



Lançamento, crítica e especificidades: Uma breve análise do álbum Beyoncé¹

Suzana Maria de Sousa MATEUS²

Thiago SOARES³

Universidade Federal de Pernambuco, Recife, PE

Resumo

Esta pesquisa pretende investigar o álbum homônimo da cantora Beyoncé, fazendo uma breve análise da estratégia de lançamento do trabalho e da importância do próprio na carreira da artista. O disco foi lançado completo na internet no final de 2013. Sem publicidade prévia ou anúncio junto à imprensa, o trabalho se contrapôs a usual lógica de divulgação de álbuns, que costuma passar pela disseminação de teasers, amostras online, singles e pela escolha de uma data para o lançamento concreto. Esta análise destaca a repercussão do trabalho na mídia, o modo como o disco foi recebido e suas peculiaridades. Com o disco, a cantora consegue a façanha de lançar um álbum muito aguardado de maneira inesperada em tempos de reconfiguração da indústria musical, onde o formato disco deixa de ser o centro das atenções na dinâmica de produção e consumo.

Palavras-chave

Álbum; Beyoncé; Estratégia.

Apresentação

Na sexta-feira 13 de dezembro de 2013, a cantora pop norte-americana Beyoncé Knowles surpreenderia a imprensa, os fãs e a crítica. Seu quinto álbum, intitulado *Beyoncé* e gravado pela Columbia Records, foi disponibilizado completo na madrugada daquela data no iTunes. O trabalho, que deveria ter ficado pronto em meados do ano, foi finalizado às escondidas e surpreendeu o público: sem vazamento ou anúncio na imprensa, o disco foi lançado de uma vez só, contrariando o modelo usual de divulgação que passa pela disseminação de teasers, amostras online, singles e pela escolha de uma data para o lançamento concreto, que costuma anunciada com antecedência. Além disso,

¹ Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste realizado de 2 a 4 de julho de 2015.

² Recém-graduada no Curso de Jornalismo do CAC-UFPE, email: suzanamateus09@gmail.com.

³ Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo do CAC-UFPE, email: thikos@gmail.com



o trabalho carregava a peculiaridade de ser aquilo que a própria artista classificou como “álbum visual” já que era composto por 14 músicas e 17 clipes, que não podiam ser vendidos separadamente até o dia 20 daquele mês. Cada vídeo foi gravado ao longo da turnê *Mrs Carter Show Tour* em vários lugares do mundo. O trabalho contou com participações de Jay Z, Drake, Frank Ocean, Pharrell Williams, Justin Timberlake, Timbaland e Blue Ivy, filha de Beyoncé, na faixa *Blue*.

A novidade ganhou grande repercussão na mídia. O site do iTunes e da própria Beyoncé chegaram a ficar fora do ar por alguns minutos por conta da grande quantidade de acessos. No momento em que os críticos já terminavam suas listas de melhores discos do ano, a cantora pop “quebrava” as regras do jogo e coagia todos a ouvirem seu álbum, que já passava a ser esperado somente para 2014. Os internautas também repercutiam sobre o assunto. Muitos viam no ato uma tentativa da cantora de se preocupar mais com a mensagem do disco e não com a publicidade. Outros opinavam sobre a qualidade da produção, criticando ou elogiando o trabalho. O fato é que a atitude de Beyoncé e dos produtores de fugir da dinâmica da indústria não deixa de ser uma estratégia de marketing muito bem pensada para causar o boom que causou e repercutir com mais força na imprensa: no final do primeiro dia, 430 mil cópias já tinham sido compradas somente nos Estados Unidos.

Além da ausência de preocupação com a divulgação prévia, o que Beyoncé traz de novo com o disco é a atitude de propor que o público ouça seu álbum completo, que perceba a organização de sua sequência, o desenrolar de sua história sem que, a princípio, uma parte esteja separada da outra. O que a artista sugere é que o álbum seja consumido todo, como nos velhos tempos. Esse resgate não deixa de ser arriscado no momento em que a indústria se configura de uma outra forma e obedece a outra dinâmica de produção e divulgação musical. Vivemos um período de transição no cenário fonográfico que tem como uma de suas principais características “a crise da noção de álbum que vai deixando de ser o objetivo central desta indústria ou a mercadoria mais valorizada nesta dinâmica de produção e consumo” (HERSCHMAN, 2010, p.04).

Vários exemplos contemporâneos nos ajudam a perceber a transição dessa dinâmica. No mesmo ano em que Beyoncé lançou seu quinto álbum, por exemplo, dois outros grandes trabalhos de música pop foram apresentados ao público. Katy Perry, com *Prism*, fez a divulgação com um caminhão dourado nas ruas de Los Angeles; Já Lady Gaga com *ARTPOP* divulgava amostras do conteúdo desde 2012. Ambos vieram



acompanhados de vídeos prévios e downloads de faixas antecipadas, que não surtiram o mesmo efeito do boom causado pelo álbum inesperado de Beyoncé.

Neste sentido, esta pesquisa se debruça sobre a análise do disco *Beyoncé*, avaliando-o no contexto atual, onde o álbum é apontado como formato que vem perdendo importância na indústria. Entretanto, o debate não esgota apenas neste ponto. Ao longo dessa explanação, refletiremos também sobre o discurso da própria artista, a relevância do álbum em sua trajetória, as especificidades do disco, seus singles e sua poética. Para começo de conversa, nos cabe verificar como o álbum foi recebido pela crítica especializada e pela imprensa. Tendo em vista que ambas fazem parte do jornalismo cultural, que está situado no interior do campo da difusão e se relaciona com as instâncias de reprodução e consagração (VENTURA, 2010), elas conseguiram acionar o interesse do público e gerar ainda mais *buzz* em torno da novidade. Por isso mesmo, o que foi dito também merece ser pontuado.

Críticas sobre o álbum

Horas depois do álbum *Beyoncé* ser lançado, Bill Werde, um dos diretores da Billboard, declarou via Twitter: “Eu honestamente me sinto mal pelas outras estrelas do pop. Acabei de assistir a cinco vídeos seguidos, cada um incrível, cada um, um hit”. Assim como ele, muitos outros críticos e pessoas que trabalham diretamente com o universo musical fizeram comentários positivos acerca da obra. A princípio, o fato de Beyoncé driblar as regras do mercado era enaltecido, mas pouco se falava sobre a qualidade do disco. Todo mundo ainda tentava entender o que havia acontecido naquela manhã. Na maior parte dos casos, a cantora era apontada como subversiva por sua atitude. A nomeação e o reconhecimento só alimentaram ainda mais a curiosidade do público, o que serviu não apenas como divulgação, mas também como consagração prévia de um trabalho que acabara de chegar:

Ao mesmo tempo em que nomeamos, também escolhemos certas características que constituem a identidade do objeto em questão, que o diferencia de tantos outros que povoam nossa visão de mundo particular. Esse ato é fundamental na maneira como esse objeto será enxergado e classificado tanto por nós como por todos os atores sociais (GARSON, 2010, p.03).

Dessa forma, o álbum conseguiu repercutir com muita intensidade num período curto de tempo. É como se Beyoncé realmente não precisasse de toda a propaganda prévia, pois somente o fato de ter lançado o trabalho da maneira como lançou conseguisse ultrapassar com resultados muito positivos a estratégia comum de divulgar



um disco por meses, através de singles, vídeos, downloads de faixas antecipadas e etc. Após a euforia inicial, começaram a surgir as primeiras análises sobre o conteúdo do disco. A Revista Rolling Stones considerou que a cantora “fazia o que bem queria com a própria carreira” e destacou ser boa parte das canções sobre superação, como já é costumeiro no repertório da artista, mas enfatizou que as canções sobre sexo roubaram a cena. Nesse contexto, *Drunk in Love*, gravada em parceria com o marido da cantora, o rapper Jay Z, foi vista pela Rolling Stones como uma espécie de continuação de *Crazy in Love*, hit lançado dez anos antes que também contava com a participação do rapper. *Drunk in Love* chegou a ser apontada pela revista como a melhor música de 2014, desbancando canções como *Blank space* (Taylor Swift), *Stay with me* (Sam Smith), *Chandelier* (Sia) e *Fancy* (Iggy Azalea).

Já a revista Billboard apontou que o álbum poderia não cair no gosto do público justamente por conta de suas canções. De acordo com o veículo, embora existam algumas músicas com estruturas pop tradicional (*XO*, *Blow* e *Drunk in Love*), muitas das faixas são mais experimentais, com interlúdios que embalam mais ideias (e diálogo mais sexualmente explícito) do que ganchos *radio-friendly*. Do mesmo modo, as críticas de sites menores, como o pernambucano O Grito, também consideraram que o álbum não tinha hits fáceis e funcionava como uma espécie de “scrapbook sobre a vida, discutindo fama, família, casamento, e claro, algum feminismo”. O trabalho também foi considerado aquele onde ela mais explora as raízes soul de sua música. Não era visto como carregado de singles, mas um disco coerente e de qualidade. O destaque do álbum, no entanto, realmente reside na maneira como ele foi lançado.

Uma matéria publicada no site da revista Rolling Stones Brasil tentava explicar como foi possível manter o sigilo a respeito da produção e do lançamento. No texto, produtores contavam como participaram do processo:

“Muitos outros artistas que não são da mesma grandeza que Beyoncé não teriam dado conta de realizar isso e atravessar o sistema todo com essa rapidez”, diz Syd Schwartz, ex-executivo da gravadora EMI que agora é dono de uma empresa independente de marketing chamada Linchpin Digital. “Ela claramente teve que pular muitos dos mecanismos padrões para ter certeza de que isso funcionaria.” (Site Rolling Stones Brasil, 14 de dezembro de 2013).

Nas entrevistas que deu e também no anúncio anterior ao lançamento do disco feito nas redes sociais, Beyoncé afirmava querer fazer as coisas de um modo diferente e dizia se sentir capaz de falar diretamente com os seus fãs numa clara alusão ao intermédio da imprensa e à lógica de divulgação de discos da indústria. O discurso já



havia sido usado no documentário *Beyoncé: Life Is But a Dream (2013)*, realizado e produzido pela HBO, sobre a vida da artista. No vídeo, a cantora dizia estar insatisfeita com o modo como a música era comercializada. “As pessoas não gravam mais discos, elas só vendem singles rapidamente. Esgotam tudo e lançam um novo, esgotam tudo e lançam um atrás do outro. As pessoas nem ouvem mais uma obra completa”, declarou. Apesar de sempre ter obedecido à lógica que criticou (e de ter voltado a vender músicas por unidade sete dias após o lançamento do quinto álbum), o depoimento deixa claro que há algum tempo já havia em Beyoncé o desejo de fortalecer o formato álbum nas suas produções.

O álbum em tempos de mp3

A venda de músicas por unidade não é uma prática recente. Como nos conta, Carvalho e Rios (2009), a partir de 1950, os compactos de vinil já eram comercializados portando apenas um single de cada lado ao mesmo tempo em que dividiam espaço na indústria da música com o LP (o Long-Play, no qual era possível gravar mais faixas, sendo ele, por isso, o representante do álbum comercial na época). Com o passar do tempo, no entanto, o formato LP acabou por se tornar mais relevante (além de mais lucrativo) que o compacto de vinil e se transformou no padrão de consumo da época, evoluindo ao longo dos anos até chegar no CD (Compact Disc), em 1983 (SÁ, 2006).

Com o surgimento do mp3, na década de 1990, a lógica novamente se modificou. A música passou a circular na internet de várias formas (protocolos *peer-to-peer*⁴, sites de hospedagem de arquivos e até lojas virtuais, como sugere Waltenberg, 2012). Desse modo, a imposição de que os consumidores teriam que adquirir todo o álbum, mesmo que somente algumas faixas os interessassem, se desfez. A possibilidade de fazer o *download* apenas do conteúdo de sua escolha, fugindo das imposições do mercado, trouxe, além de mais liberdade para o consumidor, o temor de que o formato disco estaria chegando ao fim, perdendo relevância e fôlego diante do mp3. Entretanto, o caso do disco *Beyoncé* serve como um dos exemplos de que, apesar da reconfiguração pela qual passa a indústria, o álbum ainda tem sim a sua importância.

É certo que um novo suporte está em jogo, com outras características e possibilidades, mas os artistas continuam produzindo álbuns e se reinventando, seja

⁴Como destaca Carvalho e Rios (2009), “peer-to-peer (P2P) descreve uma rede descentralizada na qual cada computador tem acesso direto a determinados arquivos designados e armazenados em outras máquinas ligadas à internet” (p.78).



defendendo o valor do disco e traçando uma estratégia arriscada e diferente de lançamento, como fez Beyoncé, ou como fez a cantora islandesa Björk no *Biophilia*, seu oitavo álbum de estúdio descrito como um proposta multimídia, que engloba as músicas, shows, aplicativos, internet e instalações. O projeto foi lançado em suportes “tradicionais”, como o CD e o vinil, mas também como aplicativo para sistemas operacionais iOS, da Apple, que rodam em dispositivos como iPods, iPhones e iPads (WALTENBERG, 2012). A estratégia de Björk nada mais busca do que se inserir e interagir com a nova configuração da comercialização musical de modo continuar usando o álbum como referência mesmo com todas as mudanças fomentadas pelas novas tecnologias de comunicação e informação.

Mesmo sem a complexidade do trabalho da artista islandesa e com um discurso resistente ao modo como a indústria tem vendido música, Beyoncé também consegue mostrar através de seu quinto trabalho que o álbum ainda tem sim a sua razão de ser e pode gerar lucro através de uma boa estratégia de marketing. Com seu último disco, 828.773 cópias foram vendidas somente nos três primeiros dias, transformando o álbum no mais vendido em menor tempo no iTunes. Dois dias depois, o disco chegava a 1 milhão de vendas na mesma plataforma, sem que a venda de faixas separadas tivesse sido disponibilizada. O fato é que as possibilidades ainda são muitas antes de se falar do fim definitivo do disco.

Vale lembrar também que Beyoncé apostou na construção de um álbum visual, um trabalho que se adapta fácil às demandas contemporâneas: numa sociedade tão fascinada pelas imagens, que compartilha e observa milhares de vídeos e fotografias todos os dias pelas redes sociais, um álbum visual parece estar em sintonia com o contexto. Deste modo, *Beyoncé* também se diferencia pelas suas especificidades e se mantém importante mesmo num cenário pessimista em relação ao disco. Como aponta Dantas (2005):

Antes de anunciar prematuramente a morte deste formato, o que de fato pode acontecer algum dia, preferimos atestar sua migração para outros suportes: o DVD, cujo consumo vem aumentando consideravelmente, e mesmo alguns padrões de consumo na Internet. (2005, p.09-10).

Álbum visual: especificidades e imagética

“Quando estou conectada a alguma coisa, eu vejo imediatamente um visual ou uma série de imagens relacionadas a um sentimento ou a uma emoção, uma lembrança da minha infância, pensamentos da minha vida, meus sonhos e fantasias. E eles estão

sempre ligados à música”, declarou Beyoncé, minutos antes de lançar seu quinto trabalho. Para conseguir a façanha de unir imagem e música não apenas em algumas faixas, mas num álbum completo, a artista contou com diretores e fotógrafos famosos como Terry Richardson, Jake Nava, Hype Williams, Jonas Akerlund e Melina Matsoukas na composição dos 17 videoclipes. O resultado foi um álbum carregado de narrativas que transcendem as letras e ganham vida também nos vídeos, como se a cantora quisesse dar ao público imagens para encaixar nas letras, sem que fosse necessário esperar o lançamento de videoclipes por unidade num período maior de tempo.

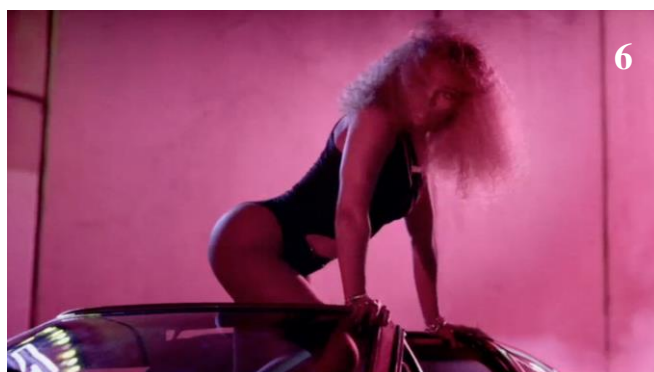
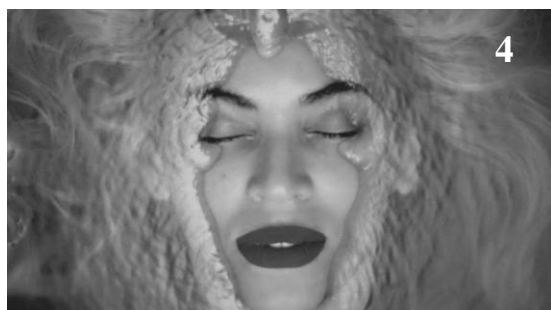
Além da característica visual, *Beyoncé* também se diferenciou musicalmente na trajetória da cantora. O álbum trouxe um som diferente do que comumente a artista já apresentou ou vinha apresentando nos últimos anos. Embora em algumas faixas, como *Drunk in Love*, a cantora retorne às raízes, fazendo uma analogia ao hit *Crazy in Love* – no que se refere não somente ao nome, a estrutura e a temática da música, mas também ao trazer novamente o rapper Jay Z para construir a canção junto com ela –, em outros momentos ela se distancia da figura que estamos acostumados a ver.

O álbum tem uma sonoridade mais sombria, como se um lado mais obscuro e subjetivo da artista ficasse em evidência. Isso se mostra presente em músicas como *Mine*, *Ghost* e *Haunted*, todas carregadas de um tom misterioso e sinistro que se encaixa bem na fotografia escolhida para representá-las.



- 1) Imagem do videoclipe *Mine* (Reprodução/Internet)
- 2) Imagem do videoclipe *Ghost* (Reprodução/Internet)
- 3) Imagem do videoclipe *Haunted* (Reprodução/Internet)

As famosas coreografias de Beyoncé, que sempre apareceram nos outros álbuns (*Run The World, Single Ladies, Get me Bodied, Baby Boy*), não encontram espaço nesse novo disco. Ainda assim, ele possui músicas com batidas “dançantes” como *Flawless* e *Yoncé*, por exemplo. Nos vídeos e nas letras, o álbum aborda muitas temáticas já comuns no repertório da artista (superação, sensualidade, desilusões amorosas e feminismo) e traz outros assuntos que até então não eram explorados (maternidade e morte). Um dos pontos de destaque é a sensualidade de Beyoncé, ainda mais explorada tanto na letra quanto nos vídeos em canções como *Rocket, Partition, Blow* e *Drunk in Love*, além de também ganhar espaço no encarte do disco:



- 4) Beyoncé no videoclipe *Rocket* (Reprodução/Internet)
- 5) Beyoncé no videoclipe *Drunk in Love* (Reprodução/Internet)
- 6) Beyoncé no videoclipe *Blow* (Reprodução/Internet)
- 7) Beyoncé no videoclipe *Partition*. A imagem também está no encarte do CD (Reprodução/Internet)

Tanto visualmente quanto graficamente, a imagética do álbum traz o corpo da artista muito presente. Suas formas são amplamente exploradas em todo o trabalho em conjunto com os já conhecidos vocais emotivos e sussurros que compõem o R&B eletrônico feito no disco. Vale ressaltar também que esse destaque dado às curvas da cantora e à construção mais madura e descarada das letras, que falam abertamente sobre sexo e usam argumentos feministas, funcionam como se agora, depois de tantos anos de carreira e após a maternidade, Beyoncé tivesse se tornado uma “mulher adulta” que



pode “fazer o que quiser”, como bem sugere a música *Grown Woman*, que entrou como faixa extra para fechar o álbum visual. Abaixo, segue uma breve análise das músicas *XO*, *Drunk in Love*, *Partition*, *Pretty Hurts* e *Flawless* que foram escolhidas como os singles do disco após o lançamento:

XO – Co-escrita e Produzida por Ryan Tedder e Terius Nash, *XO* é a música mais comercial de Beyoncé, aquela feita para as rádios. A canção fala sobre aproveitar a vida e amar com intensidade, sendo acompanhada por uma batida eletrônica contagiante (típica de músicas de autoajuda, como *Firework*, de Katy Perry). No videoclipe, Beyoncé aparece num parque de diversões com muitas cores e cercada de pessoas, todas muito felizes, dançando e se divertindo. *XO* se contrapõe a outras músicas do álbum (como *Partition*) por ser leve e explorar banalidades do cotidiano como “beijos e abraços” como o título sugere. É a típica música pop que fala sobre aquilo que o público costuma gostar de ouvir, além de ter uma *vibe* muito positiva. Entretanto, mesmo sendo uma música “fofinha”, *XO* trouxe à tona uma polêmica: nos seus minutos iniciais, a canção reproduz o áudio de seis segundos de duração de um dos últimos diálogos entre os astronautas que morreram na explosão da nave espacial Challenger em 1986. O ato foi visto com maus olhos pelos familiares dos falecidos e Beyoncé precisou esclarecer a situação.

Drunk in Love – Uma das músicas mais representativas deste disco, *Drunk in Love* é o tipo de faixa que carrega força. Tanto sonora quanto visualmente, Beyoncé traz uma música mais falada do que cantada, composta por palavras de ordem e risadas combinadas com o rap de Jay Z, que faz participação na música. A letra cai como uma luva no videoclipe, que traz a imagética que se espera para uma canção do tipo: Beyoncé sensualiza enquanto rola pela areia e se banha no mar, dançando e fazendo caras e bocas ao mesmo tempo em que canta: “We be all night / Love, love” (Faremos a noite inteira / Amor, amor)”. Com um começo sombrio e misterioso, acompanhado por uma voz aguda entoando uma melodia dramática que lembra uma canção árabe, a música logo ganha a voz de Beyoncé junto com uma batida eletrônica. Do mesmo modo que *XO*, esta faixa carrega uma polêmica. Num determinado momento da música, Jay-Z cita uma agressão sofrida por Tina Turner quando era casada com Ike Turner: “I’m Ike, Turner, turn up / Baby, no, I don’t play / Now eat the cake, Anna Mae / I said eat the cake, Anna Mae” (Eu sou como Ike Turner, aumente o som / Baby, eu não estou de brincadeira / Agora coma o bolo, Anna Mae / Eu disse, coma o bolo, Anna Mae). A



polêmica fez com que a faixa fosse impedida de ser tocada em algumas rádios americanas e recebesse muitas críticas do público.

Partition – Com uma letra que fala abertamente sobre sexo, *Partition* começa com uma melodia simples acompanhada pelo som de estalar de dedos. A sequência da batida traz para a narrativa da canção a ideia de suspense, como se alguma coisa fosse acontecer a qualquer momento. Logo outros sons são incorporados na melodia até que ela passa por uma transição, dando espaço para o refrão sussurrado de Beyoncé, com o apoio de backing vocals, que canta “Take all of me / I just wanna be the girl you like / Girl you like / The kinda girl you like” (Me domine toda / Eu só quero ser a garota que você gosta / Que você gosta / O tipo de garota que você gosta). No videoclipe, Beyoncé interpreta uma esposa que tenta a todo custo chamar atenção do marido enquanto toma o café da manhã. Sem sucesso, ela imagina o que gostaria de fazer, caso o marido lhe desse atenção. Nas cenas de sua imaginação, Beyoncé aparece sensualizando em vários lugares (em casa, numa boate e etc), inclusive na companhia de outras mulheres, enquanto o homem, que é o Jay Z, apenas observa enquanto fuma um charuto. Beyoncé exhibe as curvas de seu corpo, em várias poses sensuais, quando o seguinte trecho em francês pode ser ouvido na música:

Est-ce que tu aimes le sexe? / Le sexe, je veux dire l'activité physique / Le coït, tu aimes ça? / Tu ne t'intéresses pas au sexe? / Les hommes pensent que / Les féministes détestent le sexe / Mais c'est une activité très stimulante / Et naturelle que les femmes adorent. (Você gosta de sexo? / O sexo, eu quero dizer, a atividade física / O coito, gosta disso? / Você não se interessa por sexo? / Os homens acham que / As feministas odeiam o sexo / Mas é uma atividade muito estimulante / E natural que as mulheres adoram).

O clipe termina com a volta a primeira cena, onde Beyoncé continua sentada à mesa, olhando fixamente para o marido e esperando que ele lhe observe. No vídeo seguinte, da música *Jealous*, a história tem continuidade mostrando uma reviravolta, onde a personagem se cansa de esperar alguma atitude.

Pretty Hurts – Em tom de autoajuda e lição de moral, *Pretty Hurts* carrega uma sonoridade muito parecida com a de musicais. A melodia, que começa com piano, violino e som ambiente, evolui em igual proporção ao drama relatado pela letra. A voz de Beyoncé assume toda a dramaticidade de versos como “Pretty hurts / Shine the light on whatever's worse / Tryna fix something / But you can't fix what you can't see / It's the soul that needs a surgery” (A beleza machuca / Brilha a luz sobre o que é pior /



Estou tentando consertar algo / Mas você não pode consertar o que você não pode ver / É a alma que necessita de cirurgia). No videoclipe, parecido com um curta, Beyoncé interpreta uma miss que sonha somente em ser feliz, mas é obcecada pela própria beleza e vive para mantê-la. A música critica o padrão de magreza imposto pela sociedade, a concorrência pela beleza e a busca pela perfeição.

Flawless – *Flawless* traz uma batida pesada combinada com uma versão combativa de Beyoncé. O clipe mais parece um vídeo de rock alternativo dos anos 90 (lembra, inclusive, a interação do público no videoclipe *Smells Like Teen Spirit*, de Nirvana). A coreografia, entretanto, quebra com essa impressão. A música é composta por uma batida eletrônica e, além da voz de Beyoncé, outras duas vozes modificadas por sintetizadores também ajudam a construir o som da faixa. Na letra, Beyoncé assume um discurso de empoderamento feminino, incentivando as mulheres a se acharem perfeitas e a dizerem isso a todos: “I woke up like 'this / I woke up like 'this / We flawless / Ladies tell 'em” (Eu acordo assim / Eu acordo assim / Somos perfeitas / Garotas, contem a eles). A música inclui um discurso da feminista nigeriana Chimamanda Ngozi Adichie e, dessa forma, abre espaço para questões feministas. Entretanto, como em outras faixas do disco que também trazem à tona pautas neste sentido, o discurso feminista adotado pela artista é contraditório. Ao mesmo tempo em que estaria defendendo a liberdade sexual em *Drunk in Love*, por exemplo, onde mostra uma mulher falando abertamente sobre os seus desejos, Beyoncé permite que a alusão à agressão sofrida por Tina Turner também tenha espaço na música. Da mesma forma, *Partition* traz uma mulher que assume os seus desejos, mas paralelamente quer apenas ser “a garota que o marido gosta”. Em *Flawless*, apesar da existência do discurso esclarecedor de Chimamanda, no início da letra Beyoncé parece apontar uma concorrência entre mulheres, o que também torna o seu discurso ambíguo e passível de ser interpretado como oposto às pautas feministas que ela defende, ao mesmo tempo em que contradiz.

Considerações Finais

Este artigo tentou fazer ao longo de sua abordagem uma análise do álbum *Beyoncé*, da artista de mesmo nome, com o propósito de avaliar a estratégia de lançamento do disco, como a crítica o recepcionou e serviu como instância de divulgação e consagração, como este álbum se insere no contexto atual em que a indústria da música passa por uma transição e o formato disco perde força, quais são as



especificidades, imagética e polêmicas do trabalho e qual a importância dele na trajetória da artista.

É claro que são temas complexos, de onde poderiam surgir vários outros estudos menores e mais aprofundados. Entretanto, através deste artigo, buscou-se fazer um breve relato geral da obra apontando as problemáticas que podem ser desenvolvidas em análises mais minuciosas no futuro. Este trabalho foi importante para suscitar questões e não necessariamente achar uma resposta ou resolver um problema. A intenção era mesmo analisar a obra como um todo, problematizá-la e deixá-la em aberto para gerar questionamentos e incentivar a busca por outras análises.

Referências Bibliográficas

Livros e artigos:

CARVALHO, Alice Tomaz de & RIOS, Riverson. O MP3 e o fim da ditadura do álbum comercial. In: PERPETUO, Irineu Franco & SILVEIRA, Sergio Amadeu (orgs.). **O futuro da música depois da morte do CD**. São Paulo: Momento Editorial, 2009.

DANTAS, Danilo Fraga. **Mp3, o sonho de liberdade da canção**. 2005. (Apresentação de Trabalho/Seminário). Disponível em: <www.rp-bahia.com.br/biblioteca/pdf/DaniloFragaDantas.pdf>. Acesso em 22/05/2015.

DE MARCHI, Leonardo. **A Angústia do Formato: uma História dos Formatos Fonográficos**. E-Compós (Brasília), Internet, v. 2, n.Abril, p. 1-19, 2005.

GARSON, Marcelo. **Instâncias de Consagração Cultural e seu poder de Revelação Simbólica**. In: XIX Encontro Anual da Compós, 2010, Rio de Janeiro. Anais do XIX Encontro Anual da Compós, 2010.

HERSCHMANN, Micael. **Indústria da música em transição**. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2010.

SÁ, Simone Pereira de. **A música na era de suas tecnologias de reprodução**. E-Compós (Brasília), v. 6, p. 1-15, 2006.



VENTURA, Mauro. Posicionamento e lugar dos agentes na crítica cultural: um estudo sobre a relação entre valores-notícia e hierarquia de legitimidades. **Rumores** (USP), v. 6, p. Set-Dez de 2009, 2009. Disponível em: <http://www3.usp.br/rumores/artigos2.asp?cod_atual=153>. Acesso em 22/05/2015.

WALTENBERG, L. Do Vinil Ao Mp3: Alguns Apontamentos Sobre Coleções de Música nas Novas Tecnologias da Comunicação e da Informação. In: **Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação - Intercom 2012**, 2012, Fortaleza. Anais do ... Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2012.

WALTENBERG, L. Outras configurações do álbum musical: O caso do aplicativo Biophilia . In: **5º Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação - 5º CONECO 2012**, 2012, Niterói. Anais do CONECO, 2012, 2012.

Sites:

FAIA, Amanda. **Diretor da Billboard após ouvir álbum da Beyoncé: “me sinto mal pelas outras garotas do pop”**. Portal Popline. Disponível em: <<http://portalpopline.com.br/diretor-da-billboard-apos-ouvir-novo-beyonce-me-sinto-mal-pelas-outras-garotas-do-pop/>>. Acesso em 12/02/2015.

FLORO, Paulo. **Crítica/Disco: Beyoncé**. Revista O Grito. Disponível em: <<http://revistaogrito.ne10.uol.com.br/page/blog/2013/12/20/criticadisco-beyonce-beyonce/>>. Acesso em 12/02/2015.

HAMPP, Andrew; LIPSHUTZ, Jason. **Beyonce Unexpectedly Releases New Self-Titled 'Visual Album' on iTunes**. Billboard. Disponível em: <<http://www.billboard.com/articles/columns/the-juice/5827398/beyonce-unexpectedly-releases-new-self-titled-visual-album-on>>. Acesso em 12/02/2015.

KNOPPER, Steve. **Como Beyoncé conseguiu manter segredo sobre o disco que lançou de surpresa?**. Rolling Stones. Disponível em:



<<http://rollingstone.uol.com.br/noticia/como-beyonce-conseguiu-manter-segredo-sobre-o-disco-que-lancou-de-surpresa/>>. Acesso em 12/02/2015.

Letras.mus.br. Beyoncé. Disponível em: <<http://letras.mus.br/beyonce/>>. Acesso em 22/05/2015.

ORTEGA, Rodrigo. '**Álbum visual**' de Beyoncé é ousadia comercial e artística; **conheça clipes**. Portal G1. São Paulo, de dezembro de 2013. Disponível em: <<http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/12/album-visual-de-beyonce-e-ousadia-comercial-e-artistica-conheca-clipes.html>>. Acesso em 12/02/2015.

Portal Estadão. Beyoncé surpreende fãs com lançamento inesperado de álbum. Disponível em: <<http://cultura.estadao.com.br/noticias/geral,beyonce-surpreende-fas-com-lancamento-inesperado-de-album,1108173>>. Acesso em 12/02/2015.

Portal Folha. Disco surpresa de Beyoncé repercute entre internautas. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/paineldoleitor/ultimasdasredessociais/2013/12/1385141-disco-surpresa-de-beyonce-repercute-entre-internautas.shtml>>. Acesso em 12/02/2015.

SHEFFIELD, Rob **Beyoncé**. Rolling Stones. Disponível em: <<http://www.rollingstone.com/music/albumreviews/beyonce-20131214>>. Acesso em 12/02/2015.

UOL Música. Recordista, novo álbum de Beyoncé vende mais de 1 mi de cópias no iTunes. São Paulo, 18 de dezembro de 2013. Disponível em: <<http://musica.uol.com.br/noticias/redacao/2013/12/18/recordista-novo-album-de-beyonce-vende-mais-de-1-mi-de-copias-no-itunes.htm>>. Acesso em 22/05/2015.

WALTENBERG, Lucas. Sobre tendências da música online e o álbum novo de Beyoncé. **Mistura Digital**. Disponível em: <<http://misturadigital.com.br/sobre-tendencias-da-musica-online-e-album-novo-de-beyonce/>>. Acesso em 22/05/2015.