

Para debater Beyoncé na cultura pop Entrevista com Kirsty Fairclough

*Discussing Beyoncé in pop culture
Interview with Kirsty Fairclough*

Thiago Soares

Professor do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Integrante do grupo de pesquisa Laboratório de Análise de Música e Audiovisual (LAMA). Autor dos livros "Videoclipe – O Elogio da Desarmonia" (2004) e "A Estética do Videoclipe" (2014).
Email: thikos@gmail.com

Suzana Mateus

Mestranda do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE).
Email: suzanamateus09@gmail.com

ENTREVISTA

Quando o álbum "Beyoncé" foi lançado, no ano de 2013, que trazia, na canção "Flawless", trechos do discurso feminista da escritora nigeriana e ativista Chimamanda Ngozi Adichie, a pesquisadora inglesa Kirsty Fairclough nem pensava que, três anos depois, estaria lançando um livro intitulado "Beyoncé: Celebrity, Feminism and Pop Culture" ("Beyoncé: Celebridade, Feminismo e Cultura Pop") (I.B Tauris, 2016). Pesquisadora e conferencista em Mídia e Performance na School of Arts and Media da University of Salford¹ (no Reino Unido), Kirsty sempre lecionou assuntos ligados a Media Studies, Film Studies and Performance Studies. Eis que, diante do "entusiasmo de seus alunos" e interessada em analisar produtos da cultura popular midiática, começou a focar seus estudos em debates sobre celebridades. Tornou-se membro do corpo editorial do periódico internacional *Celebrity Studies* (Routledge) e passou a dedicar especial atenção à figura de Beyoncé, analisando sua trajetória, contradições e afecções políticas, que resultaram em seu livro. Integrante do Communication, Cultural and Media Studies Research Centre, um dos maiores centros de pesquisa em mídia, cultura pop e entretenimento do Reino Unido, Kirsty Fairclough concedeu esta entrevista para debater tópicos fundamentais nos enlaces sobre política, celebridades e cultura pop, no dossiê temático da **Revista Eco-Pós**.

1

Para mais informações, consultar: <http://www.salford.ac.uk/arts-media>

Revista ECO-Pós - Durante o curso de sua trajetória acadêmica, é possível perceber uma mudança de foco: há cinco anos atrás, seu interesse era, marcadamente, em séries televisivas como *Twin Peaks* e *Mad Men*. Este ano, com a publicação de seu livro “*Beyoncé: Celebrity, Feminism and Pop Culture*”, percebe-se um foco em torno da figura de Beyoncé e do Feminismo. Como se deu esta “virada”?

Kirsty Fairclough - Como acontece com muitos de nós, nossas pesquisas envolvem constantes mudanças de enquadramento e foco. Eu sempre fui interessada pelas análises da cultura popular midiática e tenho pensado sobre como o feminismo, as representações nas mídias têm afetado os sujeitos. Nestes últimos anos, venho notado que estudantes têm se engajado de maneira singular naquilo que podemos classificar amplamente sob a retranca de “celebridades”. Beyoncé parece estar na linha de frente deste engajamento. Eu nunca fui fã dela, mas passei a me interessar muito motivada pelo entusiasmo dos estudantes – através de questionamentos em torno de visões de mundo através dos gêneros, feminismo e representações.

Revista ECO-Pós - Como você define a importância de celebridades (e especificamente Beyoncé) para o feminismo?

Kirsty Fairclough - A cultura das celebridades contemporâneas tem sido rotulada através do tópico do feminismo. Isto tem proliferado discursos sobretudo em revistas populares, blogs e sites na internet fazendo perguntas do tipo: “Qual a posição de nossa celebridade favorita sobre o feminismo?”. Celebridades mulheres passaram a sentir a necessidade de tornar público filiações ou rejeições a uma certa identidade feminista. Eu diria que estes debates culturais ilustram as relações tênues e tensas entre feminismo e cultura das celebridades, ainda que estes dois “reinos” possam inclusive co-existir. Certamente acho que a cultura das celebridades tornou-se um importante lugar para a produção de sentido e de entendimento sobre o feminismo. Sobretudo, iluminando o senso comum que acredita que pautas do movimento feminista – igualdade de gênero, equiparação salarial e inúmeros outros – foram atingidos, estariam “fora de moda” ou fora de sintonia com preocupações de jovens mulheres da sociedade contemporânea. Neste sentido, o conceito de pós-feminismo tem sido uma ferramenta interessante para pensar de que modo os “quadros conceituais” do feminismo se deram dentro de determinadas culturas e ainda tentar dar conta de inúmeros debates que tentam discutir o que é e o que não é feminismo ou ainda quem pode ou não reivindicar fazer parte do que foi (ou é) o feminismo. Pensar, por exemplo, os “mandatos” de algumas celebridades dentro da cultura midiática claramente demonstra que o movimento feminista ainda importa para as instâncias midiáticas e que ressoa marcadamente no público.

Revista ECO-Pós - Não há um paradoxo com o fato de que Beyoncé é negra, enfatiza sua própria sexualidade para empoderar outras mulheres negras ao mesmo tempo em que ela pode estar colaborando com o discurso histórico de objetificação da mulher negra?

Kirsty Fairclough - Esta é uma crítica que frequentemente recai sobre ela. Concordo que há um paradoxo que precisa de interrogações mais profundas. Se olharmos para quando Beyoncé apresentou sua faixa "Formation" no Superbowl 2016, um espetáculo audiovisual de dimensões globais, radicalmente convocou questões em torno de raça e gênero nos Estados Unidos, referenciando não somente a hashtag #BlackLivesMatter (#VidasNegrasImportam) e o Furacão Katrina, mas também todo o legado dos Panteras Negras e do Black Power de maneira mais ampla. Logo depois do evento, um intenso debate nas redes sociais foi acompanhado pela exibição da performance do Superbowl e do videoclipe da canção "Formation". Discursos sobre empoderamento e objetificação foram invocados neste momento em particular.

O clipe "Formation" apresenta imagens radicais e políticas poderosas que foram concebidas para gerar debate e desafiar ideias em torno das mulheres negras e suas auto-representações. Eu argumento que Beyoncé apresenta um desafio aos modos com os quais as mulheres negras são frequentemente representadas no mainstream. A imagem de uma sulista orgulhosa de sua negritude significando sua representação é desafiadora e raramente vista na cultura popular com tamanha visibilidade. O videoclipe "Formation" é essencialmente uma narrativa de re-apropriação. Num certo momento do vídeo, Beyoncé é vista como a anfitriã de um conjunto de mulheres negras numa típica mansão sulista dos Estados Unidos. Retratos de negros e negras, individuais e coletivos, estão pendurados nas paredes – mostrando uma família numa típica vestimenta rosa africana, enquanto outro evidencia uma mulher de pele muito negra quase se misturando ao fundo da tela da imagem (também negra). De alguma forma, isto pode ser lido como a reivindicação do legado escravocrata sulista enquanto Beyoncé está frontalmente nos convocando através da imagem de uma senhora negra sobre seu guarda-sol e que dança desafiando o status quo. Isto é um descarado "não" em torno do esquecimento da história africana quando milhares de pessoas foram forçadas a deixar suas terras e emigrar especialmente para o sul dos Estados Unidos, onde a escravidão se estendeu por tanto tempo.

Revista ECO-Pós - Você enxerga, portanto, relações entre o videoclipe "Formation" e a corrente de estudos do Feminismo Negro?

Kirsty Fairclough - Estas imagens do vídeo promoveram abalos em termos de representação do Feminismo Negro. Neste clipe, mas não somente nele, temos uma das mulheres mais bem pagas no mundo do entretenimento se posicionando sobre misoginia, sexualidade, beleza da mulher negra e auto-afirmação de um modo nunca antes visto no mainstream. O álbum "Lemonade", da própria Beyoncé,

levou isso a níveis ainda mais profundos. Por tudo isso, eu diria que Beyoncé deve ser celebrada dentro e fora das esferas do Feminismo Negro, principalmente por abrir o discurso que ela explora no seu lugar de mulher famosa como agente das destrezas política e monetária.

Revista ECO-Pós - Por falar em aspectos monetários, diante de todo arsenal de imagens dispostas pelo videoclipe "Formation", pelo álbum visual "Lemonade" e pela performance da cantora no Superbowl, não poderia haver a leitura de que Beyoncé estaria "comodificando" a sua negritude?

Kirsty Fairclough - É importante não esquecermos que a mensagem política de Beyoncé está, sim, enquadrada em lógicas capitalistas. Suas performances e aparições são milimetricamente pensadas e desenvolvidas em ordenamento com as demandas de uma ávida base de fãs. Não nos esqueçamos de que todos os produtos e merchandising da canção "Formation" estavam disponíveis no site e lojas virtuais da cantora assim que o vídeo foi lançado, através de camisetas, tops e bonés com trechos da letra da faixa ("I twirl on them haters", uma tradução informal para "Dou uma 'voadora' nos que me odeiam"). Os produtos, as canções, os vídeos, as performances devem ser tomados, primeiramente e antes de tudo, como propaganda de sua materialidade comercial. Os fãs estão essencialmente "comprando" Beyoncé: o *business* e seu recém-criado ativismo se tornam um timing perfeito para a extensão da marca ilimitada que se tornou a própria Beyoncé. Ainda assim, quando este comércio vem atado com emotivas declarações políticas, é possível que alguns críticos vejam tais performances de maneira cínica e dissimulada. O que Beyoncé parece manusear com exemplar destreza é representar os fãs de maneira crucial, inspirá-los a serem seres humanos melhores e mais cidadãos, não sem antes e de maneira clara lucrar deles. Enquanto ela abraça a ideia de que "seu papel na vida é se vingar" (ou seja, se rebelar contra sistemas), ela de alguma forma está encorajando seus fãs a romper a barreira da pobreza, agarrando-se a oportunidades e sendo agraciados financeiramente com trabalho duro que mantém o seu trabalho artístico. Ainda que mascare o ativismo através da lógica da monetarização, há algo de familiar, usual e cotidiano que agencia a vida dos sujeitos dentro da dinâmica do capitalismo.

Revista ECO-Pós - Você acredita que o cenário político mundial está politizando os estudos sobre cultura pop? Qual o papel do pesquisador/acadêmico neste contexto?

Kirsty Fairclough - Sem dúvidas! Como poderia ser diferente? É mais vital que nunca interrogar o que está emergindo do mainstream e dos mercados não-mainstream também em todos os contextos. O impacto de Beyoncé na sua recente incursão nas questões políticas tem sido, sem sombra de dúvidas, poderoso, ainda que surpreendentemente se questione como as mensagens de seus álbuns e vídeos seja questionada de forma adequadamente pausada e dedicada. Mas esta não é culpa de Beyoncé, mas um problema em torno do questionamento sobre o poder das celebridades em moldar os debates culturais. Tais assertivas sempre foram e serão questionados.

Sobre nosso papel neste contexto, muito tem sido feito (ao menos no Reino Unido) de produção de conteúdo crítico sobre os produtos desta natureza. No entanto, percebo que parte deste conteúdo, digamos, acadêmico sobre cultura pop é visto com desconfiança pelo público. Neste contexto, é mais importante que nunca se engajar midiaticamente para apresentar nossas pesquisas – mesmo diante das dificuldades e interpretações distorcidas que porventura possam gerar.

Revista ECO-Pós - Sobre ativismo na cultura pop, há uma constante crítica – muito da ordem de intelectuais que replicam máximas frankfurtianas – de que seria impossível “fazer ativismo” no epicentro da indústria do entretenimento, uma vez que toda estratégia, discurso e posicionamento seria produzido sob a égide do capital.

Kirsty Fairclough - Eu tenho que concordar que é difícil, desafiador até, pensar na relação ativismo e indústria do entretenimento. Diante do quadro de abalos sísmicos e mudanças sistêmicas na política que tem afetado o Reino Unido e os Estados Unidos nos últimos anos, parece haver ameaças ao nosso trabalho de inúmeros modos. Com o resultado das eleições americanas ainda reverberando e o impacto desconhecido na arte e na cultura, nós vamos ter que gritar (como os ativistas) ainda mais e mais alto.

Revista ECO-Pós - Quais os desafios dos estudos de celebridades diante do contexto político mundial de avanço das direitas via Brexit e eleição de Donald Trump?

Kirsty Fairclough - Celebridades podem nos dizer muito sobre a vigilância sobre o corpo da mulher, sobre a circulação dos discursos feministas na mídia, assim como sobre a dialética existente entre a própria disputa em torno do termo feminismo e como ele aparece junto a algumas celebridades. Através da investigação de mídias sociais e digitais, pode-se pensar movimentos de adesão e resiliência a performances. E também das relações entre autoria, ativismo e cultura midiática pós-feminista. Como você pode ver, tenho muitos interesses no campo, sobretudo, tomando a pesquisa como um enfrentamento político.