# ¿Es Beyoncé una militante del 'poder negro'?

Enviado por Durán el Mié, 02/24/2016 - 12:38
Artículos relacionados portada:
¿De qué hablamos cuando hablamos de guerras culturales?
La dictadura del videoclip
Foto portada:



Info de la autoría:
autor de 'La dictadura del videoclip'.

A partir de la debatida actuación de Beyoncé el 7 de febrero en la final de la Super Bowl y con el estreno de su videoclip *Formation*, muchos comentaristas progresistas han señalado estos días el **compromiso** de la superestrella houstoniana con la comunidad negra y el movimiento *black power*.

Incluso periodistas de la izquierda estadounidense tan importantes como Amy Goodman han escrito inusualmente apasionadas odas a la estrella de la industria musical. Ella y su compañero Denis Moynihan llegaron al punto de establecer **semejanzas entre la multimillonaria cantante, el Black Lives Matter y los Panteras Negras** en un artículo publicado en Democracy Now. Sin embargo, ¿qué hay de cierto en todo ello?

En su mediática actuación en el intermedio de la Super Bowl, Beyoncé y sus bailarinas vestían completamente de negro (las segundas con el pelo a lo afro y boina) a semejanza de los Panteras Negras, durante unos segundos de la coreografía formaron una X en supuesta alusión a Malcolm X y en otro momento también saludaron con el puño en alto.



Algunas "sutiles" diferencias con los movimientos aludidos radicaban en que sus vestidos acababan por las ingles y que no estaban haciendo activismo en las calles sino **actuando en el evento deportivo más atado al capitalismo mediático** de todo el país: la Super Bowl, con el patrocinio de grandes empresas como Pepsi y socios comerciales como Chevron, Google, Hewlett Packard, Levi's y un largo etcétera .

¿Qué significa eso? Que tuvo la **luz verde** de todas esas grandes corporaciones o sus representantes en el Levi's Stadium de Santa Clara para realizar la actuación que presentó. La coreografía de Beyoncé fue cualquier cosa menos improvisada y todos allí sabían el supuesto homenaje que se iba a realizar al movimiento negro (el equipo de realización debía conocer al detalle la coreografía para, por ejemplo, utilizar un plano cenital para mostrar la "X" cuando las bailarinas se alinearan formando tal letra).

Por otra parte, en su nuevo videoclip *Formation* (estrenado en Tidal y medio escondido en YouTube) encontramos **diversas alusiones a la comunidad negra y sus padecimientos**. Podemos observar, por señalar algunos puntos, una iconografía que alude a la **inundación de Nueva Orleans** en 2005 o grafitis exigiendo que **paren de dispararles** (en referencia a los asesinatos y abusos policiales que sufren algunos afrodescendientes) junto al **fugaz recuerdo de algún líder**

**histórico** como Martin Luther King que aparece durante menos de un segundo en la portada de un periódico llamado *The Truth* (*La Verdad*).

Todos estos elementos de cierto compromiso, junto a varios y más que confusos guiños al orgullo de negritud, se muestran dentro de un videoclip donde Beyoncé alardea de su condición de estrella y multimillonaria

Sin embargo, todos estos elementos de cierto compromiso, junto a varios y más que confusos guiños al orgullo de negritud, se muestran dentro de un videoclip donde Beyoncé alardea de su condición de estrella y multimillonaria, se llama "zorras" al resto de mujeres y no tiene ningún reparo en publicitar marcas de ropa de lujo como Givenchy o hacer *product placement* de otras más populares como Adidas o Red Lobster. Lo cierto es que pese a que Goodman y su compañero comparen forzadamente a Beyoncé con Black Lives Matter o los Panteras Negras, la realidad **dista mucho** de tal exótica mezcolanza.

Los Panteras Negras fueron una **organización política anticapitalista y armada** para la autodefensa y la ayuda de los afroamericanos creada en 1966. Su máxima influencia social la alcanzó entre finales de los sesenta y principios de los setenta con algunos **programas de ayuda a las comunidades** tan populares como el Free Breakfast (Desayuno gratis) para los niños más desfavorecidos.

Como bien señalan Goodman y Moynihan en su artículo, fueron perseguidos por el FBI mediante un programa de contrainteligencia llamado COINTELPRO, supervisado por el propio Edgar Hoover. El movimiento fue destruido desde fuera y desde dentro mediante la **guerra sucia** del Estado norteamericano: falsificación de pruebas, suplantación de identidades y correspondencia, hostigamiento legal, palizas, guerra psicológica, etc.

Es más, algunos de sus líderes fueron **encarcelados o asesinados** mientras que otros tuvieron que huir exiliándose en Cuba. Los Panteras Negras no sólo eran una extensión radicalizada del movimiento negro liderado por Malcolm X o Martin Luther King, sino que se consideraban socialistas, marxistas, revolucionarios y gran parte de ellos maoístas (sus seguidores estudiaban como obra de cabecera *El Libro Rojo* de Mao Zedong y Huey P. Newton, su líder, fue recibido oficialmente por las autoridades chinas en 1971, un año antes que lo hiciera el propio presidente Nixon).

Por su parte, la actual Black Lives Matter es (por ahora) una organización de base con cierto espíritu posmoderno e ideológicamente situada entre el centro-izquierda y la izquierda del espectro político que, si bien centra sus actividades en la defensa de la población negra, también observa una sensibilidad prioritaria con la comunidad LGTB (afrodescendiente).

No son un partido político, ni mucho menos pretenden el derrocamiento del sistema capitalista. Tampoco van armados para evitar abusos policiales como lo hacían los Panteras Negras ni practican ningún tipo de internacionalismo revolucionario. Son una organización de tintes reformistas que militan para que los estándares de la población negra mejoren. No hay prédica socialista ni lucha de clases. Ni una palabra de crítica al capitalismo.

En cambio, Beyoncé, a años luz de los anteriores y ajena a cualquiera de los padecimientos que sufren las mayorías de su mismo fenotipo, es una **multimillonaria empresaria y rentista del cuerpo** que, junto a su marido, el ex traficante, rapero y alto ejecutivo de la industria musical Jay-Z, forma una de las parejas más poderosas del negocio con **contactos con la élite estadounidense**, tanto política (Barak Obama o Hillary Clinton) como empresarial (Russel Simmons o Warren Buffet), tanto negra como blanca.

La máxima liberación de la comunidad afrodescendiente por la que está dispuesta a "luchar" la ex Destiny Child, mientras contornea el trasero ligera de ropa, se lame los dedos mirando a la cámara o celebra su riqueza en sus elitistas vídeos musicales, es aquella que permita a todos sus miembros transformarse en unos "Bill Gates negro[s]" (como apunta la propia letra de *Formation*). O sea, "emancipación" por medio del **enriquecimiento individual** y la explotación económica de las mayorías.

Se trata de la clásica historia del *black capitalism* que la misma oligarquía estadounidense ha publicitado desde hace décadas para integrar ideológicamente a la mayoría de la clase trabajadora afroamericana en su régimen y de paso dividirla en sus luchas colectivas con la blanca (justo lo contrario de lo que hacía el Partido Comunista).

Desde que, tras largas luchas, los afrodescendientes consiguieron los mismos derechos civiles que el resto (1969), en las décadas siguientes el **capitalismo negro** se llamó Bill Cosby, Michael Jordan, Oprah Winfrey o Will Smith. Todas esas estrellas eran y son las que la industria cultural necesita para **vender la imagen del Sueño Americano** entre una población tan castigada como la afrodescendiente.

Esta publicitada propaganda afirma que los negros que se esfuercen por triunfar acabarán haciéndolo **sin importar las condiciones materiales** que les rodeen (falta de oportunidades laborales, pobreza, narcotráfico, etc.). Es decir, **sin importar la barreras sistémicas** del pasado y del presente, sin tener en cuenta los siglos de esclavitud y la discriminación que todavía hoy hacen que los afrodescendientes en EEUU sufran una pobreza semejante a la de Irak con un 27,4% de su población en la indigencia, un paro que dobla al de la población blanca o un 40% de la población presa pese a sumar solo el 12% de la ciudadanía estadounidense.

De este modo, con la prédica del *black capitalism* al que se incorpora con entusiasmo Beyoncé, la industria cultural hegemónica conseguirá que las nuevas generaciones de niños y jóvenes afrodescendientes tengan como **referentes** para idolatrar a negros enriquecidos bajo las reglas del capitalismo estadounidense, a negros asimilados burgueses o rentistas, en lugar de líderes afroamericanos verdaderamente contrahegemónicos. Auténticos héroes y heroínas que, como en los sesenta y principios de los setenta, lucharon por los derechos del colectivo y por el de todas las clases populares sin importar el color de su piel: Malcolm X, Martin Luther King, Huey P. Newton, Angela Davis, etc.

Beyoncé es clave, como mujer negra de éxito bajo las reglas del sistema, para conquistar a decenas de millones de adoctrinados por el flujo del mainstream cultural

La prédica del "capitalismo negro" es una estrategia de la clase dirigente para lograr la hegemonía de los dominados por consenso, que diría Antonio Gramsci. Y Beyoncé es clave, como mujer negra de éxito bajo las reglas del sistema, para conquistar a decenas de millones de adoctrinados por el flujo del *mainstream* cultural.

El problema de su mensaje como traducción afro del *American Way of Life* (el "libérate enriqueciéndote") es que, por defecto, no pueden existir tantos puestos de ricos capitalistas o rentistas del espectáculo como para que todos los negros puedan vivir tan holgadamente como ellos.

Necesitan a muchos trabajadores negros (y blancos o de cualquier otro tipo) a los que extraerles el plusvalor mediante la explotación salarial y a partir de allí obtener las ganancias que les permitan el despilfarrador estilo de vida del que Beyoncé alardea en gran parte de sus vídeos.

Aquellos ingresos que permiten a la cantante regalarle a su marido un jet Bombardier Challenger 850 valorado en 40 millones de dólares para su cumpleaños o a éste comprarle una isla privada cerca de Florida en el suyo. Es algo ligeramente diferente a por lo que militaban los Panteras Negras cuando luchaban no sólo contra la opresión racial sino también contra la opresión capitalista que sufría la clase trabajadora.

Pero, ¿cómo es posible que una mujer tan preparada como Amy Goodman no pueda ver algo tan diáfano? ¿Cómo es posible que la principal responsable de uno de los programas de radio y televisión radical estadounidense más populares (Democracy Now) y la autora de diversos libros críticos con el gobierno más poderoso del mundo se rinda tan fácilmente a los encantos de una estrella de la industria musical simplemente por aludir de la forma más banal, superficial y contradictoria posible a un movimiento por el que ella siente simpatía?

En realidad, tristemente, es más sencillo y mundano de lo que parece. Una de las causas estriba en

lo que en psicología se llama el **efecto halo por atractivo físico**. Se utiliza ampliamente en publicidad para conquistar al consumidor y se trata de un sesgo cognitivo que falsamente hace creer al espectador que una persona, por el mero hecho de ser atractiva, es mejor de lo que realmente es en otros aspectos de su personalidad. Por ejemplo, si una mujer es bella, la vemos más inteligente, más generosa, más audaz y quizás, en el caso de Beyoncé, más "comprometida" de lo que realmente es, ante el menor gesto en esa dirección.

Son tan infrecuentes los casos de compromiso social o político que, cuando alguna de estas prefabricadas celebridades se pronuncia al respecto, aunque sea del modo más vago, ambiguo y banal posible, encontrará la simpatía de muchos intelectuales de izquierda huérfanos de referentes

Todo aquello que el espectador considera bueno, será reforzado e hipertrofiado por el atractivo sexual y el carisma. Otra de las razones que sustenta el entusiasmo de Goodman radica en que en el Olimpo de Dioses y Diosas Manufacturados desde las industrias culturales hegemónicas (TV, música de masas, prensa y cine comercial, etc.) son tan **infrecuentes** los casos de compromiso social o político que, cuando alguna de estas prefabricadas celebridades se pronuncia al respecto, aunque sea del modo más vago, ambiguo y banal posible, encontrará la simpatía de muchos intelectuales de izquierda huérfanos de referentes conocidos que apoyen sus causas. Es decir, les ayudarán a sentirse menos solos de lo que en realidad están.

En otras palabras, con la ambigüedad de su mensaje "pro *black power*", el equipo de producción y marketing de Beyoncé consiguió con *Formation* y su actuación en la Super Bowl llegar a (casi) todo el mundo a la izquierda de los republicanos más duros (que no interesan a la artista pues ya los había "ahuyentado" hace años con su apoyo público al Partido Demócrata).

Con este "escándalo" premeditado, **alcanzaron simultáneamente** a la mayoría de gente que no le importa en absoluto el decurso del movimiento negro y simplemente disfrutará con las coreografías de las sensuales bailarinas danzando al ritmo de los éxitos precocinados del repertorio de Beyoncé y a aquella minoría preocupada por la suerte de la comunidad afrodescendiente que verán compromiso donde sólo hay oportunista pose.

Sumado a ello, la polémica en los medios republicanos le otorgará a la cantante una **presencia mediática extra** y una victimización/defensa en el bando progresista que le resultará ciertamente rentable. Resultado: **más publicidad y beneficios** para Beyoncé y sus auspiciadores.

Complementariamente a lo anterior, todo este calculado revuelo pudiera tratarse (también) de una hábil estrategia de marketing de Jay-Z, el marido de la cantante, para **volver a colocar en el escaparate mediático** a su maltrecha plataforma de vídeos en streaming, Tidal (donde se estrenó el videoclip en exclusiva), la cual está siendo un estrepitoso fracaso comercial.

Por eso la empresa recientemente anunció que donaría 1,5 millones de dólares a diversas ONG que se centran en ayudar a la población afrodescendiente.Una forma de atraer y fidelizar, al menos, al público negro. Como no alcanzan al mayoritario, que era su objetivo primario al lanzar la empresa (ni más ni menos que competir con YouTube o Spotify), más vale ser cabeza de ratón que cola de león. Todo dentro de la consabida y publicitada "responsabilidad social" del mundo corporativo. La **caridad de siempre** difundida por los focos y las ruedas de prensa que sirven para **mejorar la percepción de la marca** entre los (posibles) consumidores.

En síntesis, Beyoncé Knowles es **parte del engranaje de la misma oligarquía política y económica** que saca rédito de la opresión "racial" y económica de las mayorías trabajadoras negras (y blancas) estadounidenses. Ayuda a dividir a la fuerza de trabajo norteamericana sobre el eje "racial" (fenotípico) que desplaza al científicamente objetivo y estructural de "clase", abaratando así su valor (sus salarios), al dificultar las luchas unitarias.

De hecho, la cantante apoya a la candidata más a la derecha del Partido Demócrata, Hillary Clinton, frente al socialdemócrata de izquierdas Bernie Sanders, en su pugna por ser la candidata del partido a las elecciones de este año. La misma mujer que rió a carcajadas cuando como Secretaria de Estado de Obama se enteró que Gadafi había sido asesinado, la misma que es parte integrante del imperialismo estadounidense que con sus guerras aplasta las vidas y los sueños de tantos pueblos

alrededor del mundo sin importar el color de su tez.

Beyoncé es como Obama, puro marketing, resultona pose y publicitado "cambio" para que nada cambie. La cara amable, "liberal", de un capitalismo atroz, frente a la cara antipática, "conservadora", de los halcones republicanos

Beyoncé es como Obama, puro marketing, resultona pose y publicitado "cambio" para que nada cambie. La cara amable, "liberal", de un capitalismo atroz, frente a la cara antipática, "conservadora", de los halcones republicanos. Pero todos juntos dentro de las filas de la oligarquía imperialista estadounidense.

Así, pese a todas los gestos supuestamente "progresistas" que hiciera en su actuación en la Super Bowl, lo importante es que por encima de Beyoncé **seguirá brillando el logotipo del capital** (en este caso de la patrocinadora Pepsi) mientras canta (sin rubor) que "es una estrella" y que le sobra el dinero.

Y, pese a ello, el efecto halo es tan poderoso que valerosas activistas como Amy Goodman seguirán creyéndose lo que muchos no nos creímos con Obama pese a la amplitud de su sonrisa: que **su praxis fuera verdaderamente contrahegemónica**. Eso sí, hay que reconocer el compromiso de Beyoncé en un punto y es que efectivamente es una sincera militante de una causa muy especial: el tamaño de su bolsillo. Así puede ser activista de muchas que le ayuden a engordarlo. Hoy será la población negra y mañana… ¿quién sabe? Estamos seguros que no será la lucha contra un capitalismo que la encumbra hasta la estratosfera de la jerarquía social y le permite disfrutar de una riqueza francamente obscena.

Uno de los comentaristas de izquierda fascinados por el supuesto compromiso de Beyoncé, Dave Zirin, afirmó: "Estoy francamente asombrado que este país, en el que se pueden servir salchichas con copos de oro mientras la gente se muere de hambre en las calles, también puede ser un país capaz de producir una artista tan audazmente brillante como Beyoncé".

Suponemos que con lo de "brillante" se refería a los zapatos de oro y diamantes que la diva compró por más de 300.000 dólares en una elitista joyería de Reino Unido. Con esa cantidad, la "comprometida" cantante podría haberle salvado la vida a más de uno de sus "hermanos". Pero, claro, es que los zapatos eran tan bonitos… casi tan irresistibles como las salchichas. O el caballo-balancín de oro macizo que le regaló a su hija, el sonajero de diamantes, la corona de…

**Moraleja**: así nos va a una izquierda **incapaz de construir su propia industria cultural** con sus héroes y heroínas de clase. Presa de los límites del disenso prefabricado por la industria cultural burguesa. Atrapados, como estamos, por los vendedores de sueños precocinados y (re) producidos por la oligarquía mediática al servicio del capital, nos equivocaremos una y otra vez al elegir nuestros referentes. Y, mientras tanto, algunos seguirán muriendo de hambre, mientras otros, y otras, se alimentan de oro.

Recuadro:

Artículo publicado originalmente en El Viejo Topo.

Foto:



Pie de foto:
Beyoncé, en la actuación durante la final de la Super Bowl.
Edición impresa:

Sección principal:
Culturas
Nombres propios:
Black Lives Matter
Panteras Negras
Barack Obama
Hillary Clinton
Posición Media:
Cuerpo del artículo
Compartir:

Autoría:
Jon E.Illescas
Formato imagen portada:
grande