

Feminismo e música pop: uma análise sob a ótica do trabalho desenvolvido pela cantora Beyoncé¹

Clarice Nogueira MOTA²

Victor Marinho RIBEIRO³

Clara Alves TEIXEIRA⁴

Centro Universitário UNA, Belo Horizonte, MG

RESUMO

Este trabalho visa analisar e entender as diferentes formas como a cantora Beyoncé inclui argumentos feministas no seu trabalho. Desenvolveu-se uma análise do trabalho da cantora para observação de tal discurso. A partir dessa análise, percebeu-se que nem sempre a cantora pratica os argumentos defendidos no seu trabalho, podendo ser considerado, então, mais uma estratégia de marketing do que uma militância pelo movimento feminista.

PALAVRAS-CHAVE: Feminismo. Marketing. Indústria Cultural. Beyoncé.

Introdução

Entre os produtos da indústria cultural atual, aqueles produzidos pela cantora Beyoncé chamam bastante atenção. Em mais de 15 anos de carreira, a artista consolidou seu nome como uma das maiores entertainers da música pop mundial. Um grande aliado em toda a sua carreira, desde a *girlband* na qual foi lançada, é o discurso feminista. Muitas de suas músicas exaltam o poder da mulher na sociedade.

No entanto, como a atuação da cantora Beyoncé está inserida na lógica da indústria cultural, o feminismo defendido por ela parece apresentar um teor comercial com fundamentos possivelmente duvidáveis. Muitas de suas músicas contradizem os ideais do movimento feminista, deixando confusa a posição da artista.

¹ Trabalho apresentado no IJ 6 – Interfaces Comunicacionais do XXII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, realizado de 22 a 24 de junho de 2017.

² Graduanda do Curso Publicidade e Propaganda, Centro Universitário UNA, email: claricemota.n@gmail.com

³ Graduando do Curso Publicidade e Propaganda, Centro Universitário UNA, email: victor_marinho_ribeiro@hotmail.com

⁴ Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda do Centro Universitário UNA, email: claraalvesteixeira@gmail.com

Assim, este trabalho tem como objetivo esclarecer o tema “feminismo” e destacar o possível uso desse discurso por artistas que pretendem se promover, a partir de um estudo de caso da cantora Beyoncé.

Vida e carreira de Beyoncé

Nascida na cidade de Houston, no Texas, a cantora Beyoncé é considerada uma das maiores artistas de todos os tempos. Segundo sua biografia na revista Billboard, seu pai, um executivo musical, começou a inscrevê-la em shows de talentos quando ela tinha apenas 7 anos. Desde então, a cantora chama atenção do público. (KELLMAN)

De acordo com a biografia escrita por Brandon Hurst (2010), Beyoncé passou a cantar, já no colegial, junto com sua prima Kelly Rowland e suas colegas LaTavia Roberson e LeToya Luckett. Em 1992, agenciadas por Matthew Knowles, pai de Beyoncé, as meninas se apresentaram no programa *Star Search* utilizando o nome “*Girl’s Tyme*”. Cinco anos depois, elas assinaram um contrato com a Columbia e o grupo passou a se chamar “*Destiny’s Child*”. (HURST, 2010)

Em 1998 o grupo lançou um álbum, autointitulado *Destiny’s Child*, que vendeu 1 milhão de cópias. Um ano depois, o álbum *The Writing’s on the Wall* foi lançado e consolidou o grupo no cenário musical. Ainda integrante do grupo *Destiny’s Child*, Beyoncé gravou um álbum solo em 2003 chamado “*Dangerously in Love*”, que estreou em primeiro lugar na *Billboard 200*. O álbum vendeu mais de 4 milhões de cópias nos Estados Unidos. (HURST, 2010)

Ainda segundo Hurst (2010), em 2005, o grupo anunciou seu fim, já que as integrantes tinham projetos individuais e carreiras solo já consolidadas. Um ano depois, Beyoncé lançou seu segundo álbum solo, chamado “*B-day*”.

Com o passar dos anos, o trabalho de Beyoncé repercutia cada vez mais mundialmente. Seu terceiro álbum “*I am... Sasha Fierce*” foi lançado em 2008 e vendeu 6 milhões de cópias em todo mundo durante o primeiro ano. (ROLLING STONES)

Beyoncé lançou seu terceiro álbum de estúdio solo “*I Am... Sasha Fierce*” em novembro de 2008. Ele debutou em número um, vendendo 482.000 cópias em sua primeira semana e, com a força de quatro músicas no top dez, continuou com uma alta quantidade de vendas por mais de um ano, alcançando 6 milhões de vendas no mundo todo, em 2009. (ROLLING STONES, Tradução nossa).⁵

⁵ Texto original: Beyoncé released her third solo studio album, *I Am... Sasha Fierce* in November, 2008. It debuted at Number One, selling 482,000 copies in its first week, and, on the strength of four Top Ten singles, continued to sell big for over a year, reaching sales of 6 million worldwide in late 2009.

Em junho de 2011, Beyoncé lançou seu quarto álbum de estúdio, chamado “*Four*”, que vendeu 310.000 cópias em sua semana de estreia. O álbum foi aclamado pela mídia e uma de suas músicas, *Run The World (Girls)*, marca o início do discurso de Beyoncé em defesa das mulheres. (KELLMAN)

Apesar disso, em maio de 2013, em uma entrevista para a revista *Vogue UK*, Beyoncé disse que achava a palavra “feminista” muito extrema e, por isso, se hesitou um pouco ao se denominar assim. (ELLISON, 2013) Mais tarde, naquele mesmo ano, a cantora lançou um CD com músicas que continham partes do discurso feminista em suas letras. Ainda, meses depois, em uma premiação, Beyoncé citou de novo o discurso feminista e, durante sua performance, o letrero com a palavra *FEMINIST* tomou conta do palco onde ela se encontrava. O que mudou em seu discurso durante esse tempo?

História do Feminismo

O movimento feminista existe desde o século XVIII, época em que a figura da mulher era pouco valorizada. De acordo com Pinto (2010), naquela época, as mulheres eram vistas apenas como seres que tinham funções restritas aos serviços domésticos, isentas do direito de votar, de ter opinião política e poder trabalhar fora de casa. As mulheres eram vistas também apenas como o ser que existia para satisfazer as vontades dos homens. Insatisfeitas com a extrema desvalorização, em meados do século XX as mulheres começaram a entender a situação que se encontravam na sociedade e, assim, deram início à reivindicação dos seus direitos. (PINTO, 2010)

Segundo Narvaz e Koller (2006), o feminismo é dividido por “ondas”, que ocorreram ao decorrer das décadas. A primeira onda abrange o surgimento de tal movimento, no qual as mulheres lutam pela igualdade de direitos civis, políticos e de educação e o fim da opressão à mulher, imposta pela sociedade patriarcal. Com ocorrência nos países Inglaterra, França, Espanha e Estados Unidos, o movimento sufragista teve muita importância para o feminismo.

Após a Segunda Guerra, surge, especialmente nos Estados Unidos e na França, a segunda onda do feminismo. Enquanto as feministas americanas denunciavam a opressão masculina e buscando a igualdade, as francesas procuravam mostrar que, apesar das diferenças entre homens e mulheres, era preciso dar visibilidade à experiência feminina. (NARVAZ, 2006)

Ainda de acordo com Narvaz e Koller (2006), uma terceira onda do movimento feminista se instaurou na década de 1980. A proposta do movimento nesta fase é analisar as diferenças e diversidade entre os sexos, dando importância à singularidade das experiências de cada um. Estudiosos passaram a pesquisar sobre as relações de gênero, e não sobre apenas as mulheres, buscando observar como a constituição das subjetividades masculina e feminina podem ser iguais e diferentes ao mesmo tempo.

Atualmente, o feminismo é um movimento social que defende igualdade de direitos e status entre homens e mulheres em todos os campos. (...) Ativistas políticas feministas advogam a igualdade social, política e econômica entre os sexos, inscrita inclusivamente nas constituições e tratados internacionais. Tentam esclarecer questões sobre temas como direitos reprodutivos, a posição da mulher como objeto (essencialmente sexual), violência sexual e doméstica, licença pós-parto, igualdade salarial, assédio sexual, discriminação no local de trabalho, pornografia e patriarcalismo (SANTOS, 2011, p. 85).

Assim, o feminismo defende uma sociedade igualitária, na qual a mulher tenha os mesmos direitos que os homens. O movimento também discute vários outros assuntos pautados na vida da mulher, seu papel na sociedade, sua segurança, liberdade de escolha e melhor qualidade de vida.

Conceito de Marketing

Segundo Philip Kotler e Kevin Lane Keller (2006) o marketing existe para descobrir e suprir as necessidades do consumidor. Com a ajuda da lei da oferta e da procura, a estratégia de marketing deve sempre visar um déficit no mercado, entendê-lo e supri-lo, buscando agregar valor ao produto e vendê-lo cada vez mais. De acordo com os autores, a principal função do marketing é dar “comodidade” ao cliente, ao entregar o que ele precisa sem gerar esforços para tal. (KOTLER, 2006)

No mercado atual, devido ao alto nível da concorrência, não basta a marca apenas entregar um produto. É preciso agregar valor a ele, para que se torne melhor que outros. Tal situação não é diferente no mercado fonográfico. A cada ano, novos artistas surgem, atraindo uma legião de fãs que buscam produtos novos e diferenciados dos já existentes. O marketing também não abrange apenas a criação do projeto, divulgação e venda do material. O acompanhamento de todo o processo (decisão de compra, análise de preços e o comportamento pós-compra) também é objeto de estudo e, na situação abordada neste trabalho, se manifesta no acompanhamento das vendas das músicas, no monitoramento das interações dos fãs nas redes sociais, na repercussão na mídia, entre outros.

O marketing voltado para a imagem de um artista também se faz importante nos dias atuais. É possível perceber isso na divulgação dos produtos provenientes da Indústria Cultural. A partir de fatores históricos, como a revolução industrial e a expansão do capitalismo, diversas novas formas de trabalho e comércio foram difundidas no mundo. Os filósofos e sociólogos alemães Theodor Adorno e Max Horkheimer (2002) começaram a perceber que os meios de entretenimento transformaram-se em produtos comerciais, criados exclusivamente para a venda e alcance da massa, o que fez perder toda a sua "essência artística". De forma crítica e analítica, eles definem cinema, música e revistas (objetos de estudo na época) como instrumentos de alcance à população, usados para alienar as pessoas em relação à política e outras questões comerciais do planeta.

Essa transformação da cultura em produto foi denominada Indústria Cultural pelos autores. O autor Douglas Kellner (2001) afirma que a simples existência dessa Indústria "já cria a possibilidade de minar as energias políticas e de manter as pessoas bem guardadas dentro dos confins de seus centros de entretenimento doméstico, distantes do tumulto das multidões e dos locais de ação política de massa" (p. 26). Assim, a população passa a ser receptora passiva das informações enviadas e se tornam meras espectadoras, que apenas assistem aos acontecimentos dispostos a elas.

Para uma obtenção de um número de consumidores cada vez maior, qualquer produto deve estar devidamente alinhado à demanda, buscando atender às necessidades de seus compradores. A situação não é diferente na Indústria Cultural. As pessoas que se identificam com músicas, programas e qualquer outra forma de produto midiático, têm uma tendência maior a consumi-lo e tornar-se leal a ele.

O trabalho de Beyoncé

Para entender como Beyoncé se apropria do discurso feminista para construir seus produtos midiáticos, é necessário analisar algumas de suas músicas e videoclipes. Observa-se que a cantora se apresenta de diferentes maneiras ao longo de sua carreira, exaltando o poder feminino em alguns momentos e se portando como um objeto sexual em outros. Assim, foram analisados os conteúdos dos clipes *Crazy in Love*, *Upgrade U*, *Run The World (Girls)*, *Drunk in Love*, *Pretty Hurts* e ****Flawless* a fim de entender o comportamento da cantora. Tais videoclipes foram selecionados por possuírem trechos que empoderam as mulheres, ou que vão na contramão disto.

Crazy in Love

O primeiro videoclipe analisado, *Crazy in Love*, faz parte do primeiro álbum solo da cantora, *Dangerously in Love*. De acordo com Hurst (2010), o álbum revelou um lado mais sensual da cantora, que estava com 21 anos na época.

Com um ritmo agitado e influências do funk, hip hop e *R&B*, a letra da música fala sobre uma mulher que está perdidamente apaixonada por um homem. Em um momento, Beyoncé canta “não preciso comprar um vestido novo. Se você não está lá, não tem ninguém mais a quem impressionar”. A partir do trecho, a cantora sugere que suas decisões são tomadas com o objetivo de chamar a atenção do homem pelo qual ela está interessada. Tal fato vai contra os ideais do feminismo, pois uma mulher deve se sentir bem consigo mesma, independente das impressões masculinas.

No clipe da música, a cantora faz uma coreografia sensual que exalta seu corpo, ficando em quatro apoios e olhando diretamente para a câmera. Neste momento, podemos perceber uma mulher que é dona do próprio corpo, que se sente bem exibindo-o, fato que está a favor do feminismo. Por outro lado, há certa objetificação da mulher, que está ali para agradar ao homem, fazendo movimentos sensuais a fim de seduzi-lo.

Em outro momento, a cantora aparece dentro de um carro, com a câmera fechada em seu rosto e as mãos apoiadas na parede interna do automóvel, o que leva a entender que ela está apertada em um pequeno espaço. Depois, o carro é filmado do lado de fora e o rapper Jay-Z, que faz uma participação em rap na música e no vídeo, incendia o veículo. Beyoncé, que estava no carro em chamas, reaparece caminhando em direção ao rapper, porém, com um ar muito mais elegante, vestindo uma roupa de pele de animal e um salto alto. Com isso, pode-se notar que o homem “destruiu” a cantora com um ar de menina e objeto sexual e a transformou em uma mulher poderosa, fato que contrapõe o movimento feminista. Uma mulher não precisa da ação do homem para se tornar uma pessoa mais forte, mais elegante e com mais posses materiais.

Upgrade U

Outra música interessante de ser analisada é *Upgrade U*, presente no seu segundo álbum solo, *B'day*, de 2006. Seu vídeo e trechos da letra mostram Beyoncé como uma mulher rica, poderosa, que se oferece para o homem para que ele se “atualize”.

Já na primeira parte do videoclipe percebe-se que Beyoncé se porta como uma mulher luxuosa, que preza pela riqueza, pelo ouro e pelo dinheiro. Dentro de uma piscina, com um olhar de superioridade, ela se arrasta em minérios e passa a mão pelo corpo. Neste

momento, ela canta: “Você precisa de uma mulher de verdade na sua vida/ Que cuide da casa e ainda te deixe livre/ E eu ajudarei a fazer sua conta crescer/ Acredite em mim”. O movimento feminista não apoia a ideia de a mulher ser vista apenas como uma dona de casa. O sexo feminino não pode ser visto apenas como o complemento da vida de um homem, que cuida do local onde ele vive para que ele possa trabalhar e seguir sua vida com mais tranquilidade.

Após esse momento a letra da música ainda diz: “Quando você estiver naquelas reuniões com empresários/ Me leve apenas para fechar o negócio”. Se portando de tal forma, a cantora contradiz o movimento estudado pois a mulher, além de não ser um troféu, não deve ser utilizada como “distração sexual” para que o homem tenha sucesso em seu trabalho.

Muitos trechos da letra são importantes para a análise. Quando canta o verso “Homens comandam, mas as mulheres mantêm o templo”, Beyoncé vai contra o feminismo novamente pois, de acordo com a interpretação da frase, ela diz que o sexo masculino está no topo do poder e o feminino cuida apenas das atividades de dentro de casa. Também canta “Ainda faço minha parte e te deixo ter o papel principal”, se mostrando submissa ao homem, fazendo o que ele precisa.

Em toda a música ela se porta como as chamadas “esposas troféu”, que estão ao lado dos maridos quando eles são aclamados pelos outros. Estas mulheres não são reconhecidas por seus próprios feitos, mas sim por acompanharem seus parceiros.

I am... Sasha Fierce

Em seu terceiro CD, *I am... Sasha Fierce*, Beyoncé quis mostrar seus dois lados: a esposa carinhosa e religiosa, "a mulher que existe por trás das câmeras" e, em oposto, seu lado provocativo, sexy, dançante e elétrico. "*I Am...*" alude à pessoa Beyoncé e, "*Sasha Fierce*", seu *alter ego*, a mulher que vive para os holofotes.

Em uma entrevista para a revista *Science*, a cantora disse:

O novo disco é um álbum duplo e tem duas capas, assim como uma revista que tem duas capas diferentes. Uma das capas se chama *I am...* [Eu sou] e a outra *Sasha Fierce*. Esse é meu alter ego e agora ela ganhou um sobrenome. Eu tenho uma outra pessoa que toma conta de mim quando estou no palco, esse alter ego que eu criei que consegue me proteger e que é meu eu verdadeiro. É por isso que metade do disco, *I Am...*, fala de quem eu sou por baixo de toda a maquiagem, por baixo das luzes e por baixo de todo o drama ansioso das estrelas. E *Sasha Fierce* é o lado mais divertido, mais sensual, mais agressivo, mais sincero e mais glamouroso que surge quando estou trabalhando e quando estou em cima dos palcos (HURST, 2010, p. 130).

Essa declaração da artista nos faz indagar se ela se considera tão poderosa e dona de si quanto nas músicas que ela canta. A princípio nos parece apenas uma imagem que ela tenta passar. O feminismo busca mostrar que a mulher, assim como homem, não deve ter vergonha de suas vontades e ações. Aqui, Beyoncé mostra o contrário, ao responsabilizar seu *alter ego* por seus feitos em cima do palco. Uma pessoa pode ser emotiva e sentimental e, ao mesmo tempo, sensual e glamorosa, sem a necessidade de se esconder em uma personagem.

Run the World (Girls)

No quarto álbum da cantora, intitulado “*Four*”, é importante analisar o conteúdo da música *Run the World (Girls)*. Além da música, foram analisados seu clipe e uma apresentação feita pela cantora na premiação da *Billboard*. A letra da canção fala sobre o quão importante é o papel da mulher na sociedade e que, por isso, elas dominam o mundo. Nessa música de fato há um discurso de empoderamento feminino, a começar pelo seu nome, que propõe que as mulheres dominam o mundo.

Nos trechos “Garotas, nós comandamos essa merda!” e “Quem comanda o mundo? Garotas!”, a cantora exalta o poder feminino, mostrando que, após tanto tempo de dominação masculina em todo mundo, é hora das mulheres deixarem de ser submissas e terem reconhecimento de seus atos e seu poder na sociedade.

O verso “Essa vai para todas as minhas garotas/ Que estão na boate curtindo as novidades/ Que pagam suas compras/ E ganham mais dinheiro depois” exalta como a mulher atual é independente e pode arcar com seu consumo, sem precisar de um homem para bancá-la. Apesar desse discurso de empoderamento feminino, no trecho “Garoto, estou só brincando/ Vem aqui, querido/ Espero que ainda goste de mim”, a cantora está preocupada com o fato de que um homem não goste de seu comportamento independente. Esse trecho se desvia do discurso feminista, que propõe que a mulher não precisa da aprovação masculina.

O trecho “Eu estou representando as garotas/ Que estão dominando o mundo/ Deixe-me fazer um brinde/ Às graduadas” refere-se ao fato de que mulheres também ocupam cargos importantes e priorizam os estudos ao invés de constituir uma família. Em outra parte da música Beyoncé canta: “Essa vai para todas as mulheres/ Que estão vencendo/ E alcançando seus objetivos/ Para todos os homens que respeitam/ O que eu faço/ Por favor, aceitem meu brilho”. Neste trecho, mais uma vez, a cantora mostra uma mulher independente, mas que deseja e valoriza a aceitação do homem.

O videoclipe da música conta uma história de uma guerra entre homens e mulheres, na qual os grupos rivais pretendem dominar o mundo. Ao chegar neste deserto, Beyoncé e seu exército feminino se preparam para a batalha final, que será contra o grupo masculino instaurado ali.

Esse exército de mulheres está com bandeiras vermelhas em mãos. Esta cor pode ser associada como a cor do movimento feminista, por ser uma cor que está sempre presente em revoluções e manifestações sociais (PEDROSA, 2009). É válido ressaltar que estas bandeiras seguradas pelo exército não possuem nenhum símbolo do movimento feminista, e sim a letra “B”. Assim, entende-se que aquele grupo de revolucionárias não luta por todas as mulheres, mas sim pela Beyoncé, apenas.

Em uma visão geral do clipe, ele foi essencial para criar no senso comum a imagem de que Beyoncé é feminista e defende as mulheres. Para quem não tem conhecimento do assunto, a letra da música e a forma em que o clipe é apresentado pode evidenciar o movimento. A todo momento, a cantora e suas dançarinas dançam "em paz", longe dos homens, que se defendem e até chegam a jogar bombas de gás e gritarem.

Em 2011, Beyoncé apresentou a música *Run the World (Girls)* na premiação *Billboard Music Awards*⁶. Ao iniciar a performance, a imagem de um leão aparece no telão e a voz da cantora soa pela arena falando “Nosso poder sempre esteve presente. Eu sou uma mulher, e quando eu penso, eu falo.”. De repente, o rosto do leão se transforma no rosto de Beyoncé, que solta um grito. Após isso, a cantora aparece no palco dizendo: “Os homens têm tido a chance de ganhar o mundo. Mas meninas, nossa revolução já começou. Vamos construir uma nação com mulheres em todos os lugares. Dominar o mundo!”.

Enquanto está discursando e em grande parte da performance, a cantora interage com o telão e projeções super produzidas. Em determinado momento, ela segura um globo terrestre preto e branco em suas mãos e simula engolir o objeto e cuspi-lo novamente, porém, colorido. Neste momento, pode-se entender que a cantora deu o famoso “toque feminino” ao planeta e o deixou com mais vida, mais bonito. Outra interpretação considerada é de que ela tem o mundo em suas mãos e que o modificou de acordo com o que ela queria.

Ao seu fim, ela dança e canta com um exército de 100 mulheres portando bandeiras vermelhas com a letra “B”. Mais uma vez, entende-se que o exército de mulheres não

⁶ O *Billboard Music Awards* é uma premiação promovida pela revista *Billboard* desde 1989. A revista, especializada em música e contabilização de canções em charts ao redor do mundo busca reconhecer as principais composições, vídeos e trabalhos da indústria fonográfica no ano vigente.

pretende dominar o mundo em nome de todas as mulheres, mas sim em nome da própria Beyoncé.

Drunk in Love

Drunk in Love, com a participação do marido Jay-Z é, provavelmente, a música mais famosa do álbum visual autointitulado “*Beyoncé*”, chegando a alcançar o segundo lugar na parada da Billboard. Sua letra conta a história de um casal que se ama intensamente e que estão viciados um no outro, além de ter diversas conotações sexuais.

Filmado em uma praia de Miami, o vídeo mostra Beyoncé vestindo apenas um biquíni com um tecido transparente, evidenciando a sua silhueta. Em todo momento do clipe, a artista dança de forma muito sensual, fazendo expressões de intenso prazer. Mais uma vez, há certa dualidade na interpretação do momento: por um lado, Beyoncé se faz de objeto sexual para um homem. Por outro, há a liberdade sexual que o movimento feminista defende.

Jay-Z aparece em cena para cantar seu rap e a cantora tenta passar uma imagem de uma mulher completamente apaixonada, que admira o rapper a todo momento.

É importante ressaltar o verso cantado pelo rapper e dublado por Beyoncé, que olha fixamente para câmera: “Eu sou Ike Turner, beba/Baby, você sabe que eu não brinco/ Agora coma o bolo, Anna Mae/ Eu disse coma o bolo, Anna Mae”. Este verso retrata uma situação conhecida da vida da cantora Tina Turner. No filme que retrata sua biografia, “*What’s Love Got Do To With It?*”, o marido de Tina, Ike Turner, a obriga a comer um pedaço de bolo. Quando Tina recusa, ele esfrega o bolo na cara dela e grita “coma o bolo, Anna Mae”. Ike, então, agride uma amiga que tenta defendê-la.

Beyoncé chega a ser contraditória em seu discurso ao dublar um trecho como este, que faz referência a um caso de violência doméstica, crime condenado pelo feminismo. A cantora defende o movimento feminista em suas músicas e apresentações, e, mesmo assim, narra uma cena de agressão contra a mulher em uma de suas músicas mais famosas. Mais uma vez, percebe-se que a cantora não possui um discurso coerente em toda sua carreira, alternando entre letras que empoderam as mulheres e outras que legitimam a submissão da mulher ao homem.

Pretty Hurts

A música *Pretty Hurts*, presente no mesmo álbum, é uma crítica à ditadura da beleza, que impõe que mulheres devem ser lindas e magras. O nome da música, em português, significa algo como “a beleza machuca” e é exatamente esta a crítica feita em sua letra.

Em uma estrofe da música, a cantora diz “É a minha alma que precisa de cirurgia/Sorrisos de plástico e negação só pode levá-lo para longe/ E você quebra quando assina os papéis no escuro/ Você deixou um espelho quebrado/ E os cacos de uma menina bonita”. Talvez aqui a cantora mostra como ela é cobrada pelos seus contratos para estar sempre adequada aos padrões de beleza, indo na contramão de seu discurso no documentário *Liberation*, quando ela conta como se esforçou para voltar ao seu peso normal após a gravidez. A contradição se dá porque em um momento a cantora diz o quanto ter um corpo sarado é importante para ela e, pouco tempo depois, ela faz uma crítica a essa imposição quanto ao “corpo perfeito”.

Durante o videoclipe da música, os bastidores de um concurso de beleza são mostrados. Várias mulheres se arrumam dentro deste camarim, incluindo Beyoncé, que chega a passar produtos em sua perna e em seus dentes. Essas mulheres estão vomitando, brigando entre si, passando por testes, depilações e comendo algodão, mostrando os sacrifícios que mulheres fazem para estarem bonitas de acordo com a mídia.

****Flawless*

Talvez a música que mais exalte o discurso feminista, ****Flawless*, (“Perfeita”, em tradução livre), se tornou um importante objeto de estudo para o trabalho. Nove meses antes do lançamento oficial do CD, a música *Bow Down/I Been On* misteriosamente apareceu na internet. Ela canta: “Eu sei que quando vocês eram garotinhas/Vocês sonhavam estar no meu mundo/Não se esqueçam disso, não se esqueçam disso/Me respeitem, curvem-se, vadias”.

A cantora foi acusada de machismo por diversos veículos da mídia e por internautas que comentaram sobre o assunto. Beyoncé está equivocada em afirmar que as outras mulheres devem se curvar a sua imagem. O movimento preza pela igualdade dos gêneros, e não por evidenciar uma pessoa do sexo feminino.

Quando lançada oficialmente, a música apresentou mudanças. O primeiro trecho que rendeu à cantora acusações de machismo permaneceu. Porém, logo após, Beyoncé inseriu na música um discurso feito pela nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie. A escritora e porta-voz de movimentos contra desigualdade racial e de gênero, teve um trecho de seu discurso feito no evento *TEDx Talk*, “*We Should All Be Feminists*” (em tradução livre: “Todos deveríamos ser feministas”) inserido no meio da música.

Nós ensinamos as garotas a se encolher, a tentar ser menores do que são. Nós dizemos para as garotas: “Você pode ter ambições, mas não demais. Você pode ser bem-sucedida, mas não demais. Do contrário, vocês vão assustar os homens.” Porque eu sou uma mulher, é esperado que eu sonhe

em me casar. É esperado que eu faça escolhas em minha vida sempre tendo em mente que o casamento é o mais importante. O casamento pode até ser uma fonte de alegria e amor e apoio mútuo, mas por que nos ensinam a desejar o casamento e não ensinam aos garotos a mesma coisa? Nós educamos nossas garotas para competir umas com as outras — não para trabalhos ou conquistas profissionais, o que acho que poderia até ser uma coisa boa — mas competir pela atenção dos homens. Nós ensinamos as garotas que elas não podem ser seres sexuais da mesma maneira que os garotos são. Feminista — a pessoa que acredita na igualdade social, política e econômica entre os sexos. (ADICHE, 2013)

Quando questionada em entrevistas sobre o que pensava sobre Beyoncé ter utilizado seu discurso na canção, a nigeriana afirmou ao jornal britânico *The Times* que a viralização de seu discurso por parte da cantora teve seu lado positivo, pois graças a isso várias pessoas ao redor do mundo estão falando sobre feminismo.

Em outro trecho da canção, Beyoncé diz: “Eu tirei um tempo para viver minha vida/ Mas não pensem que sou só a mulherzinha dele/ Não se confundam, não se confundam/ Essa merda é minha/ Curvem-se, vadias”. É possível notar uma clara referência ao seu marido, ao dizer que ela tem sua própria vida e é independente do esposo.

O vídeo, todo em preto e branco, mostra apenas mulheres que fogem do padrão normal de beleza imposto pela sociedade: são carecas, com maquiagens mais pesadas, roupas rasgadas, cabelos raspados e cortes diferenciados. Desta vez, ela tem um discurso diferente de *Pretty Hurts*, mostrando que todas as mulheres são lindas de seu jeito. Ela canta: “Eu acordo assim/Eu acordo assim/Somos perfeitas/Garotas, contem a eles/Eu acordo assim/Eu acordo assim/Somos perfeitas/Garotas, contem a eles/Digam ‘eu estou ótima esta noite’/Caramba, caramba”.

Ao exaltar a beleza natural da mulher, a cantora se apresenta com um discurso em prol do feminismo, encorajando as mulheres a se verem perfeitas em sua forma natural de ser, desde o momento em que acordam até quando saem de casa para festejar durante a noite. Uma crítica a ser feita neste momento é que, dentre as mulheres mostradas no clipe, não existe nenhuma acima do peso. Talvez, a música empodere mulheres, desde que estas não sejam gordas e sim possuam o corpo “perfeito” determinado pela mídia, como exposto em *Pretty Hurts*.

A partir dessas análises, percebe-se que Beyoncé possui diferentes discursos em relação à posição da mulher na sociedade ao decorrer de sua carreira. Ora, ela empodera as mulheres, mostrando que todas são poderosas, porém há momentos em que se porta como um objeto sexual, buscando a aprovação masculina.

Conclusão

Atualmente, o movimento feminista conquista mais força e visibilidade, por meio da proliferação do assunto na mídia, criação de órgãos e leis em defesa das mulheres e, também, pela divulgação do movimento por empresas dentro da Indústria Cultural.

Muito ainda deve ser feito pela igualdade dos sexos e, a partir de um destaque maior ao redor do mundo, o feminismo ganha força, simpatizantes e cada vez mais engajamento de pessoas que se prontificam a favor dos direitos das mulheres.

A cantora, performer, atriz e compositora Beyoncé, adequou seu discurso no decorrer de sua carreira para defender o movimento. Em meio a apresentações, entrevistas e videoclipes, ela se mostra contraditória em seu posicionamento, o que nos leva a entender que ele é utilizado como estratégia de marketing, atrelando a marca “Beyoncé” a uma causa social.

Com uma história de vida marcada pela pressão do pai e forte relação com o marido, a artista se porta de diferentes formas que, em certos momentos, vão contra os verdadeiros ideais do movimento feminista.

Isso acontece, por exemplo, na música *Upgrade U*, na qual Beyoncé se porta como uma “esposa troféu”, que está disposta a apenas cumprimentar os feitos de seu marido. Também, no álbum “*I am... Sasha Fierce*” é possível perceber dualidade em seu discurso, uma vez que a cantora mostra a necessidade de um alter ego, que assume toda a responsabilidade de seu sensualidade e agressividade no palco. Este fato aponta que a artista talvez não perceba que ela possui a liberdade de ser uma pessoa calma e, ao mesmo tempo, agressiva e sensual.

Em ****Flawless*, nota-se uma mudança de discurso da cantora: antes, ela se mostrava melhor que as demais mulheres, mandando as outras se curvarem a ela, para demonstrarem respeito. Após a inserção de um trecho da palestra de Chimamanda Ngozi Adichie sobre o feminismo, a música passa a se dirigir a todas as mulheres. Apesar disso, no clipe da música, são mostradas mulheres de diferentes estilos, nenhuma delas gordas. Apesar de não possuir um discurso coerente em toda sua carreira, a divulgação da causa por uma artista de renome mundial é interessante por alertar cada vez mais pessoas sobre a existência da desigualdade de gênero. Basta os receptores da informação desenvolverem um senso crítico e partirem em busca do real significado da situação.

A produção do trabalho nos levou a entender como a análise minuciosa de projetos da Indústria Cultural apresenta diversos fatores que levam os consumidores de seus produtos a acreditarem no que ela prega.

REFERÊNCIAS

CHAMUSCA, Marcello e CARVALHAL, Márcia. **Comunicação e Marketing Digitais: conceitos, práticas, métricas e inovações**. Salvador/ BA: Edições VNI, 2011.

ELLISON, Jo. **Mrs Carter Uncut**. Vogue UK. 4 abr. 2013. Disponível em: <<http://www.vogue.co.uk/news/2013/04/04/beyonce-interview-may-vogue>> Acesso em: 15 abr. 2017.

FRANK, Alex. **Chimamanda Ngozi Adichie on Her “Flawless” Speech, Out Today as an eBook**. Vogue. 29 jul. 2014. Disponível em: <<http://www.vogue.com/946843/chimamanda-ngozi-adichie-feminism-beyonce-book>>. Acesso em: 19 abr. 2017

GUADAGNUCCI, Natália. **Beyoncé e o Feminismo**. MTV Brasil. 25 ago. 2014. Disponível em: <<http://www.mtv.com.br/noticias/beyonce-e-o-feminismo-vma/>> Acesso em: 15 abr. 17.

HOBBSAWN, Eric. **Era dos Extremos: o breve século XX: 1914-1991**. Tradução Marcos Santarrita. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

HURST, Brandon. **Beyoncé - Histórias e Fotografias**. Tradução Getúlio Schanoski. São Paulo: Madras, 2010.

KELLMAN, Andy; LEAHEY, Andrew. **Beyoncé biography**. Disponível em: <<http://www.billboard.com/artist/281569/beyonce/biography>>. Acesso em: 25 mai. 2017.

KELLNER, Douglas. **A cultura da mídia: estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno**. Bauru: EDUSC, 2001.

KOLLER, Sílvia Helena; NARVAZ, Martha Giudice. Metodologias feministas e estudos de gênero: articulando pesquisa, clínica e política. **Psicologia em Estudo**, Maringá, v. 11, n. 3, p. 647-654, set./dez. 2006. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/pe/v11n3/v11n3a20.pdf>> Acesso em 15 abr. 2017

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing: a Bíblia do Marketing**. 12. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2006.

MESQUITA, Cecília Chagas de. **O movimento feminista e suas conquistas: a saúde da mulher na Nova República**. In: ANPUH, 24. ed. São Leopoldo, 2007.

NUNES, Flávia Mariana de Oliveira et al. **Marketing voltado para o público feminino**. In: Intercom, 32. ed. Curitiba.

PEDROSA, Israel. **Da cor à cor inexistente**. Rio de Janeiro: Senac Nacional, 2013.

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

ROLLING STONE. **Beyoncé bio**. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/artists/beyonce/biography>>. Acesso em: 25 mai. 2017.

SANTOS, Jucélia Bispo. **Novos movimentos sociais: feminismo e a luta pela igualdade de gênero.** In: Revista Internacional de Direito e Cidadania, n. 9, p. 81-91, fevereiro 2011.

SARTI, Cynthia Andersen. **O feminismo brasileiro desde os anos 1970: revisitando uma trajetória.** Estudos Feministas, Florianópolis, 12(2): 264, maio-agosto/2004. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ref/v12n2/23959.pdf> Acesso em: 15 abr. 2017.

Vídeos:

BEYONCÉ: Life is But a Dream. Direção: Beyoncé Knowles. Estados Unidos: HBO, 2013.

I am... Tour. Direção: Beyoncé Knowles, Ed Burke, Frank Gatson Jr. Estados Unidos: Columbia, 2010.

"Self-Titled" Part 4. Liberation. Direção: Zachary Heinzerling. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=1b1loWJfxaA>. Acesso em: 15 abr. 2017.

Beyoncé - *Flawless ft. Chimamanda Ngozi Adichie.** Columbia Records. 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=IyuUWOnS9BY>. Acesso em: 15 abr. 2017.

Beyoncé - Crazy In Love ft. JAY Z. Sony BMG Music Entertainment. 2003. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=ViwtNLUqkMY>. Acesso em 15 abr. 2017.

Beyoncé - Drunk in Love (Explicit) ft. JAY Z. Columbia Records, 2013. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=p1JPKLa-Ofc>. Acesso em 15 abr. 2017.

Beyoncé - Flawless (Remix) ft. Nicki Minaj. Columbia Records, 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=56qgO0C82vY>. Acesso em: 15 abr. 2017.

Beyoncé - Pretty Hurts. Columbia Records, 2013. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LXXQLa-5n5w>. Acesso em: 15 abr. 2017.

Beyoncé - Run the World (Girls). 2011. Disponível em https://www.youtube.com/watch?v=VBmMU_jwe6U. Acesso em: 15 abr. 2017.

Beyoncé e Tribute - Run the World (Girls) (Live at Billboard Music Awards 2011). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=784tmb1ALOU>. Acesso em: 15 abr. 2017.

We should all be feminists | Chimamanda Ngozi Adichie | TEDxEuston. 2013. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=hg3umXU_qWc. Acesso em: 15 abr. 2017.

What's Love Got To Do With It - Eat The Cake Anna Mae. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=1-QvSXqyDb4>. Acesso em: 15 abr. 2017.