

## Beyoncé e a Comunicação de Causas: identificação e caracterização das causas comunicadas nas canções do álbum *Renaissance* (2022)<sup>1</sup>

Júlio César Dias de OLIVEIRA<sup>2</sup>  
Luiz Antonio Santana da SILVA<sup>3</sup>

### RESUMO

Este artigo, resultante de um projeto de pesquisa, analisa o álbum *Renaissance*, da cantora estadunidense Beyoncé e suas narrativas e temáticas relacionadas a cultura negra e LGBTQIAPN+, a partir da perspectiva da comunicação de causas, com o objetivo de identificar as estratégias de relações públicas empregadas para gerar envolvimento com os seus públicos de interesse. Aplicou-se uma metodologia qualitativa para análise contextual dos discursos nas canções e nos elementos estéticos do disco. Os resultados caracterizam o álbum e suas estratégias como um meio de engajamento e comunicação de causas, atreladas a imagem e reputação da artista.

**Palavras-chave:** Beyoncé. Comunicação. Causas sociais. Relações públicas

### 1. Introdução

Na relação entre a música e o ativismo, artistas de prestígio buscam cada vez mais a aproximação com seus públicos, fomentando conscientização e comoção pública. Beyoncé, figura popular no cenário musical, destaca-se pela implementação de discursos e causas em suas produções. O estudo se propõe a analisar as mensagens relacionadas à comunicação de causas no álbum *Renaissance* de Beyoncé, com o objetivo de explicitar as estratégias artísticas e os efeitos resultantes de tal abordagem.

---

<sup>1</sup> Este artigo foi produzido no âmbito do programa de Iniciação Científica da Universidade Federal do Amazonas (PIBIC 2023/2024)

<sup>2</sup> Discente no curso de Relações Públicas na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Membro do Grupo de Pesquisa em Documentos Audiovisuais e Iconográficos (IMAGO). E-mail: [juliodiasrp@gmail.com](mailto:juliodiasrp@gmail.com)

<sup>3</sup> Docente no curso de Relações Públicas na Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal do Amazonas (UFAM). Doutor e Mestre em Ciência da Informação pelo Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação (PPGCI), Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho (UNESP), Campus de Marília. Bacharel em Relações Públicas pela Universidade Cruzeiro do Sul (UNICSUL). E-mail: [luizsantana@ufam.edu.br](mailto:luizsantana@ufam.edu.br)

De acordo com o *The Guardian* (2022), este álbum “exorta os ouvintes a abraçarem o prazer de todo o coração”, referindo-se particularmente a cultura negra e pessoas lésbicas, gays, bissexuais, transexuais, queer, intersexuais, assexuais e demais orientações sexuais e identidades de gênero (LGBTQIAP+), exaltando a excelência e estimulando o engajamento destes públicos através de letras aproximativas. Sendo assim, este artigo visa compreender o seguinte questionamento: como o álbum *Renaissance* de Beyoncé, através de suas canções, comunica as causas que são pautas de grupos minorizados? Portanto, este estudo se justifica considerando que a música tem a capacidade de estar inserida num viés composto pela língua, cultura, ideologia e imaginário, promovendo o entendimento das causas e referências, além de exercitar a construção de sentidos, de leitura e interpretação dos discursos. Assim, acredita-se que através de suas músicas e referências, mais especificamente do álbum *Renaissance* (2022), Beyoncé cria um discurso que busca engajar o público em discussões sobre a importância da representatividade e da valorização da cultura negra, além de celebrar movimentos sociais.

Para a realização desta análise foram utilizadas referências bibliográficas, entrevistas, filmes, documentários sobre a cantora, suas obras, canções e seus impactos. As leituras no campo da Comunicação Social – Relações Públicas (estratégias e meios de comunicação, comunicação de causas no ambiente digital e públicos de interesse), bem como no campo da Filosofia e Sociologia, visando compreender os conceitos de crítica social e comunidade, serão exploratórias, a seletiva, a analítica e a interpretativa, conforme recomenda Gil (2010), após a pesquisa bibliográfica e revisão de literatura.

A partir das leituras, foram produzidos fichamentos das obras consultadas. As informações qualitativas foram analisadas e compiladas, permitindo conhecer melhor o objeto de estudo, isto é, a história da cantora, origens, características e linguagem musical, bem como as estratégias de comunicação e seus meios, visando caracterizar o álbum *Renaissance* e suas canções como mecanismo de crítica social.

### **1.1 Comunicação de causas: abordagem conceitual**

Comunicar, no contexto mais amplo, implica em demonstrar, transmitir e propagar mensagens. Envolve a escuta ativa, a troca de informações e o estabelecimento de conexões com o outro. O principal objetivo é desenvolver senso crítico e identificação com a mensagem, fornecendo algo novo ou familiar, diferente ou aparentemente indiferente.

Ao tratar da comunicação de uma causa específica, torna-se necessário ultrapassar as práticas comunicacionais tradicionais. De acordo com o Instituto Arapyaú (2016), a comunicação de causas fundamenta-se no bem comum, com o objetivo de promover o engajamento da sociedade em torno de comportamentos que respondam a demandas sociais urgentes, as quais requerem transformações. Essas causas abrangem temas como equidade de gênero, direitos da comunidade LGBTQIAPN+, questões raciais, ativismo ambiental, proteção animal, entre outros. Comunicar uma causa envolve, conseqüentemente

Colocar um tema na agenda da sociedade, mobilizar os convertidos, conquistar os indiferentes e influenciar os tomadores de decisão com o objetivo de mudar a realidade social, cultural, econômica e ambiental por meio da sensibilização do público e de mudanças nas políticas públicas (Instituto Arapyaú, 2016, p. 7).

Para tal finalidade a comunicação deve possuir caráter estratégico, promovendo um diálogo contínuo. A objetividade está no apoio à organização, pessoa ou marca com a identificação de um problema e propor estratégias para solucioná-lo, por meio de uma narrativa que estabeleça uma conexão com os públicos de interesse. A comunicação quando aplicada estrategicamente tem resultados significativos, ao desempenhar um papel provocador que contribui para incitar reflexões relacionadas a uma causa, alcançando assim o seu objetivo.

Comparada ou referenciada como marketing/publicidade social, a comunicação de causas, trata-se da prática que se apropria de estratégias para promover e comover o público em relação a uma causa social, ambiental ou humanitária. Tal abordagem visa mobilizar a sociedade para a adoção de valores, comportamentos e ações que contribuam para o bem comum. A interligação entre marketing social, responsabilidade

social corporativa e comunicação de causas destaca a relevância do envolvimento para promover o bem-estar da sociedade.

Garcia (2004) estabelece uma comparação entre a publicidade social e a publicidade tradicional, assim como entre o marketing social e o marketing convencional, ressaltando que a principal distinção está no fato de que, na publicidade social, o "produto" comunicado é a causa em si. Nessa perspectiva, a causa torna-se o objeto central da mensagem, substituindo o foco tradicional em bens ou serviços.

Requero (2008), por sua vez, propõe uma categorização detalhada da publicidade social, diferenciando-a em duas modalidades principais: a publicidade sem fins econômicos diretos, cujo objetivo é a conscientização e mobilização social, e a publicidade comercial com causa, que combina a promoção de produtos ou serviços com o apoio a projetos sociais, destinando parte dos lucros a essas iniciativas. A outra modalidade é uma estratégia conjunta, na qual o objetivo comercial se une ao compromisso social, integrando a responsabilidade das corporações com a geração de impacto positivo na sociedade.

Ambas as formas de publicidade social desempenham um papel crucial na promoção de mudanças comportamentais e na sensibilização pública em prol do bem comum, seja por meio da mobilização direta para uma causa, seja pelo envolvimento do consumidor em práticas de consumo consciente que contribuem para o desenvolvimento de projetos sociais. Peruzzo (2007) traz uma concepção de comunicação que envolve cidadania e desenvolvimento social que envolve indivíduos inseridos em movimentos sociais, não apenas como meros receptores das mensagens, mas protagonistas dos conteúdos e da gestão dos meios de comunicação.

Os movimentos sociais e as demais organizações sem fins lucrativos, uma vez percebendo-se ausentes da grande mídia na representação de seu modo de vida e de suas necessidades comunicacionais, passam a forjar uma comunicação própria, que em última instância participa de um processo de mobilização visando a transformação social (Peruzzo, 2009, p. 53).

Nesse sentido, as causas podem ser entendidas como resultados dos ideais coletivos que envolvem um processo contínuo de persuasão e ajuste de expectativas

dos atores sociais envolvidos. As decisões comunicativas, portanto, são fundamentadas em uma análise crítica das dinâmicas sociais e das necessidades da comunidade, visando criar um impacto positivo e sustentável na sociedade (Pompeu & Perez, 2020).

A comunicação de uma causa de forma eficaz dá-se pelo intuito de meramente informar, ou apenas transmitir uma mensagem sem o intuito de comover ou projetar ideias ou ideais de um coletivo. Desse modo, a estratégia deve promover e priorizar ações que provoquem impacto positivo.

De acordo com o Grupo de Instituições Fundações e Empresas (GIFE), em um infográfico publicado em 2019, a estrutura das mensagens deve ser o contrário da abordagem “problema, solução e ação”, incorporando os valores e objetivos inicialmente, promovendo assim a mudança de opiniões.

**Figura 1: Infográfico com os 8 princípios da comunicação de causas**



Fonte: Anat Shenker-Osorio e Center for Community Change (2019)

Considerados os princípios, deve-se destacar os objetivos por trás da mensagem, destacando e potencializando a capacidade de persuasão, além de evitar proliferação

da desinformação. Ao incorporar os valores, expondo os impactos relacionados à causa, consequentemente favorece-se a aceitação por parte dos públicos que se opõem. A convergência conduzida de forma racional fortalece a estratégia de potencializar uma base que apoia e engaja a causa.

### 1. Beyoncé: vida e obra

Beyoncé Giselle Knowles-Carter, mulher negra, cantora, compositora e atriz, nascida em 4 de setembro de 1981, na cidade de Houston, localizada no estado do Texas, filha de Tina e Matthew Knowles. De acordo com a People (2007), Beyoncé teve contato com a música e as artes desde a infância, período em que seus pais a incentivaram a participar de competições de canto e dança, permitindo que desenvolvesse seu talento e sua habilidade de cativar o público desde cedo. Profissionalmente a sua carreira musical começa no grupo *Girls Tyme*, em 1990, que explorava vertentes do Hip Hop. Em 1997, a formação do grupo culminaria em outro chamado *Destiny's Child*, ganhando popularidade no começo dos anos 2000 com suas canções baseadas no estilo musical *R&B (Rhythm e Blues)*. Após deixar o grupo em 2003, Beyoncé lançou *Dangerously in Love*, seu primeiro álbum de estúdio em carreira solo. O disco apresentou canções com desempenho considerável, conforme dados divulgados pela *Billboard* (2003).

Após o encerramento oficial de atividades do *Destiny's Child* em 2006, Beyoncé dedica-se a carreira solo, e seus lançamentos a partir deste ano tem predominância de diversas sonoridades, desde a revisitação ao *R&B* e *Hip-Hop* no *B'Day* (2006) até a aplicação de uma sonoridade cada vez mais pop, explorando tendências musicais nos próximos lançamentos. Em *I am... Sasha Fierce* (2008), Beyoncé tem uma virada na carreira com o lançamento em formato duplo (audiovisual) com sucessos como *Single Ladies (Put a Ring on It)*, *Diva*, *Halo* e outras canções que ganharam videoclipes, dando um vislumbre do que viria a seguir. O álbum *4* (2011), seu quarto trabalho de estúdio, além de incluir diversas canções que alcançaram bom desempenho nas vendas físicas e digitais, é descrito pela *Pitchfork* (2011) como o mais pessoal da artista. Esse caráter

Íntimo é evidenciado pelo lançamento conjunto de um documentário, no qual a cantora apresenta aspectos mais vulneráveis de sua vida e trajetória artística.

Beyoncé mostrou em seus álbuns seguintes que gosta de surpreender os fãs ao lançar de surpresa álbuns visuais, numa estratégia contrária ao marketing tradicional e o resultado foi um impacto associando esta estratégia de lançamentos surpresas à cantora. No disco autointitulado *Beyoncé* (2014), o arranjo explora sua versatilidade com músicas dançantes que manifestam desde o seu carinho pelos fãs até suas vivências e personalidade impostas em trabalhos anteriores.

A aspiração para dialogar com seus públicos tomou conta de *Lemonade* (2016), seu sexto álbum de estúdio que aborda temáticas raciais, políticas e sociais que agradou a crítica especializada e seus admiradores, tendo como resultado o sucesso de vendas, sendo o disco mais bem sucedido de 2016, segundo a Federação Internacional da Indústria Fonográfica (IFPI) em 2017, vendendo cerca de 2.5 milhões de cópias naquele ano.

No material visual do *Lemonade*, a artista apresenta uma narrativa pautada nas complicações da vivência da comunidade negra na sociedade. Em “*Formation*”, por exemplo, a montagem de cenas exibe de forma crítica a violência policial, retratada em uma cena emblemática em que uma criança surge dançando diante de uma linha policial, ressaltando a vulnerabilidade infantil em face da violência.

**Figura 2: criança dança em frente de policiais**



Fonte: Reprodução/YouTube, 2016

O videoclipe é ambientado em Nova Orleans, cidade conhecida dos Estados Unidos, por preservar a cultura afro-americana. Em determinadas cenas, a artista é retratada na enchente, remetendo o resultado da devastação do furacão Katrina. Esta escolha narrativa evidencia a crítica ao acesso da população a serviços de saúde e assistência social.

Luto de uma comunidade — Alguns moradores dizem que a atmosfera da cidade, antes mais afro-caribenha e creole do que americana, mudou. Grande parte da população nunca retornou. Nova Orleans perdeu 100.000 habitantes em comparação com o período pré-Katrina e muitos moradores atuais são recém-chegados. A população negra perdeu 115.000 pessoas, baixando a 60% da população total em 2013 contra 68% em 2000, de acordo com o último censo. (VEJA, 2015)

A representação visual evidencia o vínculo entre a vivência histórica da comunidade afro-americana em relação a episódios de violência ou traumáticos, que, ao serem representados artisticamente, reflete as implicações socioeconômicas e humanitárias desses acontecimentos ao longo do tempo.

**Figura 3: Beyoncé em cima de viatura policial**



Fonte: Reprodução/YouTube, 2016

Lançado em julho de 2020, *Black is King*, na plataforma Disney+, projeto é oriundo da narrativa do *live action* de O Rei Leão (2019), no qual Beyoncé contribuiu para a trilha sonora com o álbum *The Lion King: The Gift*. No enredo é destacada a trajetória de um jovem negro em paralelo à de Simba (O Rei Leão), personagem principal

da animação e filme *live action*, em busca da redescoberta de sua identidade, autoafirmação como rei e ascensão ao trono.

**Figura 4: Beyoncé e dançarinas em trecho dos visuais de *Black is King***



Fonte: Reprodução/ Disney+, 2020

O projeto se destaca pela ênfase na espiritualidade e ancestralidade, representando temáticas como a representatividade negra nos meios de comunicação, além de valorizar comunidades afrodescendentes e suas religiões retratando a sacralidade dos orixás, além de estimular a autoestima coletiva, objetificando assim o compromisso da artista em manter-se engajada nas temáticas raciais. A obra configura-se como uma plataforma de resistência e resgate de memória de narrativas e vivências da população negra.

### **3. Identificação e caracterização da comunicação de Causas em *Renaissance*: contexto, conceito, referências e letras**

O lançamento de "*Renaissance*", em 29 de julho de 2022, marcou o início de uma trilogia. O disco reúne referências da época de ouro da *Disco Music* e do *House*, estilos norte-americanos que emergiram da cultura negra dos anos 1970 e 1980, mais precisamente em Chicago, cidade berço dos ritmos. A versatilidade da artista mostra-se presente em algumas faixas que exploram outros gêneros afro-diaspóricos como o *Dancehall* ou o *Funk*, com momentos mais calmos, que destacam os vocais da artista.

A composição das canções abre margem para a celebração da cena *Ballroom*,

movimento social-político-cultural que teve origem nos Estados Unidos na década de 70. composta pelas comunidades negra, LGBTQIAPN+ e latina, a cena é caracterizada pela organização de eventos conhecidos como *balls*, geralmente divididos em blocos e categorias de moda, dança e performance, que fomentam a competição além de funcionar como espaço de pertencimento a esses públicos. Com a inserção destes elementos em *Renaissance*, a artista, em consequência

Manteve-se fiel à cultura queer na sua música que Beyoncé desafia estas normas e preconceitos que há muito tempo suprimem as vozes LGBTQ+ em todas as vertentes da vida. O seu álbum é, portanto, um ponto de encontro, convidando ouvintes e fãs de todas as identidades a envolverem-se e apreciarem as experiências multifacetadas da comunidade LGBTQ+ (Kolli, 2023, tradução nossa).

Ao reforçar seu compromisso de celebrar os movimentos sociais, respeitar a história e adicionar participações de Big Freedia e Kevin Aviance, pessoas importantes da cena, a artista representa uma influência e ativismo, usando sua plataforma e voz como potencializador dessas narrativas.

### 3.1 O legado cultural de *Renaissance*

Colecionando recordes, o álbum se destacou em sua semana de estreia. A *Variety* destacou que, com 332 mil cópias vendidas, somando vendas digitais, físicas e *streams*, Beyoncé alcançou a melhor semana de lançamento por uma artista feminina em 2022, provando a força da artista, agora na era dos *streamings* e *challenges* de aplicativos de dança, ciberespaço este que também impulsionou as canções e gerou divulgação orgânica do projeto musical. A presença digital da artista de forma holística foi percebida gradativamente a cada criação de seus fãs e entusiastas do seu trabalho, contribuindo para a consolidação da mensagem de libertação e celebração projetada nas músicas e reforçada pela mesma a cada publicação em sua página do *Instagram*. A crítica especializada reconheceu o projeto e seu rico conteúdo artístico e cultural, empoderando corpos negros e LGBTQIAPN+, elogiando e dando crédito a sensação positiva ao ouvir o mesmo, como destaca Juliane Esobedo Shepherd do veículo *Pitchfork Media*:

*Renaissance* é inerentemente sobre corpos ondulando no escuro, sob luzes estroboscópicas; agência sexual; e as mulheres negras queer e trans que são

politizadas e as pessoas mais ameaçadas entre nós . Como o movimento físico foi necessariamente restringido durante o isolamento da pandemia, os efeitos dissociativos de não ser visto se tornaram prejudiciais e libertadores . *Renaissance* é uma prescrição de comando para ser percebido novamente, sem julgamento. Ouvindo o álbum, você pode sentir as sinapses se reunindo uma por uma, desfrutando da sensação desconhecida de se sentir bem, mesmo que apenas por sua duração de uma hora (Sheperd,2022, tradução nossa).

Consequentemente, a manutenção de uma reputação e imagem consistentes e coerente com as expectativas de sua audiência é uma escolha estratégica para a artista, visto que isto evidencia seu compromisso com a pluralidade destes indivíduos. Ao incorporar e apropriar destes segmentos e contextos da arte, Beyoncé não apenas desenvolve e reforça seu compromisso cultural, mas também fortalece sua conexão com audiências que valorizam a inclusão e a reafirmação identitária como instrumentos e/ou elementos essenciais de expressão artística.

**Figura 5: Beyoncé em um ball**



Fonte: Encarte do álbum *Renaissance*, 2022

Com o sucesso do álbum também nas paradas musicais do mundo, e na *Billboard Hot 100*, dos Estados Unidos, emplacando todas as 16 músicas presentes no álbum na semana de lançamento, além do *single* “*Break My Soul*” alcançar o topo, Beyoncé colheu os frutos do sucesso do disco no *Grammy Awards* de 2023, se consagrando a artista que mais premiada na história, e na ocasião conquistou os troféus de “Melhor Gravação de Dance/Eletrônico” por “*Break My Soul*”, “Melhor Álbum de Dance/Música Eletrônica”

pelo “*Renaissance*”, “Melhor Canção de R&B” por “*Cuff It*” e “Melhor Performance de R&B Tradicional” por “*Plastic off the Sofa*”.

Em maio de 2023, no Friends Arena, em Estocolmo, Suécia, Beyoncé deu início à “*Renaissance World Tour*”, que se estendeu até outubro do mesmo ano. No decorrer da turnê a artista representou os conceitos e narrativas presentes no disco nos palcos com performances elaboradas, se destacando por unir os elementos da subcultura *Ballroom*, se posicionando artisticamente como uma aliada do movimento.

**Figura 6: Beyoncé e dançarinos durante show da *Renaissance World Tour*, em Amsterdam**



Fonte: Perfil do *Instagram* da artista, 2023

O material visual da turnê, *Renaissance*: um filme de Beyoncé foi lançado em 1º de dezembro nos Estados Unidos, seguido pela estreia mundial em 21 de dezembro, e marcou um evento significativo na carreira da artista, expandindo a narrativa do álbum e da turnê para um novo meio. Recebido com aclamação tanto pelo público quanto pela crítica, o filme arrecadou US\$28 milhões em seu primeiro fim de semana de exibição, totalizando US\$44,4 milhões em bilheteria global, conforme relatado pela Forbes. Além do sucesso comercial,

O filme é uma humanização eficaz de uma estrela naturalmente retraída. A última vez que Beyoncé tentou esse tipo de auto documentário foi há 10 anos com '*Life Is But a Dream*'. Esse filme era a ideia de extroversão de um

introvertido. "*Renaissance*" é menos enclausurado (Morris, 2023, tradução nossa).

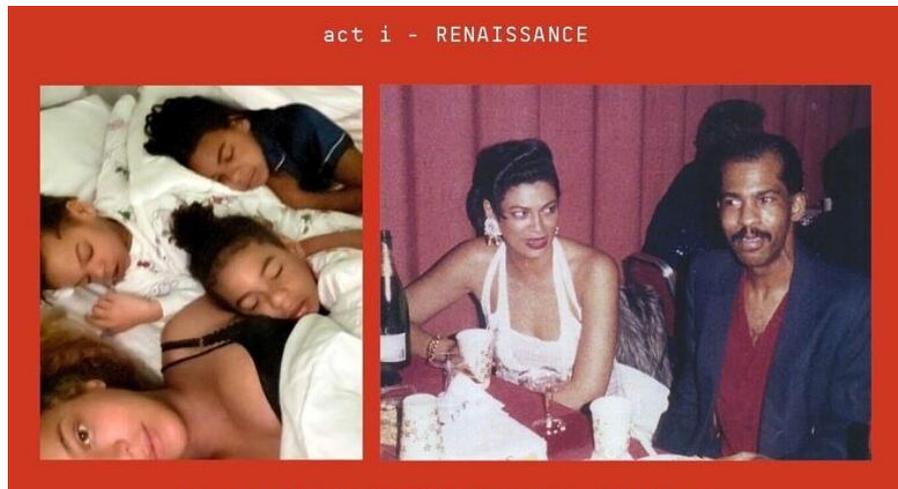
O lançamento global do filme incluiu uma visita da artista ao Brasil, que serviu como estratégia de divulgação no mercado internacional, mas também reforçou sua conexão com o público brasileiro que também simpatiza com as lutas por causas semelhantes.

### **3.2 Análise das causas comunicadas nas letras**

Por meio da análise crítica das letras, ponderação dos contextos inseridos no álbum, buscou-se compreender como a artista utiliza a música para promover o diálogo acerca das causas sociais, além de explorar temas como sexualidade, empoderamento feminino e identidade racial, a artista conseqüentemente comunica seus públicos acerca de causas que a mesma apoia e defende.

Concebido em um momento difícil para a sociedade, em pleno auge da pandemia do covid-19, o *Renaissance* serve como uma 'válvula de escape', algo que a artista destaca em parte da dedicatória: "(...) minha intenção foi criar um lugar seguro, sem julgamento, um lugar para ser livre de perfeccionismo e muitos pensamentos, um lugar para gritar, se jogar, se sentir livre. Foi uma linda jornada de exploração." (Beyoncé, 2022). A artista ainda direciona agradecimentos ao seu tio Johnny, ressaltando que suas influências culturais (além de suas vivências como um homem gay) refletiram no álbum.

Figura 7: Beyoncé, Blue Ivy, Rumi e Sir Carter (esquerda), Tina e Johnny Knowles (direita)



Fonte: Encarte do álbum *Renaissance*, 2022

Trazendo uma sensação de pertencimento e aproximação por parte dos ouvintes. As mensagens e códigos foram explanados na idealização deste artigo, após leitura e escuta das músicas, além da seleção das que possuem temáticas e abordagem da comunicação de causas. Os trechos e a identificação e caracterização das causas estão destacados no quadro a seguir:

**Quadro 1, canções do *Renaissance* (2022)**

Música	Letra (inglês)	Letra (português)	Identificação e das causas
<p><i>Cozy, Renaissance</i> (2022)</p>	<p><i>(I'm dark brown, dark skin, light skin, beige)</i>  <i>(Fluorescent beige, bitch, I'm black)</i></p> <p><i>"Black like love too deep            Dance to the soles of my feet            Green eyes envy me            Paint the world pussy pink            Blue like the soul I crowned            Purple drank and couture gowns            Gold fangs a shade God made            Blue, black, white and brown            Paint the town red like cinnamon            Yellow diamonds, limoncello glisterin'            Rainbow gelato in the streets"</i></p>	<p>(Eu sou marrom escuro, pele escura, pele clara, bege)            (Bege brilhante, v*dia, eu sou preta)</p> <p>"Preta como um amor profundo            Danço até a sola dos meus pés            Olhos verdes me invejam            Pinte o mundo de rosa da cor da vagina            Azul como a alma que eu coroei            Roxo como <i>purple drank</i> e vestidos feitos à mão            Caninos dourados é uma cor que Deus fez            Azul, preto, branco e marrom            Pinte a cidade de vermelho como canela            Diamantes amarelos, <i>limoncello</i> brilhante            Sorvete de arco-íris nas ruas"</p>	<p>Causa identificada: Ativismo negro e LGBTQIAPN+.</p> <p>Caracterização da causa: Exalta a diversidade dos tons de pele negra, além de referenciar as cores da bandeira LGBTQIAP+</p>
<p><i>Alien Superstar, Renaissance</i> (2022)</p>	<p><i>"Unique            That's what you are            Stilettos kicking vintage crystal off the bar            Category: Bad bitch, I'm the bar (ooh)            Alien superstar            Whip, whip"</i></p> <p><i>(We dress a certain way)            (We walk a certain way)            (We talk a certain way)            (We create a certain way)            (We paint a certain way)            (We make love a certain way)            (You know, all of these things we do in a different)            (Unique, specific way that is personally ours)</i></p>	<p>"Única            Isso que você é            Saindo do bar de salto agulha com cristais antigos            Categoria: Fod*n*, eu sou a referência"</p> <p>(Nós nos vestimos de um certo jeito)            (Nós andamos de um certo jeito)            (Nós falamos de um certo jeito)            (Nós criamos de um certo jeito)            (Nós pintamos de um certo jeito)            (Nós fazemos amor de um certo jeito)            (Você sabe, todas essas coisas que fazemos de um jeito diferente)            (Único, que é totalmente nosso)</p>	<p>Causa identificada: <i>Ball culture</i>, movimento marjoritariamente LGBTQIAPN+, negro e latino.</p> <p>Caracterização da causa: Usa jargões característicos da cena <i>Ballroom</i>, celebrando a singularidade dos indivíduos inseridos neste contexto.</p>

<p><i>Break My Soul, Renaissance (2022)</i></p>	<p><i>"Now, I just fell in love, and I just quit my job I'm gonna find new drive, damn, they work me so damn hard Work by nine, then off past five And they work my nerves, that's why I cannot sleep at night"</i></p>	<p>"Acabei de me apaixonar e larguei meu emprego Vou encontrar uma nova meta, caramba, eles me fazem trabalhar tanto Começo às nove e passo das cinco E eles me estressam, por isso não consigo dormir de noite"</p>	<p>Causa identificada: Exploração por parte do sistema capitalista.</p> <p>Caracterização da causa: Crítica ao sistema capitalista, além de referenciar a demissão em massa crescente nos Estados Unidos na época da <i>disco music</i>.</p>
<p><i>Heated, Renaissance (2022)</i></p>	<p><i>"Tip, tip, tip on hardwood floors Ten, ten, ten across the board (with a waist that whine like this) Give me face, face, face, face, face, yah Your face card never declines, my Gawd (ooh, ooh) Eat it, eat it, eat it, eat it, eat it (...) Fan me off, watch my wrist go click Fan me off, I'm hot, hot, hot Like stolen Chanel, lock me up in jail Cuff me, please, 'cause this ain't fair Dripped in my pearls like Coco Chanel Uncle Johnny made my dress That cheap spandex, she looks a mess"</i></p>	<p>"Ponta, ponta, na ponta dos pés no chão de madeira Dez, dez, dez em todos os sentidos (com uma cintura que balança assim) Me mostre seu rosto, rosto, rosto, rosto, rosto, yah Seu rosto está sempre lindo, meu Deus (ooh, ooh) Arrase, arrase, arrase, arrase, arrase (...) Me abane, estou quente, quente, quente Como Chanel roubado, me prenda na cadeia Me algeme, por favor, porque isso não é justo Pingou nas minhas pérolas como Coco Chanel Tio Johnny fez o meu vestido Aquele elastano barato, ela está uma bagunça"</p>	<p>Causa identificada: <i>Ball culture</i>, movimento marjoritariamente LGBTQIAPN+, negro e latino</p> <p>Caracterização da causa: Alusão às notas e categorias usadas em bailes de <i>voguing</i></p>

Fonte: Elaborado pelos autores, 2024

Considerando a análise das músicas de *Renaissance*, foi possível perceber o interesse da artista em se comunicar com seu público, isso se evidencia tanto pela composição das letras quanto pela construção simbólica. Em *"Cozy"*, ao descrever a diversidade de tons de pele negra e também as cores da bandeira da comunidade LGBTQIAPN+, destacando a pluraridade destas identidades e orientações.

Em *"Alien Superstar"* e *"Heated"*, a artista utiliza o dialeto da cena *Ballroom*, constantemente reproduzido nos eventos (*balls*), por um ou uma MC (mestre de cerimônias), figuras responsáveis por conduzir e animar a competição, e que geralmente utilizam o exagero, sarcasmo e a teatralidade em suas falas, a artista utiliza o discurso

com a intenção de empoderamento e pertencimento por parte do público. Finalmente, em *“Break my Soul”*, a narrativa possui caráter provocador em relação ao sistema capitalista, explanando a insatisfação com condições de trabalho exploratórias.

### **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Analisar e estudar a trajetória de uma figura pública como Beyoncé permitiu compreender não apenas seu sucesso como cantora pop, mas também trouxe entendimento da eficácia que as estratégias de comunicação e relações públicas, ao impulsionar discursos e princípios, que conseqüentemente reverberam positivamente na audiência que os compartilham.

Neste sentido, a artista alcança um dos objetivos da comunicação de causas, no sentido de não apenas compartilhar mensagens, mas estabelecer um diálogo e pertencimento com sua arte. Ao se impor como um ativista em prol do engajamento sociopolítico, Beyoncé reinventa o papel de personalidades da mídia na contemporaneidade, correspondendo a uma expectativa de públicos semelhantes ao da cantora, que esperam que figuras públicas utilizem suas plataformas e influência em prol de fomentar e promover transformações sociais significativas.

Em suma, é pertinente considerar expressões artísticas como objeto de estudo e pesquisa da comunicação social, endossando, principalmente, a percepção pública em relação às estratégias de manutenção de reputação e imagem, considerando a importância de uma abordagem crítica engajada com a expectativa dos públicos de interesse.

## REFERÊNCIAS

BILLBOARD; RYS, Dan. **Beyoncé's 'Lemonade' Highest-Selling Album Globally in 2016; Drake Lands Top Song: IFPI.** Music, 2017. Disponível em: <https://www.billboard.com/music/rb-hip-hop/ifpi-beyonce-lemonade-highest-selling-album-2016-drake-song-7775037/>. Acesso em: 8 fev. 2024.

BILLBOARD. **Beyoncé: Chart History.** Artist, 2023. Disponível em: <https://www.billboard.com/artist/beyonce/chart-history/hsi/>. Acesso em: 24 jan. 2025.

FUNDAÇÃO TIDE SETUBAL. **Comunicação de Causa:** reflexões e provocações para novas narrativas. São Paulo. 2020

GARCIA, E. F. **La Publicidad Social.** Repositorio Institucional de la Universidad de Alicante. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10045/15710>. Acesso em: 10 nov. 2023

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 5 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

GRUPO DE INSTITUTOS, FUNDAÇÕES E EMPRESAS (GIFE); MORAES, Mariana. **Elementos da comunicação de causas.** Notas Técnicas, 2021. Disponível em: <https://sinapse.gife.org.br/download/elementos-da-comunicacao-de-causas>. Acesso em: 12 jan. 2024.

IACOMELLI, P. Kandinsky e a Alternativa ao Verbal. In: JANEIRA, A. N. (org). **A construção visual entre as artes e a ciência.** São Paulo: Arké, 2006.

INSTITUTO ARAPYAUÍ. O fluxo das causas: Os desafios da comunicação de causas sociais depois da revolução digital. **Um estudo sobre comunicação de causas,** Site Instituto Arapyauí, 2016. Disponível em: [https://arapyau.org.br/wp-content/uploads/2019/05/o\\_fluxo\\_das\\_causas.pdf](https://arapyau.org.br/wp-content/uploads/2019/05/o_fluxo_das_causas.pdf). Acesso em: 21 jan. 2024

KOLLI, Vikram. **Unveiling the Queer Renaissance: Beyoncé's Recognition of Voguing and House Music.** The art of politics. 4 set. 2023. Disponível em: <https://harvardpolitics.com/queer-renaissance-beyonce/>. Acesso em: 8 fev. 2024.

MORRIS, Wesley. **'Renaissance: A Film by Beyoncé' Review.** Peak Performance: The concert film offers a comprehensive look at a world-conquering tour and rare insight into the process of one of the world's biggest stars, 2023. Disponível em: <https://www.nytimes.com/2023/12/01/movies/renaissance-a-film-by-beyonce-review.html>. Acesso em: 15 ago. 2024.

PITCHFORK. **Beyoncé**: 4 Album Review, 2011. Disponível em:  
<https://pitchfork.com/reviews/albums/15585-4/>. Acesso em: 24 jan. 2025.

POMPEU, Bruno; PEREZ, Clotilde. As contribuições da publicidade de causa na construção de um novo lugar para o consumo. **Mídia e cotidiano**, v. 14, n. 3, p. 262-282, 2020.

PEOPLE. **Beyoncé Knowles: Biography**, 2007. Disponível em:  
[https://web.archive.org/web/20070504090034/http://www.people.com/people/beyonce-knowles/biography/0,,20004431\\_10,00.html](https://web.archive.org/web/20070504090034/http://www.people.com/people/beyonce-knowles/biography/0,,20004431_10,00.html). Acesso em: 24 jan. 2025.

PERUZZO, Cicilia MK. Cidadania, comunicação e desenvolvimento social. **KUNSCH, M. MK; KUNSCH, WL (Orgs.). Relações Públicas Comunitárias: a comunicação em uma perspectiva dialógica e transformadora**, p. 45-58, 2007.

REQUERO, Maria Isabel Martín. **Comunicación con causa. Las causas de la publicidad**. In: MARTÍN, Luis Rodrigo. (org.). **Publicidad y consumo. Nuevas modas, viejas causas y valores sociales**. Sevilla: Comunicación Social, 2008.

SHEPERD, Julianne. **Beyoncé's seventh album is not just a pop star's immaculate dance record, but a rich celebration of club music and its sweaty, emancipatory spirit**, 2022. Disponível em: <https://pitchfork.com/reviews/albums/beyonce-renaissance/>. Acesso em: 15 ago. 2024.

TEIXEIRA FILHO, Clóvis; PEREZ, Clotilde. Marcas como mediadoras de causas: uma proposta metodológica para a pesquisa em comunicação com o público jovem. **Revista de Estudos Universitários-REU**, v. 46, n. 1, p. 87-106, 2020.

THE GUARDIAN; JOSHI, Tara. **Beyoncé: Renaissance review – joyous soundtrack to a hot girl summer**. 29 jul. 2022. Disponível em:  
<https://www.theguardian.com/music/2022/jul/29/beyonce-renaissance-review-joyous-soundtrack-to-a-hot-girl-summer>. Acesso em: 8 fev. 2024.

VEJA, São Paulo. **Nova Orleans dá a volta por cima 10 anos após o Katrina**. Mundo, 2015. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/mundo/nova-orleans-da-a-volta-por-cima-10-anos-apos-o-katrina>. Acesso em: 8 fev. 2024.

ZELLNER, Xander. **Beyoncé Sends All 16 Songs From 'Renaissance' Onto Billboard Hot 100**: The album debuts at No. 1 on the Billboard 200, 2022. Disponível em:  
<https://www.billboard.com/music/chart-beat/beyonce-renaissance-16-songs-on-hot-100-1235123875/>. Acesso em: 14 ago. 2024.