

A BALLROOM EM BEYONCÉ E BEYONCÉ NA BALLROOM: RENAISSANCE E A REFLEXIVIDADE ENTRE CULTURA POP E BALLROOM

THE *BALLROOM* WITHIN BEYONCÉ AND BEYONCÉ WITHIN *BALROOM*:
RENAISSANCE AND THE REFLEXIVITY BETWEEN POP CULTURE AND
BALLROOM

Samuel Rubens

Doutorando e mestre em Comunicação Social pela Universidade Federal de Minas Gerais (Belo Horizonte/Brasil).
E-mail: samuelrboliveira@gmail.com

Pablo Moreno Fernandes

Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo (São Paulo/Brasil). Professor da Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais (Belo Horizonte/Brasil).
E-mail: pablomoreno@gmail.com

Recebido em: 7 de março de 2024
Aprovado em: 19 de junho de 2024
Sistema de Avaliação: Double Blind Review
BCIJ | v. 4 | n. 1 | p. 212-238 | jan./jun. 2024
DOI: <https://doi.org/10.25112/bcij.v4i1.3710>



RESUMO

Beyoncé lançou, em 2022, *Renaissance*, seu sétimo álbum de estúdio, que tem como inspiração, entre outras referências, a *Ballroom*. Trata-se de um movimento de resistência LGBTQIAPN+ criado por mulheres trans e drag queens negras em Nova Iorque na década de 1970 e que hoje está presente em todo o mundo. Este artigo busca refletir sobre as dinâmicas de reflexividade entre a cultura pop e a *Ballroom* a partir do álbum *Renaissance* e as práticas em *balls* da cena de Belo Horizonte. Para isso, é apresentado uma *Ball Show* performada pelas pessoas da cena da cidade em um evento universitário promovido pelo DCE da UFMG em novembro de 2022. Fundamentamos em discussões sobre a cultura pop, gênero e sexualidade. Foi constatado que existe um movimento reflexivo entre a *Ballroom* e a cultura pop, mas que as pessoas que a compõem não usufruem dos privilégios da indústria do entretenimento.

Palavras-chave: Cultura pop. Cultura *Ballroom*. *Renaissance*. Reflexividade. Gênero e sexualidade.

ABSTRACT

Beyoncé released in 2022 *Renaissance*, her seventh studio album, which has as inspiration, among others, the *Ballroom*. That is an LGBTQIAPN+ resistance movement created by black trans women and drag queens in New York in the 1970s and is nowadays present all over the world. This article aims to reflect on the dynamics of reflexivity between pop culture and *Ballroom* based on the album *Renaissance* and the practices in balls in Belo Horizonte's scene. For this, it is presented a Show Ball performed by people from the city scene in an university event promoted by the DCE of UFMG in November 2022. We base it on discussions about pop culture, gender, and sexuality. It was found that there is a reflexive movement between *Ballroom* and pop culture, but the people who compose it do not enjoy the privileges of the entertainment industry.

Keywords: Pop Culture. Ballroom Culture. *Renaissance*. Reflexivity. Gender and Sexuality.



1 INTRODUÇÃO

Em julho de 2022, a artista Beyoncé, um dos maiores nomes da música pop atualmente¹, lançou *Renaissance*, seu sétimo álbum de estúdio. Entre as diversas referências que compõem a musicalidade do álbum, está a *Ballroom*², um movimento de resistência LGBTQIAPN+ criado por mulheres trans e drag queens negras e latino-americanas em meados dos anos 1970 em Nova Iorque, nos Estados Unidos. A *Ballroom* é composta por três elementos, conforme definidos por Marlon Bailey (2013): a criação de laços afetivos (*houses*); a realização de eventos ritualizados de competição de performances (*balls*); e a existência de um sistema de gênero próprio que traz possibilidades de performatividade de gênero e sexualidade para além da lógica binária. Hoje, a *Ballroom* está presente em todo o mundo, inclusive em Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, e é um espaço de possibilidade de resistência e re-existência de pessoas que desviam das normas cisheteronormativas.

Dentre as referências utilizadas na *Ballroom* estão, principalmente, os produtos da cultura pop, caracterizados, entre outras questões, pela lógica de produção em massa voltada para o lucro, distribuição multiplataforma, circulação global e cultura participativa (Martino; Marques, 2022). Desde a década de 1990, produtos da cultura pop também se inspiram nas práticas da *Ballroom*, como é o caso da música *Vogue* (1990), de Madonna, e, mais recentemente, do álbum *Renaissance* (2022). Tendo isso em vista, este artigo tem como objetivo refletir sobre as dinâmicas de reflexividade entre a cultura pop e *Ballroom* a partir do álbum *Renaissance* e das práticas em *balls* da cena de Belo Horizonte (MG).

A cena *Ballroom* de Belo Horizonte aparece na discussão do trabalho em função de sua relevância na história do movimento fora dos Estados Unidos. A capital mineira foi onde o movimento teve início no Brasil, como discutiremos adiante. Dessa forma, considerando a proposta do dossiê, ao discutirmos a inserção da *Ballroom* no sétimo álbum de estúdio de Beyoncé e suas manifestações na cena cultural LGBTQIAPN+ de Belo Horizonte, estamos pensando sobre a produção, o consumo e a circulação da cultura pop nos setores criativos atuais. Ainda, em consonância à proposta do dossiê, a pesquisa aborda a circulação

¹ A cantora é campeã de indicações ao Grammy, prêmio da indústria musical dos Estados Unidos, com 88 indicações. É também recordista em vitórias na premiação, tendo vencido 32 vezes. Em 2022, a revista *Billboard* elegeu Beyoncé a artista do século XXI, além de outras publicações listarem diversas canções dela entre as melhores do século XXI. A cantora está entre as artistas femininas com maiores números de ouvintes no Spotify, além de integrar o ranking de turnês mais lucrativas, com seu último espetáculo, *Renaissance World Tour* (2023), entre outros números. Compreendemos a subjetividade e interesses comerciais de grandes gravadoras nesses números, mas apresentamos os dados a título de justificar a afirmativa sobre a relevância do nome da cantora na indústria cultural.

² A cultura *Ballroom* utiliza muitos termos em inglês, em referência ao país de origem da cultura. Ao longo do artigo, os termos em inglês serão utilizados, sendo contextualizados quando for necessário.



da *Ballroom* em um mundo globalizado, em dois contextos diferentes: em Renaissance, sua inserção em um produto da indústria cultural com grande visibilidade e recursos financeiros; paralelamente, a cena de Belo Horizonte configura-se a partir de elementos que permitem sua caracterização como uma subcultura, que recorre a uma faixa de Renaissance, a fim de torna-la mais palatável a um público que não a conhece. Assim, recorrendo novamente à chamada do dossiê, justificamos que o trabalho discute “esses tópicos a partir de diversas perspectivas e partes do mundo, usando uma variedade de abordagens teóricas e metodológicas”³.

Para alcançar o objetivo aqui proposto, apresentamos a cena de uma *Ball Show* dramatizada por pessoas da cena *Ballroom* de Belo Horizonte em um evento universitário promovido pelo Diretório Central dos Estudantes (DCE) da UFMG em novembro de 2022. A metodologia utilizada para coleta de dados foi a observação participante guiada pela perspectiva da representação teatral de Goffman (2014), na qual as pessoas quando em interação estão representando papéis. Apresentamos um histórico das práticas da *Ballroom* desde seu surgimento até a configuração atual em Belo Horizonte, provocando reflexões acerca dos aspectos de gênero e sexualidade (Butler, 2017; Jesus, 2013; Preciado, 2020) que atravessam a cultura. Além disso, apresentamos também o álbum *Renaissance*, bem como aspectos relevantes da carreira de Beyoncé, para fundamentar a nossa defesa acerca da reflexividade entre cultura pop e *Ballroom*. Fundamentamos nosso artigo também em discussões sobre a cultura pop e as lógicas do consumo (Martino; Marques, 2022; Perez, 2022).

Esse artigo deriva da pesquisa “Segura essa pose para mim’: enquadramentos dos dispositivos interacionais da cultura *Ballroom* em Belo Horizonte” (Oliveira, 2023), defendida no Programa de Pós-graduação em Comunicação Social da Universidade Federal de Minas Gerais (PPGCOM/UFMG), e contou com financiamento do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Os procedimentos éticos foram aprovados pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMG (COEP/UFMG).

2 BALLROOM E SUAS PRÁTICAS: DE NOVA IORQUE A BELO HORIZONTE

A *Ballroom* se tornou mundialmente conhecida a partir da década de 1990 e você leitor talvez a conheça pelo documentário *Paris is Burning* (1990) de Jennie Livingston. Se não conhece, provavelmente já ouviu falar do *voguing*, um estilo de dança caracterizado, dentre outros elementos, por movimentos

³ AMARAL, A.; DRIESSEN, S. **Chamada para submissão de trabalhos:** Culturas Pop, Estudos de Fãs e Indústrias Criativas. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/braziliancreativeindustries/announcement/view/48>. Acesso em: 24 jun. 2024.



hipnóticos com as mãos, tendo sido divulgado na indústria cultural a partir da música *Vogue* (1990), da artista Madonna. A *Ballroom*, no entanto, tem uma história muito anterior à década de 1990 e o *voguing*, um de seus produtos mais conhecidos, não foi criado pela cantora conhecida popularmente como a rainha do pop.

A *Ballroom* é um movimento de resistência LGBTQIAPN+ que tem suas origens nas práticas dos bailes de drag queens de Nova Iorque, realizados na cidade desde a segunda metade do século XIX. Segundo Tim Lawrence (2011), o primeiro baile drag foi promovido no ano de 1869 no bar Hamilton Lodge no bairro Harlem. Os bailes eram conhecidos como um espaço de socialização de pessoas dissidentes de gênero e sexualidade, posteriormente reconhecidas como *queer* e consistiam em competições em que as pessoas se travestiam com vestimentas e trejeitos característicos do gênero “oposto”.

A partir de 1960, a segregação racial passa a ser uma marca presente nos bailes. Drag queens e mulheres trans negras e latino-americanas que desejassem ganhar as competições precisavam passar por um processo de branqueamento, escondendo suas identidades raciais e adequando-se aos padrões da branquitude, por meio de maquiagens e adereços. A partir de 1962, bailes dessa categoria começaram a ser promovidos por e para pessoas negras e foram se tornando cada vez mais populares. Em 1972, Lottie, uma drag queen negra do bairro Harlem, convidou Crystal LaBeija, uma das únicas mulheres trans negras a ganhar um prêmio principal nos eventos promovidos por pessoas brancas em sua época, para promover um baile junto a ela. Crystal concordou, desde que ela tivesse destaque no evento. Assim, Lottie a convenceu a criar um grupo de seguidores liderados por Crystal com o nome *House of LaBeija*, sendo criada, assim, a primeira *house* da *Ballroom*.

Referindo-se às glamorosas casas de moda cujo glamour e estilo admiravam, outras drag queens negras começaram a formar *drag houses*, ou famílias que, chefiadas por uma mãe e por vezes por um pai, socializavam, cuidavam umas das outras e preparavam-se para os bailes (incluindo os que promoviam e os que frequentavam) (Lawrence, 2011, p. 4, tradução nossa).

As *houses* são estruturas familiares de construção de laços de parentesco que se desenvolvem não pela relação sanguínea de seus membros, mas pelo elo social que é construído, funcionando como uma rede de apoio para seus membros, em sua maioria, dissidentes de gênero e/ou sexualidade. Essas estruturas familiares são lideradas por uma *mother* (mãe) ou um *father* (pai), que normalmente corresponde ao integrante mais experiente. As *houses*, no entanto, subvertem com a lógica de família imposta pela matriz da cisheterossexualidade compulsória (Butler, 2017), isto é, um homem e uma mulher cisgêneros e heterossexuais que se casam e têm filhos. Esses pais e mães treinam seus filhos



para competir nos bailes – chamados de *balls* – e representar a *house*. No contexto de surgimento da *Ballroom*, as *houses* também representavam a única família que as pessoas tinham, uma fonte de apoio, afeto, provisões materiais, uma vez que muitas delas eram expulsas da casa de suas famílias por causa de suas identidades. Integrantes das *houses* passavam, inclusive, a ocupar um mesmo teto.

Com o aumento no número de *houses* e cada uma delas promovendo o próprio baile anualmente, estes passaram a ser mais frequentes. As *balls* eram, e ainda são, competições ritualizadas dentro da *Ballroom*, divididas em categorias performáticas de *voguing*⁴ e estéticas nas quais competidores desfilam para um júri, concorrendo a um prêmio que pode ou não ser monetizado, o *grand prize*. Normalmente o júri é composto por três a cinco pessoas que possuem destaque na cena *Ballroom*. As categorias são divididas em duas etapas: os *tens* (dez) e as batalhas. Na etapa dos *tens* a pessoa faz uma performance individual e se receber a nota 10 de todo o júri, passa para a próxima etapa, mas se receber pelo menos um *chop* (corte), é eliminada da categoria.

Existem inúmeras categorias nas *balls* e elas podem ser ou não divididas por identidades de gênero. Para ilustrar, entre as categorias estético-performáticas, encontra-se *Body* (Corpo), na qual as pessoas que desfilam ressaltam os atributos do próprio corpo, para além dos padrões de beleza hegemônicos da sociedade, vence aquela pessoa que melhor “vender”⁵ para o júri. As *houses* competem entre si em busca de prestígio e reconhecimento dentro da própria comunidade, mas, apesar do seu caráter competitivo, as “*balls* e suas tradições como *Voguing* são as manifestações discursivas mais importantes do sistema de parentesco que une diferentes subjetividades na comunidade” (Jackson, 2002, p. 38, tradução nossa).

A *Ballroom* pode ser considerada uma cultura por se tratar de um conjunto de práticas e significados próprios que se configuram como uma lente para seus membros. Adriana Amaral (2005, p. 2), por sua vez, ao discutir o conceito de subcultura, explica que elas são formadas por “por jovens que negociam status e poder dentro de seus mundos próprios, atores sociais no teatro da contemplação do mundo”. Considerando as dinâmicas específicas que se estabelecem na *Ballroom*, podemos enquadrá-la como uma subcultura, a partir desse ponto. No entanto, em coerência com o objeto deste artigo, optamos pela utilização do termo cultura *Ballroom*.

⁴ O *voguing* é um estilo de dança que nasce na cultura *Ballroom* a partir da prática comum de insulto entre seus membros conhecida como *throwing shade* (destilando veneno, em tradução livre). O estilo de dança tem como inspiração as poses das modelos das revistas de moda – daí deriva o seu nome –, bem como dos movimentos de kung fu e os hieróglifos egípcios (Lawrence, 2011) e é o elemento mais conhecido da *Ballroom* pelo mundo.

⁵ O ato de vender diz respeito a apresentar para júri aquilo que a categoria exige com confiança.



Marlon Bailey (2013), a partir de etnografia realizada em Detroit, sistematizou os elementos que definem a cultura: as *balls* ritualizadas; as estruturas de parentesco, ou *houses*; e o sistema de gênero próprio. Os dois primeiros já foram apresentados ao longo do texto, mas é preciso se atentar para o sistema de gênero da comunidade, o qual serve como base para todas as práticas culturais da *Ballroom*. Enquanto a norma entende o gênero em uma perspectiva binária – homem e mulher – como uma continuidade entre sexo biológico, gênero e desejo (Butler, 2017), a comunidade *Ballroom* subverte a lógica da cisheterossexualidade compulsória a partir de suas práticas performativas.

Por essa razão, quando observamos a *Ballroom* a partir da perspectiva de Bailey, que a investigou como movimento da comunidade LGBTQIAPN+ racializada, temos que ela se configura como uma cultura, organizada a partir de suas características próprias, sejam elas de gênero, de sexualidade, de organização familiar, entre outros.

Através da performatividade de gênero e sexualidade, os membros da *Ballroom* criam uma gama mais ampla de subjetividades de gênero e sexualidade do que são reconhecidas e legitimadas no mundo heteronormativo. Estas categorias incluem e se estendem para além dos binários heteronormativos masculino/feminino e heterossexual/homossexual. Os membros da *Ballroom* também expõem os limites das identidades gay, lésbica e transgênero. Performance é uma forma de trabalho cultural que os membros da *Ballroom* se comprometem para criar uma esfera social minoritária (Bailey, 2013, p. 30, tradução nossa).

Até aqui, nomeamos a *Ballroom* enquanto cultura, no entanto, precisamos fazer algumas considerações. Considerada sob uma perspectiva relacional, a *Ballroom* pode também ser considerada uma subcultura, quando a observamos pela visão heteronormativa hegemônica da sociedade. Por se tratar de um movimento que congrega, em suas origens, corpos racializados e que rompem com a barreira cisheteronormativa, quando vista pelo olhar hegemônico, ela está posicionada sob diversas dinâmicas de poder. Dessa forma, ao pensar sobre a *Ballroom* diante dos objetos que analisamos, estamos tentando “apreender / recuperar essa globalidade – a dinâmica através da qual a linguagem se inscreve e cria diferenciação no bojo da relação entre diferentes sujeitos” (França, 2018, p. 10).

A pesquisa Adriana Amaral cita Thornton (1996, p. 163, apud Amaral, 2005, p. 3), que afirma que “as subculturas investigam as microestruturas de poder entalhadas nos desacordos culturais e debates que acontecem entre grupos associados mais intimamente”, descrição que serve para caracterizar o funcionamento da *Ballroom*, e a leitura relacional que fazemos dela, ora como cultura, ora como subcultura. Nela, corpos que na sociedade são considerados como dissidentes de gênero e sexualidade performam suas identidades de maneira livre e com códigos de legitimação internos da própria cultura.



Dentre as identidades presentes nesse sistema de gênero encontram-se: *Femme Queens* (mulheres trans e travestis); *Butches* ou *transmasc* (homens trans e transmasculinos); *Butch Queens* (homens cisgênero que se identificam como gays ou bissexuais); NBs (pessoas não-binárias); *Female Figure* (refere-se a qualquer performatividade mais próxima às características da feminilidade, podendo se referir a mulheres cis ou trans ou drag queens); além das reconhecidas pela cisheteronormatividade, Mulheres e Homens cisgênero.

Como podemos perceber, as dinâmicas de gênero e sexualidade atravessam todos os elementos e pessoas que compõem a cultura *Ballroom*. Compreendemos que o mundo é pautado pelas normas da cisheterossexualidade compulsória⁶, isso é, os corpos são categorizados a partir da aderência ou não da lógica binária que pauta o gênero a partir da continuidade entre sexo biológico, gênero e desejo (Butler, 2017). Naturaliza-se, dentro dessa ótica, a crença de que o gênero é definido pelo sexo biológico e, atendendo a interesses reprodutivos, é considerado como norma ter desejos pelo sexo oposto. Nessa lógica binária, os corpos que desviam são considerados abjetos e são marginalizados em diferentes graus.

Paul B. Preciado (2020) discorre sobre o lugar dos corpos dissidentes da norma como o lugar da travessia, sendo essa uma manifestação de que o antigo regime sexual da diferença se encontra em declínio. Para o autor, o mundo é regido por um regime de controle dos corpos pautado na reprodução sexual, “que privilegia as práticas sexuais reprodutivas como uma estratégia de gestão da população, da reprodução da força de trabalho, mas também da reprodução da população consumidora. É o capital e não a vida que se reproduz” (Preciado, 2020, p. 28). Assim, os corpos que não se reproduzem nas lógicas binárias da sociedade não trazem benefícios para a lógica do capital.

O autor parte da própria experiência de sua transição como homem trans, identidade que só foi assumida para ser reconhecido como ser humano pelos sistemas burocráticos, para discorrer sobre o lugar que ele chama de travessia. Para o autor, a travessia é um constante estado de transição, um lugar não reconhecido pelo regime da diferença sexual, uma vez que é vestígio de seu declínio. Um lugar que atravessa fronteiras, de incertezas, o qual reside na encruzilhada, que “é o único lugar que existe” (Preciado, 2020, p. 30), visto que não existem margens opostas ou binarismos.

Muitas das práticas que caracterizam a cultura *Ballroom* também subvertem a lógica do regime da reprodução sexual através de atos performáticos, competições ritualizadas e formação de laços de parentescos. Além do fato de as pessoas que a compõem serem consideradas como dissidentes de gênero

⁶ Apesar de Judith Butler (2017) utilizar o termo heterossexualidade compulsória, optamos por acrescentar o prefixo “cis” em coerência com os fundamentos do transfeminismo (Jesus, 2013; Nascimento, 2021), acrescentando às lógicas normativas as opressões da cisgenderidade.



e sexualidade – mulheres e homens trans que se identificam com diferentes identidades, gays, lésbicas, bissexuais, entre outras possibilidades – as *houses* criam laços afetivos que se assemelham a relações familiares, mas que são construídas por laços afetivos e não biológicos. Nesse sentido, defendemos que a cultura, portanto, representa a travessia.

Desde o seu nascimento, internamente à população LGBTQIAPN+, a cultura *Ballroom* se configurou como um importante movimento de resistência de grupos minorizados pela sociedade, possibilitando formas de re-existência de corpos vistos como abjetos. Além de movimento de resistência, para esses corpos, a *Ballroom* também é espaço de sociabilidade, expressão, afetividade, entretenimento e humanização. Trata-se de um lugar onde essas pessoas podem existir para além das violências às quais são submetidos junto às normas de uma sociedade patriarcal, racista, sexista, classista e LGBTfóbica.

Apesar de subcultura, sob a perspectiva cisheteropatriarcal, considerando as discussões conceituais que a caracterizam dessa forma, abordadas por Amaral (2005) e Amaral, Braga e Polivanov (2015), na década de 1990 a *Ballroom* recebe grande visibilidade midiática por causa dos dois produtos mencionados anteriormente: o documentário *Paris is Burning* e a música *Vogue*. Apesar do intenso e válido debate sobre apropriação cultural (de Sá, de Paulo, 2019; Villafan, 2018), a visibilidade momentânea recebida pela *Ballroom* possibilitou sua expansão:

A cena das *balls* também floresceu no período que se seguiu à geração de expectativas das intervenções de Livingston e Madonna. Antes de *Paris is Burning* ser lançado, havia 27 *houses* ativas em Nova Iorque, Christian Marcel LaBeija, avô da *House of LaBeija*, disse ao *Gay City News* em 2003. Um ano depois, eram 70 (Lawrence, 2011, p. 9, tradução nossa).

A *Ballroom* se expandiu para além dos limites de Nova Iorque e das fronteiras dos Estados Unidos, estando hoje presente em diversos países ao redor do mundo, mantendo suas tradições e respeito ao contexto de surgimento – como a utilização dos termos específicos em inglês –, mas com adaptações para cada localidade que está inserida. A partir da segunda década do século XXI, a *Ballroom* voltou a ser representada por produtos midiáticos de sucesso, como na série *Pose* (2018 - 2021) do canal FX, que retrata a cena de Nova Iorque do final da década 1980 e 1990, e no *reality show* *Legendary* (2020 - 2022) da HBO Max, que é uma competição entre *houses* consagradas.

Além de ser muito representada em produtos da cultura pop, a *Ballroom* sempre teve como principal fonte de inspiração a cultura pop. A criação do *voguing*, por exemplo, foi inspirada nas poses de modelos retratadas em revistas de moda, daí o nome da dança em referência à revista conhecida em todo o mundo.



Apesar de práticas de bailes de drag queens, mulheres trans e travestis existirem há muito tempo no Brasil, as práticas da *Ballroom* em território nacional iniciaram por volta dos primeiros anos da década de 2010, em Minas Gerais. Em 2013 é inaugurada a Festa Dengue em Belo Horizonte, a primeira festa da cidade que trouxe uma competição de performance e dança, dividida em diferentes categorias, que ficou conhecida como Duelo de Vogue. Fundada por Guilherme Morais, artista *queer* da cidade, “A primeira edição gerou tanta repercussão que, após a festa, todos saíram sem entender o que tinha acontecido. Foi, segundo ele [Guilherme Morais], uma verdadeira celebração da diferença e, devido ao sucesso, outras edições foram organizadas” (Cruz, 2017, p. 43).

Antes de se tornar uma festa, a Dengue foi uma rádio de música *queer*. Segundo Gui Morais, hoje *Founder Father* Gui Barracuda, ele sentia falta da presença de pessoas *queer* em eventos como o Duelo de MCs, competição de rua do cenário rap belo-horizontino. A falta dessas pessoas nesses eventos, bem como o formato da competição musical, foi o que inspirou o artista a inaugurar a festa Dengue. Desde a sua primeira edição, a Dengue não cobrava a entrada de pessoas trans e *drag queens*, sendo, provavelmente, um dos primeiros eventos da capital mineira a possuir tal política de inclusão. Em 2023 a Dengue comemorou seus dez anos de existência e encerrou as suas atividades.

O número de edições da Festa Dengue foi aumentando nos anos que seguiram a sua estreia, popularizando o Duelo de Vogue e consolidado a festa como um espaço plural que desviava do padrão de festas cis heteronormativas que eram comuns na comunidade LGBTQIAPN+ da capital mineira. O Duelo de Vogue presente nas edições da festa era inspirado no formato das batalhas dos Duelos de MCs. No início, existiam categorias estéticas, como *Runway*, categorias de *voguing* e até mesmo categorias exclusivas da festa, como o pombagirismo, carregada de brasilidade e com referência das religiões de matriz africana. O pombagirismo, na Dengue, diz respeito a “toda performance de caráter experimental em que pessoas que não tinham técnicas de vogue, mas que tinham alguma movimentação, decidiam participar de batalhas” (Oliveira, 2022, s.p.) Nos primeiros anos, não havia um júri que decidia as batalhas, mas a competição era decidida pela plateia.

Dentre as pessoas que frequentavam a festa, estava um trio de dançarinas que veio a ser conhecido como Trio *Lipstick*, formado pelas amigas Paula Zaidan, Maria Teresa Moreira e Raquel Parreira. O trio se torna, nos anos que se seguiram ao surgimento da Dengue, o principal grupo difusor da palavra e das práticas da *Ballroom* no Brasil. Elas fundaram, em 2015, o BH Vogue Fever, a primeira *ball* institucionalizada conforme as regras do movimento cultural que se tenha registro em Belo Horizonte e no Brasil (Santos, 2018). Além disso, o grupo funda a primeira *house* da cidade, inicialmente chamada de *House of Afrodite* e posteriormente conhecida como *House of Barracuda*, um dos nomes mais reconhecidos da cena *Ballroom*



na cidade. Além da realização da *ball* anualmente, as dançarinas passaram a oferecer também oficinas de *voguing* pelo país.

Com o passar dos anos, o BH Vogue Fever alcança proporções ainda maiores, passando a receber pessoas convidadas e competidoras da América Latina e dos países referência da cultura *Ballroom* no Hemisfério Norte, como os Estados Unidos e França. Torna-se, portanto, “um evento de porte internacional, colaborando, então, com a divulgação da cena brasileira, e é, sem dúvida, o momento do ano mais esperado e relevante para a cena dos *Ballrooms* no Brasil” (Santos, 2018, p. 77). A partir de 2017 Belo Horizonte se consolida como capital nacional do *voguing*⁷ e o BH Vogue Fever se torna a maior *ball* da América Latina. O número de *houses* cresceu nos anos seguintes e cada uma passou a realizar bailes locais, voltados para a cena de Belo Horizonte e outras cidades de Minas Gerais. A partir desse movimento inaugurado em Belo Horizonte e espalhado para outras geografias do Brasil nos anos que o sucederam, a cultura *Ballroom* é inaugurada em território nacional.

Em 2022, o BH Vogue Fever realizou sua oitava e última edição em terras mineiras, após duas edições promovidas em formato remoto em decorrência das medidas de isolamento social durante a pandemia de Covid-19. Além da grande *ball* de encerramento, o evento também conta com workshops de performance e *voguing*, ministrados por grandes nomes da cultura.

Ressaltamos que o que denominamos de inauguração da *Ballroom* em terras brasileiras não significa o surgimento das práticas de bailes e competições realizadas por pessoas que desviam das normas de gênero e sexualidade. Trata-se, no entanto, de uma importação e adaptação das práticas que nascem em Nova Iorque na segunda metade do século XX que se expandiram pelo mundo, visto que a *Ballroom*, enquanto movimento institucionalizado, possui as próprias regras. Nesse sentido, a escolha de delimitar o período de 2013 a 2015, a partir da Festa Dengue e do BH Vogue Fever, como nascimento da cena em Belo Horizonte se deve ao fato dessas práticas passarem a ser nomeadas como *Ballroom*.

Atualmente, a *Ballroom* está presente em todo o território nacional e as *houses* de cada localidade realizam bailes periódicos voltados para as pessoas que compõem a cultura, bem como públicos interessados, perpetuando as práticas da comunidade. Belo Horizonte possui, à época da redação desse texto, cinco *houses* aqui fundadas: *House of Barracuda*⁸, *House of Puzzle*⁹, e *House of Capiva*¹⁰, Casa de

⁷ “BH se estabelece como capital nacional do voguing”. Disponível em: <https://www.hojeemdia.com.br/bh-se-estabelece-como-capital-nacional-do-vogue-1.576577>. Acesso em: 22 fev. 2024.

⁸ Disponível em: https://www.instagram.com/houseofbarracuda_/. Acesso em: 22 fev. 2024.

⁹ Disponível em: <https://www.instagram.com/houseofpuzzle/>. Acesso em: 22 fev. 2024.

¹⁰ Disponível em: <https://www.instagram.com/capivahouse/>. Acesso em: 22 fev. 2024.



Azeviches¹¹ e *House of Dubeco*¹². Além disso, também existem “filiais” de *houses* de outras cidades e estados, que no contexto da *Ballroom* são denominadas de capítulos.

Além das *balls*, as pessoas da *Ballroom* de Belo Horizonte também participam de eventos culturais da cidade, como é o caso da *Ball Show* analisada neste artigo, representando uma forma de arrecadação financeira para a comunidade. As práticas da *Ballroom* são caracterizadas pela liberdade de performatividades de gênero e sexualidade a partir do sistema de gênero próprio, os rituais performáticos das *balls* e a formação de laços afetivos, representada principalmente pelas *houses*.

3 AS FRONTEIRAS DA CULTURA POP

Ângela Marques e Luís Martino (2022) explicam que “a cultura pop é um tipo de produção simbólica criada pela indústria da comunicação, distribuída em grande escala e dirigida a um público consumidor global que se apropria e se envolve com esse produto, criando seus próprios significados. (Martino; Marques, p. 29). Uma das características da cultura pop é sua capacidade de fluxo entre as diversas mídias. Marques e Martino sinalizam como a cultura pop se consolida na década de 1960-1970 e é possível notar como na contemporaneidade ela segue se adaptando, estando cada vez mais presente, dada sua natureza multiplataforma.

Outro atributo apontado pelos autores na cultura é a lógica voltada para o lucro. O capitalismo é o sistema econômico vigente em nossa sociedade e sua base é a geração de lucro a qualquer custo. Nesse contexto, tudo tem potencial para se tornar produto, sobretudo as identidades. Assim, para pensar na cultura pop é importante pensar, também, em consumo.

O consumo na contemporaneidade caracteriza-se pelo uso de discursos políticos, pautas de movimentos sociais, argumentos baseados na identidade, com a intenção de alcançar o consumidor. Grupos historicamente minorizados, como mulheres, negros e a população LGBTQIAPN+, por exemplo, têm sido reconhecidos, ao longo das últimas décadas, como sujeitos de consumo no cenário capitalista. Na cultura pop, considerando sua lógica direcionada para o lucro, temos visto esforços de representatividade em séries, filmes, produções musicais, telenovelas etc. Tais esforços são feitos com a intenção pura e simples de aumentar o número de consumidores, mas é preciso reconhecer o efeito colateral disso na ampliação da consciência de alguns grupos como agentes políticos na sociedade, a partir de sua

¹¹ Disponível em: <https://www.instagram.com/preciosacasaazeviche/>. Acesso em: 22 fev. 2024.

¹² Disponível em: <https://www.instagram.com/houseofdubeco/>. Acesso em: 22 fev. 2024.



identidade (Canclini, 2008). Dessa forma, apesar do risco de esvaziamento de pautas políticas quando apropriadas pelo capitalismo, temos que reconhecer também as potencialidades de transformação na consciência de sujeitos acerca da cidadania, quando a discussão sobre identidades se torna mais comum na esfera pública.

Thiago Soares aborda essa dicotomia entre a lógica voltada para o lucro e a mudança em estratégias de marketing, mais especificamente na distribuição de filmes:

diante de um estágio avançado das lógicas do capitalismo e do marketing, não sabe pensar o estúdio somente como uma instituição que visa única e deliberadamente o lucro. Sim, o lucro e o retorno financeiro com uma obra são ainda as molas propulsoras da existência das instituições na cultura. No entanto, há, atualmente, disposições do marketing que precisam posicionar estúdios como marcas num mercado global e plural (Soares, 2014, p. 10)

O público demanda da indústria que as produções abordem pautas que gerem identificação com o público a partir de suas identidades. Esse processo de identificação tem, como abordamos, efeitos colaterais na ampliação do alcance de discussões de natureza social, antes restritas a espaços de ativismo.

Os significados da cultura possuem um movimento, ilustrado por Grant McCracken (2010), num percurso retroalimentar que parte do mundo culturalmente constituído. A partir daí, tais significados são apropriados pela publicidade, pela moda e pela telenovela – perspectiva adotada por Clotilde Perez (2022). No ato de consumo (seja material ou imaterial), consumidores desejam e/ou adquirem os produtos em função do significado incorporado a eles. De posse desses produtos, eles transferem o significado para si, agregando os valores culturais à sua identidade. Esses valores retornam para o mundo culturalmente constituído, reiniciando o ciclo, em uma perspectiva de uma semiose infinita (Peirce, 1931).

Vogue é uma revista de moda estadunidense lançada em 1916. Além dos EUA, a revista circula também com edições próprias no Reino Unido, França, Austrália, Itália, Brasil, Alemanha, Espanha, Taiwan, Coreia, Rússia, Japão, América Latina, Portugal, China, Índia, Turquia, Holanda, Tailândia, Ucrânia, Arábia e Polônia. A revista é uma das importantes publicações sobre moda do mundo e seu nome é referência global de beleza, estilo de vida e moda.

Vogue é também o nome de um dos maiores sucessos da carreira de Madonna, cantora já citada. A música foi primeiro lugar nas paradas musicais de diversos países nos anos 90 do século XX. Na época do sucesso nas rádios comerciais, a dança *voguing* ganhou visibilidade e projeção, aparecendo em programas televisivos, sendo ofertada em escolas de dança, como é mostrado na série *Pose*. O videoclipe de *Vogue*



recebeu diversas premiações, sendo até hoje um dos mais conhecidos da cantora. A expressão "*Strike a pose!*" falada por Madonna na abertura da canção é conhecida mundialmente.

Pose é uma série estadunidense, que teve três temporadas, exibidas entre 2018 e 2021. Criada por Ryan Murphy, Brad Falchuk, Steven Canals, a série retratava ficcionalmente a cena LGBTQIAPN+ dos EUA na década de 1980/1990, apresentando a *Ballroom* e as afetações dessa comunidade diante da epidemia de AIDS. A série apresentava a vida de personagens, de maioria negra e latina, enfrentando os desafios da violência LGBTfóbica, o desamparo diante da epidemia de AIDS, mas com tempo para restituir sua humanidade em meio à organização familiar da *Ballroom* e dos bailes realizados. Os bailes, na série, são um importante momento para se reconstruir das violências que destruíam suas almas e subjetividade. Sobre destruir e reconstruir almas, *Break My Soul* é o nome do primeiro single de divulgação de *Renaissance*, sétimo álbum de estúdio da cantora estadunidense Beyoncé.

O diálogo intertextual com o passado é mais uma das características da cultura pop apresentada por Martino e Marques (2022, p. 40): "ele atualiza questões e conversa com o cenário político e social do presente, destacando temas até então deixados de lado, ou revendo cenários, protagonistas e roteiros". Os produtos culturais citados no parágrafo anterior têm todos, características em comum: ambos influenciam/foram influenciados pela *Ballroom*. A apresentação deles foi desenvolvida no intuito de ilustrar a intrínseca relação entre essa cena e a cultura pop, nesse contexto de retroalimentação. Essa retroalimentação ajuda a compreender, também, as posições da cultura *Ballroom* ora como cultura, ora como contracultura, com base nas lógicas de produção, consumo, recepção.

A *Ballroom* é uma cultura marginal, uma subcultura, que inspira parte de suas manifestações em um produto da indústria cultural. Tais produtos, ainda que fascinantes, correspondem a um espaço restrito aos corpos desviantes que, apesar de desejarem ocupá-lo, não possuíam as características de gênero, raça, sexualidade e outras, que os permitissem existir ali. Assim, na *Ballroom*, por meio do movimento de significados, que eles constroem possibilidades de habitar um mundo culturalmente constituído ali.

Posteriormente, a *Ballroom* empresta as características de seu mundo a Madonna, uma cantora branca e bissexual, que a apresenta a um grande público, oferecendo uma visibilidade inicial única, mas mantendo a posição de marginalidade da cultura, apesar dos lucros gerados. No contexto da epidemia de AIDS, a associação de Madonna a uma subcultura LGBTQIAPN+ e periférica foi um risco à sua carreira, mas os lucros obtidos comprovaram a cantora foi beneficiada, musicalmente e politicamente. Aqui, a transferência de significado discutida por McCracken (2010) e Perez (20220) ocorre na apropriação da *Ballroom*, que fornece repertório cultural para a dança, para a música, para o videoclipe, para o show, tornando-a em um produto muito lucrativo para a cultura pop dos anos 90, sem beneficiar diretamente à subcultura apropriada, exceto pela visibilidade momentânea.



Amaral (2016, p. 78) explica que “A ideia de cultura pop enquanto experimento e ao mesmo tempo um padrão inconsciente que se retroalimenta e é retroalimentada pela mídia é útil para pensarmos na continuidade da mesma ao longo dos anos”. A partir do exposto pela autora é possível pensar na visibilidade produzida por Madonna à cultura *Ballroom* e a movimentos posteriores, reforçando o caráter reflexivo que abordamos nesse artigo. A visibilidade da *Ballroom* a partir de *Vogue* ou de *Paris is Burning* foi fundamental para que a cultura se tornasse conhecida mundialmente, permitindo a origem de cenas na Europa, na América Latina e, inclusive, no Brasil.

Anos depois, em outro contexto ou, para usar as palavras de Martino e Marques (2022), em cenários revistos, com protagonistas diferentes e novo roteiro, a *Ballroom* ressurgiu em produções audiovisuais em que suas integrantes são o destaque: *Pose* e *Legendary*. *Pose*, como discutimos, trata-se de uma série ficcional. *Legendary*, por outro lado, foi um reality show, no qual *houses* da *Ballroom* disputavam categorias presentes nas balls e eram julgados por um painel de celebridades. Nas duas séries, *Pose* e *Legendary*, há protagonismo de pessoas da *Ballroom*, nas instâncias de produção e atuação. Ainda assim, *Pose* e *Legendary*, foram encerradas na terceira temporada, fato que na lógica da cultura pop sinaliza pouco êxito comercial. Isso demonstra como a sociedade, em geral, pode ainda não estar preparada para ver corpos minorizados ocupando posições de protagonismo na cultura pop. Ainda assim, as produções contribuíram de forma ímpar para a mudança de contexto.

A cultura *Ballroom* volta a ser utilizada na indústria cultural em 2022, em um contexto diferente dos anos 1990. A intenção, dessa vez, não é mais apresentá-la, agora ela surge na função de celebrá-la. Beyoncé, uma cantora negra e heterossexual, utiliza os sons, as referências musicais e as identidades da comunidade LGBTQIAPN+ na *Ballroom* como homenageados em sua música, mas ainda em uma lógica comercial na qual os lucros principais vão para ela, assim como Madonna fez nos anos 90. No entanto, em função do contexto, a recepção da comunidade é mais calorosa, pelo reconhecimento de suas contribuições nos créditos de forma mais destacada.

Naturalmente, esses marcos ocorrem, todos vinculados a uma lógica capitalista e industrial de produção de lucro. O contexto, em 2022, é diferente, visto que o mundo lida de outra forma com as identidades dissidentes de gênero. Ainda que haja LGBTfobia em níveis alarmantes, há luta pela afirmação do orgulho de suas identidades e, nesse contexto, a posição política da *Ballroom* também é um destaque. Ela se mostra um espaço de acolhimento, empoderamento e de liberdade.

Martino e Marques (2022) delinham limites dos territórios da cultura pop. Eles explicam que:

Se a cultura pop fosse um país, algumas de suas fronteiras poderiam ser definidas com facilidade. A cultura popular, em toda sua trajetória histórica, poderia ficar ao norte.



A leste e sul, o vasto continente da mídia, com suas grandes cidades, organizadas e altamente industrializadas. A oeste, uma ilha de geografia complexa, que de tempos em tempos, quando a maré baixa, se liga ao continente. Seu nome varia: "cultura erudita", "cultura letrada", "alta cultura" (Martino; Marques, 2022, p. 28).

Nesse complexo país ilustrado pelos autores, a *Ballroom* pode ser vista como uma favela ou um bairro periférico em meio aos grandes centros urbanos, uma subcultura. Ela está lá, recebe os estímulos vindos das zonas urbanas, mas sem poder econômico de acesso a eles, não pode consumi-los. Assim, usa a criatividade para usufruir de alguma maneira, criando novas possibilidades de expressão própria. Dessas possibilidades nascem as *houses*, as *balls*, as famílias, as categorias, as performances e sua organização como uma subcultura. Eventualmente, a zona urbana comparece aos territórios periféricos da *Ballroom* para ver como tem pulsado a criatividade e a energia ali. O que se encontra é apropriado e levado para o vasto continente da mídia no país da cultura pop, como produto, que é fonte de renda e de entretenimento para populações privilegiadas, em busca de novidades.

É preciso, portanto, estar sempre atentos aos movimentos de apropriação, esvaziamento e nos fluxos de movimento do significado na experiência de consumo da *Ballroom*. Como integrante da cultura pop, seus participantes merecem o devido protagonismo e suas posições de destaque passam a ser reivindicadas, em esforços de devolução da humanidade (Mbembe, 2018), enfrentamento a imagens de controle (Collins, 2019) e na explicitação de lugares de fala (Ribeiro, 2017), a fim de evitar silenciamentos ou apagamentos.

4 O RENASCIMENTO: A *BALLROOM* EM BEYONCÉ

Beyoncé Giselle Knowles-Carter nasceu em 1981 em Houston, Texas, nos Estados Unidos. Sua trajetória na música começou quando tinha sete anos, ao ganhar um show de talentos interpretando a música *Imagine*, de John Lennon. Em 1995, estreou o grupo *Destiny's Child*, inicialmente composto por Beyoncé, LaTavia Roberson e LeToya Luckett. O grupo se tornou sucesso comercial no final da década de 1990 e início dos anos 2000. Em 2006, o grupo encerra as suas atividades e Beyoncé, que já conciliava uma carreira solo em paralelo, foca em seus trabalhos individuais. Seu primeiro álbum, *Dangerously in Love*, foi lançado em 2003 e já era considerado sucesso, contendo em sua *tracklist* o hit, celebrado até hoje, *Crazy in Love* em parceria com o rapper Jay-Z, atualmente o seu marido¹³.

¹³ Informações disponíveis em: <https://www.deezer-blog.com/br/beyonce/>. Acesso em: 22 fev. 2024.



Nos anos que seguiram, a artista se consolidou como um dos nomes mais consagrados na cultura pop. Apesar de sempre trazer referências de musicalidades negras em sua carreira, é a partir de seu sexto álbum de estúdio, *Lemonade* (2016), que Beyoncé coloca a pauta racial como protagonista da sua produção. O álbum visual traz diversas referências estéticas e musicais da cultura afro-diaspórica dos Estados Unidos. As letras que compõem o álbum também fazem alusão a importantes nomes da luta racial no país, como Malcolm X. Em fevereiro do mesmo ano a artista apresentou o primeiro single do álbum, *Formation*, em uma performance na final do *Super Bowl*, competição de futebol americano e importante plataforma midiática, na qual ela e as dançarinas usaram roupas que faziam alusão ao uniforme dos Panteras Negras, partido revolucionário criado em defesa da comunidade negra estadunidense na década de 1960.

Em 2020, foi lançado o projeto *Black is King*, filme musical e álbum visual escrito, dirigido e produzido por Beyoncé e derivados de sua participação no filme *O Rei Leão* de 2019. Em *Black is King*, a artista traz imagens de uma África fabulada e reimaginada, resgatando aspectos da ancestralidade africana, rompendo com imagens de controle sobre pessoas racializadas no ocidente, colocando a negritude como a realeza (Francisco; Corrêa; Moreno Fernandes, 2021). Além de possuir apenas pessoas negras retratadas, *Black is King* contou com uma equipe de produção majoritariamente composta por pessoas pretas, sendo um número expressivo dessas do continente africano.

No dia 29 de julho de 2022, Beyoncé lançou o seu sétimo álbum de estúdio, *Renaissance*, o primeiro ato de três partes. Composto por 16 músicas, o álbum traz como inspiração sonora o *dance*, *disco*, *house*, *afrobeat*, *miami bass*, *funk* e o *soul*, estilos musicais protagonizados por pessoas negras. *Renaissance* estreou em primeiro lugar na parada *Billboard Hot 100*, um importante termômetro do alcance das músicas pop. Na primeira semana pós lançamento, além do primeiro lugar na parada com *Break My Soul*, Beyoncé conseguiu emplacar todas as músicas do álbum.

Uma das principais referências musicais é a sonoridade da cultura *Ballroom*, caracterizada pelo estilo *house*, mas também com *beats* específicos utilizados nas batalhas em *balls*. Dentre as pessoas creditadas na produção das músicas, está MikeQ, DJ da *Ballroom* e conhecido mundialmente por ser o DJ residente do *reality show* *Legendary*, sendo o produtor da música homônima tema da série. MikeQ é creditado na faixa *Pure/Honey* que, além de ser a música com a sonoridade mais característica da *Ballroom*, conta com um *sample* da música *Miss Honey*, de 1992, de Moi Renee.



Moi Renee foi uma drag queen jamaicana que se mudou para os Estados Unidos, mais especificamente para Nova Iorque, nos anos 1970 para estudar dança¹⁴. Ela é considerada uma lenda pela comunidade *queer* negra estadunidense, fez parte da cena *Ballroom* dos anos 1990 em Nova Iorque e sua música foi tocada amplamente em *balls* da época, além de ter sido sucesso também em outros espaços. A drag queen negra morreu em 1997 e não conseguiu acompanhar o alcance do seu trabalho.

No encarte do álbum, Beyoncé assume que o álbum é uma homenagem à comunidade LGBTQIAPN+ e que sua inspiração veio, principalmente dos clubes *queers* de Nova Iorque, contexto originário da cultura *Ballroom*. Ela homenageia especialmente o seu falecido tio Johnny que, em suas palavras, foi a pessoa mais fabulosa que ela já conheceu. Na letra de *Heated* ela canta: "*Uncle Johnny made my dress/That cheap spandex/She looks a mess*"¹⁵. *Renaissance* também conta com a contribuição de artistas *queer*, como Big Freedia, TS Madison e Honey Dijon.

Uma das estratégias de divulgação de *Renaissance* foi o lançamento, em 26 de julho de 2022, do remix da música *Break my Soul*. O remix, intitulado *Break my Soul (The Queen's Remix)*, é uma mixagem da música de Beyoncé com a música *Vogue*, de Madonna, que também é creditada na faixa. Além da mixagem com o clássico de Madonna, Beyoncé atualizou a parte do rap que exaltava artistas brancos de cinema da era de ouro de Hollywood, citando nomes de mulheres negras da música de diferentes gerações, como Nina Simone, Lauryn Hill, Solange Knowles, Missy Elliott, Diana Ross, Grace Jones, Chloe x Halley, entre outras. Além disso, Beyoncé também acrescenta o nome das *houses* lendárias da cultura *Ballroom* originária:

House of Xtravaganza/House of Revlon, House of LaBeija/House of Amazon, the House of Aviance/House of Balmain/The House of Ninja/The House of Lanvin, House of Telfar/House of Ladosha, House of Mugler/The House of Balenciaga/The House of Mizrahi-i-i-i-i.¹⁶

Além dessa referência explícita à *Ballroom*, o remix começa com Beyoncé se assumindo como *mother* de uma *house* ("*I, mother of my house*"). Até a escrita deste artigo, em fevereiro de 2024, o visualizador do remix no canal oficial do YouTube da artista contava com mais de 5,8 milhões de visualizações. No Spotify, o remix contava, à mesma época, com quase 19 milhões de reproduções.

¹⁴ Informações disponíveis em: <https://i-d.vice.com/en/article/pkbyeg/who-was-90s-drag-legend-moi-renee-from-eats-everything-miss-honey-sample>. Acesso em: 20 abr. 2023.

¹⁵ Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=o3WqRPM6MOA>. Acesso em: 22 fev. 2024.

¹⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=7UgIGVDEs_8. Acesso em: 22 fev. 2024.



A *Renaissance Tour*, turnê de divulgação do álbum, contou com dançarinos da *Ballroom* compondo o corpo de baile do *show*, como, por exemplo, *Honey Balenciaga*, *butch queen* da *House of Balenciaga* que já participou com *reality show* *Legendary*. Além disso, após cantar *Pure/Honey*, o *show* contou com um momento de interlúdio no qual os dançarinos performavam categorias de uma *ball*, acompanhados pela narração característica de Kevin Aviance, MC da *Ballroom* mundialmente conhecido.

A turnê resultou no *Renaissance: a film by Beyoncé*, documentário com o registro dos *shows* e imagens de bastidores, lançado mundialmente no dia primeiro de dezembro de 2023. O filme foi lançado no Brasil no dia 21 de dezembro e sua pré-estreia foi marcada pelo evento *Club Renaissance* em Salvador, na Bahia, capital brasileira com a maior população negra, representando 80% do total de habitantes, segundo dados do IBGE¹⁷. Fãs que assistiram à pré-estreia no cinema foram convidados para o evento que contou com a apresentação de vários artistas brasileiros, em sua grande maioria, da cena *Ballroom* do país. A cantora também fez uma aparição surpresa no evento, causando grande repercussão. Apesar de uma aparição breve, falando poucas palavras com o público, aparecendo logo após o bloco Banda Didá, de Salvador, apresentar a música *Faraó*, de Margareth Menezes. No fim da sua fala, Beyoncé apresentou ao público Lunna Monty, multiartista travesti preta da capital baiana que fez uma performance de *voguing* além de comandar um set como DJ. Lunna é pioneira da cena *Ballroom* do estado. Além dela, outros artistas da *Ballroom* brasileira, como a *Legendary Overall Mother* Tanesha Cabal, do interior de São Paulo, e Félix Pimenta, pioneiro da cena paulista.

O nome do álbum, que pode ser traduzido como “Renascimento”, traz diversos sentidos. Talvez o primeiro que venha à cabeça da maioria das pessoas seja o movimento artístico cultural europeu do século XV, conhecido pela sua herança artística a partir de nomes como Leonardo Da Vinci e Michelangelo Buonarroti. No entanto, ao colocar em destaque no álbum a herança da comunidade *queer* negra de Nova Iorque, o título do álbum nos remete ao movimento *Harlem Renaissance*, também conhecido como *New Black Movement*. A partir dos anos 1920, em Nova Iorque, professores/as, pesquisadores/as, escritores/as e artistas negros/as passaram a reivindicar o fim de narrativas preconceituosas a partir de suas produções que focavam em suas narrativas pessoais.

Harlem Renaissance foi uma possibilidade de enfrentamento às construções de preconceitos acerca da população negra. Foi um momento de “auto-escrita”, no qual negros e negras utilizaram da literatura, música, pintura e teatro para falarem de si próprios em primeira pessoa, para relatarem seus medos, vitórias, angústias e anseios

¹⁷ Disponível em: <https://g1.globo.com/bahia/noticia/2011/11/salvador-e-capital-mais-negra-do-pais-aponta-ibge.html>. Acesso em: 22 fev. 2024.



a partir da perspectiva e subjetividades de quem vivencia esses sentimentos, e não mais pautado pelo olhar de quem está de fora (Nascimento Nganga, 2021, p. 119).

O bairro Harlem, em Nova Iorque, é conhecido por ser um dos bairros com a maior concentração de pessoas negras na cidade estadunidense. Por muitos anos o bairro foi mantido à margem, tendo sido considerado como um espaço de intensa criminalidade. Como narrado anteriormente, Harlem também foi o palco do surgimento da cultura *Ballroom* na década de 1970.

Apresentar a entrada da *Ballroom* na música de Beyoncé em *Renaissance* é um importante movimento para dialogar com a visibilidade construída para a cena a partir do álbum. É inevitável, também, traçar um paralelo entre o álbum de Beyoncé e a música *Vogue* de Madonna. *Vogue* teve um importante papel na produção de uma visibilidade inicial para a cultura *Ballroom*, visibilidade retomada por Beyoncé cerca de 30 anos depois, lembrando ao público que as práticas culturais da *Ballroom* passam pela criatividade de pessoas negras LGBTQIAPN+. *Renaissance* dá uma visibilidade inédita, em uma perspectiva global, à *Ballroom*, pois agora, a visibilidade chega em um contexto globalizado, no qual a cena já possui representantes em diversos países do mundo, especificamente em Belo Horizonte, que discutimos adiante.

5 BEYONCÉ NA *BALLROOM*: REFLEXOS DE *RENAISSANCE* NA *BALLROOM* DE BELO HORIZONTE

No dia 15 de novembro de 2022, a gestão do Diretório Central dos Estudantes (DCE) da UFMG promoveu a primeira edição presencial pós pandemia da sua tradicional Calourada, um evento festivo de celebração e integração entre os estudantes da Universidade, que conta com diversas atrações culturais, especialmente musicais. O evento foi realizado no Centro Esportivo Universitário da UFMG, no bairro São José, na região da Pampulha, em Belo Horizonte, um espaço destinado à comunidade da universidade. Dentre as diversas atrações que compuseram a programação do evento, a Calourada contou com uma *Ball Show* com pessoas da cena *Ballroom* de Belo Horizonte.

A metodologia utilizada para a coleta de dados foi a observação participante, na qual “a ideia é compreender a situação ao mesmo tempo em que esta atua e conversa com outros participantes” (Martino, 2018, p. 138). A observação participante¹⁸ foi guiada pela proposta de representação teatral do

¹⁸ A pesquisa da qual deriva esse artigo foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa da UFMG (COEP/UFMG) e possui Certificado de Apresentação e Apreciação Ética (CAAE) de número 60212222.3.0000.5149, com parecer emitido no dia 21 de outubro de 2022.



eu apresentada por Goffman (2014). Para o sociólogo, os indivíduos, quando em interação com outros indivíduos, representam papéis a fim de influenciar as impressões que os outros têm de si mesmos. Neste sentido, compreende-se representação – ou performance, no sentido original do autor – como “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência.” (Goffman, 2014, p. 34). Na observação das *balls*, buscamos compreender suas interações a partir dos elementos que compõem a cena, no sentido goffmaniano.

Além disso, realizamos uma análise de enquadramento (Goffman, 2012) das interações utilizando como operadores analíticos os conceitos da Representação Teatral: palco e cenário; bastidores; *footing*; e fachada. A análise de enquadramento foi guiada a partir do pensamento interseccional (Collins; Bilge, 2021), compreendendo-o enquanto ferramenta analítica que permite uma maior compreensão de como os atravessamentos identitários afetam as relações de poder. Neste artigo, focamos no palco, que, segundo Goffman (2014) diz respeito ao equipamento expressivo que dá suporte à interação, como o cenário e a música, por exemplo. Além disso, apresentamos os papéis que compõem a cena da realização dramática, isso é, o *footing* das personagens, bem como a estrutura do ritual.

A *Ball Show* aconteceu no palco da Calourada, de modo que toda a plateia do evento podia visualizá-la. Assim, a configuração do palco, no sentido goffmaniano, foi diferente dos palcos tradicionais de uma *ball*, que normalmente acontecem no chão com o público ao redor da área da performance (Oliveira, 2023). Outra diferença de uma *ball* é que apenas algumas pessoas participaram da competição nas categorias.

As personagens que participaram da cena foram: uma *hostess*/MC, três juradas, uma DJ, dez pessoas competidoras e a plateia. Todas as pessoas que atuaram, com exceção da plateia, são da cena *Ballroom* de Belo Horizonte. A *hostess*/MC foi uma *femme queen* branca, seu papel como *hostess* foi apresentar e guiar a *Ball Show*, apresentando as pessoas, os elementos e as categorias. Além disso, seu papel enquanto MC foi realizar uma performance vocal característica da *Ballroom*, conhecida como *chant*, responsável por ditar o tempo da performance, auxiliando os performers durante a competição.

As juradas foram três *femme queens* negras, sendo duas delas com título de *Legendary* e uma com título de *Statement*¹⁹, ou seja, pessoas de destaque na cena. As juradas sentaram em três cadeiras de frente à plateia e o seu papel é julgar as performances das pessoas competidoras em cada uma das etapas (*tens* e batalhas). No caso da etapa dos *tens*, se o júri aprova a performance, as juradas faziam o sinal de dez com as mãos, caso não aprovasse, o sinal feito era um corte no pescoço, que significa o *chop*.

¹⁹ Na *Ballroom*, os títulos dizem respeito ao prestígio e história que a pessoa tem na cena, sendo, em ordem decrescente de importância, *Legends*, *Statements* e *Stars*.



No caso específico da *Ball Show*, não houve nenhum *chop*, o que demonstra o caráter de entretenimento desse formato. A DJ foi uma *drag queen* branca, que ficou localizada na lateral do palco, na mesa de som da estrutura do evento. Seu papel é comandar a música da cena, principalmente durante as performances das categorias, e usar de elementos sonoros característicos da *Ballroom*, os quais, inclusive, aparecem nas músicas de *Renaissance*.

As pessoas competidoras foram majoritariamente negras e, em termos de identidades de gênero, cinco *femme queens*, duas *butch queens* e três NBs. A função do papel das pessoas competidoras, no contexto da *Ball Show*, foi competir nas categorias. Nesse sentido, essas pessoas também atuam como *performers*. As identidades das pessoas competidoras, atravessadas por muitas avenidas identitárias, demonstram a pluralidade de corpos que formam a *Ballroom*. Por fim, a plateia da cena foi composta pelo público da Calourada, formado majoritariamente por alunos da UFMG.

Apenas duas categorias foram promovidas, *Runway* e *Vogue OTA*. Na categoria *Runway*, a pessoa que se apresenta precisa performar o *Catwalk*, um caminhar ritmado que se assemelha ao das modelos em desfiles de moda. Já na categoria *Vogue OTA* as pessoas apresentam uma performance de *voguing*, nesse caso, de qualquer um dos três estilos. A expressão *OTA* significa *Open to All* - aberta para todos -, o que significa que pessoas de qualquer identidade de gênero podem caminhar na categoria.

Uma diferença fundamental para uma *ball* tradicional está na plateia que, nesse caso, é majoritariamente composta por pessoas que não conheciam a cultura *Ballroom*, além de ter um volume muito maior de pessoas do que normalmente frequentam uma *ball*. Por causa disso, o momento da realização da *Ball Show* foi marcado por um teor pedagógico, a *hostess* iniciou a apresentação explicando o que era a cultura *Ballroom* e cada elemento ao longo da realização. Apesar de ser um evento pequeno em relação às *balls* tradicionais, a *Ball Show* funcionou para a divulgação da cena e das práticas da cultura *Ballroom* para um público que muitas vezes não a conhece.

Cada uma das categorias contou com as duas etapas: os *tens* e as batalhas. Durante a categoria *Runway*, a DJ, uma *drag queen* da *House of Cabal*, escolheu a música *Pure/Honey*, do *Renaissance*, como trilha para as performances das pessoas que participaram. A música, como discutimos, tem importância no álbum *Renaissance*, em função dos nomes de artistas creditados, grandes personalidades da cena *Ballroom*. Ao final da *Ball Show*, perguntamos à DJ sobre a escolha da música de Beyoncé para a categoria. Ela disse que se tratava de uma música animada e, por ser um evento que conta com uma plateia que, em sua maioria, não conhece a cultura *Ballroom*, era uma escolha para promover uma maior identificação com a cultura em questão.

Devido ao alcance do álbum *Renaissance*, mesmo as pessoas que não conheciam a cultura poderiam se contagiar com a música, ilustrando o que abordamos previamente sobre o diálogo intertextual na



cultura pop. A canção usa as batidas características da cultura e serve para apresentá-la, de forma palpável sob a perspectiva da indústria cultural, a uma plateia que a enxerga como uma subcultura. Ao mesmo tempo, por se utilizar desses sons característicos da *Ballroom*, a música também funciona enquanto trilha sonora de uma *ball*.

A DJ também completou alegando que o que Beyoncé fez pela cultura foi muito importante, que ela considerava como uma homenagem à *Ballroom* e que precisava ser amplamente divulgada e celebrada. E, de fato, a plateia demonstrou gostar da apresentação, pois ao longo da *Ball Show* vibrou com as performances das pessoas que atuavam no palco do evento.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Conforme apresentado por Martino e Marques (2022), algumas das dinâmicas da cultura pop e do entretenimento são a lógica voltada para o lucro, a circulação global e a distribuição multiplataforma. O alcance e os números do álbum *Renaissance* demonstram que se trata de um produto de sucesso na indústria do entretenimento. Outra característica da indústria diz respeito à cultura da participação, na qual os fãs possuem um importante trabalho na circulação de seus produtos.

A principal referência do álbum é a cultura *Ballroom*, suas práticas e sonoridades, uma cultura de resistência LGBTQIAPN+ iniciada por mulheres trans e drag queens negras e latino-americanas por volta da década de 1970 em Nova Iorque. Hoje presente no mundo todo, a *Ballroom* segue sendo um contexto cultural de liberdade de expressão e performance de identidades de gênero e sexualidade desviantes da norma da cisheterossexualidade compulsória. Como o caso da *Ball Show* realizada pelas pessoas da cena de Belo Horizonte no evento universitário promovido pelo DCE da UFMG demonstra, o *Renaissance* foi recebido pela comunidade como uma homenagem. As músicas do álbum passaram a ser utilizadas para compor a cena das *balls*, contribuindo, assim, para a continuação das práticas da cultura.

Destacamos que o reconhecimento das contribuições de Beyoncé em *Renaissance* pela cena *Ballroom* vem também do cuidado da cantora com os artistas musicais que fazem parte dessa história. Exemplo disso é o crédito a Moi Renee e MikeQ na música *Pure/Honey*, entre outros importantes nomes citados nos créditos das faixas do álbum, seja como produtores, seja como compositores dos *samples* que originaram as canções. Além disso, o fato de pessoas da *Ballroom* brasileira participarem do evento *Club Renaissance* em Salvador em lugares de protagonismo demonstra o cuidado da equipe da artista em exaltar, mesmo que momentaneamente, essas pessoas.

A cultura pop sempre foi a principal fonte de inspiração para as práticas da cultura *Ballroom*. O movimento inverso também é real: a *Ballroom* é fonte de inspiração para os produtos da cultura pop.



Desde a década de 1990, grandes produtos midiáticos se inspiram na cultura, como a música *Vogue*, de Madonna e, mais recentemente, o álbum *Renaissance*, de Beyoncé.

Essa lógica demonstra a reflexividade entre a cultura pop e a *Ballroom* ao longo de mais de trinta anos. No entanto, apesar desse movimento reflexivo, as pessoas da cultura *Ballroom* ainda não usufruem dos privilégios advindos das lógicas da cultura pop, especialmente da produção voltada para o lucro. E isso é um reflexo das dinâmicas opressoras de gênero, sexualidade, raça e classe operadas pela norma da cisheterossexualidade compulsória em todo o mundo.

Em fevereiro de 2024, Beyoncé lançou duas novas músicas, *Texas Hold 'Em* e *16 Carriages*, anunciando o lançamento de um novo álbum, o segundo ato do *Renaissance*, para março. As novas músicas já possuem uma sonoridade *country*, fugindo das referências do primeiro ato. Resta-nos observar se os corpos desviantes exaltados no primeiro ato continuarão sendo exaltados, ou o *Renaissance* apenas seguirá o mesmo caminho de outros artistas que se apropriaram da cultura *Ballroom*, sinalizando para mais um período de invisibilidade até nova redescoberta pela indústria cultural.

REFERÊNCIAS

AMARAL, A. Uma breve introdução à subcultura cyberpunk. Estilo, alteridade, transformações e hibridismo na cibercultura. **E-Compós**, [S. l.], v. 3, 2005. DOI: 10.30962/ec.36. Disponível em: <https://www.e-compos.org.br/e-compos/article/view/36>. Acesso em: 5 mar. 2024.

AMARAL, A. Cultura pop digital brasileira: em busca de rastros político-identitários em redes. **Revista Eco-Pós**, Rio de Janeiro, v. 19, p. 1-22, 2016. Disponível em: https://revistaecopos.eco.ufrj.br/eco_pos/article/view/5422/3996. Acesso em: 22 fev. 2024.

AMARAL, A. Subculturas e cibercultura(s): para uma genealogia das identidades de um campo. **Revista Famecos**, Porto Alegre, v. 37, p. 38-44, 2008. Disponível em: <https://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/revistafamecos/article/view/4798/3602>. Acesso em 7 fev. 2024.

AMARAL, A.; BRAGA, C.; POLIVANOV, B. Subculturas, re(a)apresentação e autoironia em sites de rede social: o caso da fanpage "Gótica Desanimada" no Facebook. **Revista Lumina**, Juiz de Fora, v. 9, n. 2, p. 1-18, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufjf.br/index.php/lumina/article/view/21219/11540>. Acesso em: 7 fev. 2024.

BAILEY, M. M. **Butch Queens Up in Pumps**: Gender, Performance, and *Ballroom* Culture in Detroit. Michigan: The University of Michigan Press, 2013.



BUTLER, J. **Problemas de gênero**: feminismo e subversão da identidade. 13. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

CANCLINI, N. **Consumidores e cidadãos**: conflitos multiculturais da globalização. 8. ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2008.

COLLINS, P. **Pensamento feminista negro**: conhecimento, consciência e a política do empoderamento. São Paulo: Boitempo, 2019.

COLLINS, P.; BILGE, S. **Interseccionalidade**. São Paulo: Boitempo, 2021.

CRUZ, I. M. **O fervo também é luta**: a questão da identidade no Duelo de Vogue em Belo Horizonte. Dissertação. (Mestrado em Estudos Culturais Contemporâneos), Universidade FUMEC, Belo Horizonte, 2017. Disponível em: <http://ppg.fumec.br/ecc/wp-content/uploads/2016/08/Disserta%C3%A7%C3%A3o-Final-Izabel-Marques.pdf>. Acesso em: 20 out. 2022.

DE SÁ, S. P.; DE PAULO, R. V. Strike a pose! A mediação do videoclipe "Vogue" em performances do Carnaval carioca. **Comunicação, Mídia e Consumo**, São Paulo, v. 16, n. 46, p. 376-396, 2019. Disponível em: <https://revistacmc.espm.br/revistacmc/article/view/1901>. Acesso em: 7 fev. 2024.

FRANÇA, V. Discutindo o modelo praxiológico da Comunicação: controvérsias e desafios na análise comunicacional. In: FRANÇA, V. SIMÕES, P. (Orgs.) **O modelo praxiológico e os desafios da pesquisa em Comunicação**. Porto Alegre: Sulina, 2018. p. 89-118.

FRANCISCO, R. P.; CORRÊA, L. G.; MORENO FERNANDES, P. Voltar e recolher o que ficou para trás: Black is King e a não precaridade nas imagens da negritude. **Contemporânea - Revista de Comunicação e Cultura**, [S.l.], v. 19, n. 03, p.179-200, set-dez 2021. Disponível em: <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneapocom/article/view/45670>. Acesso em: 24 fev. 2024.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

GOFFMAN, E. **Os quadros da experiência social**: uma perspectiva de análise. Petrópolis: Vozes, 2012.

JACKSON, Jonathan David. The social world of voguing. **Journal for the Anthropological Study of Human Movement**, v. 12, n. 2, p. 26-42, 2002.

JESUS, J. G. de. Feminismo e identidade de gênero: elementos para a construção da teoria transfeminista. In: Seminário Internacional Fazendo Gênero 10, 2013, Florianópolis. **Anais [...]** Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina, 2013. Disponível em: <http://www.fg2013.wwc2017.eventos>.



dype.com.br/resources/anais/20/1373329021_ARQUIVO_FEMINISMOEIDENTIDADEDEGENERO.pdf.
Acesso em: 22 fev. 2024.

LAWRENCE, T. "Listen, and you will hear all the houses that walked there before": a history of drag balls, houses and the culture of voguing. In: REGNAULT, Chantal. **Voguing and the Ballroom Scene of New York, 1989-92**. New York: Soul Jazz Books, 2011. p. 3-11.

MARTINO, L. M. S. **Métodos de pesquisa em Comunicação**: projetos, ideias, práticas. Petrópolis: Vozes, 2018.

MARTINO, L. M. S.; MARQUES, Â. C. S. **Política, cultura pop e entretenimento**: o improvável encontro que está transformando a democracia contemporânea. Porto Alegre: Sulina, 2022.

MBEMBE, A. **Crítica da Razão Negra**. São Paulo: n-1 edições, 2018.

MCCRACKEN, G. **Cultura & consumo**: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo. Rio de Janeiro: Mauad, 2010.

NASCIMENTO, L. **Transfeminismo**. São Paulo: Jandaíra, 2021.

NASCIMENTO NGANGA, J. G. do. Harlem Renaissance: "Morrer para nascer e escrever a partir de si". **Revista História: Debates e Tendências**, [S.l.], v. 21, n. 2, p. 117 - 129, maio. 2021. Disponível em: <http://seer.upf.br/index.php/rhdt/article/view/11096>. Acesso em: 22 fev. 2024.

OLIVEIRA, G. A cena além do centro: Cultura *Ballroom* e a resistência periférica. **LAB Dicas Jornalismo**, [S.l.], 15 mar. 2022. Cultura. Disponível em: <https://labdicasjornalismo.com/noticia/10805/a-cena-alem-do-centro-cultura-Ballroom-e-a-resistencia-periferica>. Acesso em: 22 fev. 2024.

OLIVEIRA, S. R. B. de. **"Segura essa pose para mim"**: enquadramentos dos dispositivos interacionais da cultura *Ballroom* em Belo Horizonte. 2023. Dissertação (Mestrado em Comunicação Social) – Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2023. Disponível em: <https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/58350>. Acesso em: 22 de fev. 2024.

PEREZ, C. **Há limites para o consumo?** Barueri: Estação das Letras e Cores, 2020.

PRECIADO, P. B. **Um apartamento em Urano**: Crônicas da travessia. Rio de Janeiro: Zahar, 2020.

RIBEIRO, D. **O que é**: lugar de fala?. Belo Horizonte: Letramento, 2017.



SANTOS, H. C. **A transnacionalização da cultura dos *Ballrooms***. 2018. Dissertação (Mestrado em Linguística Aplicada) – Universidade Estadual de Campinas, Campinas, 2018. Disponível em: <https://repositorio.unicamp.br/acervo/detalhe/1010049>. Acesso em: 22 fev. 2024.

SOARES, T. Abordagens teóricas para o estudo da cultura pop. **Logos**, Rio de Janeiro. v. 2. n. 24, p. 1-15, 2014. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14155>. Acesso em: 22 fev. 2024.

VILLAFAN, L. de O. B. **Representações em chamãs**: memórias, narrativas e construções identitárias de drag queens no documentário Paris is Burning. Trabalho de Conclusão de Curso. (Curso de Biblioteconomia), Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2018. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/12026/1/LOBVillafan.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2024.