

A SENSÇÃO DA FAVELA: ANÁLISE DE FIGURINOS DA CANTORA ANITTA COMO MATERIALIZAÇÃO SEMIÓTICA DE REPRESENTAÇÃO DA CULTURA BRASILEIRA ANTES DO PROCESSO DE INTERNACIONALIZAÇÃO DE SUA CARREIRA

Maria Isabel Pereira de Menezes
Juan dos Santos Silva

Resumo

Advinda de Honório Gurgel – subúrbio do Rio de Janeiro/Brasil, Anitta é detentora de uma estética particular e que utiliza dos figurinos como estratégia de identidade visual, para promover sua cultura, sendo possível vislumbrá-la como uma artista que imprime a sinergia entre moda, cultura e brasilidade. O objetivo desse estudo consistiu em analisar os figurinos da Anitta como materialização semiótica de representação da cultura brasileira. Este é um estudo com tipologia descritiva e exploratória e abordagem qualitativa, no qual foram analisados figurinos referentes aos álbuns: “Anitta”, “Ritmo Perfeito”, e “BANG”. Para a etapa de análise dos dados, adotou-se a análise semiótica, tendo como enfoque a semiótica da cultura. A pesquisa permitiu visualizar as fases que constroem a carreira da Anitta, podendo observar a evolução não só musical, como também cultural da artista, em um momento que sai do estereótipo da favela e começa a atingir outras pessoas como uma identidade visual e referencial no cenário da música e da moda.

Palavras-chave: Figurino; Cultura brasileira; Semiótica; Anitta.

Abstract

Hailing from Honório Gurgel - a suburb of Rio de Janeiro/Brazil, Anitta has a particular aesthetic and uses her costumes as a visual identity strategy to promote her culture, making it possible to see her as an artist who imprints the synergy between fashion, culture and Brazilianness. The aim of this study was to analyse Anitta's costumes as a semiotic representation of Brazilian culture. This is a descriptive and exploratory study with a qualitative approach, in which costumes from the albums "Anitta", "Ritmo Perfeito" and "BANG" were analyzed. For the data analysis stage, semiotic analysis was adopted, focusing on the semiotics of culture. The research made it possible to visualize the phases that make up Anitta's career, allowing us to observe the artist's evolution not only musically, but also culturally, at a time when she leaves the stereotype of the favela and begins to reach other people as a visual identity and reference in the music and fashion scene.

Keywords: Costume design; Brazilian culture; Semiotics; Anitta.

1. Introdução

O termo cultura compreende o elemento que distingue os indivíduos nos diferentes contextos socioculturais, trazendo à tona as particularidades de cada sociedade, tais como vivências, costumes e formas de consumo. Pode ser entendida como sendo o somatório de crenças, costumes, valores e tradições que constituem e representam determinada sociedade (Freitas, 2016).

O debate sobre cultura pode reverberar na busca em entender a evolução humana, os comportamentos, as interações e trocas sociais das pessoas ao longo da história, bem como os símbolos e significados que determinadas práticas denotam e caracterizam grupos específicos (Santos, 2006). Ela é capaz de ordenar e estruturar a vida social, especialmente da sociedade moderna (Santos, 2006), adentrar no modo de vida das pessoas e reger condutas

e princípios sociais (Santos, 2006).

Nesse sentido, dentro da sociedade a moda e a cultura ocupam espaços de prestígio na vida das pessoas, podendo ainda, se complementarem e propiciar um ambiente de possibilidades estéticas para todos que compõem determinado grupo. A moda, especificamente as roupas, potencializa a cultura devido ao seu caráter inovador e efêmero, estimulando o desejo em fazer parte de determinado grupo que compartilha de gostos e estilos semelhantes ao do indivíduo (Vieira, 2017).

A cultura dos jovens, especialmente aqueles ligados à música, podem ditar tendências no mercado cultural e da moda, consolidando a sinergia entre cultura e mercado de consumo (Guimarães; Ribeiro, 2020), especialmente a cultura pop. Sendo os cantores, artistas que circulam no mercado da música e da moda, utilizando de figurinos para alcançar determinado público, constituir uma identidade visual, ditar tendências e se posicionar para diferentes culturas.

No cenário musical brasileiro diversos artistas tornaram-se emblemáticos por seus figurinos, como a cantora Anitta. Advinda de Honório Gurgel – subúrbio do Rio de Janeiro/Brasil, Larissa de Macedo Machado, conhecida popularmente como Anitta é uma cantora representante do estilo funk carioca e pop nacional, detentora de uma estética já conhecida nacionalmente e que utiliza de figurinos como estratégia de identidade visual, seus figurinos, como dito por Guimarães e Ribeiro (2020) possuem aspectos típicos do funk brasileiro, vistos nas cores, na sensualidade, no brilho e na dualidade de uma perspectiva esportiva e festiva.

Desta forma, o objeto de pesquisa “Anitta” torna-se pertinente por diferentes fatores: por ser uma cantora advinda de um movimento marginalizado – o funk carioca – e ter se consolidado no cenário musical brasileiro, atualmente com projeção internacional, o que conseqüentemente tende a promover a cultura brasileira, além disso, enquanto mulher que não põe limites no seu modo de ser, de se comportar e se vestir, trazendo autenticidade para seus figurinos, logo, Anitta tende a ser um case de sucesso (se referindo à marca ANITTA), no que diz respeito à sinergia entre moda, cultura e brasilidade.

Deste modo, dedicar-se a correlacionar uma possível relação entre os figurinos da Anitta com a cultura brasileira e a forma como essas vestimentas podem admitir ou não elementos que reforcem a identidade nacional torna-se um estudo de caso promissor para ambos os campos do conhecimento, pois a discussão tende a ampliar percepções sobre a moda no campo da cultura, sendo a Anitta um objeto de análise promissor em decorrência da difusão da sua imagem no imaginário de muitos brasileiros. Logo, o questionamento que rege esta pesquisa é: quais elementos simbólicos e semióticos presentes nos figurinos da Anitta materializam a cultura brasileira?

Segundo Sales, Batista, Fernandes e Arrazola (2019), dentre as funções de um figurino está a construção da identidade de um personagem, os artistas encarnam personas quando trajam determinado figurino, logo, o figurino torna-se fundamental para a concepção de sua aparência, comportamento, cultura e performance. Com isso, o figurino desempenha um papel importante para os artistas, no que diz respeito à identificação com um público e como forma para consolidá-lo dentro de um cenário cultural específico.

Sendo assim, este estudo perpassa, também, pela busca em compreender estratégias utilizadas por esses artistas, especificamente a Anitta, no que tange a utilização do figurino como disseminação da cultura de seu povo. A identificação da cultura de um indivíduo ocorre nos modos de comportamento, nas vestimentas, na forma de andar, comer, falar, gesticular, e na língua em que este se comunica (Velho, 2009).

Diante dessas constatações a presente pesquisa é desenvolvida visando a compreensão de quais maneiras o figurino da Anitta é utilizado como fator representativo de sua cultura – o Brasil. Embora se saiba da influência que a moda possui para uma cultura, e vice-versa, pouco

é debatido sobre a possibilidades de os figurinos imprimirem uma identidade por meio da perspectiva cultural, enfocando-se a Anitta, seu contexto social e cultural e seu país, e conseqüentemente, sua cultura como objeto de análise e discussão. Nesse sentido, o objetivo do estudo é analisar os figurinos da Anitta como materialização semiótica de elementos de representação da cultura brasileira.

2. Revisão de literatura

2.1 Moda e Cultura

Para reconhecer a moda como elemento da cultura, deve-se mencionar sua relação com o comportamento humano, visto que a moda impõe normas que indicam a maneira pela qual as pessoas devem se comportar, se vestir e agir, o que posteriormente tende a influenciar e caracterizar traços culturais de uma tribo (Alves, 2017).

A moda concebe a um indivíduo a prerrogativa de ser social e cultural (Cidreira, 2010; Reinke, 2017), devido a sua possibilidade de pertencimento e distinção e da premissa do parecer para se distinguir. Consoante a assertiva, Barnard (2003) a ressalta como um mecanismo de expressão e valorização pessoal, que indica sentimentos, identidades, valores e gostos que atribui características para pessoas e/ou grupos.

Devido à moda ser visível através do vestuário, a indumentária pode ser entendida como a materialização da moda dentro do aspecto cultural de um povo, pois como respalda Santos (2006) a cultura está presente no modo de se vestir, reforçando o pensamento acima. Corroborando, Cidreira (2010) aponta que a moda é um elemento cultural, visto que, se a cultura comunica e reproduz elementos típicos de um grupo social, a moda e a indumentária são canais passíveis para que tais características sejam externalizadas.

A moda pode ser analisada sob diferentes óticas, no campo da cultura ela emerge como um fenômeno social e estético para expressão e caracterização coletiva/individual (Sousa; Gomez; Campos, 2013). Sua relação com a cultura está pautada em suas influências na aparência, no comportamento, na relação do 'eu' com o corpo e na otimização das expressões de identidade, estilo e cultura de um indivíduo (Alves, 2017; Cidreira, 2010).

[...] a moda poderá ser vista como um espelho para a compreensão dos desdobramentos culturais de uma determinada sociedade, uma vez que essa se atrela a aspectos, tais como, valores, crenças, manifestações artísticas, escritos, etc, que são incapazes de gerarem uma expressão própria e neste sentido necessitam estruturar uma relação que pode ser definida como cultura material (Reinke, 2017, p. 76)

As roupas revelam valores e símbolos de um grupo, membros de uma tribo que utilizam determinadas vestimentas carregam consigo significados intangíveis e típicos de seu grupo (Cidreira, 2010; Sousa; Gomez; Campos, 2013; Reinke, 2017). Frente a esse contexto, tem-se a moda enquanto um campo disseminador de signos abstratos, perspectivas subjetivas e significados do comportamento dos indivíduos, revelando muito mais do que se possa observar de maneira física e tangível.

Destarte, ela pode ser vislumbrada como um sistema de linguagem que possui as roupas e os acessórios como fatores que viabilizam a comunicação dos símbolos e a delimitação de povos, e, conseqüentemente, de sua cultura (Sousa; Gomez; Campos, 2013). Para Barnard (2003), ela é uma forma de comunicação não verbal, ou seja, que não utiliza da escrita ou oralidade, e é um fenômeno da cultura por propiciar a interatividade humana.

É neste sentido, que se observa a moda como uma forma de linguagem passível de ser analisada pela semiótica, é realizado um desprendimento da relação simplista e

funcional entre roupa e corpo, e a roupa é lançada então como um signo moldado pelo eu – usuário, sujeito, indivíduo – e interpretado pelo outro – consumidor, sociedade e mídia – dentro de um contexto que poderá ser os seus aspectos culturais (Reinke, 2017, p. 82).

A semiótica pode ser entendida como a ciência que analisa os signos presente nas linguagens, sendo uma interpretação profunda e subjetiva de todos os elementos que compõem determinada linguagem, escrita ou não-escrita. E a moda, ao ser percebida como uma forma de linguagem não-verbal, permite que por meio da semiótica sejam vislumbrados elementos que comuniquem para além do produto físico, mas que por meio de cores, estampas, símbolos e determinadas finalidades, possam atribuir novos significados para um indivíduo.

A moda utiliza de cores, modelagens, tamanhos, texturas, estampas e outros atributos para codificar textos e estabelecer comunicação, ultrapassando interpretações físicas e contemplando significados históricos, sociológicos, psicológicos e culturais em suas estruturas (Reinke, 2017). O que pode ser potencializado pela semiótica, ao colaborar para o entendimento subjetivo desses elementos e seus significados, reverberando em novas interpretações para aquilo que não precisa ser escrito ou materializado para obter novos sentidos.

O consumo de vestuário, na atualidade, não está mais centrado em suas funcionalidades práticas, mas em seus significados e símbolos, como a afirmação de identidade e pertencimento a uma cultura, pois “no momento em que escolhemos nossas vestes, estruturamos uma relação de nosso corpo com a realidade sociocultural em que estamos imersos” (Reinke, 2017, p. 79). Assim sendo, a moda mais do que um agente cultural, pode ser compreendida como propulsora de comunicação e propagação das características de um grupo e dos seus significados.

Além de toda a carga de identificação, que permite agregar vínculos sentimentais a um personagem, o figurino com o passar dos anos se tornou tópico primordial na vida de artistas, Sales et al. (2019, p. 64) comentam que “com o advento da fotografia, o figurino se tornou uma das peças essenciais para a modelação da aparência dos artistas que cada vez mais tinham suas imagens veiculadas nos meios de comunicação impressos”. Freitas (2016, p. 4) complementa que “os figurinos também tem como função destacar a verticalidade do corpo, reforçando a silhueta com peças de vestuário ou acessórios para causar um efeito visual no palco”.

É desse modo que a moda está situada para além da indústria do vestuário, um dos segmentos mais relevantes no cenário atual que consegue adentrar em vários outros segmentos, Jensen et al. (2020) dizem que o conceito moda, traz a necessidade diferenciação social e está relacionado a um período, que tende a reverberar nos interesses e gostos das pessoas. Deste modo, percebe-se a moda como parte de uma cultura, levando sentido e significado, afinal, “vestir-se é também um ato de significação” (Linke, 2013, p. 2).

Pode-se enxergar então, “o ato de vestir-se e adornar-se, nos mais diversos grupos e épocas da evolução humana, denota o desejo de proteção e de transfigurar-se através do uso de indumentária, adornos e/ou maquiagem” (Scholl et al., 2009 p. 7), é então essa evolução humana, que ensina sobre nosso passado e que possibilita a criação, seja de personagens, roupas, figurinos, entre outros. Iglecio e Italiano (2012) falam sobre isso quando dizem que para existir o figurino deve haver a existência de uma narrativa, pois os figurinistas trabalham com a ficção.

Na sinergia que permeia a moda e a cultura, é notório o quão relevante é a moda para a cultura e para o fortalecimento de seus princípios e entendimentos, da mesma forma que a cultura corrobora com a disseminação da moda na sociedade. Cabe salientar que a moda é um dos elementos da cultura, a qual contempla outros, e que ela não inferioriza nem tampouco se sobressai aos demais, pois cada um dispõe de sua relevância dentro de

determinado contexto.

2.2 Cultura Brasileira

No tocante à premissa de entender a produção e disseminação da cultura brasileira e tecer sobre o assunto a óptica da moda, cabe discorrer sobre o tema de modo a vislumbrar nele pontos que caracterizam a identidade nacional. Para Cardoso e Muzzeti, (2007, p. 1), “dizer que a sociedade brasileira é multicultural significa compreender a diversidade étnica e cultural dos diferentes grupos sociais que a compõem”, nesse aspecto, tem-se que a multiculturalidade do país é reflexo das misturas de povos que originaram o Brasil.

Na história do Brasil existem momentos importantes para serem considerados, pois eles fazem parte da construção da brasilidade, ou seja, da identidade da cultura nacional. Então Machado (2020, p. 21-22) afirma que

Ao se pensar em termos de brasilidade no tocante às diversas culturas e manifestações artísticas do país faz-se um recorte que exclui da perspectiva dois momentos históricos vastos e importantes: 1 – o momento em que o Brasil ainda não se chamava Brasil e 2 – o Brasil nos tempos de Colônia e de Império. O primeiro momento, que vem desde tempos imemoriais até a chegada dos povos europeus nas costas brasileiras no Séc. XVI, nem sequer havia a ideia de que esse território fosse uma nação, ou um estado-nação como no sentido que a burguesia moderna estabeleceu. Havia uma grande população de povos originais separados em distintas etnias, culturas, línguas, povos que ora se relacionam, ora estavam em conflito. No segundo momento, do Séc. XVI ao XIX, havia uma importação forçada e vertical de modos de existências originais da Europa com temperos de genocídio e escravidão para conter os povos originários e controlar os sequestrados africanos. Evidentemente que são momentos fundamentais da História do Brasil e que compõem a vida, língua, cultura de maneira geral, em certa medida, até hoje. Com certeza há também ecos desses grandes períodos em manifestações culturais populares, festividades e na arte dita brasileira (mesmo na arte contemporânea). Mas nesses momentos, considera-se que não havia ainda um pensamento sobre cultura brasileira e sobre arte brasileira. A década de 1920 foi fundamental para o estabelecimento da entidade brasileira no campo das artes. Primeiramente com a Semana de Arte Moderna de 1922 e, depois, com o Manifesto Antropofágico de 1928.

Desse modo, para ser considerado um ‘verdadeiro brasileiro’ teria que nascer, segundo Brito (2021), entre a casa-grande e a senzala ou entre o preto e branco, onde a língua, comportamentos e sexo diferenciavam a naturalidade brasileira de outras. Aqui é identificada a história da construção da identidade individual com a diversidade de povos que contribuíram para essa composição.

Frente a essa linha de pensamento, Cardoso e Muzeti (2007, p. 1) comentam que “a sociedade brasileira reflete, por sua própria formação histórica, o pluralismo. Somos nacionalmente, hoje, uma síntese intercultural, não apenas um mosaico de culturas”. Na referida assertiva, os autores mostram que a diversidade brasileira é mais do que apenas a fusão de povos e raças, mas uma troca de culturas diferentes.

A identidade brasileira parte da ideia de que a combinação e a miscigenação estão pautadas na diversidade. Esse fato acaba sendo divulgado pelos artifícios da indústria da moda, por meio de discursos que promovem o Brasil como sendo um país plural (Michetti, 2014). O autor aponta ainda que a diversidade do povo brasileiro trouxe para sua cultura um complexo que torna a identidade do país tipicamente genuína, justamente por essa miscigenação.

Para Brito (2021), a identidade brasileira, ou a brasilidade, como denominou, estava atrelada à política e democracia local, às curvas e músculos de homens e mulheres, à língua falada e à afetuosidade exacerbada. A brasilidade então nada mais é que a construção de convivências de povos e da troca de diferentes culturas em meio democrático.

Quando colocamos a cultura em contexto econômico (Michetti, 2014) ela passa a ser considerada como um recurso para o mercado de bens e serviços, onde a identidade cultural adquire status de moeda de troca. Logo, a indústria cultural cria produtos e desperta o consumo dos indivíduos por meio de elementos simbólicos de um determinado grupo.

Por exemplo, no mercado da moda, a moda brasileira é posta como uma expressão de identidade própria, diferenciada da moda ocidental e de seus semelhantes, atribuindo ao Brasil um diferencial competitivo e privilegiado em virtude da autenticidade das produções nacionais (Michetti, 2014). Portanto, se entende que a cultura brasileira por ter uma identidade tão peculiar, acaba projetando em seus produtos e serviços um ‘brilho próprio’ legítimo que não se encontra em outro lugar, tornando-os únicos e atrativos.

O Brasil é visto como multifacetado, multicolorido, que foge de um caráter estático, é um país que exala alegria por suas festividades, modernidade em suas competências, que remonta às curvas dos corpos brasileiros e às características de seu clima e relevo e, assim, reverbera na concepção da identidade nacional (Ortiz, 2016). Estes argumentos estão no fato, também, do Brasil ser considerado um país de cultura receptiva e acolhedora.

Mas embora seja reconhecido diverso e plural, cabe ressaltar que faz parte da cultura do brasileiro o ato de segregar, ou seja, como apontado por Machado (2020), dividir os povos entre ricos e pobres em duas frentes, a periferia e a metrópole, aqueles que possuem capital e cultura e aqueles que não possuem. Zan (2008) complementa que além da fragmentação por classes, o Brasil é dividido por recortes de regionalismos. Nesse aspecto, a particularidade de cada região soma-se às características da cultura brasileira e compõem a identidade nacional.

No que se refere ao regionalismo, Michetti (2014) fala que a produção em conjunto das diferenças locais pode resultar em produtos e serviços com um alcance comercial maior, visto que a identidade desses bens seria potencializada pelo atributo do regionalismo. Se entende através desse pensamento que determinada cultura pode ser levada para o mundo e fomentada por suas características locais, podendo alcançar uma vocação global.

No século XXI diferentes setores da sociedade passaram a atribuir relevância e demonstrar interesse pela cultura brasileira e suas manifestações, por ser um país com diferentes regiões e tradições distintas, tais vivências tornam-se belas perante a diversidade das riquezas de expressões artísticas e culturais (Oliveira; Cordeiro; Rodrigues; Pena; Santos; Souza, 2016).

A cultura brasileira recebe notoriedade, também, pelo seu folclore, o qual é rico em representatividade, simbolismo e é parte da herança histórico-cultural dos povos antigos, sendo destaque para atividades socioeconômicas, como o turismo, que utilizam dessas manifestações como forma de promover e valorizar as manifestações locais (Oliveira et al., 2016). Diante do que foi discutido, se observa a necessidade de aprofundar discussões sobre a cultura brasileira para ampliar o entendimento sobre o mesmo e propor novos vieses de pesquisa, adentrar nesse tema com ênfase na moda, pode ser o viés para elucidar elementos que representam signos que denotam a identidade nacional e a caracterizam.

3. Metodologia

Por objetivar analisar os figurinos da Anitta e sua relação com a cultura brasileira, o presente trabalho é identificado enquanto um estudo de caso com tipologia descritiva e exploratória e abordagem qualitativa. Dispõe de tipologia descritivo-exploratória, visto que pesquisas descritivas buscam estudar as características de determinado fenômeno, de modo a caracterizá-las, estabelecer relação entre as variáveis e explicar suas causas (Gil, 2008). Por sua vez, a pesquisa exploratória estabelece o levantamento de informações sobre determinado objeto de estudo, para que haja uma maior familiaridade do pesquisador com o mesmo

(Severino, 2013).

A abordagem adotada foi a qualitativa, pois permite ao pesquisador desenvolver uma visão subjetiva e analítica com o fenômeno selecionado (Gil, 2008; Pereira; Shitsuka; Parreira; Shitsuka, 2018). Além disso, trata-se de um estudo de caso focado na Anitta, pelo enfoque da pesquisa em observar a evolução de sua carreira, especialmente seu vestuário. Conforme respaldam Pereira et al. (2018), um estudo de caso visa uma análise detalhada sobre determinado objeto, de modo a apresentar peculiaridades que o torne significativo dentro de um contexto específico.

Os dados secundários foram coletados no Google Images e nas mídias sociais da cantora, reunindo imagens dos figurinos utilizados pela artista no período de divulgação dos seus álbuns: “Anitta”, “Ritmo Perfeito” e “BANG”. Outros dados foram obtidos por pesquisa bibliográfica, utilizando-se de artigos científicos, monografias e dissertações para embasar os assuntos abordados.

A análise dos dados foi realizada por meio de uma análise semiótica. A qual esteve alicerçada em compreender o uso do vestuário na sinergia com a cultura e a identidade artística da Anitta, estabelecendo como critério legitimador os figurinos e todos os contrastes e contextos sociais em que os mesmos foram incorporados. O alinhamento dessa vertente permitiu visualizar de forma subjetiva e compreender se a Anitta usa dos figurinos como ferramenta de promoção de sua cultura de origem.

4. Análise e discussão dos resultados

Anitta, ainda sob o nome artístico de “MC Anita”, iniciou sua carreira como membro do grupo FURACÃO 2000, fazendo shows pela sua região e participando de programas de TV e rádio vinculando sua imagem ao movimento do funk carioca. Em 2013, oficialmente é lançado o seu álbum de estreia “Anitta”, que teve como sucesso principal a música ‘Show das Poderosas’ responsável por colocá-la em destaque para a mídia nacional.

Aqui se vislumbra uma Anitta ainda muito jovem, caminhando ao estrelato, buscando sua identidade artística e dispondo de uma indumentária que remete ao funk e traz consigo a dualidade: mocinha e vilã. As cores dos figurinos neste período eram majoritariamente escuras, muitas roupas pretas, tons de verde escuro e cinza (ver figura 01).

Figura 01: Figurinos usados por Anitta no álbum “Anitta”.



Fonte: Google Images (2023).

Como dito acima, havia o interesse de apresentá-la enquanto uma mulher sensual e sedutora, mas ao mesmo tempo sua imagem era de uma jovem-adulta. Isso era visto também nas suas músicas: Meiga e Abusada, Menina Má, Tá na Mira, as quais a remetiam a esse

contexto de empoderamento feminino mas que traziam uma certa ingenuidade no modo de pensar.

Seu posicionamento reforçava essa ideia, ela detinha de uma postura dinâmica, seus figurinos ressaltavam isso, pois a dualidade de cores de forma subjetiva distinguia uma Anitta mais ingênua, de outra mais agressiva e ousada. Por estar dentro de um segmento musical que possui muita sensualidade, manter essa postura a tornava instigante para o olhar do público, despertando curiosidade e polêmica pelo seu jeito atrevido de ser.

Figura 02: Dicotomia na identidade da Anitta.



Fonte: Google Images (2023).

Observa-se que seus figurinos eram mais simples, sem ornamentos, aplicações ou elementos que impusessem uma presença impactante. E por que isso acontecia? A identidade visual da Anitta era pautada no estilo do funk carioca, logo, era necessário que seus figurinos remetesse ao estilo das pessoas que viviam e consumiam esse segmento, ao frequentar bailes funks, por exemplo. Logo, foi construído nela um estilo urbano, com peças jeans, capuz e couro, vistas como artefatos de sensualidade e poder (ver figura 03).

Cidreira (2010) e Sousa, Gomez e Campos (2013) já argumentavam que membros de determinado grupo utilizam vestimentas que carregam significados intangíveis e característicos dessas pessoas. Deste modo, por estar inserida em um contexto social do subúrbio carioca, do funk e ser uma artista desse movimento, seria esperado que a Anitta retratasse essa cultura em seus figurinos, uma vez que este era seu principal público e nicho no início de sua carreira.

Figura 03: Figurinos que remetem à cultura do funk carioca.



Fonte: Google Images (2023).

Um acessório que a Anitta utilizava bastante eram os braceletes, diversas composições ganharam sua presença, dando certa feminilidade aos looks. Outrossim, a silhueta da sua indumentária no período de divulgação do referido álbum tinha como destaque a cintura bem marcada com busto em destaque, contribuindo para as questões já levantadas (figura 04).

Figura 04: Demarcação do corpo da Anitta por seus figurinos.



Fonte: Google Images (2023).

Pode-se inferir que a estética visual e os figurinos do álbum Anitta tinham como destaque a relação direta com o movimento do funk carioca, buscava-se associar a Anitta com este estilo de modo a construir na imagem do público, o imaginário de cantora de funk que levantada a bandeira do segmento, era uma menina/mulher se descobrindo, empoderando outras mulheres e rumo ao enfrentamento de paradigmas como machismo e preconceito com o funk.

As roupas revelam valores e símbolos de um grupo, e a Anitta soube explorar características marcantes do seu lugar de origem, tanto na perspectiva social quanto cultural nesse momento inicial de seu aparecimento na mídia, consolidando uma estética particular e que faria parte de sua identidade artística por longos anos: a sensualidade de ser ela mesma. Nesse pensamento, Alves (2017) coloca que a moda delimita normas que norteiam a maneira como as pessoas devem se comportar, vestir e agir, tendo influência nos traços culturais de um povo. No caso da Anitta, a cultura do funk se tornou elemento de sua identidade.

Já em 2014, é lançado o segundo álbum, o Ritmo Perfeito, não se observa uma mudança tão brusca de estilo do álbum Anitta para este, aqui é como se a Anitta viesse dando continuidade à estética anterior, se antes ela se coloca de forma sensual agora parece haver uma sutileza e delicadeza maior, trazendo à tona a mocinha da história, principalmente pelos tecidos que passam a ser mais fluidos e leves e em cores mais claras, porém, ela não deixa de utilizar jeans e roupas escuras, propondo essa dualidade de estilos (figura 05).

A moda utiliza de cores, modelagens, tamanhos, texturas e outros atributos para codificar textos e estabelecer comunicação (Reinke, 2017). Ao verificar a construção de imagem da Anitta e seus figurinos, pode-se enfatizar a dinâmica mencionada anteriormente, de delicadeza e sensualidade no seu vestuário.

Figura 05: Figurinos usados para divulgação do álbum Ritmo Perfeito.



Fonte: Google Images (2023).

A sombra preta esfumada nos olhos segue sendo utilizada, pode-se dizer que esta foi uma característica desses dois primeiros álbuns. Podendo ser entendida como uma ferramenta de manipular sua imagem por meio da maquiagem, buscando essa persona mais adulta, pois Anitta era uma cantora bem jovem nesta fase de sua carreira.

Foi um período de mudança na sua aparência física, em virtude dos primeiros procedimentos estéticos feitos pela cantora, seu cabelo também sofreu diversas variações, indo do longo ao curto, do liso ao ondulado, com franja lateral e sem franja, propondo essa multiplicidade visual e possibilidade de alternância de imagem pessoal.

Foi pontuado anteriormente que os figurinos da Anitta eram menos trabalhados esteticamente, mas a partir deste momento eles começam a ser mais elaborados, peças bordadas, de renda, outros transparentes, com aplicações e muito brilho vem ganhando espaço nas suas produções. É a ressalva da sensualidade feminina de uma forma diferente da passada, percebe-se um vestuário mais dinâmico, livre e alegre (figura 06).

Segundo Reinke (2017) a moda enquanto fenômeno cultural norteia a relação entre a distinção e o pertencimento, ou seja, permite que um indivíduo possa expressar sua identidade, ideologias e valores dentro de um campo coletivo, o qual reúne diferentes pessoas com características distintas. Ao analisar, até aqui, como a Anitta retrata a brasilidade em seu vestuário, se percebe que ela explora a sensualidade, a provocação por meio do jogo de valores em que o “bem” e o “mal” dialogam no mesmo espaço, ela constrói uma identidade forte e marcante através dessa dinâmica.

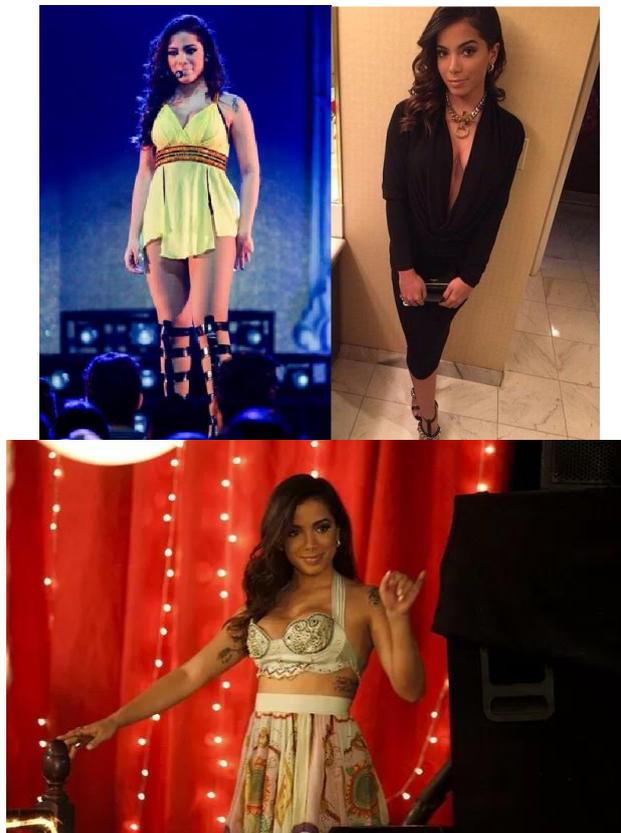
Figura 06: Figurinos usados para divulgação do álbum Ritmo Perfeito.



Fonte: Google Images (2023).

Vestidos e conjuntos de shorts com cropped foram bastantes usados nessa fase, pode-se dizer que um estilo mais casual e, talvez, mais romântico era projetado na Anitta, a silhueta da cintura marcada permanece, os atributos da cultura do funk abrem espaços para novas possibilidades (figura 07). Observa-se uma transição de estilos, saindo de um aspecto mais impactante, para algo mais leve e natural, podendo ser reflexo de certa estabilização em sua carreira e sua imagem.

Figura 07: Alternância de estilos nos figurinos do álbum Ritmo Perfeito



Fonte: Google Images (2023).

Embora se vislumbre a sensualidade e a feminilidade nesses figurinos, não se percebe símbolos mais fortes que possam ser associados à cultura brasileira, entende-se essa fase de

sua carreira de duas formas: como continuidade e consolidação da Anitta apresentada ao grande público, seja por suas letras, seu estilo e comportamento, e como uma transição para um novo passo de seus projetos, permitindo que, a partir de uma solidez de seu trabalho e identidade visual, ela possa caminhar por novos segmentos e estilos.

Em 2015 com o lançamento do álbum BANG, Anitta altera as concepções que vinham sendo dimensionadas acerca da sua carreira e alcance da visibilidade de seu trabalho, tendo em vista que o disco apresenta uma sonoridade diferente de seus últimos projetos, migrando para o POP e admitindo uma roupagem e estética aversa ao que antes vinha sendo desenvolvido pela artista e sua equipe. Embalado por sucessos como BANG, Deixa ele Sofrer e Essa Mina é Louca, o álbum permitiu a Anitta transitar por diversos estilos e experimentar novas proposições de figurinos, pelo fato de propor uma estética divertida, irreverente e fashionista (figura 08).

Mas o que seria migrar do funk carioca para o POP? Este termo advém do vocábulo ‘popular’, ou seja, que é comercialmente atrativo e consumido em grande escala pela massa, logo, Anitta passa a se posicionar de uma maneira mais popular, menos focada no funk, sobretudo para o público adolescente. Como menciona Silva (2017), suas estratégias de marketing, identidade visual, figurinos e sonoridade musical admitem essa vertente mais popular e divertida, transitando entre o público adulto e infantil, se distanciando um pouco do estilo dos projetos anteriores.

Essa mudança de estilo respaldou na popularidade e ascensão da visibilidade da Anitta no mercado, pois o álbum BANG se tornou um dos mais sucedidos dentre os seus primeiros discos (Silva, 2017), isso pode ser explicado pelo fato de uma maior diversidade de público ter consumido o trabalho da Anitta nesse período. Zan (2008) destaca que a música tida como popular tem se consolidado enquanto uma manifestação cultural relacionada à indústria do entretenimento. Deste modo, tendo feito esses apontamentos, entende-se que não basta apenas a mudança de sonoridade, mas a repaginação de toda a identidade visual, como, por exemplo, dos figurinos para atingir um público maior e se inserir na cultura pop.

Figura 08: Mudança de estilo no álbum Bang.



Fonte: Google Images (2023).

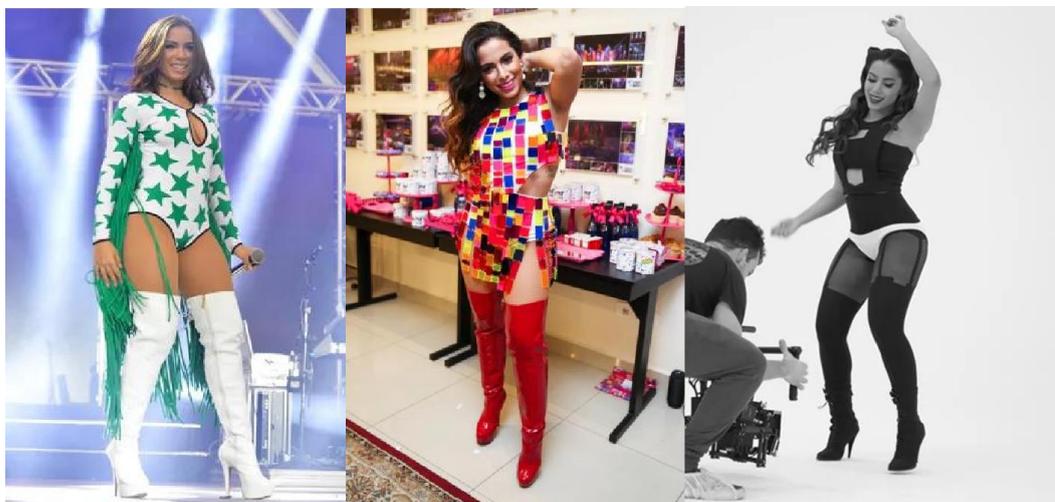
Nesta fase de sua carreira Anitta buscava alcançar outros potenciais consumidores, como o público infanto-juvenil, e consumidores do segmento POP, isto pode ser verificado na estética de suas peças, as quais passaram a ter cores fortes e chamativas, padronagens e mix de estampas, fazendo alusão a animações, desenhos e super-heróis. O mercado comercializava a imagem da Anitta pautada na sedução, no empoderamento feminino e correlacionada com o funk carioca, agora tenta-se ampliar o alcance que a marca Anitta pode

atingir.

Figurinos com modelagens mais estruturadas, muitos adereços, cores e estampas marcam o vestuário desse período, é um momento de experimentar o lúdico e fantasioso para se tornar mais comercial e se aproximar de outros nichos de consumidores. Pode-se dizer que alguns dos figurinos que permeiam o imaginário do público sobre a imagem da Anitta advém dos lançamentos desta época, como, por exemplo, os figurinos utilizados no clipe da música que intitula o disco, visto que se tornaram tão marcantes que passaram a ser uma das marcas de sua carreira, é um estilo bem pop, que consolida a imagem da Anitta nessa nova vertente.

As botas com cano longo de salto alto foram destaque na composição dos looks, pois projetavam a imagem de diva pop que cantoras internacionais dispunham e possuíam como marca registrada (figura 09). A fusão de figurinos mais excêntricos e artísticos, com o universo fantasioso da cultura pop, projetou uma nova persona para Anitta, a de diva pop nacional.

Figura 09: Figurinos do Álbum “Bang”.



Fonte: Google Images (2023).

A era BANG permitiu a experiência artística da Anitta de diversas formas, seja na tentativa de ampliar seu público, seja na busca por adentrar em um novo estilo musical e por vislumbrar os figurinos como instrumentos de alternância de identidade e imagem. Embora seja um período mais divertido e caricato, ela manteve algumas características da sua personalidade como a transparência, peças justas que modelam o corpo, figurinos que a permitem dançar e a projetam enquanto uma mulher divertida e ao mesmo tempo sedutora (figura 10).

Figura 10: Reforço da imagem Anitta pelos figurinos do álbum “Bang”.





Fonte: Google Images (2023).

Pode-se dizer que os figurinos do álbum BANG tiveram o pop art como alicerce, foram peças ousadas e diferentes de tudo que ela vinha utilizando anteriormente, e, provavelmente, alterou os rumos de seus próximos projetos. A brasilidade que se verifica nesses trajes é a representação da alegria, da irreverência, a sensualidade característica da Anitta de forma sutil e implícita, a busca pelo novo, ademais, não vistos elementos que possam remeter ao Brasil e a sua cultura, como o funk carioca, o qual ela se dedicou em anos passados.

5. Considerações finais

A pesquisa é estruturada pelo decorrer da carreira de Anitta, sua estética inicial e como ela vai se modificando de acordo com sua evolução musical, torando possível perceber a interação direta entre música e moda, uma vez que os fatores estéticos se tornam pontos de referência para as fases musicais.

Analisando o contexto estrutural de desenvolvimento da carreira de Anitta, é possível perceber que ela adentra e percorre diferentes nichos musicais durante os anos, sua estética a princípio traz o estereótipo brasileiro, levando peças como o jeans e cropped a maior destaque, mostrando a realidade das favelas sua então origem.

Nos figurinos usados no álbum “Anitta” é muito forte a presença de um corpo extremamente marcado, com roupas coladas e curtas, acessórios como argolas e braceletes, reforçam o estilo estereotipado da favela e do funk carioca.

Há uma demasiada nuance entre a hibridização dos figurinos da Anitta nos estilos pop e funk, em alguns momentos há uma distinção mais evidente e em outros há um afastamento dessa estética. É válido ressaltar a diversificação que ocorreu a partir do lançamento do álbum “Ritmo perfeito”, seguido pelo álbum “BANG”, nesse momento foi possível enxergar uma maior diferença de trajes, sendo explorada a utilização de novos tecidos, modelagens e cores, sobretudo no “BANG”, focado na cultura pop.

Os resultados apontados aqui não podem ser generalizados e associados a outras artistas, visto que se trata de um estudo de caso da Anitta, não se configurando como uma realidade para outras cantoras que gerenciam sua carreira de forma semelhante e atuam nos mesmos segmentos que ela. Acerca das limitações da pesquisa, cabe apontar a amostra do estudo que não considerou todos os videoclipes e projetos musicais da Anitta pelo fato de ser um volume muito extenso, sugere-se para futuras pesquisas ampliar os elementos analisados e estabelecer categorias de análise.

Como já citado, a moda é um ponto de suma importância para a música já que ela se torna um referencial para o artista, analisando em um cenário geral, a cultura de povos, regiões, países, entre outros, está diretamente ligada a forma com que se vestem, isto não seria diferente no cenário musical, a moda e cultura estão interligados e unidos como uma forma

de representação e conhecimento, permitindo gerar referências e o mais importante, permite também passar uma mensagem social, seja crítica ou artística, a moda permite expressão.

Referências

ALVES, L. M. Moda, cultura e comunicação: um diálogo entre comportamento, corpo e expressão. In: Colóquio de Moda, 13., 2017, Bauru. **Anais [...]**. Bauru: UNESP, 2017. p. 1-12. Disponível em:

http://www.coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202017/CO/co_4/co_4_MODA_CULTURA_E_COMUNICACAO.pdf. Acesso em: 01 jun. 2023

BARNARD, M. **Moda e Comunicação**. Rio de Janeiro: Rocco, 2003

BRITO, F. L. C. B. Imagens do Brasil: precursores e redescobertas do mito da brasilidade. **PerCursos**, Florianópolis, v. 22, n. 50, p. 91 - 115, 2021. Disponível em:

<https://www.revistas.udesc.br/index.php/percursos/article/view/19717>. Acesso em: 4 ago. 2023.

CARDOSO, S. M. V.; MUZZETI, L. R. As dimensões da diversidade cultural brasileira. **Revista Ibero-Americana de Estudos em Educação**, Araraquara, v. 2, n. 1, p. 1-11, 2007. Disponível em: <https://periodicos.fclar.unesp.br/iberoamericana/article/view/451>. Acesso em: 4 ago. 2023.

CIDREIRA, R. P. A moda como expressão cultural e pessoal. **Iara – Revista de Moda, Cultura e Arte**. São Paulo, v.3, n.3, p. 227-244, dez. 2010. Disponível em:

http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistaiara/wp-content/uploads/2015/01/07_IARA_vol3_n3_Dossie.pdf. Acesso em: 01 jun. 2023

FREITAS, A. dos S. Um estudo sobre o figurino da cantora Joelma Mendes: a cultura musical paraense e suas influências. In: COLÓQUIO DE MODA – 9a Edição Internacional 3º Congresso de Iniciação Científica em Design e Moda, 12., 2016. **Anais [...]**. [S.L], 2016. p. 1-15. Disponível em:

<http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202016/COMUNICACAO-ORAL/CO-07-Figurino/CO-07-A-CULTURA-MUSICAL-PARAENSE-E-SUAS-INFLUENCIAS.pdf>. Acesso em: 12 jul. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

GUIMARÃES, M. P; RIBEIRO, R. A. da C. Quando o funk subiu as passarelas da alta costura: a trajetória do funk carioca no cenário da moda internacional. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL DE DESIGN., 2020. **Proceedings [...]**, 2020. p. 1-12. Disponível em: <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/quando-o-funk-subiu-as-passerelas-da-alta-costura-a-trajetria-do-funk-carioca-no-cenrio-da-moda-internacional-35936>. Acesso em: 12 jul. 2023.

IGLECIO, P.; ITALIANO, I. C. O figurinista e o processo de criação de figurino. In: COLÓQUIO DE MODA, 8., 2012, Rio de Janeiro. **Anais [...]**. Rio de Janeiro: Senai, 2012. p. 1-11. Disponível em:

http://coloquiomoda.com.br/anais/Coloquio%20de%20Moda%20-%202012/GT09/COMUNICACAO-ORAL/103760_O_figurinista_e_o_processo_de_criacao_de_figurino.pdf. Acesso em: 02 jul. 2023.

JENSEN, A. V. S; BARRA, A. L. B; HAYASIDA, A. R; OLIVEIRA, S. R. de; BALLESTEROS, F. A. Passarela de Estilo: moda e música em performance cênica. **Analecta: Centro Universitário Academia**, [S.L], v. 6, n. 3, p. 1-14, 2020. Disponível em: <https://seer.uniacademia.edu.br/index.php/ANL/article/view/2745>. Acesso em: 14 jul. 2023.

LINKE, P. P. A moda, a indumentária, o traje popular e o figurino. In: CONGRESSO INTERNACIONAL DE HISTÓRIA, 6., 2013. **Anais [...]**. Paraná: Universidade Estadual de Maringá, 2013. p. 1-12. Disponível em: http://www.cih.uem.br/anais/2013/trabalhos/188_trabalho.pdf. Acesso em: 02 jul. 2023.

MACHADO, M. A. **Cultura, arte e brasilidade**. São Paulo: Unicamp. 2020

MICHETTI, M. Do caldeirão de culturas ao buffet de diversidade cultural: os usos das “brasilidades” como discurso na moda contemporânea. **Ciências Sociais Unisinos**, São Leopoldo, v. 50, n. 1, p. 25-33, jan. 2014. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4013/csu.2014.50.1.03>. Acesso em: 02 jul. 2023.

OLIVEIRA, M. A. S. A.; CORDEIRO, D. G. D.; RODRIGUES, F. da S. F.; PENA, I. A. de B.; SANTOS, R. S.; SOUZA, V. **Cultura Brasileira**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2016

ORTIZ, R. Imagens do Brasil. **Sociedade e Estado**, [S. l.], v. 28, n. 3, p. 609–633, 2016. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/sociedade/article/view/5840>. Acesso em: 4 ago. 2023.

PEREIRA, A. S; SHITSUKA, D. M; PARREIRA, F. J; SHITSUKA, R. **Metodologia da Pesquisa Científica**. Santa Maria: UFSM, NTE, 2018.

REINKE, C. A. Quando as roupas falam: debate sobre a moda como uma forma de linguagem. **Revista Práxis**, [S. l.], v. 1, p. 75–84, 2017. DOI: 10.25112/rpr.v1i0.1189. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistapraxis/article/view/1189>. Acesso em: 1 jun. 2023

SALES, S. S. P; BATISTA, I. M. S; FERNANDES, R. A. U; ARRAZOLA, L. S. D. O papel do figurino na construção da persona do cantor Ney Matogrosso. **Revista de Iniciação Científica, Tecnológica e Artística**, São Paulo, v. 7, n. 2, p. 61-82, mar. 2019. Disponível em: http://www1.sp.senac.br/hotsites/blogs/revistainiciacao/wp-content/uploads/2019/03/241_IC_ArtigoRevisado.pdf. Acesso em: 12 jul. 2023.

SANTOS, J. L. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2006

SCHOLL, R. C.; DEL-VECHIO, R.; WENDT, G. W. Figurino e Moda: Intersecções entre criação e comunicação. In: CONGRESSO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO NA REGIÃO SUL. 10., 2009, Blumenau. **Anais [...]**. Blumenau, 2009. p. 1-15. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sul2009/resumos/r16-0855-1.pdf>. Acesso em: 02 jul. 2023.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Cortez, 2013.

SILVA, P. V. F. **O show da poderosa**: um estudo de caso sobre a carreira da cantora Anitta. 66 f. TCC (Graduação) - Curso de Comunicação Social, Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/19627/1/2017_PaulaVieiraFelixdaSilva.pdf. Acesso em: 13 fev. 2023.

SOUSA, R. P. L.; GOMEZ, L. S. R.; CAMPOS, A. Q. O sistema cultural da moda. **Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 27, p. 33-47, jul./dez.

2013. Disponível em: <http://revistaalceu-acervo.com.puc-rio.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?inford=476&sid=39>. Acesso em: 3 jul. 2023

VELHO, A. P. M. A semiótica da cultura: apontamentos para uma metodologia de análise da comunicação. **Revista de Estudos da Comunicação**, Curitiba, v. 10, n. 23, p. 249-257, set./dez. 2009. Disponível em: <https://periodicos.pucpr.br/estudosdecomunicacao/article/view/22315>. Acesso em: 3 jun. 2023

VIEIRA, G. R. R. **Um diálogo entre a cultura local e o design de moda**. 2017. 205 f. Dissertação (Mestrado) Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2017. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/handle/ri/25425>. Acesso em: 01 jun. 2023

ZAN, J. R. Música popular brasileira, indústria cultural e identidade. **Eccos – Revista Científica**, São Paulo, v. 3, n. 1, p. 105-122, jan. 2008. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.5585/eccos.v3i1.249>. Acesso em: 03 jun. 2023