



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE DESIGN**

**A Relação entre Beyoncé e o feminismo através do figurino**

Priscila Samanta Santos Silva

**CARUARU, 2017**

**PRISCILA SAMANTA SANTOS SILVA**

**A relação entre Beyoncé e o feminismo através do figurino**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Pernambuco (UFPE-CAA), como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design, sob orientação da professora Dra. Fabiana Moraes da Silva.

**CARUARU, 2017**

Catálogo na fonte:

Bibliotecária – Simone Xavier – CRB/4-1242

S586r Silva, Priscila Samanta Santos.  
A relação entre Beyoncé e o feminismo através do figurino. / Priscila Samanta Santos  
Silva. – 2017.  
55f.: il. ; 30 cm.

Orientadora: Fabiana Moraes da Silva.  
Monografia (Trabalho de conclusão de Curso – Universidade Federal de  
Pernambuco, Design, 2017.  
Inclui Referências.

1. Figurino. 2. Feminismo. 3. Cultura popular. 4. Knowles-Carter, Beyonce  
Giselle, 1981- . I. Silva, Fabiana Moraes da (Orientadora). II. Título.

740 CDD (23. ed.)

UFPE (CAA 2017-247)



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO  
CENTRO ACADÊMICO DO AGRESTE  
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO  
CURSO DE DESIGN**

**A relação entre Beyoncé e o feminismo através do figurino**

A comissão examinadora, composta pelos membros abaixo, considera a aluna

**Priscila Samanta Santos Silva**

**APROVADA**

Caruaru, 06 de julho de 2017

---

Dra. Fabiana Moraes da Silva.

---

Dra. Daniela Bracchi

---

Dr. Amilcar Bezerra

*Dedico esta monografia à minha vó Fafá,  
a quem devo tudo que sou, à pessoa que  
despertou em mim o amor pela moda e  
me ensinou, através de sua vida, como  
ser independente.*

## **AGRADECIMENTOS**

A Deus por ter me dado força e me sustentando nos momentos que pensei em fraquejar.

Ao meu pai e à minha mãe, Ananias e Luciana, por terem feito de tudo para que eu continuasse seguindo em frente.

À minha vó Fafá, que sempre acreditou em mim e me deu o maior dos bens: o amor.

À minha Orientadora, Fabiana Moraes, que em tão pouco tempo me acolheu academicamente. Agradeço pelo seu suporte e incentivo.

A todos os professores da Universidade Federal de Pernambuco que tive a honra de ser aluna e de cada um receber um ensinamento e incentivo ao conhecimento. Em especial, a professora Dra. Ana Paula de Miranda que, mesmo sem saber, se tornou uma inspiração profissional a ser seguida.

A meus amigos que me ajudaram e incentivaram sempre: Sol e Rubinho.

E, por fim, a todas e todos que fizeram parte da minha formação, direta ou indiretamente, o meu muito obrigado!

*“Uma mulher deve ser duas coisas: quem e o que ela quiser”.*

*Coco Chanel*

## **RESUMO**

Esse trabalho analisa a relação entre o feminismo e os figurinos usados por Beyoncé nas fotos de divulgação da sua mais recente gravidez, em 2017. Para isso, foram selecionadas três imagens, as quais foram descritas e interpretadas de acordo com uma metodologia semiótica para análise de imagens de moda (MIRANDA, BEZERRA, 2014). Através da pesquisa, vimos que Beyoncé se apropria do discurso do feminismo negro ao valorizar, entre outras coisas, o casamento e a maternidade, pois por muito tempo a intersecção entre machismo e racismo fez com que as mulheres negras perdessem seus filhos e fossem impedidas de terem relações duradouras com os homens. No figurino, essa valorização acontece por meio de roupas que fazem referências a mitos e deusas africanas cujo poder feminino é manifestado por meio da fertilidade.

**Palavras-chave:** figurino; Beyoncé, feminismo, cultura pop.

## **ABSTRACT**

This work analyzes the relationship between feminism and costumes used by Beyoncé in the photos of her most recent pregnancy in 2017. Three images were selected for this, which were described and interpreted according to a semiotic methodology for the analysis of Pictures of fashion (MIRANDA, BEZERRA, 2014). Through the research, we have seen that Beyoncé appropriates the discourse of black feminism by valuing, among other things, marriage and motherhood, since for a long time the intersection between machismo and racism has caused black women to lose their children and be prevented from having lasting relationships with men. In the costume, this valorization happens through clothes that make references to African myths and goddesses whose feminine power is manifested through fertility.

**Keywords:** costume design, Beyoncé, feminis, pop culture.

## LISTA DE IMAGENS

Figura 1- Uma das fotos oficiais de divulgação da gravidez de Beyoncé.....	36
Figura 2 - Beyoncé com look dourado divulgando sua gravidez.....	40
Figura 3 - Representação da Pachamama.....	42
Figura 4 - Representação da deusa Oshun.....	43
Figura 5 - Beyoncé posa dentro da água para divulgar sua gravidez.....	45
Figura 6 - Carta de Tarot chamada Imperatriz.....	47

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>12</b>
1.1 ÁREA DE INTERESSE, PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETO DE ESTUDO.....	12
1.2 QUESTIONAMENTOS DO ESTUDO.....	13
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
<b>2 OBJETIVOS.....</b>	<b>14</b>
2.1 OBJETIVO GERAL.....	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
<b>3 METODOLOGIA.....</b>	<b>14</b>
3.1 TIPOS DE PESQUISA.....	14
3.1.1 Segundo o campo de atuação básico.....	14
3.1.2 Segundo os resultados.....	14
3.1.3 Segundo a origem dos dados e procedimento empregado.....	15
3.1.4 Segundo os objetivos.....	15
3.1.5 Segundo os setores de conhecimento envolvidos.....	15
3.1.6 Segundo a natureza dos dados.....	15
3.1.7 Segundo o foco de interesse.....	16
3.1.8 Segundo o grau de generalização dos resultados.....	16
3.2 MÉTODO DE ABORDAGEM.....	16
3.3 MÉTODOS DE PROCEDIMENTO.....	16
3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA.....	16
3.5 FERRAMENTAS DE PESQUISA.....	17
<b>4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....</b>	<b>19</b>
4.1 A RELAÇÃO ENTRE FEMINISMO E CULTURA POP.....	19
4.1.1 Crítica ao conceito de feminismo pop.....	19
4.1.2 Indústria cultural: a celebridade como mercadoria.....	22
4.1.3 O figurino e sua relação com a celebridade.....	29
<b>5 BEYONCÉ E SUA RELAÇÃO COM O FEMINISMO.....</b>	<b>30</b>
<b>6 ANÁLISE DAS IMAGENS.....</b>	<b>36</b>

6.1 IMAGEM UM.....	36
6.2 IMAGEM DOIS.....	40
6.3 IMAGEM TRÊS.....	45
<b>7 CONCLUSÕES.....</b>	<b>49</b>
<b>8 REFERÊNCIAS.....</b>	<b>51</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 ÁREA DE INTERESSE, PROBLEMA DE PESQUISA E OBJETO DE ESTUDO

Esta monografia pode ser situada na área de interesse de estudo da moda, cujo foco principal é o figurino que, segundo Costa (2002, p. 38), é compreendido como o “conjunto de todas as roupas e acessórios dos personagens”.

O figurino é de grande importância para a construção da imagem pública dos artistas e, por isso, chegam a exigir o dispêndio de muito trabalho, conhecimento e dinheiro para sua elaboração. As roupas usadas no clipe *Formation* da cantora Beyoncé, por exemplo, custaram mais de 330 mil reais no total<sup>1</sup>.

Sobre Beyoncé, assim como sobre várias outras grandes celebridades, muito se tem falado sobre ela ser feminista e seu poder de influenciar as pessoas com suas ideias acerca desse movimento social. As críticas ao seu figurino também são muitas, e reclamam contra a exposição de seu corpo como objeto sexual e o seu consumo conspícuo que não reflete a realidade das classes populares que ouvem suas músicas, de modo que, para esses críticos, seu discurso não causaria mudanças reais, por estar sempre associado a um universo espetacular e fantasioso que os ouvintes não conseguiriam acessar. (SMITH, 2014; SPARGO, 2014; WATKINS, 2016)

Percebemos uma tensão que se estabelece na discussão acerca da representatividade de Beyoncé como feminista e na necessidade de se construir figurinos que estejam em consonância com a sua imagem pública. Essa tensão deu origem a nossa pergunta de pesquisa que é: qual a função do figurino na elaboração da imagem pública de Beyoncé ligada ao feminismo?

Beyoncé possui uma carreira profissional de dezessete anos no ramo da música, de modo que há muitas possibilidades de recortes analíticos a serem feitos dentro do seu conjunto de realizações. Porém, decidiu-se por focar a amostragem usada na pesquisa para algumas das fotos oficiais da atual gravidez de Beyoncé

---

<sup>1</sup> Uol. **Looks usados por Beyoncé em clipe valem mais de R\$ 330 mil, diz revista**. Disponível em: <<https://estilo.uol.com.br/moda/listas/looks-de-beyonce-em-formation-custaram-pelo-menos-r-338-mil-diz-revista.htm>>. Acesso em 18 de maio de 2017.

que foi divulgada em 1 de fevereiro de 2017, pois elas foram bastante divulgadas através dos perfis da cantora nas redes sociais e das outras mídias que reproduziram suas fotografias. Para se ter uma noção do sucesso desse fato, sua primeira foto postada no Instagram que revelou sua gravidez atingiu mais de 11 milhões de curtidas e quebrou os recordes de fotos mais curtidas da história dessa rede social.<sup>2</sup>

## 1.2 QUESTIONAMENTOS DO ESTUDO

Qual o posicionamento de Beyoncé enquanto figura pública em relação ao feminismo e como as pessoas e as mídias apreendem o modo como ela se relaciona com esse movimento social?

Quais os significados que são construídos e apropriados por Beyoncé através das roupas que porta enquanto figura pública que se vende como símbolo feminista?

## 1.3 JUSTIFICATIVA

Esse estudo quer contribuir com o fornecimento de material histórico para uma possível elaboração da história do figurino na música, temática que ainda não foi elaborada de forma profunda e que para chegar num bom resultado precisará de muito tempo e esforço para estudo das diversas mudanças sociais e expressões estéticas apresentadas na mídia.

Além disso, os resultados aqui apresentados ajudarão também as discussões sobre feminismo, as quais se fazem muito necessárias para atingir que as mulheres possam ter uma justiça política, econômica e cultural numa sociedade tão complexa como a que vivemos.

---

<sup>2</sup> Veja. **Foto de Beyoncé grávida bate recordes de likes no instagram**. 2017. Disponível em: <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/foto-de-beyonce-gravida-bate-recorde-de-likes-no-instagram/>>. Acesso em 18 de maio de 2017.

## **2 OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GERAL**

Entender como o figurino auxilia Beyoncé na elaboração de uma imagem ligada ao feminismo.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

Identificar o modo como Beyoncé, enquanto celebridade, se posiciona em relação ao feminismo e o modo como as diversas mídias e a sociedade apreendem essa sua imagem.

Entender quais os significados ligados ao feminismo que são apropriados por Beyoncé através das roupas que usa?

## **3 METODOLOGIA**

### **3.1 TIPOS DE PESQUISA**

#### **3.1.1 Segundo o campo de atuação básico**

Essa pesquisa é pura e teórica, por que ela se preocupa principalmente com os conceitos usados e concluídos pelo estudo, sem se importar em criar metodologias para serem aplicadas na prática das empresas e pessoas. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

#### **3.1.2 Segundo os resultados**

Podemos dizer que esse estudo é teórico-reflexivo, pois os resultados são apresentados na forma de texto verbal sobre como o figurino auxilia Beyoncé a criar uma imagem pública ligada ao feminismo. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

### 3.1.3 Segundo a origem dos dados e procedimento empregado

Em parte, essa pesquisa foi teórica, pois foi feita a leitura de textos de livros, revistas, etc. que forneceram dados necessários para a compreensão do objeto de estudo, auxiliando a elaboração da fundamentação teórica e do levantamento histórico. Por outro lado, houve um momento em que os dados foram obtidos pela relação direta do pesquisador com o objeto de pesquisa escolhido, quando fez-se, por exemplo, a análise descritiva e interpretativa das imagens da gravidez de Beyoncé. Apesar das imagens terem sido criadas e publicadas pela equipe de marketing da cantora, a descrição das fotos e os significados foram mostrados pelo realizador da pesquisa. Dessa forma, foi feita também uma pesquisa empírica com um método de procedimento analítico. (JOHNSON, 2010)

### 3.1.4 Segundo os objetivos

Em relação aos objetivos, a pesquisa é descritiva e explicativa, pois fizemos primeiro a descrição das imagens que foram selecionadas, para depois fazermos uma análise interpretativa delas, mostrando quais os significados que ali eram criados e que davam sentido às imagens e, em consequência, à própria Beyoncé. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

### 3.1.5 Segundo os setores de conhecimento envolvidos

Essa monografia é multidisciplinar, pois une em seu conteúdo conhecimentos do campo de estudo da comunicação e do marketing (os significados, as marcas e o consumo etc) e do campo da moda (história da moda, vestuário, figurino, entre outros. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

### 3.1.6 Segundo a natureza dos dados

Este trabalho é objetivo, pois não foi necessária nenhuma pessoa que se colocasse entre o contato do pesquisador com as imagens escolhidas, como por meio de opiniões ou sugestões, e sim o próprio pesquisador apreendeu o fenômeno observado e o analisou individualmente de forma impessoal. (SEVERINO, 2014)

### 3.1.7 Segundo o foco de interesse

Essa pesquisa é qualitativa, pois sua preocupação maior era com os significados que explicavam o fenômeno analisado e não com sua repetição ou com números estatísticos. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

### 3.1.8 Segundo o grau de generalização dos resultados

Com uma carreira iniciada em 1999 e alçada rapidamente ao posto de celebridade mundial, a cantora Beyoncé gera milhares de imagens para serem consumidas por um público global. Porém, dentre esse universo de várias escolhas possíveis, escolhemos algumas imagens em número reduzido que pudessem ser usadas para podermos questionar e compreender a relação de Beyoncé com o feminismo através do figurino. Sendo assim, as discussões e resultados aqui apresentados foram feitos por meio de um estudo por amostragem. (SEVERINO, 2014)

## 3.2 MÉTODO DE ABORDAGEM

Utilizamos o método dedutivo, pois fizemos um levantamento de várias teorias e conceitos de comunicação e de moda que serviram para entender como se dava a relação de Beyoncé com o feminismo através dos figurinos dela nas imagens que foram escolhidas. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

## 3.3 MÉTODOS DE PROCEDIMENTO

Usamos o método de procedimento funcionalista, pois observamos as funções simbólicas de todos os elementos que estavam presentes nas imagens que foram selecionadas, vendo como um dependia do outro para dar sentido à imagem de Beyoncé. (SEVERINO, 2014)

## 3.4 TÉCNICAS DE PESQUISA

Tomamos mão de duas técnicas de pesquisa: a pesquisa bibliográfica e a pesquisa documental. (MARCONI, LAKATOS, 2010)

A pesquisa bibliográfica ocorreu ao estudarmos informações já publicadas em livros, revistas, sites, etc. Ela se tornou importante para o levantamento histórico acerca da vida de Beyoncé e do feminismo; como também foi de especial importância para a elaboração da fundamentação teórica que desse trabalho.

As imagens da cantora em questão podem ser consideradas como documentos, pois elas foram tomadas sem que houvesse sido feito uma análise delas por outra pessoa, ou seja, se caracterizavam como fontes primárias (MARCONI, LAKATOS, 2006)

### 3.5 FERRAMENTAS DE PESQUISA

Para realização das análises das imagens, nos apropriamos da metodologia de análise usada por Miranda e Bezerra (2014) no artigo intitulado “Anna Karenina: o Figurino Como Instrumento da Narrativa de Marcas no Cinema”, que é ensinada na disciplina Moda e Cinema da Universidade Federal de Pernambuco. Nesse trabalho, a autora e o autor criaram uma metodologia de análise para imagens de moda. Para isso, eles fizeram uma associação entre outras duas metodologias, a primeira era referente a análise de imagens do cinema e a outra trazia os critérios de análise a ser observados durante a descrição e interpretação de peças de vestuário. No final, a proposta de ferramenta de pesquisa apresentada por Miranda e Bezerra ficou dividida em cinco passos a serem seguidos pelo pesquisador ou pesquisadora durante a observação e interpretação das imagens de moda selecionadas.

O primeiro passo é a escolha das imagens para análise. O pesquisador deve escolher uma ou mais imagens para serem analisadas nos outros 4 passos.

Feita a seleção das imagens conforme o objetivo pretendido, então o analista passa para o segundo passo que é a descrição de todos os elementos que aparecem na imagem. Nessa fase, deve-se descrever os seguintes elementos:

Forma: pontos em comum na construção do traje - modelagem, comprimento, volumes das peças em análise. Cor: pontos em comum na predominância das cores e sua composição na peça ou no traje. Materiais: pontos em comum nos materiais utilizados para confecção das peças, tais

como tecidos aviamentos; e pontos em comum nos materiais utilizados para confecção dos acessórios. Composição: pontos em comum na forma de compor as peças no traje; e pontos em comum entre o uso de acessórios, mesmo que atualizados ou substituídos por outros símbolos de composição do traje. Gestual: pontos em comum na forma de usar e de se comportar no momento da captação da imagem. (MACIEL, MIRANDA, 2009, p. 5-6)

Além desses cinco elementos mais ligados ao figurino e ao corpo que o usa, Miranda e Bezerra (2014) incluem um sexto elemento que seria o “plano”, aqui observa-se todas as coisas que constroem a imagem além da roupa em si, ou seja, deve-se olhar para o modo como o enquadramento foi feito, onde e como a câmera foi posicionada na hora de tirar a foto, qual o local escolhido para ser o cenário e quais os móveis e objetos que ali estão localizados, como está a iluminação na fotografia, entre outros itens.

Após isso, segue-se para o 3º passo, a análise conotativa. Nesse estágio, deve-se interpretar os significados que são construídos por meio dos elementos que foram descritos na etapa anterior, vendo quais significados contém e quais mitos agenciam. Para isso, é necessário fazer algumas perguntas como: “o que tal elemento conota? Como os elementos se relacionam uns com os outros? Que conhecimentos culturais são exigidos a fim de ler o material?” (MACIEL, MIRANDA, 2009, p. 5).

O quarto passo é o momento de finalização da análise. Segundo os autores, a análise nunca está terminada de verdade, mas o pesquisador deve decidir parar quando seu objetivo tiver sido alcançado. Depois disso, chegaremos na quinta e última etapa da análise, que é a criação de uma forma de apresentação dos resultados, como por meio de uma tabela ou texto. O importante nessa última fase é que os resultados sejam explicitados de maneira inteligível e facilmente apreensível pelo leitor do texto.

## 4 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 4.1 A RELAÇÃO ENTRE FEMINISMO E CULTURA POP

#### 4.1.1 Crítica ao conceito de feminismo pop

De maneira geral, o feminismo é um movimento social que busca a equidade de direitos e deveres, e a justiça econômica, política e cultural entre os homens e as mulheres. Por haver épocas de maior e menor proeminência do movimento, momentos esses que são marcados também por diferentes reivindicações e pautas, há uma concordância acadêmica em dividir o movimento em “ondas”. Esse modo de tratar o feminismo já se espalhou e se solidificou socialmente, de modo que é perene e recorrente essa abordagem histórica acerca do movimento. (SNYDER, 2008).

A primeira onda se deu no início do século XX. Conhecida como movimento sufragista, visava à igualdade política, pois as mulheres exigiam o direito de exercerem o voto e serem votadas. (SNYDER, 2008)

A segunda onda inicia em fins da década de 1960 e início dos anos 1970. Nesse contexto, as mulheres questionam fortemente a cultura machista e patriarcal da sociedade. Durante a segunda onda feminista, as mulheres buscavam a liberdade pessoal, caracterizada, dentre outras formas, pelo controle do corpo e da sexualidade, e pelo maior engajamento no mercado de trabalho. (SNYDER, 2008)

A terceira onda do feminismo floresce nos últimos anos da década de 1980 e no começo da década de 1990 (e muitos acreditam que ainda se estende até os dias atuais), quando a categoria “mulher” é criticada por homogeneizar as mulheres sob uma perspectiva que levava em conta apenas o contexto de vida da mulher de classe média e alta, branca e heterossexual. Assim, diversos grupos surgem de dentro do próprio feminismo, como o das lésbicas, das trabalhadoras rurais e das negras, os quais vão exigir a devida atenção às particularidades de suas experiências. (SNYDER, 2008)

De acordo com Rodrigues (2013), por volta dos anos 1980, estudiosas que viviam em contextos anglo-saxões produziram estudos que falavam da necessidade de dar atenção, dentro do feminismo, para outros sistemas de poder como raça e

classe, pois o movimento feminista ainda era comandado principalmente por mulheres brancas ricas que não se importavam com o modo como mulheres negras e da classe trabalhadora viviam suas situações enquanto mulheres. Para essas mulheres feministas, a raça e a classe não eram importantes na discussão dentro do movimento, pois o foco maior deveria ser dado para a questão do sexismo que, segundo elas, era o real problema dos sofrimentos de toda mulher.

Segundo essa forma de pensar o feminismo, as mulheres negras acabavam não encontrando um lugar de fala onde pudessem falar de seus problemas, por que sofriam uma “invisibilização da categoria ‘raça’ nos estudos e nas ações do nascente movimento de mulheres e da não atenção às relações de gênero no movimento negro” (RODRIGUES, 2013, p. 2). E foi diante dessa necessidade de se entender como o gênero se ligava a outros problemas vividos pelas mulheres que Crenshaw (2002 apud RODRIGUES, 2013, p. 6) criou o conceito de interseccionalidade:

A interseccionalidade é uma conceituação do problema que busca capturar as consequências estruturais e dinâmicas da interação entre dois ou mais eixos de subordinação. Ela trata especificamente da forma pela qual o racismo, o patriarcalismo a opressão de classe e outros sistemas discriminatórios criam desigualdades básicas que estruturam as posições relativas de mulheres, raças, etnias, classes e outras. (CRENSHAW, 2002 apud RODRIGUES, 2013, p. 6)

Interseccionalidade não se trata de pensar que há uma soma de opressões que se juntam contra a mulher, onde um ou outro sistema discriminatório é pior que o outro, pelo contrário, esse conceito vem para acabar com o pensamento de que há opressões mais e menos ruins e mostrar que elas estão interligadas, influenciando-se umas às outras. Assim, a vivência de uma pessoa de sua vida enquanto mulher vai ser diferente dependendo se essa pessoa é negra, branca, pobre, rica, heterossexual, homossexual, etc. Isso porque essas categorias de gênero, classe, raça e sexualidade não podem existir individualmente umas sem as outras. Elas são vividas em conjunto de forma interdependente. Segundo a interseccionalidade, não existe A Mulher, mas as mulheres, por isso não se pode generalizar suas existências, pois cada uma vai viver sua dor de uma forma diferente e única. (RODRIGUES, 2013)

Rodrigues (2013) informa que muitas pessoas passaram a usar essa terminologia do feminismo interseccional de formas diferentes, dependendo da abordagem. Ele diz que algumas vezes o termo era usado de forma contraditória e vazia de sentido em estudos sobre gênero nos anos 1980 e 1990, época em que o termo foi criado e se espalhou entre as pesquisavam sobre o assunto na época.

No início dessa pesquisa, queríamos usar o termo “feminismo pop” como se ele falasse das mulheres feministas nos meios de comunicação de massa, pois cada vez mais tem se ouvido essas duas palavras nas conversas informais, nos posts nas redes sociais, nas matérias de jornais e nas conversas que acontecem nas faculdades. Mas, restava perguntar: o que seria feminismo pop? Até que ponto esse termo pode ser usado como um conceito ou uma teoria que sirva para estudar questões sobre o feminismo na cultura de massas? Existe mesmo feminismo pop?

Essas perguntas fizeram com que achássemos o artigo de Bell (2008), no qual ela apresenta o contexto de surgimento e o significado desse termo. Segundo Bell (2008), o termo “feminismo pop” apareceu na década de 1990 no Reino Unido, numa época em que houve um lançamento de muitas celebridades novas do ramo musical que exploravam os problemas da vida cotidiana com a família, as drogas e o sexo para construírem uma imagem de uma pessoa transgressiva, fora dos padrões da sociedade, de modo a ganhar destaque nas mídias e atrair um público consumidor que não queria ser como seus pais eram tradicionais. Ou seja, a vida dessas celebridades britânicas era usada para gerar fofocas e chamar a atenção das pessoas para criar lucro para as empresas que as contratavam e para elas mesmas.

O conceito de feminismo pop surgiu para designar essas cantoras da Inglaterra, pois, de certa forma, elas rompiam com um estereótipo de mulher recatada, mãe, agradável, delicada e serena, que foi muito questionado em estudos sobre gênero, como por meio dos textos de De Beauvoir (1967; 1970) que criticou o modelo de mulher imposto às mulheres brancas ricas do seu tempo. Segundo Bell (2008), o termo feminismo pop pode ser definido como se segue:

Feminismo pop se refere a suposta retórica feminista largamente encenada na cultura pop e organizada em torno de celebridades do sexo feminino que abraçam o estereótipo da *bad girl* e que são tanto ridicularizadas quanto

idolatradas nos tabloides midiáticos pela mesmíssima razão. (BELL, 2008, *on-line*, tradução nossa)

Não concordamos com essa definição, pois ela só fala de um determinado estereótipo de uma determinada época e em um espaço midiático determinado. O seu significado não deixa espaço para analisar as diferentes formas como o feminismo é apresentado na mídia ao longo do tempo e por diversos meios, como a televisão, o cinema, o rádio, etc. A incoerência do conceito fica explícita em sua terminologia que faz referência a interseccionalidade, sendo que o modo como foi cunhado não está de acordo com o conceito de interseccionalidade conforme apresentado.

Essa insatisfação nos levou novamente ao texto de Rodrigues (2013), que é o autor que fala da história dos usos do conceito de interseccionalidade nos estudos de gênero. Comparando-se as ideias de Bell (2008) e Rodrigues (2013), percebeu-se que a época em que o termo “feminismo pop” surgiu é a mesma época em que o conceito de interseccionalidade foi espalhado, muitas vezes de maneira errada. Talvez isso explique o fato de que “feminismo pop”, segundo a definição apresentada por Bell (2008), seja tão limitada e não esteja em acordo com a ideia de interseccionalidade, uma vez que “feminismo pop” não faz a relação de interdependência entre os diversos sistemas de opressão que as mulheres vivenciam, mas foca apenas em um estereótipo específico divulgado pela indústria musical da Inglaterra.

Entendemos, então, que “feminismo pop” é um termo desnecessário, incoerente e que não abre possibilidades de pesquisas. Acreditamos ter sido necessário o expor e criticar aqui, pois ele tem sido muito usado em diversos locais, de modo que desejamos criar uma antítese para depois mostrar o caminho teórico pelo qual decidimos seguir. Nessa pesquisa não usaremos esse “conceito” e, inclusive, pensamos que não deveria ser usado da forma como foi definido, pois acaba confundindo e distorcendo o conceito de interseccionalidade que é tão valioso para os estudos e práticas feministas. Sendo, assim, precisamos ainda entender como a cultura pop se relaciona com o feminismo de forma mais profunda.

#### 4.1.2 Indústria cultural: a celebridade como mercadoria

Com a Revolução Industrial, a produção manual passa a ser secundária, dando lugar a indústrias que vão sendo construídas nos centros das novas cidades. Com um poder de produzir cada vez mais, causado pelas novas máquinas e pela divisão do trabalho entre as pessoas que trabalhavam nas fábricas, as indústrias vão passar a querer produzir e vender para a maior quantidade de pessoas que elas podiam, garantindo, assim, que os donos das fábricas ficassem cada vez mais ricos com o lucro das vendas. (SANTOS, 2014; MORIN, 1997)

Produção em série, divisão do trabalho, muito lucro, grande quantidade de compradores, essas são características que não estão ligadas somente a essas indústrias que faziam objetos palpáveis. Morin (1997) diz que no século XX, um outro tipo de industrialização começou a ocorrer:

A segunda industrialização, que passa a ser a industrialização do espírito, e a segunda colonização que passa a dizer respeito à alma progridem no decorrer do século XX. Através delas, opera-se esse progresso ininterrupto da técnica, não mais unicamente votado à organização exterior, mas penetrando no domínio interior do homem e aí derramando mercadorias culturais. (MORIN, 1997, p. 13)

Com isso, Morin (1997) mostra que a indústria passou a produzir e distribuir não apenas objetos materiais, mas também um imaginário a ser consumido pelas pessoas. Esse imaginário é chamado por Morin (1977) de cultura de massas, que é um conjunto de significados culturais reproduzidos, criados e disseminados para uma audiência muito grande e de pessoas com características das mais diversas. Essa cultura de massas é transmitida através dos meios de comunicação de massa que fazem parte do dia-a-dia dos indivíduos, sendo acessados por uma quantidade gigantesca de pessoas pelo mundo que têm televisões, rádios, vão ao cinema, acessam a internet, etc.

Segundo Morin (1997):

Cultura de massa, isto é, produzida segundo as normas maciças da fabricação industrial; propagada pelas técnicas de difusão maciça (que um estranho neologismo anglo-latino chama de *mass média*); destinando-se a massa social, isto é, um aglomerado gigantesco de indivíduos compreendidos aquém e além das estruturas internas da sociedade (classes, família, etc.). O termo cultura de massa, como os termos

sociedade industrial ou sociedade de massa do qual ele é o equivalente cultural, privilegia excessivamente um dos núcleos da vida social; as sociedades modernas podem ser consideradas não só industriais e maciças, mas também técnicas, burocráticas, capitalistas, de classes, burguesas, individualistas”. (MORIN, 1997, 14)

Nessa citação, podemos ver que apesar de ter como produto um imaginário a ser distribuído para as pessoas de vários lugares diferentes ao mesmo tempo, a cultura de massas é criada de acordo com as normas que comandam a sociedade atual, inclusive a indústria que produz os objetos físicos. (MORIN, 1997)

Um dos produtos mais valiosos da indústria cultural são as celebridades. Segundo Rojek (2008, p. 17), “as celebridades humanizam o processo de consumo de mercadorias”. De acordo com esse autor, as celebridades são pessoas que passam pelo processo de celebrificação, ou seja, se tornam amplamente conhecidas através da mídia que lhes fornece prestígio e faz com que as pessoas queiram ser como elas são e vejam que elas se parecem com eles.

Quando vira uma celebridade, a pessoa passa a ser dividida entre um eu privado, que é a celebridade de verdade enquanto pessoa que possui um dia-a-dia fora do trabalho e longe dos palcos, ou seja, um cotidiano, e uma imagem pública que diz respeito a celebridade enquanto mercadoria, ou seja, quem ela é diante dos holofotes, como sua imagem é construída para ser vendida às pessoas. (ROJEK, 2008)

Uma vez sendo mercadoria, as celebridades são planejadas para atraírem o desejo do público, de modo que ele consuma sua imagem pública e renda lucro para elas e para as grandes empresas com as quais elas possuem contrato. (ROJEK, 2008)

Observando dessa maneira, podemos dizer que não vale a pena falar sobre o eu privado das estrelas, pois nunca poderemos saber de verdade sua vida privada e os seus reais sentimentos, desejos e pensamentos, pois mesmo quando uma revista ou um programa de TV tenta mostrar o dia-a-dia de uma celebridade (onde ela compra roupa, onde passa o fim de semana, quem namora, o que come, por exemplo) esse cotidiano já se tornou algo a ser visto pelo público e consumido pela massa, além disso é editado, planejado, encenado, patrocinado por determinadas empresas. Dessa forma, diferentemente do que parecem pretender muitos tabloides

de fofocas e outros tipos de matérias jornalísticas, entendemos que mais relevante do que entender se Beyoncé é ou não feminista em sua vida privada é tentar descobrir como o discurso do feminismo se torna um recurso simbólico importante para construção de sua imagem pública, pois todo o material encontrado acerca de Beyoncé como feminista é material da mídia e serve para construir seu rosto público enquanto celebridade de qualquer forma. (ROJEK, 2008)

Compreendendo, então, que a celebridade é um produto cultural que, por estar dentro de um sistema capitalista, visa o maior lucro possível, podemos, então, fazer algumas relações entre a celebridade e o conceito de gerenciamento de marca. (ROJEK, 2008, MCCRAKEN, 2007, 2012)

Aqui, consideramos que Beyoncé é uma marca para ser consumida pela massa da população. Uma marca que dá muito lucro. Na turnê que fez entre 2013 e 2014, por exemplo, ganhou por volta de 2,4 milhões de dólares por *show* (ALEXANDER, 2014); além disso, o CD *Lemonade*, lançado em 2016, chegou a faturar mais de 3 milhões de dólares no primeiro dia de lançamento na plataforma online, sendo distribuído por meio de *downloads* (WALSH, 2017). Como toda marca, Beyoncé também precisa de uma boa equipe de marketing que gerencie os significados associados à sua imagem pública, de modo a agregar valor à sua marca, pois “valor é a base do preço. É a fonte do lucro” (MCCRAKEN, 2012, p. 187).

De acordo com McCracken (2012), de maneira geral, uma marca pode se associar com qualquer significado, mas alguns são melhores e mais fáceis para alguns tipos de produtos e marcas que já têm uma história de tradição entre seus clientes. Para saber com quais significados uma marca deve ser associada, é necessário fazer uma seleção de mercados-alvo a partir de uma segmentação de significados. Ou seja, deve-se entender quais as necessidades de significados das pessoas e, a partir disso, agregar valor à marca de modo que atenda as necessidades dos consumidores.

Quando uma celebridade como Beyoncé se associa às questões do feminismo, então, não quer dizer que o eu privado da cantora é um militante e ativista, o que ocorre é que ela faz um posicionamento mercadológico de sua imagem pública, onde coloca sua marca dentro de um “mapa de significados” (MCCRAKEN, 2012, p. 195) que retrata onde ela mesma e todas as outras

celebridades estão posicionadas no total de significados que os diversos consumidores necessitam.

Por isso, não podemos achar que essas celebridades têm obrigação de manterem uma militância dentro do movimento, pois nem sempre há um compromisso real com a defesa dos movimentos sociais. O movimento só é apropriado pela cultura pop devido ao seu poder de gerar lucro. Quando as necessidades do mercado mudam, por vezes, deixa-se de lado o suposto compromisso político que antes se tinha e são criadas novas maneiras de ganhar dinheiro. Um exemplo disso pode ser tirado do estudo de Bell (2008) acerca das cantoras pop britânicas.

Segundo a autora em questão, quando essas cantoras ficaram mais velhas e já não possuíam o sucesso de antes, a indústria musical percebeu que as necessidades de significados dos antigos adolescentes, agora adultos, que gostavam dessas celebridades, haviam mudado. Os profissionais notaram que cada vez mais pessoas sofriam com problemas de saúde mental e começaram a criar uma grande quantidade de materiais como livros de autoajuda, biografias, entrevistas, etc., onde essas antigas cantoras diziam que suas atitudes descontroladas na juventude eram um fruto de transtornos psicológicos que tiveram que ser superados com grande sofrimento e persistência. Além disso, havia um trabalho de transformação de suas imagens ao mostrá-las como mães e religiosas, de modo a coloca-las em meio a valores tradicionais que mostravam que elas foram “curadas” de seus problemas mentais e atingiram o equilíbrio espiritual, servindo também de apoio aqueles antigos adolescentes transgressores que agora tinham que se ajustar a vida adulta como pais e trabalhadores. (BELL, 2008)

Bell (2008) diz que essa mudança de suas imagens públicas acaba prejudicando a imagem do feminismo, pois faz com que as pessoas vejam as mulheres que não se ajustam ao padrão feminino como mulheres histéricas, loucas, que precisam de ajuda psicológica para serem reajustadas na sociedade. Ou seja, não houve um compromisso sério com o movimento. O desejo pelo lucro é tão grande que levou até mesmo a ferir o feminismo que antes, nos anos 1990, era defendido e explorado por essas mesmas celebridades.

Como celebridades, elas só se apropriaram do movimento feminista dos anos 1990 devido ao sucesso que o mesmo fazia, sendo essa década a que marca o início da terceira onda feminista (RODRIGUES, 2013). Quando o lucro exigiu um

novo posicionamento mercadológico, elas abriram mão do discurso que tinham e seguiram novos caminhos dentro do mapa de significados. (MCCRACKEN, 2012)

Diante disso, percebemos a possibilidade de inserir a celebridade como um bem de consumo dentro do modelo de movimentação de significados de McCracken (2007). Essa movimentação se dá inicialmente de um mundo culturalmente constituído para os bens de consumo e destes para o consumidor individual, onde, pensamos, o feminismo pode aparecer como mais um significado transferido para a mercadoria para que essa possa satisfazer as necessidades de significados dos consumidores e render dinheiro para os donos das gravadoras e para as celebridades.

No modelo de movimentação de significados, os significados inicialmente fazem parte do mundo culturalmente constituído. A cultura serve como uma base sobre a qual todas as práticas das pessoas são construídas, desde o modo de se sentar, até às danças e objetos produzidos por uma sociedade. Por outro lado, a cultura é também uma espécie de lente pela qual os sujeitos apreendem essas práticas, “assim sendo, determina como os fenômenos serão apreendidos e assimilados” (MCCRACKEN, 2007, p. 101).

“Em suma, ao investir o mundo de seu significado particular, a cultura constitui o mundo. É de um mundo assim constituído que decorre o significado destinado aos bens de consumo” (MCCRACKEN, 2007, p. 101). Um mundo culturalmente constituído é aquele que é criado e entendido por meio de significados compartilhados por um grupo de pessoas. (MCCRACKEN, 2007)

Os significados de uma cultura precisam de aspectos que lhe dê sustentação, de modo que eles possam ser percebidos pelos sentidos: visão, audição, olfato, tato, paladar. Sendo assim, os artefatos presentes no mundo servem muito mais que para praticidade das pessoas. Os objetos contêm significados culturais que ajudam a dar sentido ao mundo, assim como são resultado e produtos dos significados culturais. (LINKE, 2013; MCCRACKEN, 2007)

Esses significados do mundo culturalmente constituído precisam ser movimentados para os bens que a indústria produz. De acordo com McCracken (2007, p. 103), “o significado reside primeiro no mundo culturalmente constituído. Para passar a residir nos bens de consumo, precisa ser destacado desse mundo e transferido para os bens”. Especificamente com as celebridades, esse processo pode se dar de algumas maneiras diferentes.

Uma das maneiras é a partir da produção: marqueteiros, cabeleireiros, maquiadores, publicitários, figurinistas, o pessoal que organiza os shows, caso seja uma cantora, ou que projeta os cenários dos filmes, caso seja uma estrela do cinema, entre vários outros. Nesse momento, esses profissionais precisam saber como os significados estão representados no mundo, e se apropriar e associar à celebridade apenas os que contenham significados desejáveis para atingir o público-alvo. (ROJEK, 2008)

Durante a fase da produção, as roupas a serem usadas pelas celebridades são de grande importância. Muitas críticas, inclusive, acerca da Beyoncé e sua ligação com o feminismo, são relacionadas às roupas sensuais que ela usa, acusadas por muitos como meios de transformar Beyoncé em um objeto sexual (HOOKS, 2016; SPARGO, 2014; WATKINS, 2016). Falaremos mais sobre o papel do figurino na construção da imagem pública das celebridades no próximo tópico.

Há, também, a influência dos jornais que reproduzem a imagem que é criada por todos esses profissionais e, às vezes, vão além, enviando paparazzi para mostrar o dia-a-dia dessas celebridades. Não é difícil ver que muitas revistas procuram avidamente por formas de estragar a imagem das celebridades de grande sucesso, por exemplo. (ROJEK, 2008)

Após ter sido transferido do mundo culturalmente constituído para a celebridade, o significado é movimentado para os consumidores. Esse é a última etapa do processo de movimentação de significados, e acontece por meios dos rituais de consumo. Segundo McCracken (2007, p. 108):

O ritual é uma espécie de ação social dedicada à manipulação do significado cultural para fins de comunicação e categorização coletiva e individual. O ritual é uma oportunidade de afirmar, evocar, atribuir ou rever os símbolos e significados convencionais da ordem cultural. Nesse sentido, ele é uma ferramenta poderosa e versátil de manipulação do significado cultural. Na forma de um rito de passagem clássico, o ritual é usado para mover alguém de uma categoria cultural de pessoa para outra, onde abre mão de um conjunto de propriedades culturais, como as de uma criança, e assume outras, com as de um adulto. Outras formas de ritual são dedicadas a diferentes fins sociais. Algumas são usadas para dar “realidade experiencial” a determinados princípios e conceitos culturais. Ainda outras são usadas para criar determinados contratos políticos. Em suma, o ritual atende a diversos fins em sua manipulação do significado cultural. Na

América do Norte de hoje, o ritual é usado para transferir significado cultural dos bens para os indivíduos. (MCCRACKEN, 2007, p. 108)

McCracken (2007), apresenta quatro tipos diferentes de rituais, os rituais de troca, de posse, de cuidados pessoais e de desapropriação. Porém, de maneira geral, podemos dizer que quando uma pessoa consome os produtos das celebridades, desde um CD de plástico até a imagem dela, seu desejo é maior do que se apropriar do objeto em si, na verdade, o consumo dos produtos é um meio das pessoas se apropriarem dos significados da celebridade e com eles constroem suas identidades. (MCCRACKEN, 2007, MIRANDA, 2008)

#### 4.1.3 O figurino e sua relação com a celebridade

Segundo Miranda e Bezerra (2014, p. 1), “o figurino no cinema é composto por todas as roupas e acessórios dos personagens”. Como a citação sugere, o estudo dos dois autores foi feito sobre filmes, mas muitas das ideias e assuntos que eles apresentam podem ser usados de maneira geral em todos os locais onde o figurino aparece, como nos clipes musicais, nas novelas, no teatro, etc.

Inicialmente, podemos dizer que a celebridade é um personagem, porque assim como o ator interpreta um papel dentro de um filme, as celebridades, de modo geral, também interpretam um papel, pois, ao passarem pelo processo de celebração, há uma separação entre seu eu privado e seu rosto público, sendo esse último moldado pela equipe de marketing, como vimos antes (ROJEK, 2008). Desse modo, adaptando o texto de Miranda e Bezerra (2014, p. 1), poderíamos dizer que o figurino é “composto por todas as roupas e acessórios” usados pela celebridade enquanto rosto público.

Frequentemente criado e/ou escolhido por figurinistas ou estilistas, o figurino funciona como um meio de comunicação não-verbal que auxilia no processo de transferência de significados do mundo culturalmente constituído para a celebridade (MCCRACKEN, 2007). Por isso, o figurino exige um projeto muito trabalhoso para que se aproprie apenas daqueles significados necessários para a construção da imagem pública dos famosos. Conforme Miranda e Bezerra (2014, p. 4), os profissionais que

produzem o figurino “têm como matéria-prima o imaginário popular, imagens míticas que vão se instalar na sensibilidade das massas” através da estética da roupa e do modo como ela é usada nas performances das estrelas e astros pop.

Dessa forma, as peças de vestuário usadas nessas encenações materializam a cultura e são selecionadas para se associarem com a celebridade e construir assim sua identidade pública a ser apreendida pelos observadores, de modo que eles possam entender as mensagens transmitidas pela indústria cultural e consumirem seus produtos. (MIRANDA, BEZERRA, 2014)

## 5 BEYONCÉ E SUA RELAÇÃO COM O FEMINISMO

Neste trabalho vamos analisar algumas das fotos mais recentes da gravidez da cantora Beyoncé. Por isso, vamos dar atenção, nesse capítulo, principalmente a sua relação com a família e como isso se liga ao movimento feminista que de certa forma ela se apropria para construir sua imagem pública.

Beyoncé Giselle Knowles Carter é uma cantora estadunidense, nascida em 1981 em Houston, Texas. Ainda criança, ele chegou a vencer várias competições de canto e dança. Posteriormente, seu pai organizou um grupo musical composto por Beyoncé, “sua prima Kelly Rowland e suas colegas de classe LaTavia Roberson e LeToya Luckett” (BILLBOARD, 2017, tradução nossa), todas adolescentes. Essa associação em breve daria origem ao grupo *Destiny’s Child* que teve grande sucesso mundial.

Desde sua época na banda *Destiny’s Child*, Beyoncé já se esforçava em criar uma imagem de uma mulher feminista. Um dos clipes mais famosos dessa banda por exemplo, o da música *Survivor*, que em 2001 atingiu o primeiro lugar nas paradas de sucesso, apresenta a história de uma mulher que teve o seu relacionamento com um homem rompido, porém o fato não abalou em nada sua vida, na verdade a deixou ainda mais forte e destemida, de modo que ela se auto

intitula um sobrevivente do fim dessa relação, diferentemente de outras mulheres que achariam que precisariam de um homem para serem felizes<sup>3</sup>.

Apesar das cantoras do grupo estarem vestidas como amazonas para construir a imagem de uma mulher guerreira, o clipe também mostra a sexualidade das cantoras, ao colocá-las, por exemplo, saindo de dentro do mar com roupas bem curtas e cheias de fendas e recortes que deixam ver seus corpos.

Essa ambiguidade de Beyoncé, presente em várias de suas performances, é um dos fatos que gera muita crítica a respeito de sua imagem enquanto feminista. O argumento usado para desmerecer Beyoncé como um símbolo feminista é que ao mostrar seu corpo de forma sexualizada e erotizada, seja através das roupas ou das danças sensuais, ela contribui para a objetificação da mulher, comunicando um ideal machista da mulher como algo a servir os desejos sexuais do homem, seu proprietário. (HOOKS, 2016; SMITH, 2014; SPARGO, 2014; WATKINS, 2016)

Numa entrevista fornecida para a revista *Elle* (GOTTESMAN, 2016), entretanto, Beyoncé apresenta uma defesa para o modo como adorna e expõe seu corpo. Na entrevista, que versava sobre assuntos como vida pessoal, carreira musical e carreira como empresária dona da marca de roupa *Ivy Park*, a entrevistadora lhe perguntou o seguinte: “o que você tem a dizer para aqueles que acham que ela não pode ser feminista e também abraçar sua feminilidade?” (GOTTESMAN, 2016). Essa foi a resposta da cantora na ocasião:

Todos nós sabemos que não é verdade. Ser feminista não tem nada a ver com sua feminilidade - ou com sua masculinidade. Nós não somos todos uma coisa só. Todos aqueles que acreditam em direitos iguais para homens e mulheres não necessariamente falam a mesma coisa, ou se vestem do mesmo jeito, ou pensam do mesmo jeito. Se um homem pode fazer alguma coisa, a mulher deveria poder fazer também. É simples assim. Se seu filho pode fazer algo, sua filha deve poder fazer também. Algumas das coisas que ensinamos às nossas filhas - como permitir que elas expressem seus sentimentos, suas dores e sua vulnerabilidade - nós precisamos permitir e apoiar nossos maridos e filhos a fazerem o mesmo. (GOTTESMAN, 2016, tradução nossa)

---

<sup>3</sup> Biography. **Beyoncé Knowles**. Disponível em: <<https://www.biography.com/people/beyonce-knowles-39230>>. Acesso em 12 de maio de 2017.

A partir dessa fala, podemos perceber que Beyoncé tenta achar um equilíbrio entre uma imagem empoderada e que não necessariamente dispensa o cuidado com o corpo, a beleza e o sexo. De Beauvoir (1967, 1970) já havia falado sobre isso em meados do século XX, ao falar que o feminismo não exigia da mulher que ela se parasse de ser vaidosa e que, apesar de deixar de se maquiar e usar vestidos fosse uma revolução enorme na época, ela via como boa a atitude das mulheres que acharam uma forma de juntar o desejo pela liberdade e a delicadeza que elas sempre foram ensinadas a ter desde crianças e que de certa forma concordam ser boa para elas e para os outros.

Por outro lado, há o fato de que, segundo Davis (2016), a erotização dos corpos das mulheres negras é acontece por conta do racismo para justificar a atitude dos homens brancos que estupravam as escravas e as negras libertas do período pós-abolição. O estupro cometido por esses homens muitas vezes não era por causa do prazer sexual e, claro, muito menos por causa do amor ou da paixão, mas era uma forma que eles encontraram de mostrar seu domínio e poder sobre essas mulheres, lembrando, através da dominação sexual, que elas eram propriedades deles. Os brancos, então, justificavam seu comportamento ao construírem um mito acerca da mulher negra que a colocava como um ser altamente sexual, sem pudor e erótico, sendo ela, no caso, a culpada por atrair como uma sereia os desejos do homem branco que ficava como o inocente da história.

Ainda podemos resgatar outro argumento sobre esse assunto que pode ser usado em defesa do modo como Beyoncé representa sua sexualidade e seu corpo. Anjos e Arraes (2015) fala sobre os estudos que sobre a solidão que a mulher negra sofre devido a cultura racista. Segundo a autora, o padrão de beleza feminino é o da mulher branca, enquanto que o corpo negro é tornado feio pela cultural racista que ridiculariza os traços das pessoas negras. Os traços dos negros, do ponto de vista racista, são inferiores, ruins e maus. Essa atitude racista em relação a aparência da mulher negra faz com que ela seja rejeitada nas escolhas amorosas feitas por homens, sejam eles brancos ou negros. Nos Estados Unidos, inclusive, chega a 42% o número de mulheres negras adultas que estão solteiras, 100% a mais que as mulheres brancas que se encontram na mesma situação. (ANJOS, ARRAES, 2015).

Conforme Hooks (2016) afirma, a revolução que Beyoncé traz não está em expor o corpo negro e dele tirar dinheiro, pois isso já acontecia no tempo da

escravidão, mas por mostra-lo como algo bonito, agradável, admirável, sedutor. O que Beyoncé tenta fazer para tentar agradar todo mundo é construir a imagem de um corpo belo, cujo erotismo é serve para dominar o outro para que com ela alcancem o prazer sexual. Dessa forma, ao mesmo tempo em que valoriza a beleza da mulher negra, coloca essa mulher numa posição de poder sobre seu próprio corpo, de modo que ela utiliza sua sexualidade da maneira que acha mais apropriada e não de forma submissa ao homem.

Além do fato de que as mulheres negras encontram dificuldades para se casarem, quando desejam, por causa do racismo, outras consequências foram e são geradas com relação ao ambiente familiar.

Davis (2016) faz algumas críticas com relação a ideia que havia da mulher escrava como dominadora dos homens escravos. Davis (2016) diz que, observando o comportamento dos senhores de escravos, percebe-se que estes não incentivavam a dominação dos homens negros sobre as mulheres negras, para que elas prestassem respeito e obediência apenas ao senhor brancos donos de escravos. Sobre isso, pode-se mostrar a seguinte citação: “muito se tem dito sobre o modo como os proprietários de escravos definiam a família negra: uma estrutura biológica matrilocal. Os registros de nascimentos em muitos latifúndios omitiam o nome do pai, contendo apenas a mãe da criança” (DAVIS, 2016, p. 25). Isso acontecia não simplesmente porque a sociedade era matriarcal, mas porque muitas vezes os pais das crianças eram os próprios senhores que estupravam as escravas, mas que não assumiriam o filho.

Para desconstruir essa ideia de uma cultura matriarcal entre os escravos, a autora começa dizendo que tanto os homens quanto as mulheres negras que foram escravizadas sofriam a mesma opressão. (DAVIS, 2016)

Os escravos e escravas tinham um arranjo familiar e regras de comportamento ligados a convivência e formação da família diferentes do padrão dos brancos ricos da época, isso não quer dizer que não existia família dentro da comunidade formada por escravos. Segundo Davis (2016), muitas pesquisas que mostraram que dentro da família de escravos havia a presença também do homem.

Davis (2016) mostra que, na vida familiar os escravos podiam vivenciar sua condição de humanos, pois ali faziam coisas para si mesmos e não para os seus senhores. As mulheres negras não dominavam os homens, o que acontecia é que elas não eram inferiorizadas pelas atividades que faziam no âmbito familiar, pois

assim como os homens escravizados, elas eram trabalhadoras. Dessa forma, Davis (2016) diz que, entre as pessoas da senzala, havia uma igualdade sexual.

A autora mostra que, para evitar que seus filhos sofressem o mesmo mal que elas, algumas mulheres matavam seus próprios filhos, evitando que passassem toda uma vida como escravos. (DAVIS, 2016)

As escravas cuidavam e preservavam suas crias não por causa de um instinto materno e sagrado, mas como uma forma de resistência à dominação imposta sobre todos os negros. Elas sequer eram vistas como verdadeiras mães pelos brancos da época. A família negra quando era escravizada sofria uma separação, homens, mulheres e crianças já não podiam manter o contato e eram levados, por vezes, para locais diferentes. Os filhos eram arrancados das mães, e quando ela tinha novos filhos sob a condição de escrava, estes não eram propriedade sua, mas herdavam o status de escravo da mãe e se tornavam propriedade do senhor de escravos. (DAVIS, 2016)

Mesmo com o fim da escravidão, os problemas referentes a relação entre a mulher negra e seus filhos não findaram. No fim do século XIX e começo do século XX, surgiu a eugenia, ideia fundamentada em uma pseudocientificidade de que para que a nação fosse poderosa deveria lutar pela supremacia da raça mais forte e apta e batalhar até que as raças inferiores fossem exterminadas. Sendo que, do ponto de vista racista que estruturava essas ideias, a raça apta era a branca e a raça inapta era a negra. (DAVIS, 2016)

A eugenia foi muito ruim para as famílias de pessoas negras da época, pois, para evitar que os negros se reproduzissem e subjugassem os brancos, médicos brancos começaram a fazer esterilizações involuntárias nas mulheres negras, de modo que nunca mais elas pudessem ter filhos. Inclusive o próprio movimento feminista que era comandado por mulheres brancas, para apoiar o direito ao aborto, utilizavam ideais racistas e elitistas, afirmando que seria uma forma de ajudar a controlar o nascimento de pessoas negras e das classes mais baixas. Entretanto, um paradoxo era criado, enquanto para a mulher branca de classe média e da burguesia o aborto deveria ser um direito, para as negras, pobres e de outras minorias étnicas, o aborto era um dever. (DAVIS, 2016)

Muitas das pessoas que criticam a imagem que Beyoncé cria de uma mulher maternal e que possui um bom marido que a valoriza e é valorizado por ela, provavelmente desconhecem todo esse sofrimento que já foi e é vivenciado pelas

mulheres negras com relação aos relacionamentos amorosos e familiar. Provavelmente essas pessoas tomam o ponto de vista dos textos que retratam apenas a opressão sofrida pela mulher branca rica, cujo casamento é visto como uma prisão e cuja maternidade se torna um impedimento para o trabalho fora de casa. Como visto, essas mulheres negras sofreram a separação dos integrantes de suas famílias, a invisibilização de seus companheiros, a morte de seus filhos, a rejeição amorosa e sexual, e, além disso, sempre trabalharam como escravas, como domésticas, na lavoura e nas fábricas, e seus sofrimentos não receberam atenção nem mesmo dentro do movimento feminista, quando esse era comandado pelas mulheres brancas (DAVIS, 2016). Daí a necessidade de dar atenção para as experiências particulares das mulheres a partir do conceito de interseccionalidade que foi falado anteriormente.

Diante desses fatos históricos e dessa condição atual das negras na sociedade, fica claro que quando Beyoncé faz um clipe como Halo, onde louva o marido como uma espécie de anjo, ou quando faz questão de pôr o sobrenome dele como parte do título de uma turnê mundial, ou ainda, como no nosso objeto de estudo, valoriza sua posição como mãe de vários filhos, ela não está querendo colocar a mulher debaixo do poder masculino, muito pelo contrário, esse tipo de imagem que ela vende se torna um meio de fazer com que as mulheres negras possam enxergar suas dores e aflições ali representadas e, também, serem seduzidas por um mundo onde essas dores e aflições já não existem mais, e elas podem, se quiserem, ter um marido, filhos, amor e afeto sem que sofram preconceito ou discriminações.

A partir disso, podemos ver que Beyoncé se apropria de discursos do feminismo que fazem um interseccionalidade principalmente de gênero e raça, onde a condição de mulher enquanto negra e a condição de negra enquanto mulher se tornam importantes para construção de uma imagem que seduza seu público consumidor. Ou seja, Beyoncé se apropria do feminismo negro para lucrar, mas acaba disseminando-o amplamente na sociedade, de modo que as pessoas possam ter acesso ao feminismo mesmo através da cultura pop.

Obviamente, esse são não os únicos significados apropriados pela celebridade em questão. Como McCracken afirma (2012), as celebridades são como baldes de significados, mesmo aquelas mais estereotipadas. Porém, como o nosso foco aqui é a relação de Beyoncé enquanto marca com o movimento feminista,

então não exploraremos todos os outros significados associados a ela. Resta dizer que, como ficou claro na fala da entrevista feita com a cantora, a imagem pública dela é variada, ela não é só mulher negra, ela é rica, jovem, estadunidense, e atende a uma população que é ainda mais diferente entre si, de maneira que precisa conversar e agradar diferentes públicos com diferentes necessidades de significados e que vivem em diferentes culturas. Isso exige um trabalho muito cuidadoso, cujo resultado acaba gerando todas essas contradições e críticas.

## 6 ANÁLISE DAS IMAGENS

Nesse tópico, iremos apresentar as análises das imagens da gravidez de Beyoncé. Houveram várias imagens feitas por ela para divulgar sua gravidez, mas selecionamos aquelas que consideramos que poderia mostrar melhor os significados associados ao feminismo negro que ela se apropria na sua imagem pública.

### 6.1 IMAGEM 1

Figura 1. Uma das fotos oficiais de divulgação da gravidez de Beyoncé.



Fonte: Pike, 2017.

#### Forma:

a) Descrição: Sutiã de alças finas, com um pequeno laço. Segunda pele para os braços, que vai desde o punho até abaixo dos ombros. Meia calça acinturada. Estampas florais.

b) Interpretação: o sutiã mostra a sexualidade, porém, de forma romântica, por causa do laço e das flores delicadas.

#### Cor:

a) Descrição: Branco. Marrom. Amarelo. Rosa. Laranja. Verde. Vermelho. Lilás. Roxo.

b) Interpretação: O branco lembra pureza. A cor marrom da segunda pele e da meia calça serve para fazer com que essas duas peças se confundam com a pele, mostrando que as flores que estão estampadas não são outra coisa senão partes do corpo de Beyoncé. Parece que seu corpo possui energia e poder para fazer nascer flores de onde elas não existiam. As flores estão em cores vivas e diversificadas, conotando vida, alegria, delicadeza.

#### Material:

a) Descrição: Nylon transparente. Cetim.

b) Interpretação: O material brilhoso do sutiã, aparentemente cetim, fala de uma feminilidade delicada e que gosta da vaidade, por causa do brilho que chama a atenção e embeleza. O material da meia calça, por ser bastante fino e transparente, faz com que pensemos que as flores são parte da pele de Beyoncé, como se ela e a natureza fosse uma coisa só.

#### Composição:

a) Descrição: Sutiã branco feito de cetim, o que lhe dá uma aparência brilhosa. Sobre a parte que prende a alça ao bojo, há um pequeno laço de cetim branco. A segunda pele e a meia calça são feitas de nylon e lycra que lhe dão uma aparência transparente e coloridas de marrom. Sobre a segunda pele e a meia-calça, há estampas de flores coloridas, flores amarelas, laranjas, brancas com o miolo amarelo, algumas em degradê que vai do vermelho à rosa, e todas com o talo na cor esverdeada.

b) Interpretação: Gaia, na Grécia; Nerthus, entre os povos nórdicos; Danu, na Irlanda; Pachamama, na Bolívia. Vários são os nomes dados ao grande mito da mãe-terra, cuja narrativa vai mudando conforme o passar do tempo e conforme os diferentes locais onde é surge. Em muitas sociedades foi e é considerada a criadora e todo universo e dos outros deuses. Tudo está submetido a ela e todos dela dependem. É muitas vezes representada por meio da imagem de uma mulher cujo corpo é composto por partes da natureza, sejam os astros, como o sol ou a lua, sejam árvores, flores e frutos; ou então aparece na forma de animais ou grutas que remetem a sua barriga fértil. (MALAGUETA, 2016)

Beyoncé evoca o mito da mãe-terra nessa imagem, ao usar roupas que trazem as imagens das flores, tanto no sutiã como na segunda pele e na meia-calça. As flores são como partes do corpo dela, ela é a natureza e a natureza vem dela. Beyoncé valoriza sua maternidade como se os dois filhos gêmeos que carrega fossem fruto de um poder sobrenatural que existe dentro dela. Não é o poder de Deus ou da natureza que ela glorifica, é o seu próprio poder que é valorizado.

Gestual:

a) Descrição: Ela está sentada sobre um teto de um carro, suas pernas estão curvadas para a lateral do corpo. Suas mãos se apoiam sobre o teto do carro. Sua postura é um pouco inclinada, mas o pescoço está erguido, e os olhos fitam a câmera. Seu penteado foi feito com duas mechas da franja do cabelo sendo puxadas e amarradas atrás da cabeça, e o restante do cabelo permanece solto, uma parte sobre as costas e outra parte caindo sobre o braço direito.

b) Interpretação: Ela põe suas mãos sobre o carro como se estivesse transmitindo poder através de seu corpo. Talvez foi esse toque sobre a lataria sem vida do automóvel que gerou das flores dentro dele.

Plano:

a) Descrição: A câmera é posicionada na frente Beyoncé, deixando ver o entorno em que ela está. No meio da imagem, há um carro vermelho, ele está meio empoeirado nas rodas. Há marcas de arranhão e de conserto na lateral, no teto e no capô. Dentro, a porta direita está sem acabamento. O capô e a porta esquerda estão abertos, deles, saem diversos tipos de flores e plantas em diversas cores, como amarelo, verde, branco, lilás, rosa, laranja, roxo, etc. Sobre a traseira do carro também há várias plantas e flores. O carro está sobre um gramado verde escuro, bem cortado.

Atrás do carro, há uma sustentação de ferro, como um varal, na qual está pendurada com prendedores um painel de lona com uma imagem de um céu azul e com nuvens brancas. Os prendedores puxam a lona, e podemos ver algumas partes que estão amassadas por conta disso.

Ao fundo, no lado direito, pode-se ver parte de uma casa branca com janelas fechadas e cortinas brancas no interior. Do lado da casa, passando por detrás da lona até chegar do lado esquerdo da imagem, há uma árvore com arbustos verdes. A parede, no fundo, é azul clara.

A iluminação da imagem é clara. Há alguns pontos com luz mais intensa sobre a lona estampada.

b) Interpretação: A imagem apresenta um grande contraste entre a natureza e a cultura humana. A cultura do homem aparece nos objetos feitos pela indústria, através da modificação da natureza. O céu é de mentira, o carro e a casa são seres brutos que foram feitos na indústria. Porém, a grama e as árvores, mas principalmente as flores que nascem de dentro do carro, mostram o poder da cantora Beyoncé de criar vida em meio ao caos e em meio aquilo que é falso.

Isso mostra que mesmo onde nada mais restava de natural, Beyoncé consegue criar vida e manifestar seu poder de fertilidade e de criação através da

natureza que brota, por meio das seivas que correm nos talos das plantas e das rosas que desabroçam.

## 6.2 IMAGEM DOIS

Figura 2. Beyoncé com look dourado divulgando sua gravidez.



Fonte: Fresh Gossip, 2017.

Forma:

a) Descrição: Coroa com várias pontas de diversos tamanhos que, em conjunto, foram cinco pontas maiores, como se fossem ondulações formadas pela junção das várias pontas. Dos dois lados da coroa há esculturas em formato de rosas abertas e folhas.

Brincos formados por três círculos, são largos, mas de espessura fina, chegam até aos ombros. Em volta do círculo maior, há pequenos objetos ovais pendurados.

No pescoço, há um colar aparentemente formado pela união de diversos anéis circulares que circulam o pescoço. Há também outro colar que fica unido ao sutiã. Esse segundo colar é feito de dois círculos que são unidos por meio de três pontes que ficam entre eles. A lateral externa do círculo maior possui uma série de formas convexas. A parte frontal do círculo maior é presa a um outro círculo com várias pontas ao redor, ao lado do qual há duas correntes que se prendem ao sutiã, ligando o círculo maior ao meio do sutiã. No meio do sutiã, há um outro círculo, liso no centro, e cheio de pequenas pontinhas aparentemente afiadas em volta. Dele, saem várias correntes que se ligam à alça do sutiã, formando uma série de linhas curvas. Penduradas nessas correntes, há vários objetos de formato oval, como os do brinco que foi descrito. Algumas correntes descem pelo pela barriga de Beyoncé, indo até as costas, deixando uma abertura triangular na frente do corpo.

A calcinha é feita por uma série de formas unidas umas às outras, como as correntes, só que formando um conjunto plano. Na frente da calcinha há dois círculos com buracos no meio, ao redor dos quais há algumas pontas. De cada um dos círculos, saem correntes que se estendem sobre as coxas até a parte de trás do corpo, formando linhas curvas. Na lateral esquerda da calcinha, também há uma argola que é ligada a calcinha por meio das correntes.

Nos dois antebraços, há um monte de pulseiras de argolas, bem juntas ao corpo e no final, há uma pulseira larga e de espessura.

Sobre os ombros, ligadas às alças do sutiã, há uma capa longas que fica com um formato indefinido ao ser levantada pelo vento.

b) Interpretação: A coroa remete ao sol e seus raios de luzes. O sol está no topo, ele dita as estações e o passar do dia, é luz e sinônimo de glória, como o Deus Sol, Rá, do Egito. As flores remetem à natureza.

Os constantes círculos e argolas podem simbolizar os ciclos da vida, como também podem simbolizar os astros e estrelas, já que possuem pontas e pingentes que remetem aos raios de luz das estrelas ou do sol. Percebe-se que a Pachamama, ser mitológico que encarna a mãe-terra para os bolivianos, é representada, por vezes, como uma mulher dentro de um círculo, cujos seios e

vagina são desenhados em formas circulares, sendo que os seios são uma estrela e uma lua. Além disso, a Pachamama também apresenta uma coroa sobre a cabeça que possui vários pontos convexos (FIGURA 3). Dessa forma, através do figurino, Beyoncé resgata o mito da mãe-terra, para mostrar que ela possui poder sobre a vida, e tudo o que existe se origina de seu ventre. (MALAGUETA, 2016)

Figura 3. Representação da Pachamama.



Fonte: Templários de Argentina, 2017.

A capa comunica que ela faz parte de um mundo sobrenatural, como os super-heróis que ao colocarem suas capas incorporam um eu poderoso e destemido, de poderes muito superiores aos dos humanos.

Cor:

a) Descrição: Dourado.

b) Interpretação: A cor remete ao ouro, a glória, ao poder financeiro e ao prestígio social. Além disso, a cor remete as cores com que a deusa Oshun é representada. (WRIGHT, 2017)

Material:

a) Descrição: Metal. Chiffon.

b) Interpretação: O metal é usado para representar o ouro, causando brilho e trazendo uma imagem poderosa e deslumbrante que leva à admiração, à veneração e à adoração.

Composição:

a) Descrição: A coroa, o conjunto de sutiã e calcinha, assim como os adornos nos braços e pescoço são todos de metal na cor dourada. Coroa sobre a cabeça, com as flores de metal uma sobre cada lado da cabeça. Brincos pendurados nas orelhas. Colar de argolas em volta do pescoço. Colar de círculos ficam sobre o colo, circulando o pescoço. Sutiã adorna e cobre os seios e a barriga. Pulseiras sobre os antebraços. Calcinha sobre as genitálias e pende sobre parte dos quadris e coxas. A capa é dourada e feita de chiffon, um tecido leve, fino, de aspecto plissado e um pouco transparente que fica esvoaçante quando soprado pelo vento para cima.

b) Interpretação: O figurino usado por Beyoncé faz referência as roupas e acessórios usados pela divindade mitológica Oshun (FIGURA 4) nas representações que são feitas dela. Oshun é uma divindade dos iorubás, uma etnia que fica na Nigéria. Ela é conhecida com a deusa da água, como a grande mãe que possui o poder sobre a fertilidade, aquela que ensinou os homens a cultivarem a terra para dela conseguirem frutos para se sustentarem. É ela que concede às mães seus filhos. Também é muito louvada quando concede às mulheres mortais a graça de terem dois filhos gêmeos. (JAIDE, 2009; METTLER, 2017; WRIGHT, 2017)

Figura 4. Representação da deusa Oshun.



Fonte: Ocampo, 2017.

Ao usar uma composição que lembra as roupas da deusa Oshun, Beyoncé valoriza as raízes das pessoas que descendem de africanos e, além disso, constrói uma imagem de uma mulher cujo poder excede a compreensão humana e que se coloca numa posição de independência em relação a todos os outros seres, inclusive os homens, pois tudo que foi criado é na verdade fruto de suas forças. (JAIDE, 2009)

Oshun é uma das deusas mais respeitadas na cultura iorubá, e na mitologia desse povo, os deuses homens demonstram devoção e respeito a ela, pois reconhecem nela o poder da vida. (JAIDE, 2009)

Gestual:

a) Descrição: Ela está de pé, postura ereta, pescoço erguido e queixo levantado. Rosto olha para o lado esquerdo. Braço direito dobrado para cima com a mão segurando a capa. Braço esquerdo totalmente levantado, segurando uma parte da capa que flutua pelo ar. Seu cabelo é longo e também é levado com o vento.

b) Interpretação: Na religião, as partes baixas remetem ao inferno, à condenação, a queda dos anjos, a morte que conduz o sujeito a ser enterrado, a

derrota de satanás e daqueles que pecam; por outro lado, as partes altas representam o socorro, Deus, o céu, o lugar das divindades boas e poderosas, o inalcançável, a glória, o paraíso para os que foram bons. Os membros de Beyoncé, seu rosto e sua capa, todos apontam para cima, sua imagem é soberba, porém seu olhar não é arrogante. O contraste é enorme com a imagem da Santa Maria do catolicismo, a mãe de Jesus. Enquanto Beyoncé se coloca como possuidora de uma glória única que lhe dá o poder sobre a criação, Maria é sempre representada com o semblante baixo, em humilhação diante de seu filho que é mais poderoso que ela. Maria só levanta os olhos para o céu quando é para suplicar a Deus por algo. Maria, apesar de venerada entre os católicos, não possui poder próprio, nem sequer seu próprio filho foi fruto de sua biologia, mas sim do toque do Espírito Santo, como diz De Beauvoir (1970). Beyoncé rejeita a imagem de Maria, branca e propagada pela Europa que evangelizou a América, para valorizar a imagem de uma deusa negra, africana e que representa uma mulher que não necessita do homem nem mesmo quando a questão é trazer um ser-humano a terra. Na verdade, os homens têm nela a dependência de suas existências.

Plano:

a) Descrição: A câmera a fotografa de baixo, cortando as pernas dela depois dos quadris. O fundo é preto, mas há um foco de luz um pouco azulada que vem da lateral esquerda, atrás da capa.

b) Interpretação: A câmera é baixa colocando Beyoncé numa posição superior, conotando sua autoridade enquanto deusa. O dourado contrasta com o preto, fazendo referência à luz e sombra da arte barroca, época de grande luxo e excessos, os quais eram usados pela aristocracia para comunicar o prestígio que eles adquiriam por descendência, fazendo com o que os súditos os vissem como seres superiores.

### 6.3 IMAGEM TRÊS

Figura 4. Beyoncé posa dentro da água para divulgar sua gravidez.



Fonte: Pike, 2017.

Forma:

a) Descrição: Longos tecidos com algumas amarrações, ganham formas sinuosas em dentro da água.

Coroa com várias pontas de tamanhos longos e médios. Na parte da frente da coroa há rosas abertas.

b) Interpretação: Os tecidos tomam uma forma que lembram a água, devido as ondulações e a deformidade que recebem dentro dela. Sendo assim, através de sua roupa, Beyoncé e a água parecem seguir um ritmo só, como se fossem inseparáveis. Isso faz referência a deusa Oshun, pois ela é considerada a deusa da água. (JAIDE, 2009)

A coroa remete ao poder e as flores a natureza, como se ela fosse a deusa mãe, ou mãe terra, a deusa que possui poder sobre a vida e a fertilidade

Cor:

a) Descrição: Amarelo. Magenta. Azul. Rosa. Cinza. Vinho.

b) Interpretação: As três cores, magenta, amarelo e azul, lembram as cores utilizadas nas cartas de tarô. (GERENS, 2011)

O cinza representa a prata, símbolo de poder pecuniário e material.

Material:

a) Descrição: Rosas naturais. Metal. Chiffon.

b) Interpretação: O tecido leve cria uma aura sublime em torno de Beyoncé, é como se ela vencesse a gravidade, uma vez que o tecido não cai, mas flutua solto no mundo sobrenatural onde ela vive.

O metal, sendo ou não realmente de prata, ao menos remete a esse metal precioso, comunicando honra, poder, riqueza, glória.

As flores naturais comunicam a vida, a fertilidade, pois é delas que vêm o pólen que fertiliza as plantas para que deem frutos para que os animais comam e para que as plantas se reproduzam.

Composição:

a) Descrição: Tecidos feitos de chiffon. Há três tecidos de cores diferentes: azul, amarelo e magenta. Eles navegam por dentro da água, ganhando formas sinuosas.

A coroa está sobre a cabeça de Beyoncé, é feita de metal na cor branca. Na frente da coroa, também sobre a cabeça, estão as rosas, na cor rosa claro e vinho.

b) Interpretação: A composição de sua roupa traz referências diversas que estão ligadas a diferentes representações das mitologias da Grande Mãe. Suas vestes que fazem referência ao tarô remetem a imagem da Imperatriz (FIGURA 6), que é uma carta do tarô que também incorpora a ideia da Grande Mãe criadora da terra e de tudo que nela há. A Imperatriz é símbolo da fertilidade, do matriarcado, do conhecimento, dos poderes mágicos, da glória e triunfo femininos. A Imperatriz

também porta uma coroa sobre a cabeça e às vezes é representada em meio a um ambiente bucólico com várias plantas à sua volta e sua roupa é, como em todas as cartas, amarela, azul e vermelha. (GERENS, 2011; RIEMMA, 2016; TALES, 2015)

Figura 6. Carta de tarô chamada Imperatriz.



Fonte: Riemma, 2016.

#### Gestual:

a) Descrição: Seus braços ficam em 90° em relação ao corpo, e seus antebraços ficam levantados, com as pontas dos dedos da mão direita saindo um pouco de dentro da água. Seu rosto é sério, fita a câmera. Seus cabelos navegam por dentro da água, sinuosamente.

b) Interpretação: Sua pose parece estática, não porque a foto é obviamente parada, mas porque ela não parece ter feito nenhum movimento anterior ou estar pretendendo fazer um outro em seguida. Sua imagem é monumental, como se ela pudesse ou estivesse ali parada há tempos, talvez até mesmo respirando dentro da água, ou sequer precisando respirar. Dessa forma, ela parece ser um ser não humano, pois os humanos morrem se permanecem debaixo da água, ela não. Ela parece fazer parte desse mundo da água, como se ela e a água fossem uma coisa só.

Plano:

a) Descrição: A foto é para ficar de cabeça para baixo, seja porque a câmera foi posicionada de cabeça para baixo ou porque foi realizada modificações no computador posteriormente. A foto corta sua imagem a partir da metade da barriga. O cenário é o interior de alguma piscina ou algo do tipo, cuja tonalidade é um azul esverdeado. Na superfície da água há vários pontos brancos brilhosos.

b) Interpretação: A foto tirada de cabeça para baixo é diferente do modo como nós vemos o nosso mundo humano, o faz pensarmos que esse mundo onde Beyoncé está não tem as mesmas regras que regem a vida dos das pessoas no planeta Terra. A foto transmite um ar sobrenatural e mágico o qual é reforçado pelo brilho da água. A superfície da água é na verdade o chão desse lugar fantástico.

É a água um outro símbolo da deusa Oshun, que reina também sobre a água. (JAIDE, 2009)

## 7 CONCLUSÕES

Por meio dessa monografia, podemos dizer que alcançamos o nosso objetivo principal e acrescentamos um pouco de conhecimento para a área da moda e conhecimento pessoal a ser levado por toda a carreira profissional e acadêmica.

Conseguimos identificar o modo como Beyoncé se posiciona em relação ao feminismo, mostrando que o que ela faz é um posicionamento mercadológico para lucrar ao se apropriar do feminismo negro para vender sua imagem e produtos para uma grande quantidade de pessoas, mas acaba também dando visibilidade ao movimento para a massa da população.

Além disso, percebemos que Beyoncé quebra com a ideia racista que diz que os traços do corpo negro são inferiores ao do corpo branco, assim como tenta valorizar o casamento e a maternidade pois era algo que as mulheres negras não tinham direito a ter, por causa do racismo que separava as famílias e matava seus filhos.

Por fim, percebemos que o figurino usado por Beyoncé traz representações de uma mulher que se empodera por meio da gravidez e das relações familiares, e que, para passar essa imagem, ela se apropria do mito da Grande Mãe, principalmente das religiões africanas, onde as deusas mulheres são mostradas como seres superiores e poderosos e que não precisam do homem para serem valorizadas. Muito pelo contrário, os homens devem a Grande Mãe sua existência, pois ela é a criadora de tudo. Dessa forma, Beyoncé vende um mundo perfeito onde as dores das mulheres negras já não existem e elas podem ter uma família se quiserem e serem empoderadas através dela.

Outras possibilidades de pesquisa surgiram nessa monografia que podem ser estudadas depois por outros graduandos ou durante a pós-graduação. Foi focado neste trabalho sobre as roupas usadas nas fotos de divulgação da segunda gravidez de Beyoncé, mas talvez seja necessário estudar mais a fundo, em outro momento, também sobre as roupas sensuais que ela usa e quais os limites da objetificação da mulher e da valorização da negra através desses figurinos.

## 8 REFERÊNCIAS

ALEXANDER, Dan. **Beyoncé é a celebridade mais poderosa**. 2014. Disponível em <<http://epocanegocios.globo.com/Informacao/Resultados/noticia/2014/06/beyonce-foi-celebridade-que-mais-ganhou-dinheiro-no-ano-passado.html>>. Acesso em 14 de mai. de 2017.

ANJOS, Anna Beatriz; ARRAES, Jarid. **A solidão tem cor**. Disponível em <<http://www.geledes.org.br/a-solidao-tem-cor/#gs.CxV4Z60>>. Acesso em 15 de mai. de 2017.

BARNARD, Malcom. **Moda e comunicação**. Rio de Janeiro: 2003, Rocco.

BELL, Emma. **From bad girl to mad girl: British female celebrity, reality products, and the pathologization of pop-feminism**. *Genders*, nº48, 2008, pp. 1-20.

BILLBOARD. **Beyoncé**. Disponível em <<http://www.billboard.com/artist/281569/beyonce/biography>>. Acesso em 12 de mai. de 2017.

BIOGRAPHY. **Beyoncé Knowles**. Disponível em <<https://www.biography.com/people/beyonce-knowles-39230>>. Acesso em 12 de mai. de 2017.

CALLEGARI, Caitlyn. **Beyoncé explains what being a feminist means to her and it goes way beyond the label**. 2016. Disponível em <<https://www.bustle.com/articles/152215-beyonce-explains-what-being-a-feminist-means-to-her-it-goes-way-beyond-the-label>>. Acesso em 15 de mai. de 2017.

COSTA, Francisco Araújo. O figurino como elemento essencial da narrativa cinematográfica. **Revista Famecos**, Porto Alegre, nº 8, agosto de 2002.

DAVIS, Angela. **Mulheres, raça e classe**. São Paulo: Boitempo, 2016.

DE BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: a experiência vivida**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1967.

DE BEAUVOIR, Simone. **O segundo sexo: fatos e mitos**. São Paulo: Difusão Europeia do Livro, 1970.

FRESH GOSSIP. **Beyoncé strips off to chainmail bikini version of Golden Grammy's outfit to celebrate growing baby bump**. Disponível em <<http://freshgossip.net/beyonce-strips-off-to-chainmail-bikini-version-of-golden-grammys-outfit-to-celebrate-growing-baby-bump/>>. Acesso em 14 de mai. de 2017.

GERENS, Helena. **Significados práticos arcanos maiores**. 2011. Disponível em <[http://www.clubedotaro.com.br/site/m33\\_Helena.asp](http://www.clubedotaro.com.br/site/m33_Helena.asp)>. Acesso em 18 de mai. de 2017.

GOTTESMAN, Tamar. **Exclusive: Beyoncé wants to change conversation**. 2016. Disponível em <<http://www.elle.com/fashion/a35286/beyonce-elle-cover-photos/>>. Acesso em 19 de mai. de 2017.

HOOKS, Bell. **Moving beyond the pain**. 2016. Disponível em <<http://www.bellhooksinstitute.com/>>. Acesso em 15 de mai. de 2017.

JAIDE, Jon. **Oshun the African goddess of beauty, love, prosperity, order, and fertility**. 2009. Disponível em <<http://www.africaresource.com/rasta/sesostris-the-great-the-egyptian-hercules/oshun-the-african-goddess-of-beauty-love-prosperity-order-and-fertility/>>. Acesso em 17 de mai. de 2017.

JOHNSON, Telma. **Pesquisa social mediada por computador: questões, metodologia e técnicas qualitativas**. Rio de Janeiro: E-papers, 2010.

LINKE, Paula Piva. O vestuário e a cultura dos objetos. In. SIMILI, Ivana Guilherme; SALVADOR, Ronaldo, org. **Indumentária e moda: caminhos investigativos**. Maringá: Eduem, 2013. Pp. 85-106.

MACCRAKEN, Grant. **Cultura e consumo II: mercados, significados e gerenciamento de marcas**. Rio de Janeiro: MAUAD, 2012.

MACIEL, Eduardo Jorge Carvalho; MIRANDA, Ana Paula Celso de. de. **DNA da imagem de moda**. In. 5º Colóquio de Moda. Anais do 5º Colóquio de moda, 2ª edição internacional. Rio de Janeiro: Abepem, 2009.

MALAGUETA, Ana Paula. **A mãe terra e seus muitos nomes**. 2016. Disponível em <<http://devishala.com.br/a-mae-terra-e-seus-muitos-nomes/>>. Acesso em 10 de mai. de 2017.

MARCONI, Marina de Andrade. LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

METTLER, Katie. **The African, Hindu, and Roman goddesses who inspired Beyoncé's stunning Grammy performance**. 2017. Disponível em <[https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2017/02/13/these-goddesses-will-help-you-understand-beyonces-grammy-performance/?utm\\_term=.af1f52cf9af1](https://www.washingtonpost.com/news/morning-mix/wp/2017/02/13/these-goddesses-will-help-you-understand-beyonces-grammy-performance/?utm_term=.af1f52cf9af1)>. Acesso em 20 de mai de 2017.

MIRANDA, Ana Paula Celso de. **Consumo de moda: a relação pessoa-objeto**. São Paulo: Editora Estação das Letras, 2008.

MIRANDA, Ana Paula de; BEZERRA, Amilcar Almeida. **Anna Karenina: o figurino como instrumento da narrativa de marcas no cinema**. In. 10<sup>o</sup> Colóquio de Moda. Anais do 10<sup>o</sup> Colóquio de Moda, 7<sup>o</sup> Edição Internacional. Caxias do Sul: Abepem, 2014.

MORAES, Márcia Amaral Corrêa de. **PROEM: vencendo as dificuldades de aprendizagem na escola**. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2008.

MORIN, Edgar. **Culturas de massas do século XX, o espírito do tempo 1 neuroses**. Rio de Janeiro: Florence Universitária, 1997.

OCAMPO, Karl Angelica R. **Why Beyoncé deserved the Grammy's Album of the years award**. Disponível em <<http://opinion.inquirer.net/101689/thinq-beyonces-grammy-2017-performance-album-of-the-year-award>>. Acesso em 17 de mai. de 2017.

PIKE, Naomi. **Beyoncé pregnant with twins**. 2017. Disponível em <<http://www.vogue.co.uk/gallery/beyonce-pregnant-with-twins-picture>>. Acesso em 14 de mai. de 2017.

RIEMMA, Constantino K. **III. A Imperatriz: o arcano da magia sagrada, da força mediadora, da mãe**. 2016. Disponível em <[http://www.clubedotaro.com.br/site/m32\\_03\\_imperatriz.asp](http://www.clubedotaro.com.br/site/m32_03_imperatriz.asp)>. Acesso em 18 de mai. de 2017.

RODRIGUES, Cristiano. **Atualidade do conceito de interseccionalidade para a pesquisa e prática feminista no Brasil**. In. Anais do Seminário Internacional Fazendo Gênero 10. Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 Florianópolis, 2013.

ROJEK, C. **Celebridade**. Rio de Janeiro: Rococo, 2008.

SANTOS, Antonio Raimundo dos. **Metodologia científica: a construção do conhecimento**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2007.

SANTOS, Tamires Dias dos. **Theodor Adorno: uma crítica à indústria cultural**. Revista Trágica: estudos de filosofia da imanência, vol. 7, nº 2, 2014, pp. 25-36.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez Editora, 2014.

SILVA, André Luiz Carvalhal da. **Introdução à análise de dados**. Rio de Janeiro: Epapers, 2009.

SMITH, Cherise. **Why I'm not buying Beyoncé's brand of feminism**. 2014. Disponível em <<http://womensenews.org/2014/10/why-im-not-buying-beyonces-brand-of-feminism/>>. Acesso em 15 de mai. de 2017.

SNYDER, Claire. What is thrid-wave feminis? A new directions essay. **Signs**, vol. 34, nº 1, outono de 2008, pp. 175-196.

SPARGO, Chris. **Annie Lennox insists 'twerking is not feminism' and that modern music is 'disturbing' and exploitative' as she criticizes Beyoncé**. 2014. Disponível em <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-2802433/annie-lennox-slams-beyonce-saying-twerking-not-feminism-modern-music-disturbing-exploitative.html>>. Acesso em 18 de mai. de 2017.

TALES, Petronio. **O lado sombra da Imperatriz: impedindo a expansão**. 2015. Disponível em <[http://www.clubedotaro.com.br/site/m32\\_03\\_Imperatriz\\_Pettrus.asp](http://www.clubedotaro.com.br/site/m32_03_Imperatriz_Pettrus.asp)>. Acesso em 18 de mai. de 2017.

TEMPLARIOS DE ARGENTINA. **Nuestra conexión a tierra.** Disponível em <<http://www.templariosdeargentina.org/41065567>>. Acesso em 19 de mai. de 2017.

UOL. **Looks usados por Beyoncé em clipe valem mais de R\$ 330 mil, diz revista.** Disponível em <<https://estilo.uol.com.br/moda/listas/looks-de-beyonce-em-information-custaram-pelo-menos-r-338-mil-diz-revista.htm>>. Acesso em 18 de mai. de 2017.

VEJA. **Foto de Beyoncé grávida bate recordes de likes no instagram.** 2017. Disponível em <<http://veja.abril.com.br/entretenimento/foto-de-beyonce-gravida-bate-recorde-de-likes-no-instagram/>>. Acesso em 18 de mai. de 2017.

WALSH, S. M. **Beyoncé and Jay-Z net worth 2017: 5 fast facts you need to know.** 2017. Disponível em <<http://heavy.com/entertainment/2017/02/jay-z-beyonce-net-worth-salary-income-how-much-money/>>. Acesso em 13 de mai. de 2017.

WATKINS, Tom. **Azealia Banks says Beyoncé's 'Lemonade' is bad for feminism, black women.** 2016. Disponível em <<http://www.billboard.com/articles/news/7348287/azealia-banks-beyonce-lemonade-bad-for-feminism-black-women>>. Acesso em 13 de mai. de 2017.

WRIGHT, Matthew. **Revealed:** African goddess of water and fertility that blesses mothers with TWINS who Beyoncé paid homage to at last night's Grammy's (and in Lemonade). 2017. Disponível em <<http://www.dailymail.co.uk/news/article-4221100/Was-Oshun-Beyonce-s-Grammy-Award-inspiration.html>>. Acesso em 18 de mai. de 2017.

YIANNOPOULOS, Milo. **Why Beyoncé shouldn't inspire feminists, despite her VMA's performance.** 2014. Disponível em <<http://www.independent.co.uk/voices/why-beyonc-shouldnt-inspire-feminists-despite-her-vmas-performance-9689938.html>>. Acesso em 17 de mai. de 2017.