Acesso em: 23 de jun. 2010.

⁴ Essa versão não foi divulgada oficialmente ou comercializada. Chamada de “Director's Cut”, pode ser encontrada na internet quando se busca no Google a expressão “American Life Madonna Director” Acesso em: 23 jun. 2010.

2. O videoclipe como objeto de estudo

Leonardo Mozdzenski (2009) defende que é impossível não haver um diálogo entre um videoclipe e outros discursos anteriores; além de que a intertextualidade dentro dessa produção não pode ser percebida se a leitura do discurso proposto pelo artista se basear na fragmentação dos elementos contidos no objeto de análise.

Por fim, o autor propõe um modelo de análise levando em consideração que os estudos acerca desse gênero comunicacional ainda são escassos e pouco pragmáticos, sendo necessário muitas vezes adaptar postulados da semiótica, linguagem, intertextualidade e intericonicidade para ler nas entrelinhas de um clipe.

Como um videoclipe é a construção de um curta-metragem atrelado a uma canção (PONTES, 2003), não se deve esquecer da existência de um diálogo entre a produção visual e a canção (SOARES, 2006, p. 02), de modo a contemplar a assimilação do produto pelo público, já que os sentidos são construídos pelo interlocutor.

Em suma, música – neste caso considera-se tanto a letra quanto a melodia – e imagem trabalham mutuamente em um videoclipe, para assim fornecer uma ou mais histórias a serem interpretadas pelos espectadores (CARLSSON, 1999).

Este artigo visa propor uma leitura da visão de Madonna sobre a sociedade norte-americana naquele dado momento de sua carreira e vida pessoal, levando-se em consideração algumas das mensagens implícitas no videoclipe e na canção *American Life*⁵.

3. *American Life*, o contexto

American Life, o disco, como toda produção cultural ligada ao *mainstream*, teve uma estratégia de *marketing* traçada para o seu lançamento, já que há a subordinação da “produção cultural a uma estrutura capitalista, ligada à indústria de planejamento da imagem das mercadorias e suas estratégias de venda” (OLIVEIRA, 2006, p. 02). Um esquema global foi promovido pela Warner Music para auxiliar nas vendas do disco, como divulgação em rádios, entrevistas para a imprensa, apresentações na televisão e a confecção de um videoclipe da primeira música de trabalho, a faixa-título *American Life*.

⁵ A partir deste ponto, o clipe em questão será tratado apenas como *American Life*. Caso haja referências às outras versões oficiais, elas serão explicitadas.

No âmbito político, social e militar, o Ocidente vivia um de seus momentos de maior tensão após os ataques terroristas às torres do World Trade Center, em Nova York, na manhã de 11 de setembro de 2001⁶. George W. Bush, então presidente dos Estados Unidos, decidira que em 30 de março de 2003 começaria a invasão do Iraque⁷. Paralelamente, Madonna finalizava a produção do disco (O'BRIEN, 2008) e já providenciara a gravação do videoclipe no começo de fevereiro do mesmo ano⁸.

4. *American Life*, a análise

Este videoclipe é o resultado de uma música de trabalho. Todas as mensagens presentes nele mantêm relação com outros discursos, não apenas externos, mas também com uma lógica de imagem e som propostos por Madonna.

Um videoclipe não é um produto isolado, ele possui ligações mercadológicas mais profundas dentro do contexto interno a que é submetido pela indústria e evidenciando “relações, tomadas de posição e estratégias envolvendo artistas, instâncias produtivas e de circulação, que compreendem a divulgação de artefatos da música popular massiva” (SOARES, 2007, p. 02).

Em 2000, após o casamento com o cineasta britânico Guy Ritchie, Madonna se mudou para Londres (O'BRIEN, 2008). Essa nova vida pessoal e o aprofundamento na religião⁹ auxiliaram a cantora na construção de uma nova mentalidade sobre as culturas que sustentam seu país de origem. Não que Madonna nunca tenha contestado os paradigmas vigentes anteriormente, mas agora ela possuía uma visão mais sofisticada e madura sobre isso. Um exemplo dessa tendência de contestar através de sua obra pode ser vista no videoclipe de *What a Feels Like For a Girl* (2001, direção de Guy Ritchie).

Nele, Madonna aparece fazendo “tudo aquilo que uma garota não deve fazer”. Roubo de carros, sequestro de uma velhinha, pegas, explosão de um posto de gasolina, porte de arma e identidades falsas, suicídio... Foram esses os elementos usados pela cantora para ilustrar o videoclipe. (PEREIRA JÚNIOR, 2004, p. 76)

⁶ Flight 93 Timeline. Disponível em: <http://www.flight93crash.com/flight93_timeline.html>. Acesso em: 23 jun. 2010.

⁷ Invasão do Iraque em 2003. Disponível em: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Invasão_do_Iraque_em_2003>. Acesso em: 23 jun. 2010.

⁸ O videoclipe foi gravado entre os dias 03 e 05 de fevereiro de 2003, em Los Angeles, Califórnia. Disponível em: <<http://www.madonnaonline.com.br/videografia/vid02.asp>>. Acesso em: 23 jun. 2010.

⁹ Madonna se tornou adepta da Cabala, religião de origem judaica, em meados da década de 1990. Disponível em: <<http://www.madonnaonline.com.br/hotsites/cabala/default.htm>>. Acesso em: 23 jun. 2010.

4.1 O álbum

No disco, ela faz uma autoanálise do que conquistou em termos materiais em contraponto ao seu lado espiritual. Como produto do capitalismo, Madonna poderia até ser acusada de cínica por criticar o imperialismo estadunidense, porém, em sua visão, ser tal produto a ajuda na constatação das falhas desse sistema. “Minhas músicas falam sobre abrir mão das ilusões e pensar em como podemos mudar o mundo”¹⁰, afirmou ao jornal USA Today em 2003.

Os ideais de mudança podem ser notados na referência a Che Guevara (figura 1) usada na capa do disco (figura 2), como ela própria falou à revista *Veja*: “É a referência ao espírito revolucionário. Isso vale para o álbum todo: no atual momento eu me sinto num estado mental revolucionário. A capa do álbum faz lembrar Che Guevara”¹¹.

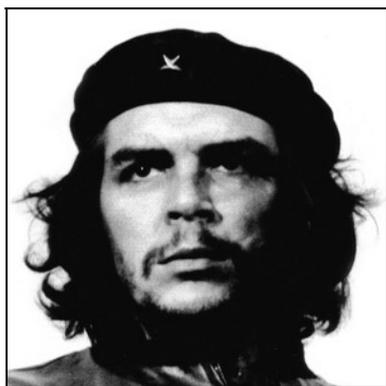


Figura 1¹²
O revolucionário Che Guevara

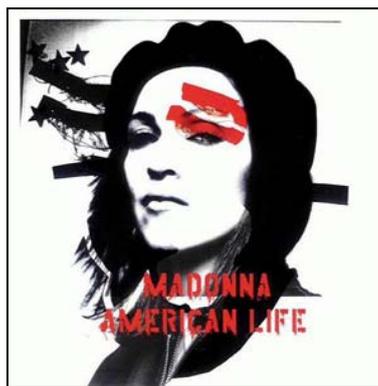


Figura 2¹³
Capa do disco *American Life*

A alusão a esse espírito revolucionário também está presente no videoclipe analisado neste artigo, e será retomado em breve.

¹⁰ Disponível em: <http://madonnaonline.com.br/entrevistas/03_04.asp>. Acesso em: 23 jun. 2010.

¹¹ Disponível em: <http://madonnaonline.com.br/entrevistas/03_03.asp>. Acesso em: 23 jun. 2010.

¹² Foto de Alberto Korda. Disponível em: <<http://pt.wikipedia.org/wiki/Ficheiro:GuerrilleroHeroico.jpg>>. Acesso em: 23 jun. 2010.

¹³ Foto de Craig McDean. Direitos autorais de Warner Music. Disponível em: <http://www.madonnaonline.ch/m-online/discography/03_american-life/disco-03-al-album.htm>. Acesso em: 23 jun. 2010.

4.2 A música

Na letra de *American Life*, Madonna se coloca dentro do *american way*. Os questionamentos apontados logo no início da canção podem remontar a alguns momentos de sua carreira. Como, por exemplo, no verso “*Will it get me far?*” [“Isso me fará chegar longe?”]. Após uma performance em 1985 em sua primeira turnê, *The Virgin Tour*, o jornalista Paul Grein afirmou¹⁴ na revista *Billboard* que “Madonna seria esquecida em pouco mais de seis meses”. Desde que começou no meio artístico, ela sempre buscou retorno comercial e midiático, e tal afirmação em uma publicação tão massiva como a *Billboard*, “machucou” Madonna (O’BRIEN, 2008).

Ao longo da música, outros pontos são colocados. Como o debate de gênero, tema comum em sua carreira e que já fora apresentado em canções como *Like a Virgin* (1983, letra de Billy Steinberg e Tom Kelly), *Material Girl* (1983, letra de Peter Brown e Robert Rans) e *Express Yourself* (1989, letra de Madonna e Stephen Bray). Em *American Life*, essa indagação do papel masculino *versus* o feminino, e a confusão que isso pode causar na cabeça de uma criança criada em um lar sem a mãe¹⁵, é colocada no trecho “*I tried to be a boy, I tried to be a girl, I tried to be a mess*” [“Eu tentei ser um garoto, tentei ser uma garota, tentei ser uma bagunça”].

A alienação causada pelo estilo de vida norte-americano é questionada nos trechos: “*I tried to stay ahead, I tried to stay on top, I tried to play the part, but somehow I forgot, just what I did it for*” [“Eu tentei estar à frente, eu tentei estar no topo, eu tentei estar inserida, mas de alguma maneira eu esqueci de o porquê fiz isso”]. Mesmo estando à vanguarda e já ter conquistado o primeiro lugar em vendas, execuções em rádios, turnês e etc. a cantora parece não compreender os motivos que a levaram a tomar algumas decisões em sua carreira.

O maior ideal norte-americano, que é o direito de expressão, garantido pela Primeira Emenda da Constituição desse país, é evocado no trecho “*I’d like to express my extreme point of view*” [“Eu gostaria de expressar meu ponto de vista”] em contraponto ao excesso de bases religiosas que permeiam as relações sociais e políticas internas estadunidenses (WHENN, p. 122) – neste caso a judaica e a cristã – através do verso “*I’m not Christian and I’m not a Jew*” [“Eu não sou cristã, eu não sou judia”]. Ao mesmo tempo em que se enxerga inserida na

¹⁴ Disponível em: <http://www.madonna-online.ch/m-online/tours/85_vt/facts/vt-facts.htm>. Acesso em: 23 jun. 2010.

¹⁵ Madonna perdera a mãe, vítima de câncer, aos cinco anos.

sociedade norte-americana e compartilha o direito à democracia, Madonna é colocada à margem por não ser fiel aos dogmas morais e religiosos.

E, ao mesmo tempo em que pode haver essa relação em ser ou não um americano com moral judaica-cristã, pode-se inferir uma indireta às nações que não estão ao lado dos Estados Unidos e Israel – no contexto atual os países islâmicos (JOHNSON, 2007) – já que na maioria das vezes elas enxergam a América como vilã e procuram não compartilhar suas ideologias (SPURLOCK, 2008, p. 218). Tal interpretação pode ser feita através do verso “*I'm just living out the american dream*” [“Eu apenas estou vivendo fora do sonho americano”].

A inferência acima é passível de não ser notada ao se analisar apenas a canção. Porém, quando se faz uma leitura do videoclipe, essa interpretação pode se tornar condizente. *American Life*, a canção, não fala de guerra ou imperialismo, ela se comporta como um desabafo da artista por durante toda a sua carreira ter sido forçada culturalmente a carregar a imagem de mito. Madonna, então, se despe das posições de criadora e controladora que sempre esteve (O'BRIEN, 2008), e se coloca como passiva perante a cultura de massa que a moldou (SWINGWOOD, 1978).

American Life, a canção, ganha novo significado quando vista como um produto completo da indústria cultural. A partir do momento em que foi lançada no mercado, precisou ganhar novos signos e valores, que só foram possíveis a partir da criação de um videoclipe. Talvez, sem esse vídeo, a faixa não teria gerado nenhuma polêmica extremamente negativa, e se tornado, do ponto de vista comercial, um fracasso.

4.3 O videoclipe

O ressignificado que o videoclipe trouxe à música, o da guerra, é percebido em todos os momentos da obra, e aliado ao que Madonna quis dizer através da letra de *American Life*, performatizou as referências que criticam o *american way*. Um clipe vive em simbiose com a canção que o originou, e assim propõe “uma forma de “fazer ver” a canção a partir de códigos inscritos nas próprias canções populares massivas” (SOARES, 2007, p. 04).

Para facilitar o entendimento das mensagens, as inferências serão escritas abaixo das imagens retiradas do videoclipe. Algumas dessas interpretações para determinados momentos de *American Life* se baseiam no modelo proposto por Mozdzenski (2009, p. 17).

Deve-se analisar a função que a imagem exerce dentro do videoclipe *versus* a forma como ela é apresentada. Por função, caracteriza-se os discursos que dialogam com outras obras ou elementos da memória coletiva, e esses discursos podem se distanciar ou se aproximar. Para avaliar essa função em relação à forma, deve-se observar em qual medida há a exposição deste diálogo na imagem, que pode ser explícita ou implícita, como visto no diagrama da figura 4.

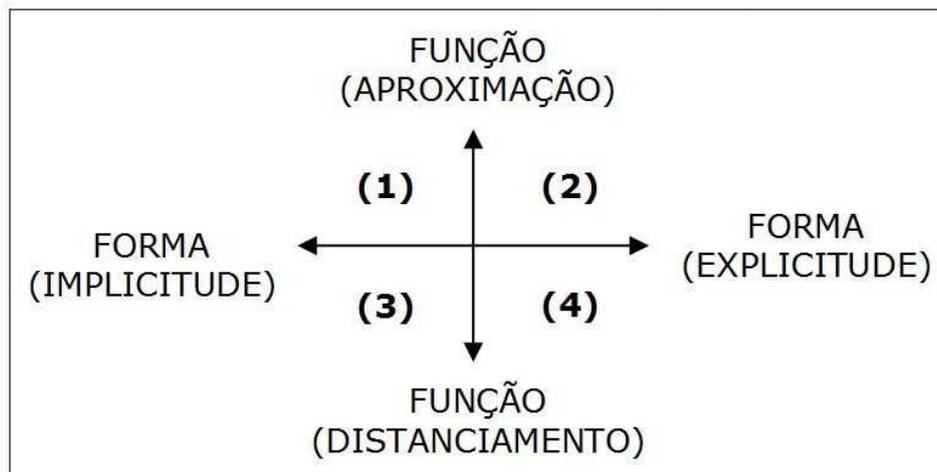


Figura 4: Representação da intertextualidade pela forma e pela função (in: MOZDZENSKI, 2009, p. 17).



Figuras 5 e 6

Na primeira vez em que aparece no clipe (figura 5), Madonna está caracterizada como uma patente alta do exército. A forma é explícita, já que a caracterização é visível. Essa militar está distante do campo de ação do clipe, mas sua face é o tempo todo mostrada em grandes telões. Ela observa e dá ordens aos outros personagens do videoclipe, como se fosse o *big brother* de George Orwell. Os interesses da defesa americana devem ser mantidos, nem que para isso seja necessário que o governo vigie a população.

A função exercida por esta personagem é a de aproximação, e durante o videoclipe a postura corporal adotada por ela condiz com a de um comandante, como quando ela aparece

frente à bandeira norte-americana (figura 6), numa clara referência ao patriotismo. Na representação gráfica de Mozdzenski (figura 4), esta personagem estaria no quadrante 2.

Nesta primeira aparição de Madonna (figura 5), que também é a primeira cena do videoclipe, já se torna possível interpretar a temática central de *American Life*. Porém, não existe neste momento referências a outros conflitos, apenas à guerra militar.



Figuras 7 e 8

Outras personagens são apresentadas (figuras 6 e 7) nos primeiros 12 segundos. Mas ainda não há nenhuma referência clara as quais posições elas tomam dentro da obra, porém sabe-se que estão se preparando para algum confronto.



Figuras 9, 10, 11 e 12

Na próxima vez que esse grupo de personagens aparece (figuras 9 a 12), já se torna clara que são antagonistas à personagem que representa o exército. Essas mulheres, então, tomam a voz de guerrilheiras, já que Madonna, representando a liderança deste grupo de resistência, faz uma clara referência visual a Che Guevera, criando assim um laço de informação com a capa do disco (figura 2).



Figuras 13 e 14

Esse grupo de mulheres, com tendências revolucionárias, são colocadas como inimigas dos Estados Unidos. Todavia, deve-se notar que elas não são estrangeiras, e sim, parte da sociedade norte-americana, pois numa dada cena, quando elas entram em um carro, há uma bandeira norte-americana (figura 14).

Para Madonna, a revolução na América começaria dentro do próprio país, por um grupo social marginalizado e sozinho. Mas, quem seriam essas mulheres? Por que elas lutam contra o seu país? Elas podem ser interpretadas como as esposas dos soldados enviados à guerra: enquanto interpreta a canção, Madonna escreve com uma faca na parede de umas das cabines a expressão “me proteja” (figura 13).



Figuras 15, 16 e 17

O ambiente que se passa o videoclipe é um desfile de moda (figura 15). Madonna o escolheu por remeter ao fútil e à busca exagerada por um padrão de beleza não alcançável por grande parte da população. Além de ser um lugar frequentado pelas elites. Ou seja, a passarela traz à tona a guerra interior, o indivíduo lutando contra seus fantasmas para se sentir bonito e atraente, e os conflitos sociais existentes na luta de classes.

A forma que este ambiente é apresentado no videoclipe é explícita em relação à realidade, porém, sua função se distancia da original, já que num desfile de moda os fatos tendem a ocorrer mais calmamente. Na representação gráfica de Mozdzenski (figura 4), este ambiente estaria no quadrante 3.

Durante o desfile, alguns assuntos são debatidos pela cantora. São temas que ela considera estar em voga – ou precisariam estar. Como, por exemplo, a questão do gênero (figura 16), que trabalha da mesma forma que na canção a escolha entre ser socialmente um garoto ou uma garota.

Essa simbiose entre a letra e a imagem também pode ser notada quando a modelo usando uma máscara contra envenenamento (figura 17) está na passarela; o trecho da canção é o que faz referência à vida moderna. No âmbito da guerra, a modernidade poderia ser relacionada à guerra biológica e/ou química, e por isso a proteção usada pela modelo.

Na vida moderna vista por Madonna, o medo e a paranóia estão em evidência, assim como a necessidade do debate de gênero citado anteriormente, tanto pela presença do modelo em trajes femininos (figura 15) como pelas guerrilheiras mulheres que tomam o lugar dos homens na sociedade.



Figuras 18, 19 e 20

A guerra, agora a militar, é interpretada por Madonna como essencial para a sociedade norte-americana. É indispensável para os Estados Unidos se manterem como potência econômica o lucro que a indústria da guerra traz (JOHNSON, 2007) e também da necessidade que a indústria do entretenimento se faz dela.

A economia e o entretenimento são colocados juntos durante o clipe. À medida que grandes barbáries acontecem (figura 19), o público tem duas reações: de contentamento ou de indiferença.

Essa elite, que também pode ser a elite cultural, representada muitas vezes no clipe por sócias de celebridades, não se sente com medo de nenhuma guerra externa e também se mostra indiferente a conflitos internos do país, como quando Madonna e as guerrilheiras invadiram o desfile e jogam água na imprensa (figura 18), simulando um ataque à liberdade de informação.

Esse jogar água na imprensa traz à tona duas possíveis visões para a mídia: 1) o jornalista se coloca como testemunha ocular dos fatos e em uma guerra se posiciona como um elemento de fora e apenas se atém a sua função de registrar a notícia. 2) a imprensa é mero fantoche da elite e se preocupa em notícias aquilo que é de interesse dos grupos dominantes.

Só quando, ao final do clipe, é jogada uma granada (figura 20), essa elite demonstra uma reação que não é de felicidade – por estar lucrando ou se entreter com a guerra – ou de indiferença. Essa elite demonstra espanto, medo e indignação.

A guerra, enfim, chegou a ela, e ninguém poderá defendê-la, já que as forças armadas se encontram desgastadas com incursões militares consideradas desnecessárias. A população, representada pelas guerrilheiras femininas, foi quem clamou e trouxe as mudanças.

5. Considerações finais

Este artigo quis trazer à tona um pouco da visão de Madonna sobre a sociedade norte-americana e sua valorização da guerra. É claro que o conflito é importante dentro da cultura estadunidense, principalmente do ponto de vista militar e econômico, porém, as guerras internas travadas dentro da nação também moldam o caráter discursivo do clipe.

São também nos conflitos por popularidade e reconhecimento de um determinado grupo como parte da sociedade, que se concentram as críticas de Madonna às exigências do *american way*: ser bonito; tomar uma atitude condizente com seu gênero mesmo que isso não faça nenhum sentido; ser patriota, cristão ou judeu; consumir, ser paranóico; ter medo de guerra ou de ataques terroristas.

Fica mais fácil notar esses conflitos internos e as exigências de uma cultura como a estadunidense, ao se analisar apenas a música. Porém, quando é lido o videoclipe, esses conflitos que antes eram internos, tomam proporções globais, que vão além de uma relação “eu *versus* outros”, para “nós *versus* a sociedade”. *American Life* mostra as guerras que são travadas pelos cidadãos norte-americanos cotidianamente em nome de seu país e sua cultura.

Madonna e seus videoclipes podem ser analisados como verdadeiras obras literárias não-verbais, que dialogam com a cultura popular massiva, a arte e as diversas subculturas que montam esse quebra cabeça que chamamos de sociedade Ocidental.

Referências Bibliográficas

BARRETO, Rodrigo Ribeiro. **A fabricação do ídolo pop: a análise textual de videoclipes e a construção da imagem de Madonna.** 2005. **Dissertação** (Mestrado em Comunicação e Cultura Contemporâneas). Pós-graduação em Comunicação e Cultura Contemporâneas da Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2005.

CARLSSON, Sven. **Audiovisual Poetry or Comercial Salad of Images? Perspectives on Music Video Analysis.** 1999. Music Video Theory. Disponível em: <<http://www.zx.nu/musicvideo>>. Acesso em: 24 de junho de 2010.

COELHO, Lilian Reichert. **As relações entre canção, imagem e narrativas nos videoclipes.** In: XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação. Belo Horizonte/MG, 02 a 06 de setembro de 2003.

GASPARELLI JUNIOR, L. G. **Mosaico e hipertexto nos videoclipes Vogue, de Madonna.** Revista ARTEFACTUM, v.2, p. 5-20, fev. 2009.

GROSSBERG, L. **The media economy of rock culture: Cinema, postmodernity and authenticity.** In: FRITH, S.; GOODWIN, A.; GROSSBERG, L. (Ed.). Sound & vision: the music video reader. London and New York: Routledge, 1993. p. 185 - 209.

JOHNSON, Chalmers. **Blowback: os custos e as consequências do império americano.** Trad. Bruno Casotti. Rio de Janeiro: Record, 2007.

WHEEN, Francis. **Como a picaretagem conquistou o mundo.** 2ª ed. Trad. Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Record, 2007.

MOZDZENSKI, Leonardo. **A intertextualidade no videoclipe: uma abordagem discursiva e imagético-cognitiva.** Contemporanea, v. 7, nº 2. dez. 2009.

O'BRIEN, Lucy. **Madonna 50 anos: A biografia do maior ídolo da música pop.** 4ª ed. Trad. Inês Cardoso. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

OLIVEIRA, Ana Paola. **O lugar da música.** UNIrevista, v. 1, nº 3. jun 2006.

PEREIRA JÚNIOR, José Antônio. **O político, o sensual/sexual e o religioso nos videoclipes de Madonna: uma análise das marcas textuais não-verbais.** 2004. **Dissertação** (Monografia). Graduação em Comunicação Social da Universidade Federal do Maranhão, São Luiz, 2004.

PONTES, Pedro. **Linguagem dos videoclipes e as questões do indivíduo na pós-modernidade.** Sessões do Imaginário, Porto Alegre, nº 10, p. 47-51. nov. 2003.

SWINGWOOD, Alan. **O mito da cultura de massa.** Rio de Janeiro: Interciência, 1978.

SOARES, Thiago. **Por uma metodologia de análise mediática dos videoclipes: Contribuições da semiótica da canção e dos estudos culturais.** UNIrevista, v 1, nº 3. jun. 2006

_____. **O videoclipe como articulador dos gêneros televisivo e musical.** In: IX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Nordeste. Salvador/BA, 07 a 09 de junho de 2007.

SPURLOCK, Morgan. **Onde está Osama Bin Laden?** Trad. Roberto Muggiati. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.