

Formation e a Atualização do Contrato de Comunicação da Marca Beyoncé¹

Daniele FAVERO²

Fernanda UZEDA³

Gabriele SILVA⁴

Lidiane PINHEIRO⁵

Universidade do Estado da Bahia, Bahia, BA

Resumo

Este trabalho tem como objetivo analisar a manifestação discursiva do Clipe “Formation”, protagonizado pela cantora norte-americana Beyoncé, lançado em seis de fevereiro de 2016. O clipe é analisado a partir das considerações propostas por Andrea Semprini, que traz o conceito de manifestação de marca e o modelo de análise semionarrativo, e abordagens teóricas de Eliseo Verón, que também guia a operacionalização deste trabalho. Para a análise aqui proposta, foi imprescindível analisar partes importantes do clipe e da letra da música, que são relevantes para responder como o clipe *formation* se configura como uma significativa manifestação da Beyoncé como marca e, ao mesmo tempo, atualiza o contrato de comunicação da cantora com os seus destinatários.

Palavras-chave: Beyoncé; contrato de comunicação; discurso; *formation*; manifestação de marca.

Introdução

Após três anos do lançamento do seu último álbum, intitulado ‘BEYONCÉ’, Beyoncé lança, em seis de fevereiro de 2016, o clipe *formation*, um dia antes da sua apresentação no intervalo do 50º Super Bowl. Sem nenhuma divulgação prévia, *formation* foi lançado online e disponibilizado para download na plataforma TIDAL. A repercussão da música e do clipe aconteceria apenas no dia seguinte, quando Beyoncé se apresentou no Super Bowl 50, juntamente com Bruno Mars e Coldplay. A cantora apresentou a música nova para a maior

¹Trabalho apresentado na Divisão Temática Estudos Interdisciplinares, da Intercom Júnior – XII Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação

² Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (Uneb), email: danielefaver014@gmail.com

³ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (Uneb), email: fuzeda.vale@gmail.com

⁴ Estudante de Graduação 6º. semestre do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (Uneb), email: ss.gabriele4@gmail.com

⁵ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas da Universidade do Estado da Bahia (UNEB), email: lidicom@yahoo.com

plateia de um programa televisivo americano, cerca de 114,4 milhões⁶. Logo após o show, vários políticos e personalidades conservadoras comentaram sua indignação pela forma como Beyoncé abordou o racismo e a violência policial em um show esportivo.

Formation faz alusão à vida da população negra americana após o furacão Katrina, ocorrido em 2005, e as sucessivas violências sofridas pelo povo negro por parte da polícia de Nova Orleans. Desta forma, a cantora aborda como a reconstrução da cidade, berço da cultura negra, por seus ritmos, costumes e valores, após o Katrina, interferiu no modo de vida dos afro-americanos. Através da música, Beyoncé afirma que a cidade de Nova Orleans ainda vive o Katrina. Em *formation*, o feminismo da cantora é posto novamente em pauta, assim como a aparição do seu engajamento político, que marca o ensejo do seu reposicionamento enquanto marca.

Referencial Teórico

Para Semprini (2010, p. 143), marca é uma manifestação discursiva, o "ponto culminante do encontro de três dinâmicas diferentes, a da produção, a da recepção e a dos elementos contextuais". O discurso é o enunciado contextualizado, ou seja, considerado a partir de suas condições de produção, circulação e interpretação. Entende-se por enunciado o conceito trazido por Verón "da ordem do que é dito" (2004, p. 216). Já a enunciação diz respeito aos modos de dizer. O enunciado é sempre dito por um enunciador e captado por um (ou mais) co-enunciador ou destinatário.

Semprini (2010) também apresenta a marca como fruto de um projeto e que possui variadas manifestações. O projeto de marca traz cinco elementos: 1) a enunciação fundamental da marca - aquela que contém sua verdadeira razão de ser, o fundamento da abordagem, justificação (a priori) de sua legitimidade para existir - 2) a promessa da marca – que corresponde ao momento no qual a marca procura nela mesma a razão de ser - 3) a projeção - quando a formulação da enunciação fundamental é orientada para o contexto e para o público da marca- 4) especificação da promessa – quando a promessa é transformada no diferencial da marca - 5) inscrição da promessa em um ou vários territórios e 6) valores da marca – que são os valores socioculturais que a marca escolhe para compor as suas manifestações. Semprini (2010, p.150) explica que:

⁶ MOREIRA, Eduardo. A audiência do Super Bowl 50, o segundo mais visto da história. Disponível em: <<http://www.spinoff.com.br/a-audiencia-do-super-bowl-50/>>. Data de acesso: 31 de maio de 2016.

O projeto da marca não exprime somente o que a marca é e quer ser, ele carrega consigo a memória do que a marca foi e os germes, sob forma de intenções mais ou menos explícitas, do que ela poderá ser de suas ambições, de suas opções, assim como de suas obrigações e de seus limites.

O conjunto desses elementos é o que irá definir a identidade e o potencial de uma marca, já que contribui para elaboração das possibilidades, dando formas ao projeto de marca. Através das manifestações de uma marca é que o receptor poderá conhecer o seu projeto, pois é por meio delas que o destinatário terá acesso aos enunciados e iniciará um processo de interpretação para retomar o percurso enunciativo. Ou seja, partindo do sensível, das manifestações da marca, o receptor (ou o analista) remonta o projeto. O projeto de marca acontece na esfera do inteligível, do abstrato, já a manifestação da marca está na esfera do sensível, concreto.

Operadores Metodológicos

A análise aqui proposta utiliza como operadores metodológicos os níveis do modelo de análise semionarrativa de Semprini (Figura. 1) e faz referência aos conceitos de Verón acerca dos dispositivos de enunciação e do contrato de comunicação.

Figura 1



Fonte: SEMPRINI, 2010

Para Semprini (2010, p. 153), "cada manifestação da marca deve, então, ser considerada como um enunciado em si, uma estrutura semiótica completa, um microdiscurso no qual pode-se aplicar o modelo de análise semionarrativa". Em seu modelo, ele propõe três níveis para a construção da produção de sentido: dos valores, da narração e do discurso. O primeiro diz respeito aos valores da sociedade (o amor, a vida, a alegria, a simplicidade) que atribuem à marca sentido, duração e identidade. "Trata-se, bem entendido, do verdadeiro núcleo fundador da marca, tanto em termos de imaginário quanto de profundo simbolismo" (SEMPRINI, 2010, p. 154). O segundo nível, da narração, transforma os valores em estruturas narrativas. "Este nível permite dar aos valores da marca, às vezes implícitos, uma forma narrativa, logo explícita" (SEMPRINI, 2010, p. 154). Já o nível dos discursos "é aquele no

qual valores e narrações são enriquecidos pelas figuras do mundo: objetos, formas, cores, personagens, estilos, slogans, logos, etc" (SEMPRINI, 2010, p. 154). No modelo proposto por Semprini, o sentido se constrói progressivamente da base (valores) para o topo (discurso), desta forma, o nível dos discursos é o que chega primeiro ao público.

É no campo do discurso que a marca constrói as diferentes modalidades do seu dizer. Segundo Verón, as variações enunciativas constroem um dispositivo de enunciação, composto pela imagem do enunciador, "lugar (ou lugares) que aquele que fala atribui a si mesmo" (VERÓN, 2004, p. 217), mais a imagem do destinatário e a relação entre os dois, "proposta no e pelo discurso" (VERÓN, 2004, p. 218). Para Verón, o dispositivo de enunciação da imprensa escrita é denominado contrato de leitura.

O semioticista avalia que:

o conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor; em uma paisagem, de alguma forma, na qual o leitor pode escolher seu caminho com mais ou menos liberdade, onde há zonas nas quais ele corre o risco de se perder ou, ao contrário, que são perfeitamente sinalizadas" (VERON, 2004, p.216).

O contrato se estabelece a partir do reconhecimento do discurso pelos interlocutores. Nele, são estabelecidas regras e estratégias que são reconhecidas tanto por quem diz (enunciador) como por quem recebe (receptor). O contrato se estabelece no plano simbólico e pode ser alterado, incluindo ou retirando regras e preceitos, ao longo do tempo.

Em seus estudos, Verón centra seu olhar nos contratos de leitura de revistas e periódicos e sugere que estes contratos são estabelecidos desde a capa. É nela que o leitor encontra traços do estilo de cada veículo e sua posição diante dos acontecimentos. Para o autor, as revistas trazem em si modalidades de enunciação que podem "fazer muitas coisas ou muito poucas [...] podem interpelar o destinatário [...] ou manter o destinatário à distância" (VERÓN, 2004, p.220). Esta interpelação pode ser textual, através do uso de pronomes na primeira pessoa (Nós), colocando o enunciador no mesmo patamar que o seu destinatário, assim como no uso do pronome de tratamento 'você', que interpela o leitor provocando um sentido dialógico de proximidade, ou visual, em que a modelo (no caso de capas de revistas) fixa seu olhar no destinatário. Deste modo, a revista constrói um posicionamento de cumplicidade com seu público.

Próximo às reflexões de Verón, Patrick Charaudeau (2004) traz o conceito de contrato de comunicação, que se aplica às mais diversas práticas comunicacionais, perpassando variadas mídias.

A situação da comunicação é como um palco, com suas restrições de espaço, de tempo, de relações, de palavras, na qual se encenam as trocas sociais e aquilo que constituem seu valor simbólico. Como se estabelecem tais restrições? Por um jogo de regulação das práticas sociais, instauradas pelos indivíduos que tentam viver em comunidade e pelos discursos de representação, produzidos por justificar essas mesmas práticas a fim de valorizá-las. Assim se constroem as convenções e as normas dos comportamentos linguajeiros, sem as quais não seria possível a comunicação humana (CHARAUDEAU, 2004, p.67).

A produção e a recepção são instâncias midiáticas que são relacionadas nas práticas comunicativas. Para Charaudeau:

A instância de produção teria, então, um duplo papel: de fornecedor de informação, pois deve fazer saber, e de propulsor do desejo de consumir as informações, pois deve captar seu público. A instância de recepção, por seu turno, deveria manifestar seu interesse e/ou seu prazer em consumir tais informações. (CHARAUDEAU, 2006, p.73)

Segundo Charaudeau, existe uma co-intencionalidade no contrato, pois o discurso gerado busca alcançar os desejos do destinatário e gerar efeitos de sentido na instância da recepção. No entanto, não há garantia de que o sentido que foi pretendido seja efetivamente produzido no receptor.

Análise

Lançado em seis de fevereiro de 2016, o clip *formation* de Beyoncé faz referência à luta dos negros estadunidenses contra a repressão policial, mais especificamente na cidade de Nova Orleans. A partir do modelo de análise semionarrativa de Semprini, busca-se explorar os três níveis da manifestação de uma marca, aplicando-os ao clipe de Beyoncé. Diante disto, *formation* passa a se configurar como uma das várias manifestações que a marca Beyoncé possui.

Discurso:

Na letra da música, co-escrita por Swae Lee, destaca-se o fato da cantora evocar elementos que ela supõe serem do conhecimento do seu destinatário. Tal ação faz parte dos modos de enunciar tipicamente assumidos por Beyoncé, logo, é próprio da sua marca. As

referências encontradas na letra da música dizem respeito à cultura negra norte-americana e ao empoderamento da comunidade negra no país.

Nos primeiros versos da música, a voz do rapper Messy Mya questiona 'O que aconteceu depois de Nova Orleans?' (*What happened at the New Wi'llins (Orleans)?*) e prossegue: 'Vadia, estou de volta porque o povo pediu' (*Bitch, I'm back by popular demand*). Neste trecho, Beyoncé usa a voz de um rapper conhecido popularmente no *youtube* pela acidez com que denunciava a violência da polícia contra as comunidades negras em Nova Orleans. Ele foi morto em 2010, sob circunstâncias suspeitas, quando saía do chá de bebê, que esperava com sua namorada.

Nova Orleans, cidade localizada no estado de Luisiana, sul dos Estados Unidos, é conhecida pela efervescência e influência da cultura negra local. Após o furacão Katrina, que devastou a cidade em 2005, as políticas públicas não foram destinadas a estas comunidades tradicionais, fazendo aumentar a miséria entre a população, criando uma segregação no local. A reconstrução de Nova Orleans não levou em consideração as referências culturais e históricas do lugar, que são/eram majoritariamente relacionados à cultura negra. A população negra não foi incluída no projeto de restauração e grande parte da verba foi destinada aos bairros considerados "brancos". Com isso, a população negra caiu de 67%, antes do furacão, para 60% após o Katrina⁷. Os alugueis ficaram mais caros e cerca de 39% das crianças vivem em situação de miséria. Os bairros afro-descendentes não tiveram o investimento que deveria (construção de escolas, hospitais etc.) e, por isso, a renda das famílias negras é metade da renda das famílias brancas.

Nova Orleans não é a única localidade citada na letra da música *formation*. Os estados do Alabama, Luisiana e Texas são citados quando a cantora diz que seu pai é do Alabama, sua mãe de Luisiana e esta mistura fez nascer uma texana. Outra referência que a cantora faz é ao fato do cabelo da sua filha Blue Ivy ter sido alvo de críticas por causa de sua característica afro. 'Eu gosto do cabelo da minha filha, com o cabelo de bebê e afro' (*I like my baby heir, with baby hair and afros*), afirma a cantora. Em 2014, popularizou-se na internet uma petição que pedia para pessoas assinarem caso elas concordassem que Beyoncé deveria pentear o cabelo da filha.

Ela também professa seu orgulho em relação à estética afro no verso 'Eu gosto do meu nariz de negro como o do Jackson Five' (*I like my negro nose with Jackson Five nostrils*),

⁷Dados da Associated Press, por Folha de São Paulo. Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/paywall/signupcolunista.shtml?http://www1.folha.uol.com.br/fsp/mundo/104886-nova-orleans-fica-menor-e-mais-branca-apos-katrina.shtml> Acesso em: 3 de junho de 2016.

quando relembra o grupo de Michael Jackson e seus irmãos, alvo de preconceito na época por causa do tamanho do nariz, fato que levou ao astro do pop a fazer sucessivas cirurgias para tentar se adequar a um padrão de beleza europeu, e em ‘Dou close, yeah, negra considerada mais clara’ (*I Stunt, yeah, Yellow-bone it*) em que critica os que a acusam de realizar tratamento para se clarear e os que dizem que, por causa do tom de pele mais claro, ela não é negra o suficiente.

A cantora também prestigia costumes antigos da cultura negra americana: ‘Tenho molho picante na minha bolsa, Swag’ (*I got hot sauce in my bag, Swag*), que faz alusão ao fato de muitas famílias negras andarem com vidros de especiarias comuns às suas comunidades, pois, devido aos movimentos migratórios, estas pessoas iam para locais onde a comunidade branca costumava utilizar outro tipo de tempero. Desta forma, Beyoncé afirma que mesmo com todo o dinheiro que ganhou em sua carreira – o que a torna capaz de comprar uma bolsa da marca Swag - ela ainda preserva costumes antigos do seu povo. A menção a marcas reconhecidas socialmente como símbolos de riqueza e poder configura-se como um elemento comum da Beyoncé, como acontece em ‘Welcome to Hollywood’ (2006), ‘Updrage You’ (2006), ‘Diva’ (2008), dentre outras. Em *formation*, ela utiliza nomes conhecidos como *Giventchy, Cuervo, Roc, El Camino, Red Lobster* e *Albino Alligators*.

Para além do discurso verbal de *formation*, o clipe também se endereça aos seus destinatários a partir das escolhas de imagem que ele apresenta. As cenas intercalam imagens de um documentário sobre a cidade de Nova Orleans’ e cenas da cantora representando diferentes períodos da história. As imagens do documentário ‘That B.E.A.T.’ retratam a cultura negra americana, como o carnaval, as cores, as vestimentas e os penteados. Já as cenas da cantora fazem alusão ao período escravocrata, como a cena em que mulheres negras estão vestidas de branco, com vestimentas da época pós- abolição da escravatura (Figura 2), como se fossem as senhoras brancas e ricas das fazendas, no entanto, este período foi marcante na história afro americana, assim como a brasileira, por causa das dificuldades enfrentadas pela população negra, que apesar da liberdade alcançada ainda viviam em situação de miséria.

Figura 2



Fonte: www.beyonce.com

De modo geral, a cantora utiliza de recursos cenográficos, como os tons mais escuros, predominantemente amarronzados e com aspectos bucólicos, para expressar todo o contexto histórico e social do povo negro de Nova Orleans. Em um dado momento, o estilo de filmagem se modifica assumindo um estilo amador e antigo, como os das fitas VHS (Figura 3), em que aparece o símbolo e a palavra ‘Play’, comum a esse tipo de vídeo. A mudança faz referência à morte de um taxista negro, torturado por policiais brancos em 1991, em Los Angeles. Todo o episódio acabou sendo registrado por um cinegrafista amador.

Figura 3



Fonte: www.justjared.com

Para explicitar ainda mais o sentido de protesto do clipe, Beyoncé se reporta a nomes consagrados do movimento pelos direitos civis dos negros americanos, como Martin Luther King, que aparece na capa de um jornal com o título ‘A verdade’ (*The truth*) e o subtítulo ‘Mais que o sonhador’ (*More Than Dreamer*), e Malcolm X, que tem seu nome referenciado quando a cantora e suas dançarinas fazem um ‘x’ durante sua coreografia. Além deles, ela faz alusão a movimentos sociais recentes, como o ‘Black Lives Matter’ (Vidas de negros

importam), que ganhou notoriedade nos EUA no final de 2014 e início de 2015 após recorrentes episódios de violência policial contra os negros. Para tal, uma cena do clipe mostra um garoto negro, com um capuz cobrindo a cabeça, dançando na frente de um grupo de policiais armados. Em um dado momento, ele estende os dois braços e os policiais se rendem, seguindo o mesmo movimento do garoto (Figura 4), e aparece a frase ‘Parem de atirar em nós’ (*Stop Shooting Us*), fortemente ecoada durante os protestos propostos pelo movimento.

Figura 4



Fonte: www.tenhomaisdiscosqueamigos.com

Nos momentos finais do clipe, a artista reitera todo o seu discurso, ao aparecer deitada em cima de uma viatura policial, escrita em sua lateral a frase ‘Polícia de Nova Orleans’ (*New Orleans Police*). De braços abertos, Beyoncé afunda com a viatura que estava submersa, juntamente com outras casas e estabelecimentos, representando a catástrofe do furacão Katrina (Figura 5).

Figura 5

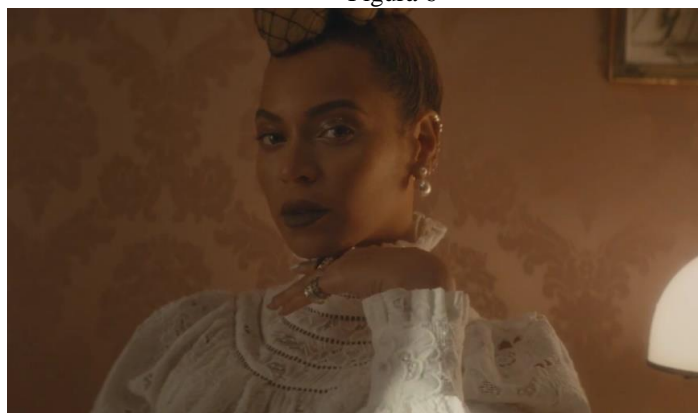


Fonte: www.skynews.com.au

A partir das diferentes referências utilizadas, a artista evoca termos do seu contrato de comunicação, que para ela são de conhecimento do seu público. Deste modo, ela reafirma seus termos com os fãs tornando-se ainda mais cúmplice do seu destinatário. O posicionamento cúmplice também é assumido quando a artista utiliza pronomes na primeira pessoa e se coloca no mesmo patamar que o seu co-enunciador: "Nós vamos arrasar, arrasar" (*We gon' slay, slay*); "Nós arrasamos, Ok" (*We slay, Ok*). Isto também é perceptível no uso do sujeito determinado implícito 'Nós': "Vamos arrasar, Ok" (*Gon' Slay, Ok*).

Assumindo este discurso, Beyoncé se torna cúmplice do seu público também ao interpelá-lo pelo olhar, como é perceptível em várias imagens do clipe (Figura 6). Além disso, através da letra da música, a artista convida seu público a se juntar com ela para entrar em formação, ou seja, se unirem na luta contra o racismo e o machismo: "Ok garotas, agora vamos entrar em formação" (*Ok Ladies, Now Let's Get In Formation*).

Figura 6



Fonte: www.beyonce.com.br

Narração:

No discurso proposto na manifestação aqui analisada, Beyoncé provoca efeitos de sentido em seu destinatário. O uso das cores, das vestimentas, das referências nas letras (que fazem parte do discurso) são modos utilizados pela cantora para enunciar um protesto contra o racismo e a violência policial para com a população negra. Quando novamente coloca em evidência marcas símbolos de poder, a artista busca corroborar a ideia de que sua “melhor vingança é o seu dinheiro”.

Quando fala sobre o cabelo de sua filha, ela utiliza a música para responder às críticas que a criança sofreu por causa do seu cabelo crespo, desta forma, a artista dá visibilidade não somente a sua filha, como a diversas crianças que sofrem preconceito devido ao não pertencimento a uma cultura que prega o padrão do cabelo liso. O mesmo acontece quando evoca os ‘*Jackson Five*’ e se chama de “negra de pele mais clara”, em que Beyoncé assume a sua identidade de mulher negra e expressa seu orgulho em ter os traços da estética negra. No espectador, isso provoca diferentes efeitos. Há quem comemore o fato da artista utilizar a sua influência no meio do entretenimento para colocar em evidência tais questões raciais, mas há quem discorde e acredite que este é apenas um modo dela se aproveitar de questões efervescentes na sociedade para lucrar.

Beyoncé passeia pela história, desde o período escravocrata, em que coloca mulheres negras como as famosas ‘sinhas’ do século XIX, passando pelo episódio da morte do taxista torturado por policiais na década de 1990, até os dias atuais com os episódios de racismo contra sua filha e as mortes de jovens negros por policiais brancos. Deste modo, ela constrói uma linha do tempo, expondo como o racismo tem sido perpetuado ao longo da história, mesmo com a luta de importantes ativistas como Malcolm X e Martin Luther King. Em uma das cenas, a artista aparece com vestimentas pretas e coberta por jóias ao lado de homens negros com ternos elegantes em frente a uma casa. Os elementos desta cena (figurino e cenário) fazem referência ao período escravocrata e ao modo como os brancos ‘senhores’ da época se vestiam. Beyoncé brinca com a história, pois se coloca em posição de poder, em um período que os afros americanos eram subjugados, levando todos os negros a se colocarem em uma situação de prestígio.

Em *formation*, a cantora critica a violência policial americana contra a população negra e chama a atenção para casos como as mortes de Michael Brown, Trayvon Martin e Rodney King. Ao aparecer afundando em cima de uma viatura policial, ela se coloca como mais um corpo afundado pela polícia e pelo racismo. De braços abertos, como Cristo, mais uma vítima inocente da maldade humana. A frase ‘Parem de atirar em nós’ é quase um clamor

para o fim da violência contra os negros. As mãos levantadas pedem que o gesto seja aceito pelos policiais quando este é feito por alguém negro, já que casos como o de Michael Brown chamam a atenção para o fato dos policiais atirarem em jovens desarmados e que evidenciam isso colocando as mãos para o alto. Ao colocar uma criança de capuz preto dançando em frente aos policiais, a cantora relembra o caso do jovem Trayvon Martin, que foi morto por um vigia enquanto caminhava à noite. Em seu depoimento, o acusado alegou que o fato do jovem estar sozinho à noite usando capuz o colocava em posição suspeita⁸.

Beyoncé novamente retoma a história do seu povo ao se referir aos estados do Alabama, Luisiana e Texas, localizados no sul dos Estados Unidos, última região a abolir a escravidão. O sul também é conhecido por recorrentes episódios de racismo e aparecimento de grupos extremistas que pregam uma supremacia branca como, por exemplo, o Ku Klux Klan. Além disso, ela declara o orgulho de sua origem ao dizer que seu pai é um negro nativo do Alabama, sua mãe possui a mistura de negro com outra etnia, por isso é crioula, e dessa mistura nasceu uma ‘*Texana bama*’. Durante a Grande Migração, trabalhadores negros saíram do Sul dos Estados Unidos para trabalharem no Norte e passaram a ser conhecidos pela gíria ‘*Bama*’. Originalmente, a palavra diz respeito a um negro que não sabia se comportar "adequadamente" perante os brancos, o que era considerado vergonhoso. Usando tal referência, Beyoncé afirma seu orgulho em ser essa texana que não tem vergonha de onde veio e não tem medo de ressaltar a sua identidade negra.

Além das questões raciais, a cantora também aborda o feminismo no clipe de *formation*. Para a Phd em Sociologia na Universidade de Northwestern, Zandria F. Robinson o ‘entrar em formação’ sugerido por Beyoncé está relacionado à luta das feministas negras. “Para ser bem sucedido, deve haver coordenação, do tipo que coreógrafos e líderes de movimento fazem, o tipo que as mulheres negras fazem em bairros e organizações”. A preposição em inglês *in* com a palavra *formation* quando cantadas resulta na palavra ‘*information*’ (informação), desta forma, a expressão também pode ser interpretada como um chamado para que as mulheres e a população em geral se informem, busquem conhecimento sobre sua cultura, seus antepassados e sobre a atual situação da população negra nos EUA e no mundo para que se possa acabar com a violência e o patriarcado.

‘O que aconteceu depois de Nova Orleans?’ é uma pergunta que a cantora responde ao longo do clipe: injustiça, mortes de negros desarmados por policiais brancos e o nascimento do movimento ‘*Black Lives Matter*’.

⁸ Disponível em: <http://g1.globo.com/mundo/noticia/2013/07/ex-vigia-e-absolvido-de-acusacoes-pela-morte-de-jovem-negro-nos-eua.html> Acesso em: 3 de junho de 2016

Valores

Em todo o clipe, Beyoncé volta seu discurso para expor certos valores da sociedade, como o feminismo, a etnia, a identidade, o amor, a riqueza e a luta contra o racismo.

Ao longo da sua carreira, a artista sempre apresentou músicas e clipes feministas, como em ‘Independent Women’ (1999), ‘Survivor’ (2001), ‘Me, Myself and I’ (2003), ‘Irrepleaceble’ (2006), ‘If a were a Boy’ (2008), ‘Run the World’ (Girls) (2011), ‘Blow’, ‘Flawless’ e ‘Prety Hurts’ (2013). No entanto, é a partir da música ‘Flawlees’ que ela realmente assume o termo “feminista” e o expõe através da fala da escritora nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie: ‘Feminista, a pessoa que acredita na igualdade social, política e econômica entre os sexos’ (*Feminist, a person who believes in the social, political and economic equality of the sexes*). Já no clipe de *formation*, quando convida as garotas para entrar em formação, Beyoncé reafirma o seu posicionamento feminista, mas desta vez voltado especificamente para mulheres negras, já que traz a questão da importância de assumir a sua identidade negra, expressadas na estética e no comportamento. Além de afirmar a sua etnia, a cantora faz alusão à auto-aceitação, quando estabelece que “suas garotas” devem se amar do jeito que são (cabelo afro, nariz achatado e grosso). Novamente, a artista reitera a necessidade das mulheres exaltarem o seu amor próprio.

Em *formation*, Beyoncé também apresenta a riqueza (poder) como modo de se sobressair na sociedade. Tal posicionamento também é adotado em outras de suas obras, como ‘Upgrade U’ (2006) e ‘Diva’ (2008). Os figurinos usados ao longo do clipe são da marca ‘Gucci’ e, na época, haviam sido apresentados recentemente nas passarelas. Na letra da música a cantora também faz referência a diversas marcas luxuosas, mas em *formation* a riqueza é um meio de “vingança” contra o racismo: “Seja sempre graciosa, a melhor vingança é o seu dinheiro” (*Always stay gracious, best revenge is your paper*).

Considerações Finais

Adotando modos recorrentes de enunciar, como o posicionamento cúmplice e valores que seu público já conhece, como o feminismo, Beyoncé se apresenta como marca. *Formation* é uma manifestação recente da sua marca e reitera termos do seu contrato de comunicação, correspondendo às expectativas do seu público. Nele, a cantora exhibe figurinos exuberantes, coreografia marcante, ritmo dançante e uma letra fácil, que podem ser considerados como elementos recorrentes na discografia da cantora, vide obras como *Crazy in love*, *Run the World (girls)*, *Drunk in love*, *Flawless*, dentre outras. Desta forma, a cantora mantém a cumplicidade com seu público, que espera o cumprimento de termos deste contrato.

No entanto, é em *formation* que Beyoncé atualiza o seu contrato de comunicação, ao incluir o racismo e a luta contra a violência policial para com a população negra norte americana como uma de suas temáticas. Conhecida e criticada por não se envolver em causas raciais, a artista surpreende o mundo ao apresentar uma música com tantas referências à cultura afro-americana, sendo um claro protesto contra o genocídio da juventude negra no país. O clipe se apresenta como um horizonte de sentido no qual foi possível pautar a representatividade de assuntos sobre a identidade negra que tanto são relegados numa sociedade que prega indiretamente a cultura do embranquecimento.

Formation é atraente para os atingidos pelo furacão Katrina e negros vítimas da repressão policial, pois eles encontram na cantora pop americana um discurso que fala sobre si, além de abarcar acontecimentos relacionados à sua história que pareciam esquecidos, com muito ritmo e criatividade.

Referências

PINTO, Fabiana. Revista Capitolina: Formation: O que Beyoncé tem a nos dizer sobre a luta do povo negro nos EUA. Disponível em: <<http://www.revistacapitolina.com.br/formation-povo-negro-eua/>> Acessado em: 03 de junho de 2016.

SEMPRINI, Andrea. *A marca pós-moderna: poder e fragilidade da marca na sociedade contemporânea*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

VERON, Eliseo. *Fragments de um tecido*. São Leopoldo - RS: Unisinos, 2004.