

BEYONCÉ: ATRAVESSAMENTOS E ESPACIALIDADES DO ÍNTIMO

Raphael Pinto¹

Resumo

O artigo se debruça em uma análise dos vídeos exibidos na turnê *The Mrs. Carter Show* da cantora Beyoncé entendidos como um projeto estético popular que agencia espacialidades afetivas. O vídeo atravessado pelo pictórico e pela cinematização da arte amplia a experiência de fãs na internet em convicções intimistas na esteira de molduras autobiográficas. O aplicativo *Instagram*, microblog de fotografias, é um desses espaços onde as imagens e partilhas sensíveis legitimam afetos. Potências e pastiches do visível configuram a emergência de um rosto global e íntimo que tensiona a construção do mito, a mulher ordinária e as pensabilidades do entretenimento cotidiano.

Palavras-chave: entretenimento, estética, cotidiano, autobiografia, celebridades

Abstract

The article focuses on an analysis of the videos displayed on tour *The Mrs. Carter Show* singer Beyoncé understood as a popular design aesthetic affective agency spatiality. The video crossed by pictorial art and the cinema adaptation expands the experience of fans on the internet in intimate convictions in the wake of autobiographical frames. The *Instagram* app, photo blogging, is one of those places where the images and sharing sensitive legitimate affections. Powers and pastiches of the visible shape the emergence of a global and intimate face that tenses the construction of the myth, the ordinary woman and pensabilidades everyday entertainment.

Keywords: entertainment, aesthetics, everyday, autobiography, celebrities

Inaugurada a era das tecnologias, onde o *glamour* passa a fazer parte do imaginário da sociedade consumista capitalista, a cinematização das relações estéticas e da propaganda como agenciadora da experiência, grandes estrelas como Ava Gardner, Brigitte Bardot, Greta Garbo, Marlene Dietrich, Jane Russel, Audrey Hepburn, Marilyn Monroe, Madonna, entre outras musas que deixaram a sua marca no mercado da sedução e do fascínio, passam a pautar e perpassar estilos de vida sensíveis de diversos femininos. No entanto, o presente trabalho não se apresenta como um descritivo histórico da construção de estrelas para o consumo, do *american way of life*, das imagens cinematográficas como difusoras de mitologias, como explicou MORIN (1989), de estrelas articuladas pela propaganda, mas sim, da

¹ Discente do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano, UFF.

hermenêutica de corpos móveis, da produção de imagens autobiográficas que agenciam e partilham espaços afetivos, de trânsitos e rostos globais.

Contextualizado na partilha sensível, na arte popular entendida como uma estética, uma experiência do cotidiano e não como uma poética, como uma arte representativa como ressaltou Rancière (2012, p.32), é possível destacar os atravessamentos das imagens que percorrem os vídeos exibidos em *The Mrs. Carter Show* da cantora Beyoncé e a exploração espacialidades visuais experimentados no *Instagram*. Neste caso, assumir a perspectiva do esteta se configura como estratégia que releva a experiência estética cotidiana para pensabilidades do pastiche. É relevante enfatizar como Rancière (2012) pretende o debate estético.

"Isto é, em primeiro lugar, elaborar o sentido mesmo do que é designado pelo termo estético: não a teoria geral da arte que remeteria a seus efeitos sobre a sensibilidade, mas um regime específico de identificação e pensamento das artes: um modo de articulação entre maneiras de fazer e modos de pensabilidade de suas relações, implicando uma determinada ideia de efetividade do pensamento." (p.13).

A partir de uma perspectiva inicial é possível observar que a cantora Beyoncé se destaca entre as celebridades da atualidade por dois projetos estéticos emergentes, o primeiro deles é uma potência autobiográfica interminável (hipótese que será explicitada ao longo do presente trabalho), e o segundo é a vanguarda dos produtores envolvidos na circulação de imagens da cantora nas mídias digitais, articulando a eficácia das redes sociais e a produção de tais imagens. Um exemplo desta segunda afirmação é o álbum da cantora disponível *iTunes* para *download*. Lançado em dezembro de 2013, é um “álbum-visual” preparado para circulação na internet. O álbum “Beyoncé”, que inclui 14 faixas de áudio e 17 videoclipes, vendido apenas em conjunto, foi considerado uma ousadia comercial e artística. Além disso, “Beyoncé” difere de outros projetos que costumavam ter os lançamentos anunciados com antecedência. De acordo com a revista *Billboard*, o pacote audiovisual foi baixado 430 mil vezes em um único dia². Além de explorar as novas espacialidades de circulação com vigor e inovar as maneiras de fazer, os envolvidos no projeto estético

² <http://g1.globo.com/musica/noticia/2013/12/album-visual-de-beyonce-e-ousadia-comercial-e-artistica-conheca-clipes.html>

da cantora Beyoncé nutrem o projeto autobiográfico a partir da lógica de construção de uma da imagem de uma mulher que entrelaça cotidianos paradoxais.

A escolha de análise dos vídeos exibidos na turnê *The Mrs. Carter Show* se justifica no percurso que configura os possíveis espaços autobiográficos explorados pela cantora (o nome do show é uma homenagem ao marido, empresário, *rapper* e produtor musical, Jay-Z Carter). O objetivo deste trabalho se dá no intercalar das questões visíveis do autobiográfico, nos atravessamentos da cinematização do vídeo e do pictórico na produção visual, na ampliação e exploração de tais espacialidades nas mídias digitais, no intuito de relevar a construção de um rosto que percorre o ordinário e o célebre para experiências afetivas e móveis no *Instagram*. Suposição que talvez legitime a intimidade dos fãs para a tensão de uma rosticidade global. Beyoncé, o rosto do mundo.

As questões implicadas no "show autobiográfico" de Beyoncé sugerem trazer à luz conjunções efervescentes diante das novas possibilidades biográficas características do tecnicismo e das hibridizações da produção convergente. No presente trabalho, o show biográfico de celebridades são apresentadas e atracadas no *medium*, entendido por Sodré (2002, p.37) como uma “impregnação de esferas particulares de ação da sociedade nacional e mundial por tecnologias da comunicação, hoje predominantemente eletrônicas e cibernéticas”.

Os conflitos narratológicos do perfil célebre, os contextos e as técnicas de produção biográfica na tecnocultura, as possíveis hipóteses que abarcam este estilo de história de vida, baseados na imagem espetacular, se dirigem para virtualidade, em um novo espaço biográfico. Ao ressaltar uma análise de comunicação ampla da mídia, voltada para a tecnointeração, para comunhão, Sodré (2002) direciona as subjetividades sedentas por tecnologias para uma nova forma de vida, que se articula, depende e vive por meio da mídia, onde se formam comunidades sensíveis, solidificadas por práticas de consumo.

A partir do momento que o perfil construído se encerra, quando o sucesso midiático é alcançado, o objeto do relato de vida passa a se conformar no contexto da fama e, não mais, no que foi construído na trajetória vital. Aparenta-se que a narratividade linear deixa de ser o lugar comum das biografias. O relato em torno do momento, do instante, pode vir a ser entendido como um romance espetacular, nascente em um novo tempo biográfico.

A partir de uma concepção benjaminiana, é possível ressaltar que as autobiografias encenadas de celebridades impossibilitam a experiência narrativa e deslocam os relatos deste estilo de vida para um novo lugar, onde se narra a pobreza de experiências. O tempo e o espaço biográfico são questões intrigantes, filósofos com amplo alcance na cultura acadêmica já dissertaram sobre o problema. As impossibilidades ou as valorações, ao sentido de unidade axiológica que o relato autobiográfico ou biográfico³ pode enformar (no sentido de dar a forma), são discussões evidenciadas nos estudos narrativos, na teoria literária. Ao definir o tempo biográfico como a descrição de uma vida, onde o sujeito é tomado como objeto, Mikhail Bakhtin (2011) fornece um importante repertório para se entender as novas espacialidades e atravessamentos biográficos, do íntimo. O tempo biográfico para o lingüista russo é o que mais se assemelha ao tempo real, pois os instantes, as horas e os dias estão imersos na realidade, ao contrário do tempo aventuresco e do tempo lendário. Daí as semelhanças com o tempo referenciado e dialógico.

Quando organiza os gêneros do discurso, Bakhtin (2011, p.213) remete o tempo biográfico à “trajetória vital”, “plenamente real”, pois é ancorada em fatos da vida, está envolvida em processos de referencialidade com o tempo. Tais relatos são descritos a partir de um enredo, “nascimento, infância, anos de aprendizagem, casamento, construção do destino, trabalho, afazeres, morte, etc.”, embasados em uma força de valores que objetivam a forma romanesca deste tipo de texto.

Bakhtin acredita que o sentido biográfico está na coletividade, admite um olhar total sobre a vida, pois considera que o outro é capaz de dar a tão desejada forma plena constituída no exercício narrativo. Bakhtin (2011, p.141) adverte que a “história dessa vida pode estar na boca das pessoas”, que a contemplação da própria vida “é apenas uma antecipação da recordação dessa vida pelos outros”. Ele vai além e diz que “se o mundo dos outros goza de autoridade axiológica para mim, ele me assimila enquanto outro”.

Neste artigo, o "show autobiográfico" de Beyoncé é trabalhado a partir do fenômeno da experiência estética, que concebe a arte como experiência. (DEWEY,

³ Para Mikhail Bakhtin (2011) não existe diferença quanto à forma da biografia e da autobiografia. Portanto, a intenção inicial deste trabalho é ancorar-se neste pressuposto. Segundo ele, a forma é organizada em um processo em que não existe parasitismo, a personagem e o narrador “podem facilmente intercambiar posições: seja eu a começar narrando sobre o outro, que me é íntimo, com que vivo uma só vida axiológica na família, na nação, na sociedade humana, no mundo, ou o outro a narrar ao meu respeito, de qualquer forma eu me entrelaço com a narração nos mesmos tons, na mesma configuração formal que ele”. (p.141).

2010). A experiência estética vai além da arte, está no cotidiano, na escolha de uma roupa, no gesto de um corpo, na organização dos móveis em uma sala. Está no olhar, nas paisagens do mundo, nas sensações cotidianas, na delicadeza da vida. A experiência estética não julga ou condiciona a arte, não faz juízo de valor. "No juízo estético a razão empresta sua autonomia ao mundo sensível e é por isso que se pode afirmar que o belo é a liberdade no fenômeno". (SCHILLER, 1995, p. 17).

A alienação, talvez abstrata demais para vida cotidiana emergente, é tão ordinária ao ponto de se desconsiderar as afeições e sensibilidades do espectador? Em qual potência se dá imersão biográfica epifânica no mundo do entretenimento? Como as biografias, as histórias de vida, o ser, são legitimados por uma comunidade de fãs que os valoram? Quando o consumo e a arte tecnologizada – entendida, também, como experiência estética – se entrecruzam, o que se dá?

Para DELEUZE (2002), a composição estética passa pelas sensações e é múltipla, compõe e não exclui, a técnica. Apesar da técnica em si não ser caracterizada como composição, portanto como arte, logo como experiência estética. "Tudo se passa, inclusive a técnica, entre compostos de sensações". (p.252). Como entender o mundo do entretenimento a partir dos perceptos e afectos deleuzianos? Das molduras biográficas dadas pelo mercado? Que tipo de desvelo diante desses objetos pode nos trazer uma produção de conhecimento sobre o cotidiano emergente?

"A sensação composta, feita de perceptos e afectos, desterritorializa o sistema da opinião que reunia as percepções e afecções dominantes num meio natural, histórico e social. A sensação composta se reterritorializa sobre o plano da composição." (p.253)

Na exposição deleuziana, a composição estética não se restringe ao paradigma marxista dado à condição histórica. Dialogar a pobreza das experiências humanas vivenciadas na era pós-industrial, tal como dissertou BENJAMIM (2002), com as possibilidades afetivas e perceptivas das sensações atenta uma questão sensível evidente nas redes sociais. Talvez, RANCIÈRE (2012) aponte caminhos possíveis para a questão estética, para as práticas da arte.

"Um mundo "comum" não é nunca simplesmente o *ethos*, a estadia comum, que resulta da sedimentação de um determinado número de atos entrelaçados. É sempre uma distribuição polêmica das maneiras de ser e das "ocupações" num espaço de possíveis" (p.63).

A pretensão é entender quais são os agenciamentos que a imagem de Beyoncé provoca nesses espaços. Em seguida, será realizada uma análise dos vídeos exibidos no show, os ditos atravessamentos e intenções estéticas a as potências espaciais utilizadas como estratégias sensíveis. Tal como a ampliação das partilhas de visualidade *pop* em afetos moventes, amplificados em tecnologias móveis, no caso o *Instagram*, que permitem performances fotográficas e experimentações de imagens que direcionam afetos, a partir de uma trajetória vital, para um íntimo ilimitado.

Ao todo foram exibidas seis projeções cinematográficas entre os intervalos das músicas apresentadas em *The Mrs. Carter Show*. Na abertura são destacados castiçais eclipsados por luzes estouradas, por brancos. O valor de nobreza em utensílios cotidianos são demonstrados na encenação. Típicos de maneirimos renascentistas, o pequeno filme explora o luxo, o alvo e o dourado como formas do belo e da estrutura proporcional. O castiçal, utensílio que carrega a poesia em si, é ultrapassado por efeitos brilhantes e sobrepõe bailarinas, fumaças, sons de tambores e cantos líricos que remixam todo o cenário. Súditas desfilam adornadas por arcos marmorizados. É nessa paisagem, onde o luxo encontra o som, que emerge o rosto de uma "Beyoncé nobre". Incorporada por apetrechos poéticos, vestidos, tapetes e máscaras arrematam um rosto atravessado por luzes lunares (img.1). Um rosto lunático, imenso, branco, emerge laureado e límpido, é Beyoncé. Apenas o batom vermelho sobressai, todo o resto é a lua. O espetáculo do primeiro vídeo é apresentado em pouco mais de um minuto.

Img.1



Após o alvoroço, bailarinas desfilam na contraluz da projeção até o climax. Posicionadas em uma harmonia horinzontal, cerca de oito meninas desfilam e se mumificam até desapareceram no apagar das luzes, o vídeo é encerrado. Beyoncé,

então, se materializa, desfila com um vestido perolado, faz uma pose e endurece o rosto para o close fotográfico. Em seguida, a *pop-star* balança os ombros e a cabeça freneticamente, é uma dança. O show começa e ela afirma: "Girls, we run this motha!", trecho da canção "Run the World (Girls)". É o início de uma paisagem autobiográfica que vai se desenrolar durante todos os outros vídeos exibidos em *The Mrs. Carter Show*. A coroação de uma estrela da música, é assim que começa a apresentação. Beyoncé encena a própria biografia. Romantizada, ela é a musa de sua própria trajetória vital.

Na segundo filme (img.2) projetado, a cantora aparece em uma casa em ruínas, com objetos luxuosos envelhecidos, com paredes encanecidas. Deitada em um sofá aos pedaços, Beyoncé sofre, as imagens se desfocam e ela percorre não-lugares, sem flores, sem natureza. A musa está em crise. O luxo se desfaz e Beyoncé suplica: "todo ciclo da vida é uma linha na qual você não sabe qual é o seu papel, você se perde dentro de você mesma". E continua: "Você se transforma em algo que nem você mesmo se reconhece [...] a desolação traz a revolução, siga seu coração, você é um vencedor". Ao final da projeção ela canta "If I were a Boy".

Img.2



No filme seguinte, após desilusões amorosas na juventude (antes de se tornar "rainha"), Beyoncé se transforma em uma mulher sensual e assume o poder. Ressalta a volúpia como um presente, uma força de dominação. Então, Beyoncé Giselle Knowles, nome de batismo da artista nascida em 1981, pergunta para meninas: "o que você fará com esse poder?" No entanto, para ela, na projeção, "junto com o poder do corpo, você carrega uma grande responsabilidade, pois a sedução vai muito além da beleza", afirma Beyoncé. Neste terceiro vídeo, a descoberta do feminino, o corpo perfeito, a sensualidade, as pernas e os cabelos são os elementos ostentados (img.3).

Ela finaliza, "eu escolho a sedução e essa noite vou ser uma garota safada". Os fãs gritam e ela emplaca "Naughty Girl".

Img.3



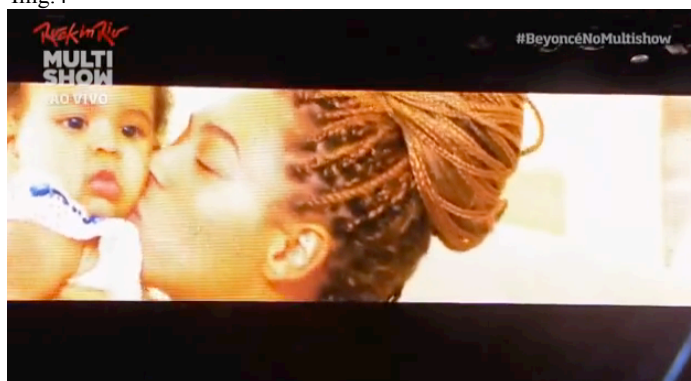
Durante todos os filmes exibidos no show as gravações são feitas em *off*. O quarto filme é o mais curto, nesta exibição ela questiona ser uma estrela e cita a famosa frase do livro "Hamlet" de William Shakespeare, "To be, or not to be", pergunta Beyoncé. Ser ou não ser, uma diva? Questão fundamental para entender a intenção estética promovida pelos produtores da cantora; aproximar a vida ordinária da vida célebre, o glamour dos palcos e a mãe de família. Afinal como questionou o filósofo francês Louis Lavelle (2012, p.81), "Não é contraditório que uma expressão seja apenas interior?". Lavelle continua e diz: "O próprio da intuição estética é espiritualizar a realidade". (p. 91). Neste caso, o show. A espiritualização do show, do espetáculo biográfico.

A quinta projeção é um ponto de virada no espetáculo, principalmente no apontamento ressaltado ao longo do descritivo, a vida célebre, o cotidiano e as espacialidades da biografia, do íntimo. A seguinte frase é o destaque do vídeo: "Essa é a senhora Knowles, ela limpa a casa, cuida dos filhos, se arruma, tem tempo para dançar e se divertir, quem não gosta dela? Você irá amá-la".

A sexta exibição é um mosaico com diversas imagens onde todo o projeto da mulher celebridade e da dona de casa exemplar é exaltado. Beyoncé, a mãe (img.4), Beyoncé ao lado do presidente dos Estados Unidos, Barack Obama, Beyoncé andando de bicicleta, Beyoncé vestida com roupas africanas. O texto do último filme exibido no show diz:

"Eu acreditei na vida, eu olhei para trás e percebi que venci. Eu deixei a minha peça no tempo. Eu vivi intensamente sem arrependimentos. Vim por uma coisa linda. Eu deixei a minha marca, meu legado, eu chorei, eu sorri, eu amei. Eu deixei algo para ser lembrado para que todos saibam que eu estive por aqui. Eu fiz e faço tudo que eu posso. Por isso, devido a toda essa intensidade, ame agora, ame sempre". (*Off* da projeção exibida na turnê *The Mrs. Carter Show* no festival *Rock in Rio*, em 2013).

Img.4



Todas as as projeções e intenções estéticas exibidas na turnê *The Mrs. Carter Show* foram plebiscitadas no *YouTube*, no *Facebook*, no *Twitter* e em diversos aplicativos e páginas da internet por estratégias de marketing. No entanto, a rede social *Instagram* parece a mais intrigante. O viés da intimidade caracteriza esta rede social, pois o fato de se "acreditar" que as fotos publicadas são tiradas e postadas pelos próprios astros, aproxima ainda mais os fãs de seus respectivos ídolos. O *Instagram* se solidifica como um espaço de produção de imagens e atravessamentos estéticos, tanto dos fãs quanto dos ídolos. Logo, o *Instagram*, se concretiza como uma tecnologia, um aplicativo agenciador de fotografias íntimas, de instantes de vida compartilhados. De autobiografias moventes. Lavelle (2012) afirma:

"De fato, no momento em que o artista procura realizar a obra visível na qual sua intuição começa a se materializar, ele deixa de ser artista e se torna um homem de ação, devendo já recorrer a uma atividade conceitual que se acrescenta à atividade puramente estética. Ora, o próprio da obra de arte é somente fixar a intuição, permitir quem a contempla reencontrar o ato criador que lhe deu origem; é sustentar a memória do artista de modo que, conservando e reproduzindo seu ato espiritual, este possa ser comunicado a seus semelhantes". (p.91).

No *Instagram*, compositores de arte comum redimensionam espacialidades afetivas e dotam milhões de sentido, os fazem curtir, lhes apresentam paisagens

espetaculares e íntimas. O *Instagram* da cantora Beyoncé é uma potência de imbricações entre consumo e arte. Os fãs se curtem na forma simbólica e imaginária, em corações vermelhos, no "humor do olho". Em afetos *touch screen*. Que condição dada determina esse afeto, composto e compartilhado, num jogo de sensações extremamente delicadas? Que tipo de vírus semiótico é capaz de tamanha proeza?

Beyoncé, "vitruviana", o rosto do mundo, ordinária e célebre, é um composto de molduras biográficas, de "lugares ditos", atravessada pela cinematização do vídeo e do pictórico. Beyoncé agencia espaços de visualidade, perceptos móveis no *Instagram*. Beyoncé corporifica espaços intermináveis. Cauquelin pronuncia (2007):

"Da Grécia a Roma, de Roma a Bizâncio, de Bizâncio a Renascença, produziram-se algumas formas que governam a percepção, orientam juízos, instauram práticas. Esses perfis perspectivistas passam de um a outro, desenham "mundos" que foram, para aqueles que habitam, a evidencia de um dado". (p.42).

As alianças singulares entre imagem e afeto em *The Mrs. Carter Show* se desdobram e se articulam em espaços comunicacionais na internet a partir de sensações ampliados pela tecnologia. Encarnados a partir de um corpo que se converte em imagem, de uma materialização que se expressa no sensível, os vídeos exibidos no show de Beyoncé relacionam experiência estética em afetos móveis.

A arte, a estética é antes de tudo um conhecimento. No entanto, o filósofo francês Louis Lavelle (idem) cita os personagens do escritor Dante Alighieri como exemplo para falar de uma vida que não está mais sob ação do tempo, de uma expressão estética que vai além da existência histórica das coisas singulares.

Bibliografia

- AUMONT, Jacques. *O olho interminável. [cinema e pintura]*. São Paulo: Cosac e Naify, 2004.
- BAKHTIN, Mikhail. *Estética da criação verbal*. 6ª edição. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2011.
- BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 2012.
- CAUQUELIN, Anne. *A invenção da paisagem*. São Paulo: Martins Fontes, 2007.
- DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. *O que é filosofia?* Rio de Janeiro: Editora 34, 1992.
- DEWEY, John. *A Arte como experiência*. São Paulo: Martins Fontes, 2012
- GUIMARÃES, César. “*A experiência estética e a vida ordinária*”. In: Comunicação e Experiência Estética. Organizadores: Guimarães, Leal e Mendonça. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.
- HALL, Stuart. *A identidade cultural na pós-modernidade*. Trad. Tomaz Tadeu da Silva, Guaracira Lopes Louro. 10. ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2005.
- LAVELLE, Louis. *Ciência, Estética e Metafísica*. São Paulo: Coleção Filosofia Atual, 2012.
- LEMONS, André. *Cultura da Mobilidade*. In: *Anais do III Simpósio da Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura*. São Paulo, 2009.
- LORIGA, Sabina. *A tarefa do Historiador*. In: GOMES, Angela de Castro. Memórias e narrativas autobiográficas. Rio de Janeiro: FGV, 2010. P. 20.
- LOPES, Denílson. “*Da estética da comunicação a uma poética do cotidiano*”. In: Comunicação e Experiência Estética. Organizadores: Guimarães, Leal e Mendonça. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006, p.117-153.
- MORIN, Edgar. *As estrelas: mito e sedução no cinema*. Rio de Janeiro: Jose Olympio, 1989.
- KELLNER, Douglas. *A cultura da mídia*. Edusc, 2002.
- RANCIÈRE, Jacques. *A Partilha do sensível*. São Paulo: Editora34, 2012

SODRÉ, Muniz. *Antropológica do espelho: uma teoria da comunicação linear e em rede*. 7ª ed., Rio de Janeiro: Vozes, 2012.

SODRÉ, Muniz. *Estratégias sensíveis. Afeto, mídia e política*. Rio de Janeiro: Vozes, 2006.

SANDVOSS, Cornel. *Quando estrutura e agência se encontram: os fãs e o poder*. Revista Ciberlegenda, UFF, 2013.

TAVARES, Denise. *O documentário biográfico e sua oferta de múltiplas identidades*. In VALENTE, Antônio Costa & CAPUCHO, Rita. *Avanca/Cinema 2011*. Avanca, Portugal: Edições Cine-Clube de Avanca, 2011.