



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO**

***I'M FLAWLESS*: VISÕES DO FEMINISMO NO DISCURSO DE
BEYONCÉ**

JÚLIO CÉSAR PARENTES

Rio de Janeiro

Junho de 2015

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
CENTRO DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS HUMANAS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
JORNALISMO

I'M FLAWLESS: VISÕES DO FEMINISMO NO DISCURSO DE
BEYONCÉ

JÚLIO CÉSAR PARENTES

Trabalho de conclusão de curso de graduação apresentado à Escola de Comunicação Social da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. João Freire Filho
Co-orientadora: Prof. Ms. Tatiane Leal

Rio de Janeiro
Junho de 2015

FICHA CATALOGRÁFICA

PARENTES, Júlio César.

I'm flawless: Visões do feminismo no discurso de Beyoncé. Rio de Janeiro, 2015.

Monografia (Graduação em Comunicação Social/Jornalismo) – Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, Escola de Comunicação – ECO.

Orientador: João Freire Filho

Co-orientadora: Tatiane Leal

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO

TERMO DE APROVAÇÃO

A Comissão Examinadora, abaixo assinada, avalia a Monografia *I'm flawless: Visões do feminismo no discurso de Beyoncé*, elaborada por Júlio César Parentes.

Monografia examinada:

Rio de Janeiro, dia/...../.....

Comissão Examinadora:

Prof. Dr. João Batista de Macedo Freire Filho, professor-adjunto, ECO/UFRJ

Profa. Ms. Tatiane Leal, doutoranda, ECO/UFRJ

Profa. Dra. Lígia Lana, professora substituta, ECO/UFRJ

Profa. Dra. Mayka Castellano, pós-doutoranda, ECO/UFRJ

Rio de Janeiro

Junho de 2015

AGRADECIMENTOS

À minha mãe, que foi compreensiva o suficiente para entender e respeitar meus momentos de indisposição durante a produção desse trabalho. Mais além, não posso deixar de agradecer-lá por me dar a melhor base dentro do possível e acreditar em todo meu potencial. Ela não chegou nem perto de ingressar na universidade, mas a vitória é nossa.

Ao meu pai, que não está mais neste mundo, mas deixou seu legado e sempre me ajudou como pôde, mesmo acreditando que faculdade era coisa de rico. Fico feliz em ter provado o contrário!

A meu orientador, João Freire Filho, por ter me auxiliado com essa pesquisa de extrema importância para minha formação acadêmica. E à minha co-orientadora querida, Tatiane Leal, pela disponibilidade, acompanhamento e compreensão dos dilemas que ela enfrentou há – relativamente – pouco tempo, sem falar na didática minuciosa, sempre pensando em melhorar meu trabalho. Agradeço também à banca, por aceitar meu convite e contribuir para estudos interessantes de gênero, mídia e do campo da cultura em geral.

Ao meu irmão, que me ajudou bastante e foi compreensivo nesses quatro anos de universidade. Apesar de completamente diferentes e em constante conflito, a importância do estudo sempre foi um ponto em comum.

Aos meus verdadeiros amigos da ECO, com quem tanto aprendi, me diverti e me desesperei durante esses quatro anos. Compartilhamos muitas experiências singulares e espero que nossa amizade prevaleça, mesmo com a despedida de alguns dos corredores da melhor e mais diversa universidade de Comunicação que eu poderia imaginar.

Aos meus amigos de Jacarepaguá, onde fui nascido e criado, em especial os de Rio das Pedras, pelo papel importantíssimo nos momentos de diversão e descanso da mente. Ainda que não sejam experts em monografias, o apoio de todos vocês foi essencial.

À ECO em si, entre os professores comprometidos em ensinar para a vida, os gatos que eu mais amo e o verde que ilumina nossos olhos. Sentirei falta daquele lugar (menos das viagens intermináveis e do trânsito caótico até lá)...

PARENTES, Júlio César. *I'm flawless: Visões do feminismo no discurso de Beyoncé*. Rio de Janeiro, 2015. Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação – Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015.

RESUMO

Este trabalho investiga e problematiza a imagem de Beyoncé como ícone feminista na sociedade contemporânea. No contexto do pós-feminismo, faço uma análise dos discursos da artista, que se misturam e trazem suas visões sobre questões de gênero e modelos de feminilidade. Baseado em letras, videoclipes e declarações veiculadas pela mídia, Beyoncé se estabelece como uma “mulher de atitude”, que faz uso do *empoderamento* feminino para sugerir e convidar as mulheres a agirem como ela. Para chegar ao meu objetivo, faço uma contextualização histórica da luta pela igualdade entre gêneros e diálogo com autores como Angela McRobbie, Susan Faludi, Stéphanie Genz e Benjamin Brabon, que analisam questões de gênero em produtos midiáticos, bem como Edgar Morin e seus estudos sobre celebridades. Como produto do *girl power*, a cantora é uma das personagens mais icônicas da indústria do entretenimento e serve como objeto para discutir a influência de personalidades no pensamento popular, trazendo questões ligadas à liberdade sexual, independência feminina e padrões de beleza.

Palavras-chave: Beyoncé; pós-feminismo; mídia; gênero; celebridades.

PARENTES, Júlio César. *I'm flawless: Visions of feminism in Beyoncé's discourse*. Rio de Janeiro, 2015. Graduation Term Paper – Communication School (ECO), Federal University of Rio de Janeiro (UFRJ), Rio de Janeiro, 2015.

ABSTRACT

This work investigates and questions Beyoncé's image as a feminist icon in contemporary society. In post-feminist times, I make a review of the artist's speeches, which mix and bring her views on gender issues and femininity models. Based on lyrics, music videos and statements reported by media, Beyoncé is established as a “woman of attitude” who uses female empowerment to suggest and invite women to act like her. To reach my goal, I make a historical context of the struggle for gender equality and dialogue with authors such as Angela McRobbie, Susan Faludi, Stéphanie Genz and Benjamin Brabon, which analyze gender issues in media products as well as Edgar Morin and his studies on celebrities. As a girl power product, the singer is one of the most iconic characters of the entertainment industry and serves as an object to discuss the influence of personalities on the popular thinking, giving rise to themes such as sexual freedom, independence and female beauty standards.

Keywords: Beyoncé; post-feminism; media; gender; celebrities.

Índice

1 INTRODUÇÃO	1
2 FEMINISMO	6
2.1 Luta pela igualdade	6
2.2 Pós-feminismo.....	10
2.3 <i>Backlash</i>	11
2.4 <i>Girl power</i>	13
3 A CONSTRUÇÃO DAS CELEBRIDADES	17
3.1 Destiny's Child.....	20
3.2 Carreira solo	23
3.3 Discurso de sucesso.....	25
4 MULHER PODEROSA: ANÁLISE DE LETRAS E VIDEOCLIPES	28
4.1 "Freakum Dress"	28
4.2 "Irreplaceable"	30
4.3 "Single Ladies" e "If I Were A Boy"	30
4.4 "Who Run The World?".....	31
4.5 <i>BEYONCÉ</i> : a mulher bem-sucedida.....	32
5 CONCLUSÃO	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	40

1 INTRODUÇÃO

Um fundo preto misterioso se ilumina com uma palavra em letras garrafais: feminista. Assim começa uma das performances da turnê *On The Run*¹, da cantora norte-americana Beyoncé, que em seu último disco, autointitulado, trabalha a temática feminista². No palco, uma rápida definição segue a incandescência da palavra cor de rosa. “Uma pessoa que acredita na igualdade social, política e econômica entre os sexos”. O significado atribuído ao termo feminista foi retirado de uma palestra da escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie, que mais tarde publicou o livro *Sejamos todos feministas*, baseado em seu discurso durante um conjunto global de conferências realizado em 2012.

O CD *Beyoncé* é resultado de um projeto guardado a sete chaves, disponibilizado nas plataformas digitais, de surpresa, no dia 13 de dezembro de 2013. A estratégia de lançamento do álbum visual, que inclui 14 faixas e 17 videoclipes, se mostrou bem-sucedida. A coloração rosa-acinzentada do termo “feminista” nos shows é a mesma usada na capa do disco e mostra uma subversão à feminilidade, uma vez que a arte faz um contraponto com o tom másculo e abrasivo da fonte tipográfica em que a palavra surge, inspirada nos cartazes dos placares das lutas de boxe³.

Um dos maiores nomes da música pop atual, Beyoncé é a artista com mais certificados por vendas de disco da década passada, segundo a Associação da Indústria Fonográfica Americana (RIIA)⁴. Os últimos três discos de estúdio da cantora foram sucesso de vendas no Brasil. *I Am... Sasha Fierce* foi o mais vendido de 2009, *4* foi o segundo disco internacional mais vendido no ano de 2011 e, em 2013, o álbum *Beyoncé* levou o título de álbum

¹ *On The Run*, a turnê conjunta de Beyoncé e seu marido, o rapper Jay Z, teve início em 25 de junho de 2014, nos Estados Unidos. O letreiro com a palavra “feminista” em uma fonte cor de rosa aparece no início da apresentação da canção *Flawless*, durante alguns dos shows da *tour*. Disponível em http://en.wikipedia.org/wiki/On_the_Run_Tour_%28Beyonc%C3%A9_and_Jay-Z%29. Acesso em 29 de março de 2015.

² Enquanto trabalhava em seu lançamento surpresa, em 2013, Beyoncé se declara “uma feminista moderna que acredita na igualdade entre os sexos”, em entrevista à edição inglesa da revista *Vogue*. Disponível em <http://www.vogue.co.uk/news/2013/04/04/beyonce-interview-may-vogue>. Acesso em 29 de março de 2015.

³ O diretor criativo Todd Tourso falou ao portal “The Atlantic” sobre o conceito da icônica capa do CD (que não contém uma foto da cantora, como os anteriores) e da série de roupas que reproduzem a capa do disco ou trechos de canções, disponíveis no site da cantora. Disponível em <http://www.theatlantic.com/entertainment/archive/2014/06/the-full-story-of-beyonces-flawless/373480/>. Acesso em 14 de março de 2015.

⁴ Disponível em <http://databasebrasil.blogspot.com.br/>. Acesso em 14 de março de 2015.

internacional mais vendido, segundo os dados da Associação Brasileira de Produtores de Disco⁵.

Diante deste panorama, busco contextualizar e questionar o discurso feminista da artista, por meio de uma análise de seus videoclipes e composições. Quais os significados mobilizados pelo discurso da Beyoncé? Em seu local de prestígio, a cantora emana diversas verdades através da sua arte. Tais declarações dialogam entre si, algumas vezes se contradizem e em outros momentos se complementam. Ser uma mulher “autêntica” e “poderosa” exige um esforço que não é apenas pessoal. Além da personalidade do indivíduo, a coerção por parte da sociedade deve ser levada em consideração, uma vez que esses modelos ideais de feminilidade são construídos no interior da sociedade, atrelados a relações de poder.

Um dos objetivos desta pesquisa é entender como as canções, ou melhor, o discurso de uma artista vai ao encontro (e ao desencontro) de muitas concepções de feminismo, traduzindo os múltiplos pensamentos de uma mulher em busca de igualdade nos dias de hoje. Entre essas ideias, trabalho com diversos temas relacionados à vida feminina: liberdade sexual, independência, beleza, importância da maternidade e da família, entre outros assuntos.

A ideia de investigar uma visão do feminismo contemporâneo partiu da observação de um tema tão em voga na mídia. Os discursos feministas anunciados pelas celebridades influenciam na formação do pensamento popular. Durante minha trajetória acadêmica, encontrei poucos estudos que se direcionassem a uma análise do feminismo através de celebridades, figuras de tamanha influência na sociedade contemporânea, o que se tornou mais um motivo para propor essa imersão no discurso feminista da Beyoncé. Exemplificando o conteúdo de seu discurso, escolhi analisar letras e videoclipes, relacionando os mesmos entre si e ao movimento feminista, além de me propor a interpretar as mensagens da cantora. A amostra envolve dez faixas: cinco delas vem de álbuns anteriores ao seu lançamento de 2013 (no qual Beyoncé se declara feminista), que traz mais cinco canções.

Para destrinchar o feminismo por trás da cantora e entender como acontece esse estímulo ao público, é necessário recapitular a história da luta pela igualdade de gênero, dentro de suas múltiplas vertentes, divididas em ondas que culminam no pós-feminismo. A princípio, proponho um debate sobre a primeira onda, onde as mulheres lutavam por bens hoje considerados essenciais, como o voto e a educação. Em seguida, a partir dos anos 1960, com os movimentos da segunda onda, que eclodiram na Europa e nos Estados Unidos, as

⁵ Disponível em <http://www.billboard.com/biz/articles/news/retail/1211083/beyonce-tops-decades-riaa-sales>. Acesso em 14 de março de 2015.

feministas expandiam suas insatisfações para o âmbito conjugal e familiar, envolvendo sexualidade, mercado de trabalho e outros obstáculos à igualdade (PINTO, 2010). Sob a ótica do pós-feminismo, fase que marca um momento de revisão do feminismo enquanto movimento e teoria, trabalho o questionamento das pequenas relações de poder do cotidiano, pondo em cheque alguns valores dos quais a segunda onda defendia como certo ou errado para uma mulher. Uma feminista dos dias de hoje pode se sentir livre para optar por não ter filhos, assim como pode dar prioridade ao casamento sobre a carreira profissional.

Durante as ondas, diversas correntes e pensamentos foram estudados mais a fundo, como a ideia de retrocesso do *backlash*⁶, movimento midiático de acusação da liberação feminina como causa de muitos problemas, como a frustração da mulher, que, de acordo com a mídia, já alcançara a igualdade almejada, mas continuava infeliz (FALUDI, 2001). A discussão sobre o “pós-feminismo na cultura popular” (MCROBBIE, 2006) serve como embasamento teórico para produzir novas ideias sobre assunto, uma vez que os produtos midiáticos tem um papel central nas análises da autora. No movimento *girl power* (GENZ & BRABON, 2009), que faz uso de estratégias de *empoderamento*, a estrela contribui para reafirmar a feminilidade através de estereótipos voltados ao mercado, como produtos de beleza e roupas. A ideia de que uma mulher deve usar a sensualidade (incluindo o seu vestido) para seduzir o outro sexo, como a cantora explicita na faixa *Freakum Dress*⁷, se encaixa perfeitamente no modo *girl power* de pensar e agir, com uso do corpo como forma de poder, ainda que as mulheres possam se vestir bem para si mesmas ou não estejam à procura de um homem.

O segundo capítulo da monografia se dedica à construção da celebridade. Beyoncé, enquanto produto cultural, discursa muitas vezes em prol do consumo. Ela também traz um caráter pessoal para a seus trabalhos. Aclamada com o *status* de celebridade, a cantora não esconde o seu passado. Pelo contrário, reforça a vida em Houston, no Texas, o quanto ela batalhou para chegar ao patamar de estrela: a infância “perdida” em concursos e festivais, a determinação no grupo Destiny’s Child (que estava disposto a conseguir o primeiro contrato com uma gravadora), a dedicação de seu pai, que largou o emprego para se tornar agente das meninas da banda, a influência de sua mãe, que conciliava o trabalho no salão de beleza com a confecção dos modelitos a serem usados pelas garotas... O clima familiar em que Beyoncé

⁶ O termo dá nome ao livro da jornalista feminista Susan Faludi, essencial para discutir a onda conservadora que pairou sobre o feminismo dos anos 1980.

⁷ A canção é a sétima faixa do *B'Day*, segundo disco solo da artista, lançado em 2006.

se insere ajuda a construir a ideia de garota do interior que ganhou o mundo. A história da estrela se remete ao passado de Madonna, considerada a rainha do *pop*.

Madonna, com todo o seu discurso de “garota que iria conquistar o mundo”, com a sua clara aproximação com a cultura das ruas de Nova York nos anos 80 (...) soa nos evocar uma típica premissa da modernidade: um discurso claramente racional, orientado, que parece construir um ponto de vista determinado sobre questões contemporâneas (SOARES, 2010, p. 4).

Apoiado em alguns documentários sobre a vida de Beyoncé, que deslança em carreira solo e finaliza de vez os trabalhos com seu antigo grupo, faço uma breve análise de seu sucesso, que lhe dá credibilidade para ser enxergada como um ícone do feminismo na música. O que ajuda a cantora a conquistar seu lugar de destaque? A qualidade e o bom desempenho, aliados à exposição midiática constante são algumas das chaves do sucesso, sem dúvida. Elogiada pela potência vocal e pela habilidade como dançarina e compositora, a artista já seria considerada como “talentosa”, mas o fato de seguir os valores atuais também apresenta extrema importância, uma vez que “as celebridades ostentam aquilo que uma determinada sociedade, num determinado momento, valoriza” (FRANÇA, 2010, 25).

Ser autêntica também é um fator essencial para o sucesso, não só para uma celebridade, mas também para qualquer anônimo. Ser “você mesma” e ter “atitude” são uma das principais características de uma “mulher poderosa”, objeto de estudo de Tatiane Leal:

A mulher poderosa seria esse indivíduo que almeja vencer em meio a uma realidade pretensamente igualitária e meritocrática. Para isso, ela conta com o auxílio de guias como a mídia, que prometem revelar os segredos do sucesso por meio das trajetórias exemplares de outras mulheres que chegaram lá (LEAL, 2015, p. 20).

Beyoncé é uma das mulheres que “chegaram lá” e, através da junção de trajetória e discurso, defende a perpetuação de uma geração de mulheres bem-resolvidas, que se sintam realizadas com as suas escolhas em diversos âmbitos da vida.

A análise de canções (e seus respectivos clipes) acontece no terceiro capítulo da minha dissertação. “Freakum Dress” e “Irreplaceable”, faixas do álbum *B'Day* (2006), serão as primeiras a serem analisadas, seguidas de “If I Were A Boy”⁸ e “Single Ladies”, do disco *I Am... Sasha Fierce* (2008), e “Run The World (Girls)”, do *4* (2011). Optei por seguir uma

⁸ “If I Were A Boy” é a única faixa em que a artista não assina a composição, embora seja uma das produtoras da canção.

ordem cronológica dos lançamentos, assim seria possível evidenciar uma possível mudança ou amadurecimento no trabalho da cantora em relação aos seus CDs mais recentes. Assim, continuo o trabalho com mais cinco canções.

Através dos vídeos musicais e de suas próprias composições em seu quinto álbum de estúdio, Beyoncé nos dá um panorama de sua personalidade: uma mãe, casada, mas, em primeiro lugar, mulher. Na casa dos 30 anos, a intérprete fala dos seus desejos sexuais sem pudores. “Eu queria mostrar que você pode ter um bebê, trabalhar duro e ter seu corpo de volta. Você pode ter seu filho e ainda se divertir, ainda ser sexy, ainda ter sonhos, ainda viver para si mesma”, afirma a cantora ao comentar sobre o vídeo da música “Partition⁹”. Em outras faixas, como “Pretty Hurts” (“a beleza machuca”, em tradução livre), a cantora critica a busca excessiva pela beleza, ainda que – paradoxalmente – ela seja uma das alimentadoras do segmento, com investimentos em perfumes e linhas de roupa.

Outras músicas deste disco serão trabalhadas a fundo. Entre elas, “Flawless”, que se tornou sinônimo do *empoderamento* de Beyoncé, que preza pela autoestima feminina, sem deixar de citar suas conquistas e a influência de seus familiares na sua formação. “Blue” aborda a maternidade como uma das grandes realizações da cantora e “Grown Woman” reforça a atitude característica de Beyoncé, que afirma ser uma “mulher adulta” e poder “fazer o que bem quiser”. Uma produção de caráter bastante pessoal, seu álbum homônimo contém muitas filmagens de família (seja da sua infância ou de sua vida íntima com o marido e a filha), o que transmite a ideia de intimidade em relação ao público; uma forma de aproximação e estímulo. Apresento, portanto, mais cinco análises de composições e videoclipes de seu último projeto.

Importantíssimo para trabalhar o último lançamento da cantora, o discurso de Chimamanda Ngozi Adichie (*Sejamos todos feministas*, 2014), que traz suas experiências pessoais, enriquece o debate sobre a mulher contemporânea, bem como o “mito da beleza” (WOLF, 1992), que se torna um empecilho para as mulheres em busca de poder.

Reunindo o material sobre Beyoncé, bem como o embasamento teórico sobre o feminismo e o estudo das celebridades, faço uma tentativa de análise das várias verdades de um discurso que reflete na imagem da mulher contemporânea. Assim, pretendo contribuir para futuros estudos de comunicação que relacionem celebridades e gênero.

⁹ “Liberation”. Ver a quarta parte do documentário *Self-Titled* (2013), lançado pela cantora em seu canal no *YouTube*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=1b1loWJfxaA>. Acesso em 15 de março de 2015.

2 FEMINISMO

Há muitas maneiras de alcançar a igualdade entre os sexos, prova disso é a existência das várias vertentes que surgem ao longo da história. É complicado conceituar uma luta que começou em busca dos direitos civis, passou por questionamentos acerca da mulher na família e no trabalho e chegou a um momento de revisão e dispersão em que as escolhas individuais são prioridade, uma vez que as metas coletivas teriam sido alcançadas. Chimamanda Ngozi Adichie enxerga no movimento a busca por igualdade política, social e econômica (ADICHIE, 2014), enquanto Maria Lygia de Moraes acredita que o feminismo é uma ideologia contemporânea que parte da crença comum de que as mulheres são reprimidas enquanto representantes do sexo feminino (MORAES, 1996).

Mais importante do que definir o movimento feminista é observar que não se trata de um conceito unívoco. Campo complexo, é comum observarmos os estudos feministas divididos em ondas. Esclareço, pois, que o conceito de onda remete a algo mais fluido do que delimitado: a primeira onda não chega ao fim quando o mundo se prepara para o início de um novo feminismo, e assim sucessivamente; a luta por igualdade acontece há mais de um século, e estudiosos analisam as características e tendências comuns entre os grupos do movimento ao longo da história. A esquematização em ondas é um recurso historiográfico que ajuda a enxergar um panorama da causa em determinados períodos, o que facilita a compreensão das demandas de cada momento.

De extrema importância para analisar os efeitos dos produtos culturais sobre possíveis papéis da mulher nos dias atuais, a amplitude do feminismo será aprofundada neste capítulo, desde a luta das *sufrajetes* no fim do século XIX e início do século XX, até o pós-feminismo, em que a mulher quer ser “livre” à sua própria maneira, sem a obrigação de um engajamento político e social, tão presente em outros tempos.

2.1 Luta pela igualdade

As sufragetas, como ficaram conhecidas, promoveram grandes manifestações em Londres, foram presas várias vezes, fizeram greves de fome. Em 1913, na famosa corrida de cavalo em Derby, a feminista Emily Davison atirou-se à frente do cavalo do Rei, morrendo. O direito ao voto foi conquistado no Reino Unido em 1918 (PINTO, 2010, p. 5).

Considerada como a primeira onda feminista, a luta dessas mulheres pelo sufrágio, no fim do século XIX e início do século XX, marca a abertura de um debate sobre a relação entre os gêneros. Ainda que exista a legitimação de autores feministas sobre o período histórico referido, as diferenças entre os sexos já incomodavam outros grupos na história. Na Revolução Francesa, por exemplo, mulheres participaram ativamente em protestos para discutir questões políticas. Vítimas da inflação e da crise de abastecimento, o período de mudanças na França abriu uma brecha para uma militância feminina, embora elas fossem consideradas cidadãs-passivas, sem direitos políticos. O lugar das mulheres na esfera pública sempre foi problemático¹⁰. Até mesmo os revolucionários iluministas defendiam que a sensibilidade da mulher e a sua dificuldade em distinguir o real do abstrato eram diferenças que a colocavam como inferior em relação ao homem.

Dessa diversidade, nasce a primeira diferença assinalável entre as relações morais de um e de outro. Um deve ser ativo e forte, o outro passivo e fraco; é necessário que um queira e possa, basta que o outro resista pouco. Estabelecido esse princípio, segue-se que a mulher é feita especialmente para agradar ao homem (ROUSSEAU, 1973, p. 415).

Por meio desse *flashback* temporal aparentemente simples, busco explorar uma questão complexa, que persiste até os dias atuais: a diferenciação entre os gêneros, resultando na inferiorização da mulher, o que justifica a luta ao longo da história contemporânea.

No Brasil dos anos de 1910 e 1920, esse feminismo inicial também se desenvolvia: a luta pelo sufrágio e pelo direito de trabalhar sem autorização prévia do marido foram questões importantes para as militantes da época (PEREIRA & SCHUMACHER, 2010). Apesar da presença da classe operária, destaco também que, por muito tempo, o movimento era uma luta por igualdade vinda (majoritariamente) de uma parcela específica da sociedade: mulheres negras (em pleno momento pós-escravidão), por exemplo, ou membros de classes menos abastadas financeiramente compunham o grupo de feministas brasileiras.

Mulheres das camadas médias e da aristocracia cafeeira, como a fundadora d'A Mensageira, “revista literária dedicada à mulher brasileira”, ou a conhecida escritora campineira Júlia Lopes de Almeida, de um lado, ou operárias anarquistas, de outro, colocaram em questão o lugar tradicionalmente designado à mulher, reivindicando o direito à educação, ao trabalho e à participação no mundo público em igualdade de condições com os homens (RAGO, 1996, p. 19).

¹⁰ Para entender como as mulheres eram vistas no período em questão, ver PERROT, Michelle. *Mulheres públicas*. São Paulo: Unesp, 1998.

A imprensa feminista da época, estudada por Margareth Rago, destacava o papel das mulheres no espaço privado, ainda que existisse uma defesa da igualdade entre os gêneros. A valorização da família estabeleceria, portanto, uma relação de coexistência com a luta pelos direitos políticos. “As feministas enunciavam um discurso valorizador da esfera privada e da função da mãe, de um lado, não abandonando de outro a firme ideia de que deveriam aceder ao mundo público em condições de igualdade com os homens” (RAGO, 1996, p. 26).

Saindo do Brasil e avançando alguns anos, entramos em um contexto de guerras, em que as mulheres teriam mais oportunidades para se mostrarem autossuficientes, ainda que os reais motivos não fossem relacionados à libertação feminina. Hoje um dos grandes símbolos do feminismo, “Rosie, a rebidadeira”¹¹ fazia parte, originalmente, de uma campanha motivacional direcionada às operárias norte-americanas. Como não participavam diretamente dos conflitos armados da guerra, muitas mulheres precisavam tomar a frente da família, cuidar do lar e trabalhar para tirar seu sustento. Enquanto a sociedade norte-americana via homens e mais homens partindo para lutar em territórios estrangeiros, as funcionárias das fábricas não podiam deixar de produzir. Originalmente um cartaz contra a greve (resultado da preocupação com a economia do país), o ícone foi resgatado pelo movimento feminista, a partir da década de 1980, transformando-se em uma imagem de *empoderamento* (SHARP & WADE, 2011). Resignificado, o símbolo não soa tão diferente da técnica utilizada por Beyoncé, que será aprofundada nos próximos capítulos.

Fundamental para a segunda onda do feminismo, a partir da década de 1960 (PINTO, 2010), a ideia de que não se nasce mulher, mas torna-se (BEAUVOIR, 1970) deixa clara a construção social do gênero feminino. A sociedade ensina as mulheres a se comportarem de acordo com um ideal de feminilidade que enfatiza sua função meramente reprodutiva, justificando biologicamente um papel social. A condição de “fêmea” definiria o caráter emotivo e inferior do gênero feminino. Em relação ao homem, a mulher é sempre “o outro”, um ser dependente do sexo masculino. Com *O segundo sexo*, a intelectual francesa se estabeleceu como um dos grandes nomes do movimento.

¹¹ “Rosie, the Riveter” faz parte de uma campanha para motivar as estadunidenses realocadas para as fábricas a continuarem trabalhando. A imagem, publicada na capa da revista Saturday Evening Post, mostra uma mulher branca de lenço na cabeça e lábios vermelhos, contraindo o bíceps enquanto puxa a manga do seu uniforme. A sentença “We can do it!” (“Nós podemos fazer isso!”, em tradução livre) acompanha a pintura. É importante destacar que o cartaz não tinha a intenção de enaltecer o poder feminino, mas manter a economia forte durante um período delicado (SHARP & WADE, 2011). Nos dias atuais, até mesmo Beyoncé já reproduziu a pose (e o visual) do cartaz, para evidenciar a força das mulheres.

A relação dos dois sexos não é a das duas electricidades, de dois pólos. O homem representa a um tempo o positivo e o neutro, a ponto de dizermos "os homens" para designar os seres humanos, tendo-se assimilado ao sentido singular do vocábulo *vir* o sentido geral da palavra *homo*. A mulher aparece como o negativo, de modo que toda determinação lhe é imputada como limitação (BEAUVOIR, 1970, p. 9).

Betty Friedan (1971) também foi uma figura importante para os estudos da segunda onda. A jornalista e psicóloga norte-americana trabalhou a feminilidade das mulheres, que, nos anos 1960 eram bombardeadas pela mídia com imagens de mães felizes e realizadas com as tarefas domésticas, que envolviam cuidados com o lar e a família. Ao entrevistar mulheres do subúrbio, a autora constata uma infelicidade das mesmas, distantes do que viam nas TVs e revistas. Esse “problema sem nome” seria agravado pela negligência da mídia, que ignorava o público e continuava a exibir as moças felizes com o lar.

Em meio às tendências libertárias de um mundo da pílula anticoncepcional¹² e dos jovens *hippies* pregando pela “paz e amor” nos Estados Unidos, o Brasil via-se em uma ditadura militar nos anos de 1960 e 1970, um período de crise democrática. Além do combate à ditadura, a segunda onda feminista brigava contra a violência sexual e defendia o direito ao prazer (PEREIRA & SCHUMAHER, 2000).

Durante as décadas de 1970, 1980 e 1990, o Brasil já experimentara muitas mudanças políticas; as conquistas pareciam ter sido obtidas. Dadas as condições, por que ainda existir o feminismo? A níveis mundiais, os anos 1980 foram vistos como a prova viva do sucesso: as mulheres estavam ocupando cargos mais altos, tinham plenos direitos políticos e a opção de ter relações sexuais por prazer, mas será que elas estavam realizadas?

O chamado feminismo contemporâneo, ao longo dessas últimas três décadas, organizou-se em mais de 1.000 grupos espalhados pelo Brasil, atuando nos diferentes setores, vão desde os partidos políticos, estrutura do estado, sindicatos, grupos autônomos, organização não governamental - ONGs, associações de moradores, instâncias de controle social, universidades, entre outros. É considerado por muitos estudiosos como o movimento social mais importante do século XX (PEREIRA & SCHUMAHER, 2000, p. 8).

¹² Lançada em 18 de agosto de 1960, nos Estados Unidos, a pílula mudou significativamente os hábitos sexuais do mundo ocidental. Disponível em <http://www.dw.de/1960-primeira-p%C3%ADlula-anticoncepcional-chega-ao-mercado/a-611248>. Acesso em 04 de abril de 2015.

Diversas correntes surgiram para contestar, revisar ou esvaziar a segunda onda, como movimento e teoria. Seja na forma do *backlash*¹³ ou do *girl power*¹⁴, o pós-feminismo é o amplo conceito que abarca as questões femininas contemporâneas, ligadas à liberdade em diversos segmentos, desde o engajamento social e político até as pequenas relações do poder do cotidiano.

2.2 Pós-feminismo

Grande núcleo de debate entre opiniões e vertentes diferentes, o pós-feminismo, iniciado nos anos 1980, é resultado de uma revisão do movimento: reafirmar as batalhas já ganhas pelas mulheres e reinventar o feminismo como tal, a fim de fortalecê-lo, são questões fundamentais (MACEDO & AMARAL, 2005).

“O pós-feminismo tem sido definido como uma despolitização do feminismo, em inerente oposição à política feminista ativista e de coletivos” (GENZ & BRABON, 2009, p. 167). Uma das características do pós-feminismo é a preocupação com questões individuais e a micropolítica: pequenas decisões cotidianas seriam importantes para definir o caráter de autossuficiência das jovens mulheres contemporâneas. Desde a escolha da roupa que vão vestir até o direito de falarem abertamente sobre as suas preferências sexuais, ambas as questões envolvem a emancipação feminina em relação a pequenas escolhas. Livres para agir da forma que bem quiserem, as mulheres se tornam cada vez mais bem-sucedidas, enquanto assumem suas vontades, atuando como poderosas. Uma mulher poderosa pode escolher tanto a liberdade sexual, quanto a maternidade, por exemplo. Essas escolhas não se anulam, pelo contrário, provam que o sexo feminino é autossuficiente o bastante para traçar seu futuro, independente do que pensariam as ativistas radicais do feminismo de outros momentos.

Em um documentário publicado em seu próprio canal no *YouTube*¹⁵, Beyoncé afirma que “as pessoas se sentem como se tivessem perdido algo quando elas se casam, mas não precisa ser assim”, na tentativa de justificar que uma mulher ainda pode ter fantasias, ser sexy

¹³ O termo dá nome ao livro da jornalista Susan Faludi (2001), que analisou publicações de jornais, revistas e anúncios publicitários em uma guerra não declarada às mulheres. A obra foi publicada em 1991.

¹⁴ O termo se refere ao movimento das jovens estadunidenses do cenário *punk* dos anos 1990, que foi apropriado pela banda inglesa Spice Girls, em sua versão mais comercial, amplamente difundida pelas cantoras de música *pop* dos dias atuais (GENZ & BRABON, 2009).

¹⁵ *Yours and Mine* é um documentário dirigido por Beyoncé, lançado em seu canal em dezembro de 2014, para comemorar um ano do lançamento de seu disco visual homônimo. No monólogo, a cantora divaga sobre temas diversos, como feminismo, matrimônio, família, corpo e fama, enquanto cenas dos videoclipes gravados para o CD aparecem na tela. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=x4pPNxUzGvc>. Acesso em 5 de abril de 2015.

e usar roupas provocantes, mesmo sendo uma mãe de família. Mais do que possível, no mundo contemporâneo é preciso escolher seu destino.

Mas, ainda assim, parece que agora, mais de uma década depois, este espaço de ‘distância do feminismo’ e essas expressões de não-identificação forçada com o feminismo têm se consolidado como algo muito próximo do repúdio e não da ambivalência, e é essa postura veementemente denunciatória que é manifestada no campo de debate popular de gênero (MCROBBIE, 2006, p. 3).

As lutas do passado já não dialogariam com as jovens dos dias atuais. Sujeitos privilegiados da mudança social (MCROBBIE, 2006), elas podem escolher os próprios destinos e atender a desejos que seriam vistos com maus olhos entre as ativistas femininas da segunda onda. Sem preocupações políticas (as mulheres adquiriram o poder do voto há décadas e já ocupam cargos até mesmo na presidência de Repúblicas, como Argentina e Brasil, por exemplo), o pós-feminismo se vê como o espaço do livre debate de ideias que remetem ao micropoder.

2.3 Backlash

Uma parcela do peso de todos os estigmas depositados sobre a figura da feminista certamente provem dos anos 1980¹⁶, período onde a massa conservadora tentava esvaziar o movimento de luta pela igualdade afirmando, através de inúmeras publicações na mídia, que as mulheres estariam infelizes. De acordo com esses discursos, o próprio movimento feminista era o grande vilão, atribuindo a este os prejuízos pessoais femininos. Ao mesmo tempo, o feminismo seria desnecessário, uma vez que todos os direitos de gênero supostamente haviam sido alcançados. Quem dera fosse verdade.

Susan Faludi é uma jornalista estadunidense que se dedicou a estudar a questão do feminismo. Ao observar um padrão nas publicações sobre a mulher veiculadas na grande mídia, a autora escreveu um livro sobre o *backlash*¹⁷ (retrocesso, em tradução livre), desconstruindo a tese de que a busca por igualdade seria a grande causadora das frustrações

¹⁶ No artigo “Zombaria como arma antifeminista: instrumento conservador entre libertários”, a pesquisadora Rachel Soihet (2005) aponta que, já nos anos 1960, as mulheres fora dos padrões de feminilidade tradicionais já eram ridicularizadas pelo jornal O Pasquim, conhecido por sua luta contra o autoritarismo que pairava no Brasil ditatorial da época. Através da comicidade, os conservadores tentavam evitar a perda do predomínio masculino nos cargos de poder.

¹⁷ FALUDI, Susan. Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

femininas, ancorada em relatos na imprensa de mulheres infelizes por terem optado pela independência e rejeitado o casamento. Recheado de estatísticas, o livro de Faludi explora pesquisas que mostram mulheres insatisfeitas na vida profissional, com mais empecilhos do que os homens para atingir o sucesso no trabalho. A escritora se dedica a desconstruir muitos mitos estatísticos, como as ideias de “epidemia de fertilidade”¹⁸ ou o estudo da Universidade de Yale, de 1986, que aponta que, quanto maior o tempo de escolaridades das mulheres, menores são as chances delas se casarem. “Estes são os argumentos fundamentais que sustentam a reação contra a busca da igualdade por parte da mulher. Eles têm uma coisa em comum: são todos falsos” (FALUDI, 2001, p. 25). Ao reproduzir esse tipo de discurso, a mídia estaria influenciando as mulheres a enxergarem que todo o esforço do movimento feminista estaria ligado às frustrações que ainda existiam entre a classe.

A verdade é que os anos 80 presenciaram um poderoso contra-ataque aos direitos da mulher, levando a um retrocesso, a uma tentativa de reduzir o punhado de pequenas e sofridas vitórias que o movimento feminista a custo conseguiu (FALUDI, 2001, p. 17).

A mídia tem um poder de representação e formação da opinião pública. É possível aferir que muitas pessoas foram influenciadas por consumir as ideias veiculadas pelos meios de comunicação. O conjunto de estatísticas e de textos consegue validar o discurso de que a própria luta pelos direitos levou as mulheres à frustração, quando a igualdade entre os gêneros não foi atingida de fato.

Da mesma forma, o discurso de *empoderamento* da cantora norte-americana Beyoncé, devido ao seu amplo alcance midiático, tem a capacidade de influenciar e motivar o público a acreditar em sua própria capacidade de mudar o mundo. Em uma perspectiva *foucaultiana*, percebemos que os discursos se adaptam a seus respectivos contextos e intenções de convencimento:

Suponho que em toda sociedade a produção do discurso é ao mesmo tempo controlada, selecionada, organizada e redistribuída por certo número de procedimentos que têm por função conjurar seus poderes e perigos, dominar seu acontecimento aleatório (...) (FOUCAULT, 1970, p. 8-9).

¹⁸ Faludi apresenta uma pesquisa de estudiosos franceses, de 1982. O levantamento aponta que mulheres entre 31 e 35 anos tem 13 pontos percentuais a menos de chances de engravidarem do que as mulheres de até 30 anos.

Obra clássica do feminismo, o estudo do *backlash* é importante para entender, entre outras coisas, porque ainda hoje as pessoas receiam se definir como feministas. O caráter negativo atribuído à palavra é resultado da construção de estereótipos. Vistas como “bruxas”, as feministas seriam sinônimo de mulheres mal resolvidas, chatas e tantos outros adjetivos desagradáveis que eram lidos e ouvidos nas representações do sexo feminino pela mídia¹⁹. O antigo preconceito quanto à figura da feminista perdura até os dias atuais.

Como escreveu Rebecca West ironicamente em 1913: "Eu mesma nunca cheguei a entender direito o que quer dizer feminismo: só sei que as pessoas me chamam de feminista toda vez que expresso sentimentos que me diferenciam de um capacho" (FALUDI, 2001, p. 22).

Ressalto que o trabalho de Susan Faludi foi produzido em meio ao “calor da descoberta”. A jornalista observou um fenômeno entre os discursos da mídia da época, enquanto – posteriormente – Angela McRobbie (2006) complexificou o enfraquecimento dos ganhos feministas, detectando múltiplas significações inseridas no pensamento pós-feminista. McRobbie propõe que a campanha pela igualdade de gênero não é vista de forma negativa nos produtos midiáticos, mas respeitada como um movimento importante que possibilitou a conquista de direitos às mulheres. Vista como uma luta renegada ao passado. Com o apagamento dessas desigualdades no presente, não haveria mais pelo que se lutar. Ressignificado, o pós-feminismo abarcaria o *backlash* identificado pela pesquisadora.

Na década de 1990, surgem discursos feministas – muitos dentro da própria mídia – que apresentam novas bandeiras de luta e diferentes entendimentos de poder, sucesso e igualdade. Um deles é o *girl power*, como nos aprofundaremos a seguir.

2.4 *Girl power*

Uma das vertentes pós-feministas, popularizada pela *girlband* Spice Girls, o *girl power* é uma via de mão dupla. De um lado, a imagem da mulher divertida, dinâmica e poderosa; do outro, a da menininha frágil e vulnerável (GONICK, 2006). De caráter mercadológico, o movimento não tem nenhum problema em adotar estereótipos da feminilidade – criticados pela segunda onda do feminismo – como o culto à beleza e o uso da sensualidade. Como uma forma de reconfiguração da feminilidade, o *girl power* descarta a

¹⁹ Ver FALUDI, Susan. *Anjos adolescentes e bruxas solteiras: O backlash na TV*. In: FALUDI, Susan. *Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

ideia de que se vestir de “forma feminina” e se preocupar com beleza e moda sejam fatores de alienação. Pelo contrário, eles reafirmam o poder das mulheres, geralmente aquelas na casa dos vinte anos (GENZ & BRABON, 2009).

Beyoncé não deixa de ser um produto midiático que dialoga com a lógica de mercado do *girl power*, servindo como fomento à linha de produtos licenciados e a padrões estéticos da própria, que não raro é citada em publicações como uma das mulheres mais belas do mundo. É comum entre as cantoras *pop* se mostrarem poderosas de um lado, enquanto exploram imagens mais vulneráveis em outros momentos. Beyoncé não foge à regra. Mais para frente, farei uma análise de seus múltiplos discursos em videocliques, ora se mostrando uma mulher “de atitude”, ora expondo seu lado emotivo, com a exploração de sua vida pessoal.

A popularização das Spice Girls ofusca a preciosa informação de que a ideia de *girl power* surgiu com as Riot Grrrls²⁰, universitárias de Olympia, em Washington, que emergiram do cenário *punk* com a abordagem de temas como abuso sexual, transtornos alimentares e atitude feminina. O movimento defendia que as jovens fugissem da imagem de “menininha”, através de um feminismo juvenil “que se expressava em frases de camisetas, tatuagens, bótons e bonés que comumente aludiam a palavras e expressões como ‘ira’, ‘amargura’, ‘política’, ‘estupro’, ‘vergonha’ e ‘cadela’” (GONIK *apud* TOMAZ, 2011, p. 108).

Descritas como uma “infusão de punk e feminismo”, as Riot Grrrls (...) encenaram uma rebelião contra as representações dominantes da infância das meninas e as estruturas patriarcais encontradas no cenário musical (FEIGENBAUM *apud* GENZ & BRABON, 2009, p. 80)²¹.

Apropriado por uma versão mais comercial, o movimento das meninas poderosas não ficou só na música, com as Spice Girls, as Destiny’s Child²² e outros grupos femininos. Ao longo da década de 1990, passando pelo início dos anos 2000, uma série de produtos destacando a mulher se proliferava na mídia. Na televisão, *Buffy, a caça vampiros* trazia uma jovem antenada em moda, loira, magra e de olhos claros como uma poderosa heroína que defendia a cidade de Sunnydale dos males causados por vampiros, demônios e outras forças sobrenaturais. De aparência similar, a adolescente *Sabrina, a aprendiz de feiticeira* era uma

²⁰ O excesso de ‘letras R’ traduz raiva e irritação como sentimentos predominantes no grupo. Riot Girls significa ‘Meninas Iradas’, que também expressa o tom de protesto do grupo (GONIK *apud* TOMAZ, 2011).

²¹ Tradução minha. Trecho original: “Described as ‘an infusion of punk and feminism’, the Riot Grrrls (exemplified by such bands as Bikini Kill and Bratmobile) staged a rebellion against dominant representations of girlhood and the patriarchal structures they encountered in the music scene”.

²² Um dos grupos femininos de maior sucesso da música, responsável por introduzir a cantora Beyoncé no cenário *mainstream*.

jovem estudante que se descobria com poderes mágicos. Em *Charmed*, três poderosas bruxas na casa dos vinte e tantos anos lutavam contra demônios e feiticeiros, lidavam com conflitos amorosos, sempre prezando pela família e pelos inocentes. Na literatura, *O Diário de Bridget Jones*, da escritora britânica Helen Fielding, que posteriormente foi adaptado da coluna nos jornais para os cinemas, é objeto de estudo de McRobbie:

Bridget é uma mulher de 30 anos solteira e infantil que trabalha e reside em Londres e gosta de se divertir em pubs, bares e restaurantes. Ela é um produto da modernidade que se beneficiou das instituições que perderam seus laços de tradição e comunidade para as mulheres, tornando possível elas se ‘desatrelarem’ e se realocarem na cidade para ter uma vida independente sem vergonha ou perigo (MCROBBIE, 2006, p. 7).

Assim como a personagem de Bridget Jones é feliz com sua independência, ela é livre para expressar seu receio em não conseguir encontrar o homem ideal. Insegura, Bridget anota seus planos futuros em seu diário, bem como um controle de seu peso e do número de cigarros fumados a cada confissão. Seja em Bridget e sua insegurança ou em Buffy²³ – de aparência frágil, mas com a capacidade de impedir apocalipses – o importante é observar as “liberdades” de gênero em relação às pequenas escolhas. Ainda que haja elementos de coerção social, as mulheres teriam a chance de escolher e planejar as suas vidas. E suas escolhas independeriam das ondas iniciais do feminismo, afinal, aquelas questões amplamente discutidas já haviam sido alcançadas pelo coletivo. É hora de começar a mudança no indivíduo. Sob essa ótica, as mulheres, que na segunda onda eram vitimizadas, devem encontrar uma força interior. “O *power feminism* incentivaria as mulheres a elevarem suas vozes individuais, ao invés de submergi-las em uma identidade coletiva” (LEAL, 2015, p. 45). O *empoderamento* seria a chave para o sucesso absoluto das mulheres. Seria preciso, então, abandonar a condição de oprimida e abraçar a ideia de que se é poderosa. E desejar ser “menininha” nas horas vagas também não faz mal, sendo por vezes as grandes sacadas cômicas na vida de Bridget ou Buffy, em clara referência ao automonitoramento (MCROBBIE, 2006) dos dias atuais, o que revela uma certa paranoia em relação ao que as gerações passadas iriam pensar. Se sentir culpada por aspirar ao homem perfeito ou comer *fastfood* já pensando em como fazer para eliminar as calorias do alimento no dia seguinte são formas de se automonitorar. No fim das contas, o público ri de si mesmo, uma vez que os produtos midiáticos retratam hábitos da cultura popular contemporânea.

²³ Criada por Joss Whedon, *Buffy, a caça vampiros* estreou na TV americana em 1997 e durou sete temporadas, com o último episódio exibido em maio de 2003. Disponível em http://en.wikipedia.org/wiki/Buffy_the_Vampire_Slayer. Acesso em 5 de abril de 2015.

Através dos acontecimentos ao longo de sua carreira e das mensagens de suas músicas, Beyoncé se utiliza do *empoderamento* para defender sua visão sobre as mulheres: elas podem ter fantasias sexuais, almejar o casamento e a construção de uma família, assim como encorajar outras mulheres a terem atitude. Estratégia presente em suas composições, o *empoderamento* feminino é uma das formas que a estrela encontra, em seu lugar de destaque, para influenciar mulheres que se sintam diminuídas pela sociedade. Reafirmo que tal ferramenta faz parte do movimento *girl power*: ainda que as mulheres não modifiquem o mundo a sua volta, elas ajudam a propagar o discurso, ao consumir a música, publicar um videoclipe nas redes sociais ou usar a mesma maquiagem ou look da artista. Ao apoiar a imagem da mulher poderosa, você se insere na lógica de mercado do *girl power*, replicando um modo de agir, mesmo que de forma inconsciente.

A grande diferença dessa nova forma de feminismo em relação a versões anteriores é o deslocamento das questões sociopolíticas de um coletivo para o interior do próprio indivíduo. O que antes era motivo de reivindicação de um grupo de mulheres volta-se para questões subjetivas, individuais de um único ser. Nesse contexto, é mais fácil realizar mudanças na esfera individual. Influenciadas pelos produtos midiáticos, as mulheres precisam iniciar uma “revolução interior²⁴”.

Na sociedade midiática em que vivemos, as celebridades funcionariam como guias para conduzir as mulheres em seu projeto de *empoderamento* individual. No próximo capítulo, analisaremos a construção da imagem célebre de Beyoncé, buscando entender como a cantora se constituiu como um ícone feminista, a partir do gerenciamento de sua biografia e da afirmação de certos ideais de poder, feminilidade e autenticidade.

²⁴ Gloria Steinem promove a ideia de revolução interior no livro *Revolution from within: a book of self-esteem* (1992), centrado na concepção de uma subjetividade feminina poderosa. A autora defende que as mulheres atingiriam a igualdade somente se quebrassem suas barreiras internas, como o fato de ver certas características como naturais da mulher.

3 A CONSTRUÇÃO DAS CELEBRIDADES

Uma série de fatores ajuda a legitimar alguém como celebridade. Beleza, talento, unicidade e oportunidade certamente estão entre a gama de quesitos que envolvem a carreira de qualquer pessoa que venha a aparecer na mídia, mas antes de tudo é necessário o reconhecimento do público. A indústria cinematográfica foi uma das grandes construtoras de estrelas, que inicialmente não eram creditadas, e se tornaram plenamente reconhecidas somente quando seus nomes passaram a ser divulgados.

O que os produtores perceberam logo de início é que o público reconhecia seus atores favoritos e lhes dava apelidos afetuosos (...). Não levou muito tempo para que os produtores aprendessem a explorar esse fascínio do público e pusessem o nome dos artistas nos créditos, nem para que o público associasse a presença de seus ídolos a uma garantia absoluta de entretenimento (GABLER, 1999, p. 140).

Todo esse fascínio perante as celebridades ajudou a transformá-las em seres divinos, figuras recorrentes nas notícias de jornais, na TV e na internet. Festas, premiações ou mesmo momentos íntimos se tornam notícia: os deuses gregos, inatingíveis em sua posição de estrela, têm sua intimidade exposta. Os olímpicos da cultura de massas agora atraem os holofotes também por seu caráter humano, efetuando “a circulação permanente entre o mundo da projeção e o mundo da identificação” (MORIN, 1961, p. 101). Ao mesmo tempo em que uma personalidade é aclamada por projetar a imagem divina, ela estabelece uma identificação com o público, por carregar qualidades humanas, que podem ser vistas de forma positiva ou não. Muitas pessoas se apegam a artistas por admirarem não apenas seu trabalho ou a sua unicidade, mas também pela aparência, pela história de vida ou pelas ações do famoso em sua vida particular, que acaba se tornando pública através dos meios de comunicação.

Nos dias atuais, a exposição diária a meios de comunicação nos ajuda a construir uma imagem das pessoas de destaque, personalidades com um suposto talento para atuar, cantar, dançar, falar, em suma, entreter o público de alguma forma. “As celebridades da música, enquanto mercadorias, representam parte deste arsenal organizatório de identidades a que o indivíduo pós-moderno está exposto” (BIANCOVILLI, 2007, p. 19). Apesar de renomada, Beyoncé é uma pessoa como qualquer outra, mas, por trabalhar com entretenimento e se encaixar em vários padrões da sociedade ocidental contemporânea, carrega o ônus de ter sua vida-filme exposta para o grande público, que vive no anonimato. Além disso, por estarem em uma espécie de pedestal, as estrelas se tornam modelos para as pessoas “comuns”. Os olhos

de jornalistas, *paparazzi* e dos próprios fãs estão sempre atentos a quaisquer deslizes ou desvios de conduta cometidos pelos famosos.

Em um mundo de redes sociais e informação cada vez mais rápida, a habilidade do artista pode ser avaliada com mais facilidade. Uma crítica vinda de um especialista renomado ou um flagra inusitado podem desconstruir a imagem de um cantor que é desafinado ou um jogador de futebol que comete crimes. Ao mesmo tempo em que a imagem é de extrema importância para promoção de uma pessoa e a propagação do seu discurso, é esse mesmo artifício que pode colocar em decadência um ser enxergado como célebre, embora existam artistas que manobrem a queda usando suas falhas e sua capacidade de superação. O principal mecanismo de culto às celebridades é, portanto, uma via de mão dupla. No caso da Beyoncé, vale a seguinte máxima: quanto maior controle um artista exercer sobre a sua imagem e mais próximo ele estiver de fatores como perfeição e autenticidade, menores as chances de uma desconstrução ou crise acontecer. Charles Taylor (2011) estuda o conceito de autenticidade nos tempos modernos, dialogando com o individualismo e a racionalidade que movem o pensamento das pessoas.

Este, então, os três mal-estares modernos de que quero tratar neste livro. O primeiro medo é sobre o que poderíamos chamar de perda do significado, o enfraquecimento dos horizontes morais. O segundo diz respeito ao eclipse dos propósitos diante da disseminação da razão instrumental. E o terceiro é sobre a perda da liberdade (TAYLOR, 2011, p. 19).

A individualidade acabaria com a ideia de um propósito maior para viver; hoje as pessoas têm direito de escolher por si mesmas os seus modos de vida, pensando racionalmente e sempre buscando a eficiência máxima. Em um mundo como esse, as pessoas preferem desfrutar a vida privada a participar ativamente da sociedade a participar de decisões políticas, perdendo o engajamento na sociedade. Esse individualismo da autorrealização (TAYLOR, 2011), tão valorizado nos dias atuais, onde você deve ser fiel a si mesmo, ajuda a legitimar pessoas autênticas. Ideais de autenticidade, como Beyoncé, seriam um prato cheio para pessoas inseguras com suas identidades ou jovens em busca de um modelo a ser seguido, por exemplo.

Essa forma de gerenciamento de imagem parece ser uma boa alternativa para a artista: apesar de sua dependência da mídia, como toda personalidade contemporânea, a cantora conseguiu alcançar um patamar em que suas próprias redes e os fãs (por admiração ou interesse) agem como seus divulgadores. Assim, fica mais difícil que uma desconstrução por

parte da imprensa possa abalar sua imagem célebre; ela se encaixa no perfil daqueles artistas que pretendem encerrar a carreira somente por vontade própria (ou permanecer em alta mesmo após a morte).

O editor da *People*, Richard Stolley, chegou mesmo a estabelecer um conjunto de regras para uma capa de sucesso: jovem é melhor que velho; bonito é melhor que feio; rico é melhor que pobre; televisão é melhor que música; música é melhor que cinema; cinema é melhor que esportes; qualquer coisa é melhor que política; e nada é melhor que uma celebridade recentemente falecida (GABLER, 1999, p. 144).

A imprensa, portanto, ajuda a reforçar certos discursos. Entra em jogo, nesse caso, o que vai render uma capa mais atraente para o espectador. Essa é uma das formas de legitimar um discurso, que pode beneficiar ou não o artista. O lançamento de biografias através de filmes e livros também é uma maneira de propagar uma imagem. A condensação da vida de grandes pessoas públicas em trajetórias definidas e coerentes sempre deixa alguns vácuos ou uma espécie de ilusão retórica (BOURDIEU *apud* LANA, 2012), até porque as biografias reordenam a história e acabam deixando algumas informações de fora ou construindo uma imagem que foca nos pontos altos. No entanto, esse tipo de material estabelece uma relação de intimidade da personalidade com o público, funcionando como mais uma mercadoria indispensável aos fãs. “A sensação de que fazemos parte de uma grande coletividade, isto é, o material biográfico – ficcional e não ficcional –, de certa forma, alimenta e recria comunidades de fãs e consumidores” (HERSCHMANN & PEREIRA *apud* LANA, 2012, p. 55).

Independentemente da forma pela qual o artista será construído como tal, é importante perceber o mundo das celebridades como um lugar de instabilidade, uma vez que são poucos os artistas que conseguem se manter por bastante tempo na mídia. É usual que algumas estrelas passem certo período fora dos holofotes; mais corriqueiro ainda é existir aquela celebridade que sumiu: não é mais famosa, deixou de ser notícia ou abandonou a carreira. João Matta (2009) salienta que a superexposição pode causar os problemas característicos dos produtos do mundo contemporâneo, como a efemeridade e a perecibilidade.

Há também o exemplo de produtos moldados para o sucesso, com data de validade parcialmente definida, dependendo dos caminhos que a celebridade vá seguir. Bandas como Menudo, RBD e a brasileira Rouge²⁵, com todo apelo comercial, equipe de produtores e

²⁵ Menudo foi uma *boy band* porto-riquenha popular nos anos 1980. Em 2002, o *reality show* brasileiro Popstar escolheu, dentre milhares, cinco meninas para integrar o grupo Rouge. RBD é uma banda mexicana que surgiu

inúmeros produtos licenciados foram sucesso entre o público jovem. Todos os três grupos chegaram ao fim, sendo que os dois primeiros acabaram pavimentando o caminho para as carreiras solo de Ricky Martin (ex-Menudo) e Dulce María (ex-RBD), talvez pela identificação do público ou pelo melhor aproveitamento de oportunidades.

No contexto de efemeridade na carreira musical, não podemos esquecer as ferramentas do mundo digital, com destaque para as redes sociais e os aplicativos, aliados cada vez mais importantes para os artistas da música estabelecerem uma relação mais estreita com os fãs, bem como divulgarem seus trabalhos e conquistarem reconhecimento do meio artístico em geral. Tais estratégias fazem parte do mundo virtual de Beyoncé, que será destrinchado e analisado ao longo do capítulo.

3.1 Destiny's Child

Beyoncé Giselle Knowles nasceu em Houston, no Texas, em 1981²⁶. Desde pequena, a menina cantava pela casa, na igreja ou nas apresentações para familiares e amigos. Impressionados com o talento da jovem Beyoncé e com os elogios do público, Tina e Matthew Knowles acreditaram na filha e passaram a inscrevê-la em vários concursos, sem imaginar a dimensão do ícone musical em que ela se transformaria. Com uma voz forte e presença de palco, Beyoncé se destacava nos concursos, embora não tivesse muitos amigos²⁷. Kelly Rowland, uma menina que conheceu durante os testes para várias competições, se tornou sua melhor amiga. Junto com LaTavia Roberson, outra amiga de Beyoncé, e mais algumas meninas, as crianças deram origem ao grupo de *hip-hop* Girls Tyme, em 1990. Aos nove anos de idade, Beyoncé já cantava em pequenos concertos com sua trupe de meninas. Ela foi escolhida pelo produtor para ser a vocalista, por sua voz ser a melhor dentre as garotas. Após fracassarem em rede nacional no programa Star Search, 1992, elas se viram desmotivadas, pensando ter perdido a grande chance de ficarem famosas. A derrota das jovens meninas para o grupo adversário, formado por homens mais velhos, serviria como material para a canção “Flawless”, a ser abordada mais a frente.

em 2004, na novela *Rebelde*; com três meninos e três meninas, o sexteto moveu uma legião de fãs em todo o mundo.

²⁶ A carreira do grupo aparece detalhada em http://en.wikipedia.org/wiki/Destiny%27s_Child. Acesso em 2 de maio de 2015.

²⁷ A infância e adolescência de Beyoncé são abordadas no documentário Driven (2003), do canal VH1. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=NmZmR8LWAMs> e <https://www.youtube.com/watch?v=NRtqzsjcUs>. Acesso em 14 de novembro de 2014.

Apesar da decepção, Beyoncé continuou com o grupo, que foi reduzido. No ano seguinte, LeToya Luckett, uma colega de classe de Beyoncé, se juntou à mesma, além de Kelly e LaTavia. Matthew Knowles resolveu se dedicar totalmente à carreira das jovens, largando seu emprego e se intitulado o empresário do grupo. Para se adequar à nova realidade, a família Knowles vendeu a casa e foi morar em uma menor. Em meio à pressão de conseguir um contrato, Matthew e Tina se separaram por um tempo, até que as coisas deram certo após cinco longos anos em busca do estrelato. Em 1997, as quatro garotas assinaram com a Columbia Records e finalmente conseguiram o sucesso com o *hit* “No No No”. Surgia ali o grupo Destiny’s Child (“filho do destino”, nome retirado de uma passagem da Bíblia por Tina Knowles). E assim começava a história daquela que viria a ser um dos ícones do feminismo na música.

A versão remixada da canção “No No No”²⁸, primeira música de trabalho do disco Destiny’s Child, trazia as meninas dançando de forma sensual, transmitindo a imagem de mulheres poderosas e de atitude. A letra aborda a relação de um rapaz sem atitude, apesar de mostrar através do olhar, que deseja um relacionamento amoroso com as Destiny’s Child. Elas, por sua vez, não têm paciência para joguinhos e querem que o homem deixe a timidez de lado, porque o tempo dele está acabando. Em “With Me”²⁹, lançada em 1998, as meninas (então com 17 anos) encarnam amantes. Elas questionam uma mulher sobre o lugar para onde parceiro delas vai, no meio da noite, e repete que ele gosta de estar com as Destiny’s Child, alegando que certas coisas são predestinadas e não adianta a mulher ignorar os sinais que vê, porque tudo que ele gosta é (estar) com elas. É importante ressaltar que as quatro integrantes não assinam a composição da maioria das canções do disco inicial, fato que muda com o segundo disco, o mais aclamado – crítica e comercialmente – da banda.

O CD *The Writing’s On The Wall* teve “Bills Bills Bills”³⁰ como a primeira música de trabalho. A canção é uma das mais famosas do grupo e fala sobre a relação com um parceiro que, no início, as levava para lugares diferentes, mas agora se acomodou e usa o carro delas, o telefone, o cartão de crédito, entre outros bens. As meninas estão cansadas de um homem que “não serve pra nada” e só dá despesas. Para continuarem o relacionamento com as Destiny’s

²⁸ Ver letra da canção. Disponível em <http://genius.com/Destinys-child-no-no-no-part-ii-lyrics/>. Acesso em 2 de maio de 2015.

²⁹ Ver letra da canção. Disponível em <http://genius.com/Destinys-child-with-me-part-1-lyrics>. Acesso em 2 de maio de 2015.

³⁰ Ver letra da canção. Disponível em <http://genius.com/Destinys-child-bills-bills-bills-lyrics>. Acesso em 2 de maio de 2015.

Child, ele precisa pagar as contas. Em “Bug-A-Boo”³¹, outro *single* do álbum, é nítida a crítica a um homem carente demais, que as sufocam, a ponto de fazer com que elas queiram jogar o *pager* pela janela. Ainda que ele tenha comprado sapatos, elas alegam não dever nada a ele. Ainda que o rapaz seja querido pelas respectivas sogras, elas não aguentam mais os rapazes que ficam ligando e mandando mensagens a todo instante. “Say My Name”³², uma das músicas mais conhecidas do grupo, mostra mais um pouco do modelo de feminilidade propagado pelas cantoras. Percebendo uma mudança nas atitudes do parceiro, uma mulher suspeita de traição e insiste em saber o nome da suposta outra mulher. As Destiny’s Child querem ouvir que são amadas e exigem uma prova de que não estão sendo traídas.

Através das canções e do reconhecimento, a banda já carregava sua identidade, ancorada na figura das garotas de atitude. Como um fenômeno *teen*, os comportamentos das cantoras ditavam a moda das jovens da época. O poder feminino do quarteto não deixa de traduzir o pós-feminismo na esfera da música.

Tal qual demonstra exemplarmente o “Caso Madonna”, o pós-feminismo pode ser compreendido, mais do que como um posicionamento teórico, como uma “sensibilidade” (Gill, 2007), evidenciada em um número crescente de artefatos midiáticos – geralmente protagonizados por heroínas que ambicionam distanciar-se tanto dos constrangimentos da feminilidade convencional quanto dos imperativos do feminismo tradicional (FREIRE FILHO, 2007, p. 123).

Consumir os produtos licenciados ou aprovados pela Madonna fazia com que as jovens daquela geração se sentissem portadoras das mesmas qualidades da estrela. Sinônimo de atitude, se vestir como a Madonna era uma forma de adotar seu discurso e acreditar na mulher liberada, abraçar aquele imaginário de poder que cercava a cantora. Quando se fala de um grande produto midiático, o consumo acaba funcionando como um dos caminhos do *empoderamento*.

Na segunda formação das Destiny’s Child, LaTavia e LeToya deixam a banda por não concordarem com as atitudes do empresário Mathew Knowles, acusado de privilegiar apenas a filha Beyoncé e Kelly, que eram as únicas a ter versos solo. Após LaTavia e LeToya serem substituídas sem aviso prévio no clipe de “Say My Name”, o grupo ressurge como um trio, que se mantém bem-sucedido até 2005, quando suas integrantes resolvem se dedicar

³¹ Ver letra da canção. Disponível em <http://genius.com/Destynys-child-bug-a-boo-lyrics/>. Acesso em 2 de maio de 2015.

³² Ver letra da canção. Disponível em <http://genius.com/Destynys-child-say-my-name-lyrics>. Acesso em 2 de maio de 2015.

inteiramente às respectivas carreiras solo. Com adição de Michelle Williams ao grupo, a faixa “Independent Woman” é lançada como trilha do filme *As Panteras* (2000). A canção enaltece as mulheres independentes e autossuficientes, que compram suas próprias roupas e acessórios sem depender de outros. “Independent Woman”³³ foi incluída no disco *Survivor*, lançado em 2001.

3.2 Carreira solo

Beyoncé começou a trilhar sua carreira fora do Destiny’s Child em 2003, com o lançamento do *Dangerously in Love*³⁴, disco que trabalha os relacionamentos em geral, com canções sobre paixão, traição, ressentimentos e muita atitude. Nesse momento a cantora se estabelece como um grande nome da música, fechando contratos milionários e lançando faixas que se tornaram bem-sucedidas. Ela assume certa autonomia ao assinar como produtora-executiva do material, que lhe rende cinco prêmios na cerimônia do Grammy Awards, em 2004.

Apesar de atuar como compositora e produtora, Beyoncé ainda mantinha a figura de seu pai Mathew Knowles como o homem de negócios a frente da sua carreira. Ainda que ambos batessem de frente algumas vezes, a estrela falou ao programa de Oprah Winfrey³⁵ que “começou a cuidar de seus negócios assim que fez 18 anos” e que demorou um pouco para que chegasse a um entendimento, fato consumado em 2011, quando a estrela encerra a parceria com seu pai e lança seu quarto disco de estúdio. O amadurecimento pessoal (ela revela sua gravidez em uma premiação da MTV em 2011³⁶) e profissional da cantora, exposto ao público, dialoga com a figura da mulher poderosa e independente. Seu discurso ajuda a legitimar um comportamento, além de gerar identificação com os receptores da mensagem transmitida no programa. O posicionamento de Beyoncé ajuda a plantar um sentimento de admiração por parte de seus fãs, assim como Madonna fazia entre as jovens de sua geração através de “seu estilo, sua performance e suas declarações públicas” (FREIRE FILHO, 2007, p. 122).

³³ Ver letra da canção. Disponível em <http://genius.com/Destinys-child-independent-women-lyrics>. Acesso em 2 de maio de 2015.

³⁴ Álbum marcou estreia solo de Beyoncé. Disponível em http://en.wikipedia.org/wiki/Dangerously_in_Love. Acesso em 23 de maio de 2015.

³⁵ Beyoncé falou sobre o assunto em 2013, quando divulgava documentário *Life Is But A Dream*, no qual ela foi uma das diretoras. Disponível em <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2278742/Beyonce-opens-Oprah-Winfrey-severing-professional-ties-father-Mathew-Knowles.html>. Acesso em 23 de maio de 2015.

³⁶ A cantora mostrou o volume da barriga em pleno palco. Disponível em <http://www.mtv.com/news/1669849/beyonce-pregnant-vmas/>. Acesso em 23 de maio de 2015.

A estratégia da cantora texana é a mesma da rainha do *pop* quando vemos a própria se declarar feminista. Em um mundo em que se valoriza a autenticidade, dar sua visão de mundo é mais uma garantia de atitude: “seja um álbum fonográfico, seja um videoclipe ou um filme no qual aparece como atriz, havia uma clara noção de posicionamento” (SOARES, 2010, p. 4). Apenas a forma imponente de caminhar sobre o palco durante os shows já coloca Beyoncé em um patamar superior, quase divino, ainda que ela demonstre sua fragilidade em certas composições, quando necessário. Intocável ou ordinária, as duas imagens criam identificação com o público.

As redes sociais são de extrema importância para Beyoncé. A cantora utiliza sua conta no Facebook³⁷ para divulgar seus projetos e também selecionar as imagens (até mesmo da vida pessoal) que ela quer compartilhar com os fãs e a mídia. Na descrição da sua página: “a visão oficial para o meu mundo – por mim, para vocês”³⁸. Através desse canal com o mundo, a cantora expõe suas intimidades com a garantia de fotos posadas, bastidores, ensaios caseiros e imagens de suas inspirações, sem a presença de quaisquer cliques indiscretos. Em seu site³⁹, além das imagens do trabalho e da vida íntima, existe uma seção para comprar itens oficiais, como roupas, calendários e discos.

Mas o grande destaque entre as redes sociais da cantora é o famoso *microblog* de fotos, o Instagram⁴⁰. Beyoncé é a usuária mais seguida da rede e publica imagens esteticamente elaboradas, além de curtos vídeos. As fotografias mostram sua intimidade, seja em viagens, clipes, projetos ou apenas paisagens: mais uma vez, há a ideia de aproximação com o público, que, teoricamente, tem acesso ao que a cantora escolhe.

O viés da intimidade caracteriza esta rede social, pois o fato de se "acreditar" que as fotos publicadas são tiradas e postadas pelos próprios astros, aproxima ainda mais os fãs de seus respectivos ídolos. O Instagram se solidifica como um espaço de produção de imagens e atravessamentos estéticos, tanto dos fãs quanto dos ídolos. Logo, o Instagram, se concretiza como uma tecnologia, um aplicativo agenciador de fotografias íntimas, de instantes de vida compartilhados (PINTO, 2014, p. 9).

Duplamente útil (com informações para fãs e para imprensa), as ferramentas que a internet disponibiliza podem se virar contra as estratégias oficiais das celebridades e de seus empresários no que diz respeito à divulgação de seus produtos. De fato, isso aconteceu em

³⁷ Disponível em <https://www.facebook.com/beyonce>. Acesso em 23 de maio de 2015.

³⁸ Tradução minha. Trecho original: “the official view into my world - by me, for you”.

³⁹ Beyoncé tem 36,2 milhões de seguidores. Disponível em <http://www.beyonce.com/>. Acesso em 12 de junho de 2015.

⁴⁰ Disponível em <https://instagram.com/beyonce>. Acesso em 23 de maio de 2015.

2011, quando, a semanas do lançamento, o disco *4* chegou a todos os sites especializados em música; o vazamento do material em sites “pirata” obrigou a estrela a agilizar a venda da produção e adicionar algumas faixas realmente inéditas⁴¹. No dia 8 de junho de 2011⁴², Beyoncé usou sua página oficial no Facebook para comentar o caso. “Minha música vazou e, ainda que não seja essa a forma como eu queria apresentar minhas novas canções, eu agradeço a resposta positiva dos meus fãs”, declarou a cantora.

O comportamento da cantora é mais um fator que reafirma seu sucesso. Beyoncé evita polêmicas e mantém uma postura politicamente correta, sem deixar seu lado mais descontraído nas sombras: ela se diz perfeccionista, batalha desde pequena pela sua carreira, demonstra preocupação com sua arte e com os fãs, se encaixa nos padrões de beleza da sociedade em que se insere, dentre tantos outros pontos vistos como positivos. Talvez um dos mais marcantes desses aspectos seja a vontade de motivar seu público a ser como ela; apesar de ser a toda poderosa nos palcos, há uma tentativa de *empoderamento* dos fãs, que são encorajados a agir e se posicionar como ela, controlando sua própria vida.

3.3 Discurso de sucesso

A mídia global nos bombardeia diariamente com milhares de informações. Indagações sobre a veracidade do que nos é transmitido surgem a todo instante. Será que o mundo do espetáculo é totalmente programado? Em um momento em que os bastidores e a desconstrução de grandes momentos se tornam interesse das pessoas, o monitoramento dos artistas através das redes sociais está cada vez mais intenso.

A internet pode facilitar o surgimento de novos artistas, principalmente no ramo musical, onde os receptores atuam também como emissores. No entanto, há aspectos em que as tecnologias podem ser prejudiciais aos artistas. Hoje, por exemplo, é cada vez mais comum que os internautas tentem desvendar o que acontece nos espetáculos, como se houvesse uma necessidade de comprovar se aquilo é real, se foi espontâneo, verdadeiro ou foi premeditado. Até mesmo fotos espontâneas são dignas de admiração, como se fossem mais reais, mais verdadeiras do que um ensaio programado, com superprodução e muita maquiagem. Esse “efeito de real”, em que a mídia explora todos os lados possíveis de um evento, já era estudado por Roland Barthes (2004). Um show não pode ser apenas um show: existem os

⁴¹ Disponível em <http://theboombox.com/beyonce-addresses-4-album-leak/>. Acesso em 23 de maio de 2015.

⁴² Tradução minha. Trecho original: “My music was leaked and while this is not how I wanted to present my new songs, I appreciate the positive response from my fans”. Disponível em <https://www.facebook.com/beyonce/posts/10150649484025601>. Acesso em 23 de maio de 2015.

bastidores, a reação dos fãs, os truques do artista, o que ele escolheu para o cardápio, quando ele cantou de verdade e o momento ele dublou a música... Quanto mais se descobre, mais credibilidade a notícia ganha. O público parece gostar de legitimar o momento em que a estrela comete um deslize.

Beyoncé já protagonizou um momento que ilustra bem o ônus da fama e a necessidade de validação de algo como verdadeiro. Em janeiro de 2013, a cantora cantou o hino nacional dos Estados Unidos durante a posse do segundo mandato do presidente Barack Obama⁴³. Mais uma vez se posicionando, a cantora demonstrou apoio ao democrata com uma performance aclamada pela mídia. No entanto, no dia seguinte surgiu a notícia de que Beyoncé havia pré-gravado o hino na noite anterior à apresentação, por precaução, fato confirmado por um dos membros da banda de apoio, em depoimento dado ao jornal *New York Post*⁴⁴. A representante da banda, Kristin DuBois, declarou que a cantora afirmara de última hora que usaria a faixa pré-gravada na sua apresentação, utilizando assim *playback*, que consiste na dublagem da canção, enquanto a música original, já gravada, toca.

Em meio a um caos midiático, a cantora aproveitou a coletiva de imprensa da final do Super Bowl (campeonato de futebol americano) para se justificar. Em 31 de janeiro, a dois dias de sua esperada apresentação no show do intervalo, Beyoncé subiu no palco, saudou os jornalistas e pediu que todos ficassem de pé. Após cantar o hino ao vivo e *acapella*, a estrela abriu um sorriso e disparou aos jornalistas: “alguma pergunta?”. Em seguida, ela argumentou que gravar uma versão por precaução era uma prática comum em grandes eventos, especialmente devido ao frio de Nova York e as chances de eco, fatores que poderiam atrapalhar o espetáculo. Os ataques da mídia não conseguiram desconstruir seu espetáculo.

Ela se definiu como perfeccionista e disse não ter se sentido confortável para cantar sem a base pré-gravada. “Eu pratico até meus pés sangrarem e eu não tive tempo de ensaiar com a orquestra”, justificou-se, acrescentando estar muito orgulhosa de sua apresentação⁴⁵. Apesar de toda controvérsia envolvendo seu espetáculo, o discurso da cantora foi bem convincente e limpou qualquer negatividade pelo uso da base pré-gravada. O discurso bem articulado mais uma vez mostra o poder que a cantora exerce, driblando a mídia. Aliando isso à ideia de autogerenciamento, é possível sugerir que a cantora se beneficiou com essa

⁴³ Disponível em <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-2265891/Beyonce-hits-high-note-moving-national-anthem-Obamas-inauguration-2013.html>. Acesso em 24 de maio de 2015.

⁴⁴ Disponível em <http://nypost.com/2013/01/23/lip-service-beyonce-faked-anthem-at-obama-inauguration/>. Acesso em 24 de maio de 2015.

⁴⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=xfiz6leRe6c>. Acesso em 24 de maio de 2015.

acusação, pois ela teve a oportunidade de mostrar sua capacidade vocal e ganhar credibilidade.

Com a carreira baseada em sua trajetória, Beyoncé consegue dar ainda mais veracidade a seus discursos. O uso de arquivos pessoais em suas produções reforça a ideia do “efeito de real”, em um tempo de supervalorização de gravações caseiras, seja na TV, no cinema ou em outras plataformas. Uma imagem de arquivo pode ser a garantia de que aquele momento capturado pela câmera não é fruto de uma encenação para qualquer espetáculo, que não o biográfico.

Considerada pela revista Forbes como a celebridade que mais faturou entre junho de 2013 e junho 2014⁴⁶, o império da artista continua a evoluir. Quanto mais surgem *rankings* e listas em que a cantora é inserida, mais sua figura fica atrelada à ideia de poder. Como uma mulher que lida com a mídia e os negócios desde a adolescência, além de carregar um posicionamento através de seu discurso (atrelado a sua história de vida), Beyoncé mantém uma boa relação tanto com a indústria das celebridades e da música quanto com sua comunidade de fãs e admiradores. A tentativa de controle de sua figura, que carrega certo grau de unicidade, faz com que a artista se torne uma mulher de referência no mundo do entretenimento. No próximo capítulo, faço uma análise das suas composições (ponto essencial da sua consagração como modelo ideal de feminilidade no contexto contemporâneo), na tentativa de facilitar o entendimento da cantora como um retrato da mulher, ligada à ideia de poder, no pós-feminismo.

⁴⁶ Disponível em <http://www.forbes.com/sites/dorothy pomerantz/2014/06/30/beyonce-knowles-tops-the-forbes-celebrity-100-list/>. Acesso em 24 de maio de 2015.

4 MULHER PODEROSA: ANÁLISE DE LETRAS E VIDEOCLIPES

Beyoncé tem a música como seu principal objeto de trabalho. A maior parte das mensagens que a cantora transmite se encontra na letra de suas canções e na construção de seus videoclipes, onde ela mostra todo o seu poder, influenciando e convidando as mulheres a ter atitude. Um dos momentos que marca seu posicionamento como feminista é a campanha Chime for Change⁴⁷, fundada pela diretora criativa da grife Gucci, em parceria com Beyoncé e a atriz Salma Hayek. O projeto arrecada fundos para mulheres ao redor do mundo. Na página do Facebook, um texto apresenta os objetivos da iniciativa: “Educação, saúde e justiça para cada garota. Cada mulher. Em todos os lugares”⁴⁸. Além de promover a divulgação do projeto, a cantora cantou em um show beneficente, realizado em junho de 2013. Em seu repertório, muitas canções sobre *empoderamento* feminino, uma vez que a campanha exalta as mulheres, ao mesmo tempo em que as ajuda a garantirem uma vida de qualidade, com seus direitos atendidos.

Com o histórico de apoio a causas feministas, a cantora teria a credibilidade para se consagrar como ícone para muitas mulheres. Neste contexto, fica mais compreensível o entendimento de pichações como “Liberté, Egalité, Beyoncé”⁴⁹, em referência aos ideais de “Liberdade, Igualdade e Fraternidade”, exaltados na Revolução Francesa. Sob a lógica do *girl power*, esse tipo de posicionamento vai se transformar em mercadoria, estampada em blusas, canecas e outros objetos de consumo (alguém lembra da “febre das Spice Girls”, brevemente explicada nos capítulos anteriores?). A seguir, analiso trechos de 10 músicas (e seus respectivos vídeos), que revelam diferentes facetas da compositora. Tento descobrir e problematizar os aspectos em que Beyoncé esboça suas visões acerca do feminismo e quais discursos são perpetuados através de seu trabalho.

4.1 “Freakum Dress”

A cantora mostra todo o poder das mulheres na faixa “Freakum Dress”⁵⁰, do *B'Day*, seu segundo disco em carreira solo. Beyoncé defende que todas as mulheres têm (ou precisam

⁴⁷ Vídeo sobre a campanha. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=xpYqPCcvJe0>. Acesso em 13 de junho de 2015.

⁴⁸ Disponível em <https://www.facebook.com/ChimeForChange>. Acesso em 13 de junho de 2015.

⁴⁹ Para além das pichações em muros, a frase foi parar em camisetas e outros produtos. Disponível em <https://dakrolak.files.wordpress.com/2014/12/liberte-egalite-beyonce-1.jpg>. Acesso em 13 de junho de 2015.

⁵⁰ Disponível em <http://genius.com/Beyonce-freakum-dress-lyrics/>. Acesso em 27 de maio de 2015.

ter) aquele vestido que as torna provocantes o suficiente para capturar a atenção dos homens. Na verdade, a composição fala de uma mulher que está sendo enganada pelo parceiro e resolve se vestir de forma sensual, para chamar atenção tanto do seu par quanto de outros homens, em uma tentativa de manter o relacionamento interessante. No refrão, a estrela repete sucessivamente “coloque seu vestido enlouquecedor”.

No vídeo⁵¹, Beyoncé se prepara para escolher seu vestido, enquanto cita a famosa frase de Hamlet⁵², do autor William Shakespeare, “ser ou não ser?”. Logo nos primeiros segundos da gravação, a melodia para, a mando da estrela; depois continua, e cessa novamente, pois ela ainda não está pronta: “me deixa arrumar meu cabelo”. Depois de “ter ficado em casa por muito tempo”, a cantora dança com diferentes mulheres, todas com seus múltiplos vestidos provocantes. Beyoncé também aparece rodeada por homens que admiram sua silhueta, enquanto ela desfila, canta e dança ao lado de suas amigas. O vídeo termina com a cantora discursando em uma bancada. Com um par de óculos completando o ar intelectual, ela diz: “Senhoritas, olhem aqui/Quando você está com seu homem por muito tempo/Algumas vezes você tem que voltar no armário/E tirar aquele vestido enlouquecedor⁵³”.

Outros escritores (como Naomi Wolf, Katie Roiphe e Rene Denfeld) também discutem a distinção entre “feminismo de vítima” e “feminismo de poder”, sugerindo que as mulheres têm o poder de autodefinição e simplesmente precisam explorá-lo (GENZ & BRABON, 2009, p. 64)⁵⁴.

Beyoncé claramente trabalha com o *empoderamento*. Em vez de ficarem ressentidas por um relacionamento estar esfriando, ela toma uma atitude e age de forma sensual para que seu parceiro se sinta novamente atraído ou perceba que ela é desejada por outros homens. A cantora sugere que a mulher assuma o controle da situação, sem ficar oprimida no papel de vítima; até em questões mais simples, como o fato de se arrumar, Beyoncé manda a música parar: em seu espaço, o sexo feminino é quem domina. Por ser um produto cultural, inserido na lógica de mercado, a abordagem do tema é voltada para o consumo. Uma peça de roupa

⁵¹ Disponível em http://www.youtube.com/watch?v=w_xJ1U9fBs. Acesso em 27 de maio de 2015.

⁵² Hamlet é um personagem da peça de mesmo nome, escrita por William Shakespeare Disponível em <http://super.abril.com.br/comportamento/hamlet>. Acesso em 29 de maio de 2015.

⁵³ Tradução minha. Trecho original: “Ladies look it here/When you been with your man for a long time, oh/Every now and then you gotta go in the back of that closet/And pull out that freakum dress”.

⁵⁴ Tradução minha. Trecho original: “Other writers (like Naomi Wolf, Katie Roiphe and Rene Denfeld) also discuss the distinction between ‘victim feminism’ and ‘power feminism’, suggesting that women have the power for self-definition and simply need to exploit it”.

tornaria a mulher mais confiante e ciente da sua força. A cantora não deixa de ser um reflexo do movimento explorado pelas Spice Girls em outros tempos: o vestido é uma ferramenta poderosa.

4.2 “Irreplaceable”

Ainda no mesmo disco, a cantora disponibiliza mais uma opção para resolver problemas no relacionamento, mais especificamente, a traição. Em “Irreplaceable”⁵⁵, Beyoncé repete inúmeras vezes o local onde os pertences de seu ex-namorado devem estar: à esquerda, em uma caixa. No clipe, após descobrir que o namorado foi infiel, a cantora o expulsa da sua casa e pega de volta itens como o carro, o cordão e o casaco, todos presentes que ela havia comprado. Enquanto ele deixa sua mansão, ela se supera o término com a companhia das amigas que compõem a sua banda e com um novo encontro, para o qual ela é vista se produzindo, afinal, seu ex não era insubstituível.

Mais uma vez, letra e vídeo apresentam as mulheres no controle da relação, independentes financeira e emocionalmente do parceiro infiel. Apesar da dor de uma traição, a cantora mostra como é possível superar. Se antes apenas as mulheres eram descartáveis, o discurso de *empoderamento* da artista revela que ela (e o sexo feminino, em geral) pode ser forte o suficiente para tratar os homens como descartáveis.

4.3 “Single Ladies” e “If I Were A Boy”

Em 2008, foi a vez de Beyoncé lançar o disco *I Am... Sasha Fierce*. O material consiste em dois CDs, trazendo como novidade a feroz Sasha, pseudônimo da artista nos palcos. As canções mais aceleradas, com letras provocantes se encaixam no segundo disco do álbum, separadas da primeira parte, com tom mais íntimo. Eventualmente, após o fim dessa fase a cantora declarou, em entrevista a MTV, ter matado Sasha Fierce, por já se sentir suficientemente confortável consigo mesma, sem precisar mais de uma persona que separasse sua personalidade da figura sexy dos shows⁵⁶.

Seguindo a linha da dupla identidade dessa nova fase, a cantora lançou dois *singles* ao mesmo tempo. “Single Ladies” retrata o término de um relacionamento. Pronta para a

⁵⁵ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=2EwViQxSJJQ>. Acesso em 29 de maio de 2015.

⁵⁶ Disponível em <http://www.mtv.com/news/1632774/beyonce-says-she-killed-sasha-fierce/>. Acesso em 29 de maio de 2015.

superação, a mulher em questão está na boate aproveitando a vida de solteira, enquanto seu parceiro, que não quis o casamento, tenta reatar o romance. Mas a estrela é irredutível: “Se você gostava, então deveria ter colocado um anel nele (no caso, o seu dedo)”⁵⁷. Ou seja, Beyoncé defende que o sexo feminino, com muita atitude, valorize o casamento. No pós-feminismo, o casamento seria uma escolha, não necessariamente significando a submissão das mulheres aos homens.

A outra música de trabalho é “If I Were A Boy”, que apesar de não ter sido composta por Beyoncé (todas as demais canções analisadas neste capítulo são composições da norte-americana), dialoga com as questões de gênero já conhecidas entre o repertório da artista, que assina a produção da balada em questão. Na canção, a cantora divaga sobre como se comportaria, caso ela fosse do sexo oposto. Expondo o ponto de vista feminino, ela aposta que seria um homem melhor, exatamente por saber como as mulheres se sentem em relação à crueldade ou às tendências a uma falta de compromisso masculina nos relacionamentos amorosos. Agindo como homem no vídeo da música⁵⁸, Beyoncé encarna uma policial que flerta no trabalho, enquanto seu marido (agindo como a mulher) é fiel e a espera em casa.

Agir como figura de poder é mais fácil para Beyoncé, que certamente está em uma posição mais confortável para assumir o controle dos relacionamentos, quando comparada a outras mulheres no mundo. Mas se posicionar a favor do sexo feminino, historicamente oprimido, serve como um estímulo àquelas pessoas que a admiram ou se identificam com a estrela. Como já afirmava Morin (1969), esse jogo entre projeção e identificação é típico no culto às celebridades. Quase divinas, mas ainda humanas, elas “realizam os fantasmas que os mortais não podem realizar, mas chamam os mortais para realizar o imaginário”.

4.4 “Who Run The World?”

Em 2011, com o disco *4*, Beyoncé vivia um momento especial de sua vida. Grávida de seu primeiro bebê, a cantora conta, em um documentário liberado em seu canal no *YouTube*, que precisou tirar férias antes de lançar esse disco, para que pudesse aproveitar sua vida pessoal. O momento coincide com sua emancipação empresarial. “Sendo uma jovem mulher, eu queria dar o exemplo de que é possível ter nossos próprios negócios e as nossas próprias

⁵⁷ Disponível em <http://genius.com/Beyonce-single-ladies-put-a-ring-on-it-lyrics>. Acesso em 29 de maio de 2015.

⁵⁸ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=AWpsOqh8q0M>. Acesso em 30 de maio de 2015.

gravadoras”, discursa a artista sobre o fim da parceria com o pai⁵⁹. Repleto de imagens com a família, o documentário mostra os desafios de uma artista que cuida da própria carreira e os bastidores de todo processo criativo do álbum, bem como a gravação do clipe de “Run The World (Girls)”.

Totalmente voltada para o *empoderamento* feminino, a canção é bem direta sobre a força das mulheres, que estariam no comando do mundo. Dedicada às moças independentes, a letra homenageia as mulheres que são inteligentes o suficiente para fazerem milhões, cuidarem das crianças e voltarem para o mundo dos negócios⁶⁰. O vídeo que acompanha a música traz uma verdadeira guerra dos sexos, com Beyoncé e seu time de mulheres cantando, dançando e enfrentando um exército masculino. Com roupas excêntricas e a sua típica atitude, a cantora consegue mais uma vez estabelecer a figura da mulher poderosa, que termina o clipe arrancando uma medalha do homem, como uma forma de incentivar o mérito feminino.

4.5 BEYONCÉ: a mulher bem-sucedida

Após o vazamento do disco 4, em 2011, Beyoncé pareceu mais cautelosa quanto ao sigilo de suas produções. Apesar dos boatos de um novo disco a cada imagem de gravação de um videoclipe que surgia na internet⁶¹, o mundo da música se surpreendeu, quando, em 13 de dezembro, a cantora lançou seu CD de surpresa. O material consistia em um álbum visual, com vídeos para cada canção, e foi disponibilizado exclusivamente na loja digital da Apple, o iTunes. Ao longo do disco, Beyoncé finalmente se declara feminista e trabalha temas que poderiam ser considerados um tabu, por se mostrar uma mulher com suas próprias visões acerca da feminilidade.

A cantora explica, através de um documentário sobre o álbum: “Eu vejo que a música é mais do que eu apenas escuto”. Assim a cantora inicia seu discurso no documentário *Self-Titled*⁶², onde ela explica o conceito e o processo criativo do álbum. Como uma obra de arte, Beyoncé tenta mostrar, através da experiência completa de assistir a 17 clipes, um pouco de sua biografia. Como uma mulher de negócios, a escolha por uma forma de lançamento revolucionária (a indústria da música pensa na sexta-feira como o dia da semana para

⁵⁹ *Year of 4*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=3vXXiku0580>. Acesso em 1 de junho de 2015.

⁶⁰ Disponível em <http://genius.com/Beyonce-run-the-world-girls-lyrics/>. Acesso em 1 de junho de 2015.

⁶¹ Disponível em <http://180graus.com/teens/beyonce-grava-novo-clipe-rumores-de-um-novo-album-em-breve>. Acesso em 6 de junho de 2015.

⁶² The Visual Album. Ver a primeira parte do documentário. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=IcN6Ke2V-rQ>. Acesso em 6 de junho de 2015.

lançamento global de discos)⁶³ em tempos de pirataria e vazamento de discos não deixa de garantir certa unicidade para a estrela, bem-sucedida até mesmo no âmbito empresarial. Na verdade, o disco autointitulado mostra uma mulher bem-resolvida na vida pessoal e profissional, apesar das suas imperfeições.

Em “Pretty Hurts”, Beyoncé vive uma participante de um concurso de beleza que, frustrada com seu corpo, sofre para se adequar aos padrões exigidos na competição. Na letra, a cantora repete que a beleza machuca⁶⁴, que as pessoas destacam os defeitos dos outros e que a perfeição é a doença da nação. O vídeo, que dialoga fortemente com sua carreira, traz uma personagem infeliz nas suas intervenções estéticas para atingir a perfeição, entre aplicações de botóx, sessões de bronzamento artificial e ingestão de pílulas para emagrecimento. Quando questionada sobre suas aspirações, a modelo percebe que quer apenas ser feliz. Ao ver que nada daquilo faz sentido, ela – que não parece se incomodar por terminar a disputa em segundo lugar – destrói todos os seus troféus, em um momento de fúria e libertação. A Miss Terceira Divisão (Third Ward⁶⁵, um dos seis distritos históricos de Houston, onde a cantora nasceu) enfim dá um sorriso verdadeiro.

A divulgação em grande escala do culto à beleza feminina é fruto da consolidação maciça da imprensa, através do rádio, do cinema e de imagens em revistas a partir dos anos 20, como pontua Ligia Lana (2014). Portanto, hoje a busca pela beleza é uma das grandes questões das celebridades, que têm na imagem sua principal fonte de trabalho, além da vaidade ligada a tal beleza.

Se for preciso, o cirurgião se encarregará de helenizar o nariz – do que às vezes depende a glória de uma estrela. Martine Carol, Juliette Greco tiveram que se desfigurar para se parecerem mais às suas respectivas figuras ideais (MORIN, 1969, p. 30).

Não podemos deixar de salientar a participação de Beyoncé para reforçar padrões de beleza contra os quais a própria parece travar uma batalha no clipe, o que revela um grau de incompatibilidade: como uma mulher com corpo esbelto dentro dos padrões em que vivemos pode criticar a indústria de beleza e a competição do sexo feminino na corrida pelo físico e

⁶³ Disponível em <http://www.billboard.com/articles/business/6487289/friday-global-record-release-day-ifpi>. Acesso em 6 de junho de 2015.

⁶⁴ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=LXXQLa-5n5w>. Acesso em 6 de junho de 2015.

⁶⁵ O distrito de Third Ward é um dos centros da comunidade negra de Houston. Disponível em http://en.wikipedia.org/wiki/Third_Ward,_Houston. Acesso em 6 de junho de 2015.

forma ideais? Na posição de celebridade, Beyoncé reforça e vende esse padrão. O *empoderamento* característico das músicas da cantora vem sempre carregado de um apelo ao consumo, uma vez que a própria não deixa de estar voltada para o lucro. E, mais uma vez vestindo a carapuça de uma mulher comum, até mesmo a cantora sofreria com o culto à imagem no mundo contemporâneo. Ao se colocar como vítima desses padrões e imposições da mídia no clipe, ela reforça a ideia de autenticidade e de aproximação com o público, o que agrega valor a sua imagem.

A pesquisadora Naomi Wolf afirma que esses parâmetros de beleza, cada vez mais difíceis de serem alcançados, funcionariam como obstáculos, sendo uma ferramenta de controle social, afinal, até a poderosa Beyoncé possui seus receios.

Um maior número de mulheres dispõe de mais dinheiro, poder, maior campo de ação e reconhecimento legal do que antes. No entanto, em termos de como nos sentimos do ponto de vista *físico*, podemos realmente estar em pior situação do que nossas avós não liberadas (WOLF, 1992, p. 15).

Em meio a tantos empecilhos, as mulheres precisam a todo momento reforçar sua autossuficiência e sua “liberdade” em relação ao corpo. Em “Partition”, Beyoncé trabalha a temática sexual, cantando sobre seus preparativos para uma noite quente ao lado do marido. A vontade de se sentir desejada é expressa no refrão da música: “Tire tudo de mim, eu só quero ser a garota que você gosta⁶⁶”. O videoclipe da canção é o resultado de uma fantasia da cantora, que aparece em poses sensuais no meio da estrada e para o carro em que Jay Z está. O aquecimento no veículo termina com um show erótico e particular em uma casa noturna. No fim, tudo não passava de uma ilusão da artista, que volta à realidade: na extremidade de uma longa mesa de café da manhã, distante do marido.

Em seu documentário, Beyoncé dedica um momento para falar de liberação⁶⁷. Ela conta que a fantasia veio a sua mente assim que ela ouviu a batida da música. Consciente do fato de que mostraria seu corpo para o clipe, a cantora diz que se esforçou muito para perder o peso adquirido durante a gravidez. Beyoncé defende a importância de expressar todas essas questões no vídeo, por saber que existem muitas mulheres que podem se sentir mal depois de dar à luz. “Eu não tenho nenhum pouco de vergonha de ser sexual. Não sinto que eu tenho que proteger esse meu lado, porque eu acredito que sexualidade é um poder que todas nós temos”, defende a artista, ao comentar um tema delicado, algumas vezes visto como tabu. Na

⁶⁶ Disponível em <http://genius.com/Beyonce-partition-lyrics>. Acesso em 8 de junho de 2015.

⁶⁷ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=0eZ0mzI37-A>. Acesso em 8 de junho de 2015.

sua visão, nem a maternidade nem o casamento funcionam como um obstáculo à figura de mulher sensual, ou mesmo sexual, que a estrela representa.

E a versatilidade pós-feminista traz uma Beyoncé que não fala de sexo em “Blue”. A faixa romântica discorre sobre toda a felicidade da mãe em poder olhar e segurar sua filha, que dá nome à música. No vídeo, o amor maternal aparece em favelas do Brasil, com muitas crianças dançando e mães segurando seus bebês. Pela temática pessoal, a faixa aproxima novamente a cantora do público, uma vez que há o compartilhamento de momentos com Blue Ivy, cuja imagem Beyoncé inicialmente restringia.

Em seus estudos, Edgar Morin estabelece níveis de celebridade, como a diferenciação entre estrela e *starlet* (uma “estrelinha”). “Enquanto a estrela foge dos admiradores, a *starlet* os procura. Enquanto a estrela mostra sua alma, a *starlet* tem que exibir o seu corpo” (MORIN, 1989, p. 38). Em tempos de redes sociais, até mesmo as grandes estrelas preferem expor uma parte de sua vida pessoal, geralmente o que acham necessário que os fãs e a imprensa saibam, já que é difícil fugir dos holofotes. Controladora de sua carreira, Beyoncé sempre libera imagens em suas redes sociais, tanto do trabalho quanto dos momentos mais íntimos, como já foi abordado no capítulo anterior.

Com produções carregadas de opinião e momentos significativos em sua vida pessoal, a cantora consegue driblar seus admiradores mais fervorosos dando um pouco que eles mais querem. No clipe de “Grown Woman” Beyoncé se intitula uma mulher crescida e independente. A produção é recheada de imagens de arquivo e referências a sua infância e adolescência, o que serve como um aperitivo para o público, sempre ávido por assuntos relacionados à vida pessoal. Um fã, portanto, não poderia acusar a cantora de esconder sua vida privada. Fotos da infância, por exemplo, seriam alvo de curiosidade se não houvesse registro algum destes momentos anteriores ao estrelato. Com muita atitude e danças de origem africana, o vídeo traz um pouco da história de Beyoncé, que não perde a pose de mulher de atitude, que se autogerencia, mas continua divertida. A mulher crescida pode brincar, lembrar a infância e se vestir como se estivesse nos anos 90. Mais uma vez, a cantora se assemelha com Madonna, que costuma trazer referências passadas em seus trabalhos.

Ou seja, vemos, em Madonna, mais uma vez, o reverberar de uma lógica típica da modernidade: o uso do discurso intertextual, calcado no uso de referências do passado, como uma clara orientação de posicionamento, tentando arregimentar uma premissa de glamour e beleza indiscutíveis no ambiente das mídias. A ideia de buscar no passado padrões de beleza, referências e

posicionamentos também nos parece evocar a busca por uma história, por uma biografia construída sobre disposições notavelmente legitimadas (SOARES, 2010, p. 10).

A cereja do bolo da Beyoncé talvez esteja em “Flawless”. Indiscutivelmente conectada ao *empoderamento*, a canção começa com um *flashback*. As meninas do Girls Tyme, o pré-Destiny’s Child, são chamadas uma a uma pelo apresentador do programa de talentos Star Search. Antes de começarem a cantar, o clipe e a música em questão finalmente começam a tocar. Passada a lembrança, Beyoncé começa a cantar e dançar em uma rodinha *punk*; suas expressões faciais demonstram revolta. “Eu tirei um tempo para viver minha vida, mas não pense que eu sou apenas a mulherzinha dele (...) curvem-se, vadias”. Enquanto o empurra-empurra continua, a estrela para de cantar, dando espaço apenas ao instrumental da música, junto a um trecho da palestra da então pouco conhecida Chimamanda Ngozi Adichie:

Ensinamos as meninas a se encolherem, para se tornarem menores. Dizemos para meninas: “Você pode ter ambição, mas não muita. Você deve ansiar para ser bem-sucedida, mas não muito bem-sucedida. Caso contrário, você vai ameaçar o homem”. Porque sou do sexo feminino, esperam que eu almeje o casamento, esperam que eu faça as escolhas da minha vida, sempre tenha em mente que o casamento é o mais importante. Agora, o casamento pode ser uma fonte de alegria, amor e apoio mútuo, mas por que ensinamos a aspirar ao casamento e não ensinamos a mesma coisa para os meninos? Criamos as meninas para serem concorrentes, não para empregos ou para conquistas, que eu acho que podem ser uma coisa boa, mas para a atenção dos homens. Ensinamos as meninas que não podem ser seres sexuais, da mesma forma que os meninos são. Feminista: a pessoa que acredita na igualdade social, política e econômica entre os sexos (ADICHIE, 2013, p. 19)⁶⁸.

Após a exibição do discurso, Beyoncé volta a cantar para dizer que se sente impecável: “Eu acordei assim/Perfeita”⁶⁹. No fim, voltamos para o *flashback*, onde o apresentador mostra que a fatídica derrota das meninas para os concorrentes, um grupo

⁶⁸ Tradução minha. Trecho original: “We teach girls to shrink themselves, to make themselves smaller. We say to girls: ‘You can have ambition, but not too much. You should aim to be successful, but not too successful, otherwise you will threaten the man’. Because I am female I am expected to aspire to marriage, I am expected to make my life choices, always keeping in mind that marriage is the most importante. Now, marriage can be a source of joy and love and mutual support. But why do we teach girls to aspire to marriage and we don’t teach boys the same? We raise girls to see each other as competitors, not for jobs or for accomplishments, which I think can be a good thing but for the attention of men. We teach girls that they cannot be sexual beings in the way that boys are. Feminist: the person who believes in the social, political and economic equality of the sexes”. Discurso disponível em https://www.youtube.com/watch?v=hg3umXU_qWc. Acesso em 13 de junho de 2015.

⁶⁹ Disponível em <http://www.azlyrics.com/lyrics/beyonceknowles/flawless.html>. Acesso em 13 de junho de 2015.

masculino. Na segunda parte do documentário *Self-Titled*⁷⁰, a cantora conta que encontrou o vídeo da escritora nigeriana no *YouTube*. “Tudo que ela dizia era exatamente como eu me sentia”, declarou. A canção traz o posicionamento de Beyoncé como alguém que acredita na igualdade dos sexos. Nos shows que seguiram após o lançamento do disco surpresa, a performer costumava destacar o vocábulo “feminista” no telão, sob os gritos do público.

Ainda no documentário, Beyoncé fala sobre seus momentos de imperfeição. “Eu sinto algo sobre a atitude de ‘Flawless’; a realidade é que às vezes você perde. E você nunca é tão grande ou tão bom para perder”. Ainda assim, Beyoncé venceu no fim de tudo, já que o *Destiny’s Child* alcançou o estrelato alguns anos depois. A faixa, portanto, é um reflexo da carreira da cantora: reúne aspectos de sua biografia e demonstra sua atitude característica. Beyoncé se declara feminista e convida às mulheres a se sentirem tão bem quanto ela. Seu discurso sugere que é possível ser bem-sucedida, mesmo com seus defeitos.

⁷⁰ Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=41WgKieCRqs>. Acesso em 13 de junho de 2015.

5 CONCLUSÃO

Os tempos são outros. Ainda que as *sufrajetes* tenham conseguido o direito de escolher o futuro político da sociedade em que vivem e a mulher possa ser vista como algo diferente daquele ser naturalmente sensível, fadado ao lar, ainda há desigualdades de gênero e preconceito em relação ao papel da mulher na sociedade. Ainda faltam muitas conquistas, tanto que o público legitima figuras que, como Beyoncé, enaltecem e estimulam as mulheres a serem poderosas. Apesar dos avanços no mercado de trabalho, ainda existem pequenas relações no dia a dia que poderiam plantar uma dúvida no sexo feminino: se casar ou ficar solteira? Ter filhos ou não? O que consumir? As vertentes pós-feministas dão um leque de opções para as mulheres; você “escolhe” seu destino, com a interferência de uma gama de fatores externos, é claro.

Com a legitimação de celebridades-indivíduo, como Beyoncé, que, para além da música, vende seu posicionamento e sua biografia, o pensamento popular é moldado através da identificação com histórias e discursos. Como uma artista musical, Beyoncé dialoga com as várias identidades do mundo pós-moderno. A performance de atitude e opinião sobre questões de gênero gera uma semelhança com a cantora Madonna, por exemplo, que também possui músicas que referenciam suas próprias experiências. O que eu quero dizer é que o *girl power* não começa nem termina com Beyoncé: é um movimento característico do momento em que vivemos, onde as pessoas querem se expressar e se sentir representadas através do consumo.

Entre a abordagem de temas complexos como desejo sexual, sexualidade, casamento, beleza e família, acredito que as letras de Beyoncé funcionam como um estímulo ao sexo feminino, que pode agir como a figura poderosa que a artista representa nos palcos. Ao se colocar como imperfeita, apesar de ser aclamada, a cantora estabelece um vínculo de proximidade com seu público. Ela consegue pairar entre as categorias de divindade e ser humano, como já apontava Morin (1969), em seu estudo das estrelas.

Por outro lado, com o discurso de que todas as mulheres podem ser bem-sucedidas, a cantora desconsidera sua posição de poder na sociedade. Ainda que ela tenha se esforçado para quebrar barreiras e se transformar em um ícone para outras mulheres, as desigualdades ainda existem e os empecilhos para uma mulher de baixo poder aquisitivo, por exemplo, são muitos. Em contrapartida, não é possível especular sobre a aplicabilidade dos discursos: uma mulher pobre, por exemplo, pode se sentir mais confiante e melhorar sua autoestima ao

receber o discurso de Beyoncé. Não se deixar abalar por uma traição, se sentir feliz em relação ao próprio corpo (apesar das imperfeições), escolher suas preferências sexuais em vez de apenas obedecer ao parceiro (a), todos esses pequenos atos são demonstrações de “atitude”, de um posicionamento feminino. Ainda que escolham a maternidade ou se dediquem a cuidar de suas casas, as mulheres seriam “livres” para decidir sobre suas vidas e continuar lutando pela igualdade.

As redes sociais também cumprem um papel importante para divulgar ideias, se aproximar dos fãs e construir seu espetáculo. É difícil alcançar uma posição de destaque sem fazer uso das ferramentas da internet ou de outros meios de comunicação. No mundo virtual, o público tem a chance de interagir, aceitando ou não os discursos e estímulos que recebem. Para *popstars*, é essencial ser reconhecido nas redes não somente pela música, mas também pela sua opinião, o que pode garantir certa autenticidade.

Espero que minha pesquisa possa contribuir para discussões ainda mais aprofundadas sobre como alguns produtos midiáticos amplamente conhecidos no cenário musical representam ideais pós-feministas. Dialogando com valores do seu tempo, a icônica Beyoncé (e tantas outras cantoras) defende que é possível ser bem-sucedida e se sentir realizada, dentro de seus respectivos contextos. Em um período em que as subjetividades superaram a vontade de mudanças na esfera coletiva, é essencial manter o debate sobre como as escolhas do próprio indivíduo vêm sendo calcadas em figuras de destaque.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADICHIE, Chimamanda Ngozi. *Sejamos todos feministas*. Companhia das Letras: São Paulo, 2014.

BARTHES, Roland. O Efeito de Real. In: BARTHES, Roland. *O Rumor da Língua*. São Paulo: Martins Fontes, 2004, p. 35-44.

BEAUVOIR, Simone de. *O segundo sexo – volume 1: fatos e mitos*. Difusão Europeia do Livro: São Paulo, 1970.

BELTRAMI, Fábio. TAYLOR, Charles. A ética da autenticidade. Trad. de Talyta Carvalho. São Paulo: É Realizações, 2011. In: *Conjectura*, Caxias do Sul, v. 17, n. 1, p. 230-233, jan./abr. 2012.

BIANCOVILLI, Priscila. It's Britney, Bitch! O poder da mídia na construção e destruição de celebridades. Trabalho de conclusão de curso. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2008.

CRARY, Jonathan. “Espetáculo, Atenção, Contra-memória”. *Arte & Ensaios*, Rio de Janeiro: v. 23, p. 197-205, 2012.

FALUDI, Susan. *Backlash: o contra-ataque na guerra não declarada contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

FOUCAULT, Michel. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2011.

FRANÇA, Vera. Celebridades: identificação, idealização ou consumo? In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula. (Org.). *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. Porto Alegre: Sulina, 2014.

FREIRE FILHO, João. A comunicação passional dos fãs: expressões de amor e de ódio nas redes sociais. In: BARBOSA, Marialva; MORAIS, Osvando. (Org.). *Comunicação em tempo de redes sociais: afetos, emoções, subjetividades*. São Paulo: INTERCOM, p. 127-154, 2013.

_____, João. Como ser uma “adolescente liberada” no terceiro milênio. In: FREIRE FILHO, João. *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e a micropolítica do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad, p. 111-153, 2007.

_____, João. Novas perspectivas para o estudo da relação entre discursos midiáticos, juventude e poder. *E-Compós*, Brasília, v. 06, n.08/06, p. 2, 2007.

FRIEDAN, Betty. *A mística feminina*. São Paulo: Vozes, 1971.

FRITZSCHE, Bettina. Negociando o feminismo pop na cultura jovem feminina: um estudo empírico com fãs de grupos femininos. *Estudos Feministas*. Florianópolis: p. 106-115, 2004.

GABLER, Neal. O entretenimento humano. In: GABLER, Neal. *Vida, o filme: como o entretenimento conquistou a realidade*. Companhia das Letras, 1999, p. 139-183.

GENZ, Stéphanie; BRABON, Benjamin A. Girl Power and Chick Lit. In: GENZ, Stéphanie; BRABON, Benjamin A. *Postfeminism: cultural texts and theories*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009, p. 76-90.

GONICK, Marnina. Between “Girl Power” and “Reviving Ophelia”: constituting the neoliberal girl subject. *Feminist Formations*, v. 18, n. 2, p. 1-23, 2006.

HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.

LANA, Lígia. As contradições da fama da periferia: a celebração de Tati Quebra-Barraco. In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, João; LANA, Lígia; SIMÕES, Paula. (Org.). *Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama*. 1ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2014, p. 181-205.

_____, Lígia; CORRÊA, Laura; ROSA, Maitê. A cartilha da mulher adequada: ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda. *Contracampo*, Niterói: v. 24, n. 1, p. 120-139, 2012.

_____, Lígia; LEAL, Tatiane. Sucesso, feminilidade e negócios: representações jornalísticas das “mulheres poderosas”. *Líbero*. São Paulo: v. 17, n. 33, p. 95-104, 2014.

_____, Lígia. Personagens públicas na mídia, personagens públicas em nós: experiências contemporâneas nas trajetórias de Gisele Bündchen e Luciana Gimenez. Dissertação de Doutorado. Universidade Federal de Minas Gerais, 2012.

LEAL, Tatiane. A mulher poderosa: construções da vida bem-sucedida feminina no jornalismo brasileiro. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2015.

MACEDO, Ana Gabriela; AMARAL, Ana Luísa (Orgs.). *Dicionário da Crítica Feminista*. Porto: Afrontamento, 2005.

MCROBBIE, Angela. Pós-feminismo e cultura popular: Bridget Jones e o novo regime de gênero. In: CURRAN, James; MORLEY, David. *Media and Cultural Theory*. London/New York: Routledge, 2006, p. 59-69.

MORAES, Maria Lygia de. Vinte anos de feminismo. Tese de livre-docência, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Unicamp, 1996.

MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. José Olympio, 1989, p. 24-47.

MORIN, Edgar. Os Olimpianos. In: MORIN, Edgar. *Cultura de Massas no Século XX*. Rio de Janeiro: Forense, 1969, p. 111-115.

PEREIRA, Hildete & SCHUMACHER, Schuma. “Feminismo pós-75 – segunda onda feminista no Brasil”. In: SCHUMACHER, Schuma. *Dicionário Mulheres do Brasil*, Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2000.

PERROT, Michelle. *Mulheres públicas*. São Paulo: Fundação Editora da UNESP, 1998.

PINTO, Céli Regina Jardim. Feminismo, história e poder. *Sociologia Política*. Curitiba: v. 18, n. 36, p. 15-23, 2010.

PINTO, Raphael. BEYONCÉ: atravessamentos e espacialidades do íntimo. XXXVII Congresso de Ciências da Comunicação, Foz do Iguaçu, 2014.

ROUSSEAU, Jean - Jacques. *Emílio ou da educação*. 2ª Ed. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1973. (Clássicos Garnier).

SHARP & WADE, Secrets of a feminist icon. *American Sociological Association: Contexts*, v. 10, 2ª ed., p. 82-83.

SIMÕES, Paula. A mídia e a construção das celebridades: uma abordagem praxiológica. *Logos 31*, Comunicação e Filosofia. Ano 17, p. 64-76, 2009.

SOARES, Thiago. Por que Lady Gaga importa?. *INTERCOM*. Rio Grande do Sul: p. 1-13, 2010.

_____, Thiago. Lady Gaga Não é Madonna (Embora a Mídia Queira que Seja): Notas sobre Mitos Geracionais, Ídolos Pós-Modernos e Monstruosidades. *INTERCOM*. Paraíba: p. 1-15, 2010.

SOIHET, RACHEL. Zombaria como arma antifeminista: instrumento conservador entre libertários. *Estudos Feministas*. v.13, n. 3, p. 591-612, 2005.

STEINEM, Gloria. *Revolution from within: a book of self-esteem*. Little, Brown and Company, 1992.

TAYLOR, Charles. Três mal-estares. In: TAYLOR, Charles. *A ética da autenticidade*. São Paulo: Realizações Editora, 2011, p. 11-21.

_____, Charles. O debate desarticulado. In: TAYLOR, Charles. *A ética da autenticidade*. São Paulo: Realizações Editora, 2011, p. 22-33.

TOMAZ, Renata Cristina de Oliveira. Da negação da infância à invenção dos tweens: imperativos de autonomia na sociedade contemporânea. Dissertação de Mestrado. Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2011.

WOLF, Naomi. Sexo. In: WOLF, Naomi. *O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres*. Rio de Janeiro: Rocco, 1992, p. 173-193.

Filmografia

BURKE, Ed. *Beyoncé: Year of 4*. Documentary. Parkwood Entertainment, 2011. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=3vXXiku0580> Acesso em 16 de novembro de 2014.

BURKE, Ed & KNOWLES, Beyoncé. *Mic And A Light*. Documentary from I Am... World Tour. Produção de Beyoncé Knowles. Sony Music Entertainment, 2010.

BURKE, Ed; KNOWLES, Beyoncé; BENATAR, Ilan. *Life Is But A Dream*. Documentary. Produção de Beyoncé Knowles, Bill Kirstein and Lee Anne Callahan-Longo. Parkwood Entertainment, 2013.

Episode: Beyoncé. *Driven VHI Documentary*. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=NmZmR8LWAMs> e <https://www.youtube.com/watch?v=NRtqzsjcUs> Acesso em 16 de novembro de 2014.

HEINZERLING, Zachary. *Self-Titled*. Produção de Beyoncé Knowles, Ed Burke, Bill Kirstein e Carly Hugo. 2013.

KNOWLES, Beyoncé. *Yours And Mine*. Curta-metragem. 2014. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=x4pPNxUzGvc>. Acesso em 29 de março de 2015.