

“DISSERAM QUE EU VOLTEI AMERICANIZADA?”: SIGNOS DA CULTURA BRASILEIRANOS FIGURINOS DA ANITTA NO PROCESSO DE SUA INTERNACIONALIZAÇÃO

Gisleyd Niedja de Araújo
Juan dos Santos Silva

Resumo

Figurinos têm sido utilizados por artistas para representar sua cultura e se aproximar de seu público, tendo como exemplo, neste estudo, a cantora Anitta por considerá-la uma marca consolidada no Brasil e por atualmente estar empenhada em se promover no mercado exterior. Nesse sentido, o objetivo desta pesquisa foi identificar os signos da cultura brasileira nos figurinos da Anitta no seu processo de internacionalização. Essa é uma pesquisa descritiva, exploratória e qualitativa, que examinou imagens e vídeos de três projetos da artista: “CHECKMATE”, ‘Kisses’ e ‘Versions of Me’, através da análise do discurso e da semiótica da cultura. Os resultados apontaram que a Anitta explora a cultura brasileira e seus signos e símbolos sob diversas formas nos seus figurinos, seja de forma sutil ou não, há o toque de brasilidade e há a identidade da Anitta no que ela veste, no que comunica e no modo como se apresenta e promove o lugar de onde vem.

Palavras-chave: Figurinos; Cultura; Semiótica; Anitta.

Abstract

Costumes have been used by artists to represent their culture and get closer to their audience, with singer Anitta as an example in this study, as she is considered a consolidated brand in Brazil and is currently trying to promote herself abroad. In this sense, the aim of this research was to identify the signs of Brazilian culture in Anitta's costumes during her internationalization process. This is a descriptive, exploratory and qualitative study which examined images and video clips from three of the artist's projects: "CHECKMATE", "Kisses" and "Versions of Me", using discourse analysis and cultural semiotics. The results showed that Anitta explores Brazilian culture and its signs and symbols in various forms in her costumes, whether subtly or not, there is a touch of Brazilianness and there is Anitta's identity in what she wears, in what she communicates and in the way she presents herself and promotes the place she comes from.

Keywords: Costumes; Culture; Semiotics; Anitta.

1. Introdução

Muito mais do que roupas e estilo, a moda tende a estar fundamentada nos comportamentos, na identidade, na distinção entre os indivíduos, e, também, em sua cultura, sendo essa uma correlação estimulante e necessária na literatura sobre moda. Segundo Vieira (2017) a moda está intrínseca à evolução do homem e aos seus atributos culturais.

Deste modo, pode-se pensar a moda como elemento da cultura e a cultura enquanto uma forma de materialização da moda. Debruçar-se sobre a cultura é visar entender os códigos e símbolos presentes na vida em sociedade e que são revelados pelos membros de determinados grupos (Laraia, 2001), como, por exemplo, a moda e o segmento de figurinos.

No campo da moda, o ramo dos figurinos ganha destaque por suas características teatrais, lúdicas e cênicas, sendo ferramentas de retratar, em um ambiente real ou irreal, um personagem, sua cultura e sua identidade. Podem representar ainda contextos históricos, culturais, ambientes políticos e econômicos, estilos de vidas e muitos outros cenários no

mundo do cinema, do teatro, da dança, da música e da área de entretenimento como um todo (Campos; Lago, 2021).

Os figurinos têm auxiliado os artistas a incorporarem personas e suas características sociais e culturais. No mercado musical não é diferente, cantores utilizam do vestuário como estratégia para se aproximar do público e de seu cotidiano. O exemplo abordado nesta pesquisa diz respeito à cantora Anitta, especificamente os signos e os símbolos que seus figurinos comunicam no processo de internacionalização de sua carreira.

Silva (2017) relata que no início Anitta dispunha de figurinos que destacavam uma imagem descolada, sensual e urbana, mas com o passar do tempo o estilo de seus figurinos migrou para uma perspectiva irreverente, autêntica e sensual, incorporando elementos da cultura pop em suas peças. Segundo Cardeal (2019), no clipe da música ‘Vai Malandra’, a cantora consegue representar a cultura do funk carioca por meio de seu figurino, da ambientação do vídeo, dos figurantes etc., atribuindo a ela uma identidade local.

Justifica-se a escolha do objeto de estudo, por considerar Anitta uma mulher revolucionária, enquanto uma marca consolidada no Brasil e por atualmente estar empenhada em se promover no mercado exterior e, conseqüentemente, associar sua imagem ao Brasil e à cultura local, o que tende a refletir em benefícios na projeção midiática e visibilidade da cultura brasileira. Por este motivo, a presente pesquisa procura responder a seguinte questão: quais os signos e símbolos da cultura brasileira nos figurinos da Anitta no processo de internacionalização de sua carreira?

O estudo dessa dinâmica entre o figurino e a cultura admite também o debate no campo da semiótica, em decorrência dos elementos simbólicos, culturais e não-verbais que as roupas possuem, sobretudo o diálogo no campo da Semiótica da Cultura. A semiótica da cultura permeia aspectos – sociais, históricos, tecnológicos – que possuem influência sob determinada cultura e os sentidos que esta propaga, sendo assim, busca compreender os signos, os sentidos e a comunicação proveniente da representação da cultura entre um grupo social (Velho, 2009).

O entendimento semiótico acerca da cultura enquanto mecanismo provedor de informação parte da premissa de que a cultura dispõe de atributos ordenados que constituem comunicação, e linguagem, dando novos sentidos a ela (Machado, 2010). Desta maneira, analisar minuciosamente os diferentes elementos da cultura reverbera na descoberta de significados que tendem a elucidar as formas pela qual o homem vive em sociedade, como este se comunica com seu entorno e o que o diferencia e o agrupa com seus pares.

Diante do que foi apresentado, o objetivo desta pesquisa é identificar os signos da cultura brasileira nos figurinos da Anitta no seu processo de internacionalização. Esta é uma pesquisa descritiva e exploratória, com abordagem qualitativa, elaborada através da análise do discurso e análise semiótica ao observar videoclipes e imagens de figurinos da Anitta na fase em que ela passa a promover seu trabalho com foco no mercado internacional.

2. Revisão de literatura

2.1 Moda e Figurinos

É possível vincular o termo figurino como uma forma de levar uma informação que diz respeito a uma história ou personagem, sendo ficcional ou não (Campos; Lago, 2021) ou seja, sendo os figurinos “[...] todos os trajes cênicos, ou mesmo o conjunto da indumentária e acessórios, criado ou produzido pelo figurinista/designer, e utilizado pelo artista para compor determinada comunicação” (Scholl; Del-Vechio; Wendt, 2009, p. 1).

Então constatando como a presença de um marco visual, o figurino se apresenta

diariamente na vida de todo e qualquer indivíduo, isto deve-se ao fato de que “o figurino aparece em várias instâncias, como novelas, cliques musicais, cinema, teatro, entre outras, com a função de comunicar a identidade do personagem que o veste” (Sales et al., 2019, p. 62). Os autores mencionados relatam ainda que o figurino tende a ser uma extensão do corpo humano, atribuindo e levando significados, tornando-se um só junto ao indivíduo que o traja.

O figurino evoca significados que ajudam o público a saber, por exemplo, qual sexo, idade e nacionalidade do personagem. Porém, além dessas informações mais demográficas, o figurino também pode comunicar sentimentos, estados de alma, e informar em quais estereótipos os personagens se inserem e que clichês retomam (Sales et al., 2019, p. 63).

Para Linke (2013), independente de uma peça de roupa ser um traje do cotidiano ou um figurino artístico, este dispõe de bagagem simbólica cultural e mensagens transmitidas pela linguagem visual da roupa. É neste pensamento que um figurinista busca construir um figurino, trazendo tudo que envolva um indivíduo, levando suas crenças, hábitos, classe social, cultura, entre outros, para um palco, por exemplo (Freitas, 2016).

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 figurinistastrabalham com a ficção.

A partir disso, constata-se que a moda “[...] se expressa de maneira mais gritante no vestuário. Através dele se produz uma série de signos que expressam significados distintos” (Linke, 2013, p. 4). Pode-se relatar também que “o figurino enquanto signo não se propõe, necessariamente, a ditar estilos ou modos de ser. Ele é, antes de tudo, uma arqueologia [...] parte do complexo de elementos que constroem os produtos da Indústria Cultural (Scholl et al., 2009, p. 10).

Diante de tais concepções, Scholl et al. (2009) dizem que, independente do tipo de espetáculo, o figurino é responsável por atrair o espectador para o mundo que está sendo encenado, uma vez que cada roupa está carregada de elementos estéticos que dialogam como cena. O figurino se torna para além de uma peça de vestuário e de moda, ele retrata identidades, etnias, identidades e, principalmente, histórias.

2.2 Cultura e Semiótica da Cultura

Cultura é uma palavra que denota entendimentos e definições distintas, resultando em um volumoso escopo acadêmico-científico dedicado a compreender e apontar seus significados. É um tema de relevância para as ciências humanas e sociais, tendo sido investigada a partir dos campos da linguagem, literatura, artes, sociologia e outros que fundamentam o assunto e ampliam as noções de conhecimento acerca deste e do comportamento humano dentro de grupos sociais (Hall, 1997).

O termo cultura é originado do verbo latino *colere*, que significa cultivar e que por muito tempo foi visto como sendo a predisposição para o aperfeiçoamento pessoal e social do homem (Santos, 2006). Como apontado por Godoy e Santos (2014), sua origem remete à capacidade do homem em dar sentido aos símbolos que perpassam o convívio em sociedade.

Cultura é um atributo social e humano, Godoy e Santos (2014) salientam que estudar sobre ela é buscar compreender o Homem e a forma como ao decorrer de sua vida, ele adquire e vivencia a cultura. Outrora, seu conceito esteve baseado na compreensão dos elementos que caracterizam um indivíduo e daquilo que era cultivado e adquirido, reverberando em

significados provenientes da comunicação oriunda da interação social (Cidreira, 2010). Ao decorrer do tempo suas concepções passaram a abranger outros atributos e fatores que auxiliaram no entendimento do que seria, de fato, cultura.

Cultura pode ser concebida como sendo o aglomerado de crenças, conhecimentos, costumes, ideologias, princípios, valores e objetos e/ou artefatos materiais característicos de um grupo de pessoas, que identificam membros de um grupo (Santos, 2006; Thompson, 2009). Na visão de Sousa, Gomez e Campos (2013), é o agrupamento de símbolos e mitos de um povo, que se evidenciam de forma materializada para que sejam comunicados.

Diante disso, se observa que a cultura perpassa por aspectos materiais e imateriais que dizem respeito a determinados grupos e, assim, atribui-lhes distinção frente a outras tribos, tornando-os singulares, autênticos e representativos. Ela admite as relações humanas como um de seus pilares, visto que a partir da interação social surgem as semelhanças e desigualdades que perpassam a cultura, pois essa está alicerçada em pautas políticas, de gênero, de raça, de etnia e outras (Vieira, 2017).

Isto posto, pode-se dizer que o homem é um ser social e cultural, o qual é imprescindível para o estudo da cultura. Segundo Hall (1997), práticas e ações sociais constituem elementos culturais, uma vez que apresentam significados e reverberam em comunicação, ou seja, a ação social do homem é um meio de significação e representação pessoal e coletiva.

Conforme Laraia (2001) o homem é fruto do meio cultural em que vive, ou seja, a construção dos princípios, da experiência, da conduta e do estilo de vida que determinada pessoa desenvolve, é resultado do meio em que está inserido. Assim sendo, enxergá-lo enquanto ser cultural, é idealizar uma perspectiva de que o indivíduo em toda a sua vivência absorve cultura, para além daquela de seu povo, pois está em constante formação e contato com o outro.

Em complemento, Godoy e Santos (2014) mencionam que a cultura corrobora com a subjetividade, com a constituição identitária de uma pessoa e com a segregação social ao ramificar a sociedade em grupos e tribos. Sendo assim, pensar em cultura remete à aquisição de conhecimentos, na ampliação da perspectiva de mundo e na possibilidade de sair da bolha que habita, pois ao conhecer novos grupos é possível abrir-se para o novo.

Os contextos social, linguístico e cultural possuem influência na composição de identidade de uma pessoa, logo, esses fatores conduzem a quem as pessoas são ou desejam ser, o que pensam, como se comportam e de que forma se comunicam (Godoy; Santos, 2014). Como enfatizado por Hall (1997), a disseminação da cultura e as trocas culturais têm sido acentuadas pela tecnologia da informação e comunicação e pelo avanço dos meios de produção.

A complexidade da modernidade aprimora as relações sociais, as formas de comunicação e a linguagem da cultura, a qual é evidenciada nos elementos visuais (Velho, 2009). Frente a esse contexto, cabe salientar que a cultura é permeada por códigos, símbolos e significados que dão sentido às ações do homem dentro e fora de uma civilização, sendo possível interpretar identidades por meio deles (Hall, 1997).

Compreendê-la como uma linguagem evidencia um campo do conhecimento que atribui notoriedade para os elementos que constituem a cultura, ressignifica artefatos e costumes, visualiza-os de forma abrangente e atribui novos sentido a eles, sendo essa a Semiótica da Cultura. Logo, ao propor essa visão subjetiva, é possível conceber a cultura como “um sistema de armazenamento, processamento e transferência de informação” (Velho, 2009, p. 253).

A área da Semiótica da Cultura provém dos pesquisadores da Escola de Tártu-Moscou em meados do século XX, que contemplavam perspectivas sociais, linguísticas, filosóficas, históricas, antropológicas dentre outras em suas inquições. Dentre as suas finalidades estava a elucidação dos signos e significados que envolvem a cultura, ao vislumbrá-la como uma forma de linguagem.

O estudo semiótico da cultura, sobretudo como um sistema de informação, tende a evidenciar nuances isoladas e pouco exploradas que perpassam por fatos históricos e culturais típicos da humanidade, concebidas como textos abertos, reverberando em novas interpretações por meio da linguística e da semiótica (Lotman, 1979). Segundo Machado (2013, p. 141):

A concepção semiótica que define a cultura como gerador de estruturalidade deriva de um atributo fundamental: a capacidade de transformar a informação circundante em conjuntos diversificados, porém organizados, de sistemas de signos, aptos a constituir linguagens tão distintas quanto as necessidades expressivas dos diferentes sistemas culturais. Onde houver linguagem haverá texto, ainda que o oposto não seja uma evidência. Somente nesse sentido o texto da arte, dos ritos, dos meios de comunicação, das transmissões biológicas ou tecnológicas pode ser apreendido em linguagens modelizadas e estruturadas culturalmente

A cultura não detém de um único código e linguagem, pois ela é plural e admite em todas as suas estruturas diferentes formas de se comunicar e atribuir novos sentidos aos seus símbolos, por mais representativa que seja determinada mensagem cultural, ela não é a majoritária (Lotman, 1979). Nesse sentido, conforme Machado (2010, p. 161) “a semiótica da cultura se ocupa dos textos e de seus mecanismos de semiose, que tanto o constituem como sistema semiótico, quanto desencadeiam formações interpretantes e de leitura, o que, em última instância, implica a constituição do próprio conhecimento”.

A cultura e suas formas de linguagem são codificadas pelo ambiente em que se disseminam (Machado, 2010), o qual potencializa os elementos unitários dos signos culturais e sustentam os seus sentidos, esse espaço é denominado semiosfera (Velho, 2009). Para Velho (2009) a semiosfera pode ser entendida como o meio detentor de códigos culturais e fatores significantes para a representação dos signos da cultura, que podem ser acessados e combinados permitindo a sua reprodução.

Diante do que foi explanado, a semiótica da cultura se apresenta nas diferentes formas de comunicação que os indivíduos utilizam em seu cotidiano, através de elementos tangíveis e/ou intangíveis, culminando em códigos que representam, expressam e dão sentido à sua natureza e contexto social. Nesse sentido, tem-se a cultura como um atributo que transcende aspectos materiais característicos de um povo, e passa a ser contemplado como um sistema repleto de símbolos que dão sentido aos comportamentos sociais.

3. Metodologia

O percurso necessário para desvendar um novo conhecimento reflete na aplicação de métodos e técnicas sistemáticas, sendo a pesquisa científica uma das maneiras de consolidar a ciência e as reflexões oriundas com ela. No desenvolvimento deste estudo, foram adotados procedimentos metodológicos para estruturar e orientar a busca pela relação entre moda, cultura e identidade brasileira, os quais serão descritos a seguir.

A tipologia adotada foi descritiva e exploratória. Como mencionado por Silveira e Córdova (2009), pesquisas exploratórias aproximam o pesquisador do objeto investigado, tornando-o mais explícito, já as pesquisas descritivas reúnem várias informações sobre o que foi analisado, permitindo realizar conexões por parte do pesquisador.

A abordagem escolhida foi a qualitativa, pois são feitos apontamentos sobre os figurinos da Anitta no período de internacionalização de sua carreira. Silveira e Córdova (2009, p. 32) apontam que “a pesquisa qualitativa preocupa-se, portanto, com aspectos da realidade que não podem ser quantificados, centrando-se na compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais”.

No que tange ao corpus de pesquisa, os dados contemplam imagens e vídeos dos figurinos usados no período de divulgação de 2 álbuns de estúdio: “Kisses” e “Versions of Me” e o projeto audiovisual “CHECKMATE”, escolhidos pelo fato de marcarem o processo de internacionalização da Anitta. No mais, demais dados foram obtidos por meio de pesquisa bibliográfica e por dados online através das redes sociais (Instagram, Facebook e Youtube) da Anitta.

Pesquisa bibliográfica compreende a análise sistêmica e interpretativa de materiais como livros, artigos científicos, materiais acadêmicos e científicos (monografias, dissertações e teses) dentre outros (Fontana, 2018), os quais foram utilizados para subsidiar a compreensão sobre figurino e cultura. Já a pesquisa documental, foi empregada ao utilizar de registros audiovisuais e discursos, como aponta Fontana (2018), para reunir material referente aos figurinos da cantora.

No processo da coleta de dados a internet foi uma aliada, pois conforme Severino (2013), trata-se de uma ferramenta pertinente como fonte de pesquisa devido ao vasto acervo de dados que dispõe, no entanto, deve haver rigor e delimitação no que se busca e obtém dela. Sendo assim, pôde-se visualizar videoclipes e imagens dos seus figurinos para observar a possível representação da cultura através da vestimenta da Anitta

Para a etapa de análise dos dados, adotou-se a análise de discurso e a análise semiótica. Para Orlandi (2005, p. 15) “a análise de discurso, procura-se compreender a língua fazendo sentido, enquanto trabalho semiótico, parte do trabalho social geral, constitutivo do homem e da sua história”.

No mais, utilizou-se a óptica semiótica, com ênfase na Semiótica da Cultura na tentativa de identificar signos e significados, no âmbito da cultura enquanto uma forma de linguagem, no objeto observado. Ao conciliar a análise de discurso e a análise semiótica, pôde-se analisar mais do que os figurinos da Anitta, mas a mensagem que os mesmos transmitem dentro do contexto em que foram utilizados, por quem os trajavam, as possíveis intenções, os comportamentos e como estes se assemelham e se distanciam da cultura brasileira. Os resultados encontram-se na seção a seguir.

4. Análise e discussão dos resultados

Durante alguns anos de sua carreira, Anitta explorou diversos estilos musicais brasileiro e firmou sua imagem/identidade no pop e no funk, tendo se utilizado da estética desses segmentos em seu vestuário, no entanto, em meados de 2015 e 2016 ela passa a realizar colaborações com cantores como J Balvin e Maluma no ritmo do reggaeton, que possui raízes latinas e caribenhas. A partir de então, trabalhos posteriores da Anitta passam a ser projetados para alcançar, também, um público maior do que o brasileiro e além daqueles que falam o português, pois ela passa a cantar em inglês e em espanhol, almejando uma carreira no exterior.

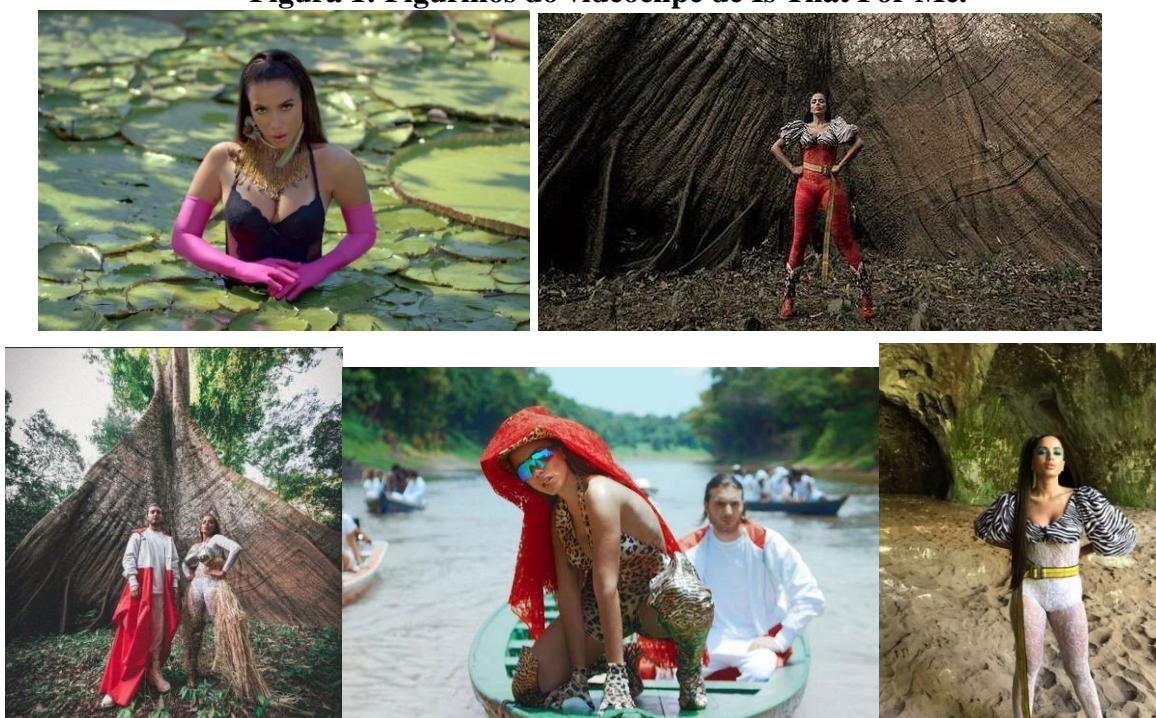
Com a promoção de músicas em diferentes estilos, seja de forma solo ou em parceria com outros intérpretes nacionais e internacionais, Anitta passa a visar a internacionalização de sua carreira, almejando uma maior projeção na América Latina, e em outros países. A partir do momento que ela decide internacionalizar seu trabalho, seus figurinos são pensados como estratégias para fortalecer sua imagem no mercado internacional como sinônimo de brasilidade, sobretudo como latina e todos os signos e imaginários que o povo latino carrega consigo (sensualidade, corpo bronzeado, alegria, festividade...).

Dentre alguns de seus trabalhos voltados para um público maior que o do Brasil, está o projeto CHECKMATE, o qual consistiu no lançamento de 4 músicas (Will I See You, Is That For Me, Downtown e Vai Malandra) ao longo de 2017, cantadas em inglês, espanhol e

português. Entendido como um dos potencializadores na projeção da “ANIRA” (assim chamada nesta época, pelo fato de estar cantando em inglês) no exterior, o CHECKMATE também foi responsável por apresentá-la com uma nova perspectiva de figurino e de imagem, que se apoia na cultura brasileira e, ao mesmo tempo, se distancia e reforça o imaginário sobre o país e seu povo.

Dentre alguns dos figurinos mais emblemáticos estão aqueles usados em ‘Is That For Me’ e em ‘Vai Malandra’. Este primeiro teve seu videoclipe gravado na Amazônia, por este motivo, embora as peças sejam mais excêntricas e conceituais, retratam a atmosfera da fauna, da flora, do povo indígena, da misticidade da Amazônica (ver figura 1). Tanto nas cores fortes quanto nas formas assimétricas das roupas, os figurinos utilizados nesse videoclipe carregam os símbolos dos ambientes supracitados, é o Brasil na Amazônia, é a Amazônia do Brasil, com suas nuances, características e representatividade.

Figura 1: Figurinos do videoclipe de Is That For Me.



Fonte: Google Images (2023).

Esses figurinos carregam a estética da personalidade que ela apresenta desde seu aparecimento na indústria do entretenimento, são peças que ressaltam as curvas do seu corpo, sobretudo o busto e cintura, com transparência e renda (que pode ser associada à sensualidade). Um dos detalhes que lembram peças usadas por Madonna é o acessório no busto, que projeta um volume no mesmo, uma outra estratégia de visibilidade internacional.

Pelo fato de estar almejando o público internacional, utilizar da Amazônia como cenário de figurinos com elementos brasileiros foi uma estratégia assertiva, pois o público externo estaria correlacionando sua imagem ao local da gravação e, conseqüentemente, ao Brasil, logo, Anitta cria marketing de relacionamento com o seu país e seus atrativos, em uma vertente ainda maior e se insere no imaginário do público fora do país. Ao mesmo tempo em que ela se lança no exterior, ela utiliza dos recursos brasileiros para apresentar sua imagem no mercado, sendo os figurinos os artefatos mais evidentes nessa questão.

Anitta não é apenas uma artista brasileira cantando em inglês ou em espanhol, ela é uma cantora brasileira advinda do subúrbio carioca que iniciou sua carreira dentro de um nicho

musical marginalizado, o funk carioca, e conseguiu glamourizar esse movimento, e consequentemente, atribuir notoriedade para o mesmo no mercado nacional e internacional. Seus figurinos são meios para apresentar a vida na favela, o popular e comum e o que o país tem de bom (dentro de suas concepções e estratégias). No entanto, quase tudo ainda é espetacularizado pela indústria do entretenimento, e acontece certa romantização e fortalecimento de estereótipos nesse meio e, também, nas produções que envolvem o trabalho da Anitta.

O videoclipe da música ‘Vai Malandra’, também do projeto CHECKMATE, gravado no Morro do Vidigal, no Rio de Janeiro, é um campo amplo para discussão sobre objetificação/sexualização do corpo, representatividade social, empoderamento feminino, resiliência dentre outras pautas sociais e culturais, no entanto aqui se enfoca o vestuário e a imagem da Anitta. Diferente de ‘Will I See You’ e ‘Downtown’, nos quais Anitta não explora o figurino nem tampouco sua imagem associada à cultura brasileira, em ‘Vai Malandra’ acontece o oposto.

O que se visualiza de início é uma Anitta bastante bronzeada, com tranças no cabelo, dispondo de peças curtas com cores e estampas vibrantes – inclusive estampa da bandeira do Brasil – no ambiente da favela, de sol, calor, sensualidade, festa e diversão. O lançamento do referido videoclipe foi o último do projeto, ou seja, ela já estava em visibilidade no mercado cantando outros idiomas e estilos musicais, para o final ela guardou o funk cantado em português, conseguindo assim finalizar o trabalho revisitando seu passado e direcionando os holofotes para todas as camadas sociais e culturais do estilo, da favela, do Brasil e de sua cultura.

Um dos elementos bastante comentados nesse clipe foi o biquini de fita, comum para a realização de bronzeamento em lajes, a partir do momento em que a Anitta passa a trajá-lo, ele deixa de ser apenas um biquini de fita e passa a ser um item desejado por diversas pessoas. Praticamente todos os figurinos usados nessa produção admitem um cunho sensual e demasiadamente sexy, o que tende a promover certa objetificação de seu corpo e dos figurantes (homens e mulheres), mas respaldada no discurso de corpos livres e empoderamento.

Figura 2: Videoclipe de Vai Malandra.





Fonte: Google Images (2023).

Há uma dualidade nesse clipe que envolve: até que ponto Anitta promove a cultura do Brasil para o público internacional de forma genuína, sem a espetacularização, romantização e objetificação? Uma coisa é certa, ela consegue atingir diferentes públicos e comunicar sua origem brasileira, seus figurinos são instrumentos otimizadores desse processo, pois ela transita entre a realidade do cotidiano de uma forma cênica, sem perder sua personalidade, sua sensualidade e seu relacionamento com o público.

A imagem da Anitta neste momento de sua carreira já tende a estar mais consolidada e difundida em território nacional, assim como a construção de sua marca pelos figurinos, os quais, pode-se dizer, retratam sua identidade e estão vinculados à cultura do local de onde ela vem e dos ritmos musicais em que ela trabalha. No entanto, com o processo de internacionalização, observa-se uma nova estratégia na constituição de sua imagem e nas escolhas dos figurinos, observada nas cores, formas, modelos e estruturas do vestuário, este que passa a transmitir uma mensagem menos estereotipada do Brasil, mas voltando-se para o mercado latino e norte-americano.

Tendo conseguido espaço fora do país e se estabelecido como uma cantora brasileira dedicada a adentrar novos cenários musicais, Anitta passa a adquirir uma maior notoriedade para além das fronteiras brasileiras. E, sabendo da importância do figurino e da aparência na consolidação de uma imagem marcante, ela e sua equipe preparam figurinos com uma nova estética nessa nova fase.

Em 2019 é lançado o álbum visual *'Kisses'*, no qual a apresenta novamente cantando em três idiomas (português, inglês e espanhol) tendo ainda, a participação de Caetano Veloso, Ludmilla, Becky G, Alesso, Prince Royce, Snoop Dogg dentre outros. A partir deste momento, Anitta explora diferentes estéticas visuais, e o posicionamento que ela impõe, seja por meio de suas atitudes, figurino ou aparência – cabelo e maquiagem – admite uma perspectiva 'gringa', sendo notório o uso de elementos característicos da persona Anitta.

Há um distanciamento sutil da representatividade brasileira em alguns figurinos, como, por exemplo, o estilo do funk carioca, o streetwear surge como aposta em determinados figurinos para tornar a imagem da Anitta mais universal e consumível por diferentes etnias e raças. Não se trata da exclusão da brasilidade em seu figurino, por estar cantando em outros idiomas para além do português brasileiro, a adoção de vestimentas mais comerciais foi uma aposta da cantora.

Figura 3: Figurinos de videoclipes do álbum Kisses.



Fonte: Google Images (2023).

Como pode ser visto na Figura 3, Anitta segue utilizando peças estampadas, retoma o uso do *jeans*, é um vestuário que modela e exhibe seu corpo de forma sensual e provocante, porém, agora dentro de um contexto mais amplo, em que ela objetiva ser vista por um número maior de indivíduos. Como aponta Campos e Lago (2021), o figurino se propõe a informar, seja uma história ou um personagem real ou fictício. Neste caso, os figurinos são utilizados para contar a história da persona, ou produto midiático, 'Anitta' nesse novo momento de sua carreira.

Seus figurinos possuem um estilo streetwear e ao mesmo tempo são ousados. Alguns desses exemplos podem ser vistos na Figura 4. Pode-se dizer que os figurinos da Anitta passam por uma glamourização, ou seja, tornam-se mais excêntricos e cênicos, ainda transmitem sua personalidade irreverente, despojada e atraente, porém, agora, com um toque sofisticado, atribuindo-lhe uma nova roupagem, em sentido figurado, ou seja, distante da imagem que se tem do Brasil e do segmento do funk, em que ela iniciou.

Figura 4: Figurinos usados na divulgação do álbum Kisses.



Fonte: Google Images (2023).

Como comentado, os figurinos, as combinações de elementos visuais e as atitudes projetam essa imagem contemporânea, despojada, alternativa e sensual da Anitta. Pode-se dizer que foi um momento de experimentação visual e artística que findaram por criar nela um estilo mais urbano e sofisticado. Sales et al. (2019) corroboram ao apontar que o figurino transmite mensagens e emana signos e sentidos para o público, auxiliando-os a conhecer a origem de um personagem e, até mesmo, seus sentimentos e estereótipos. Logo, Anitta consegue comunicar seus interesses e identidade por meio do vestuário, sobretudo, com ênfase na liberdade de ser.

No estilo da Anitta, a sedução é um aspecto que ela manteve no período de divulgação do Kisses, seja de forma sutil ou bem expressiva, ela imprime o desejo, a provocação e a ousadia nas peças que utiliza, da forma como se comunica e em como se comporta. No entanto, se observa que a presença do estilo brasileiro nesta fase de sua carreira não é tão expressiva.

Linke (2013), argumenta que um figurino carrega símbolos culturais que comunicam, até de forma oculta, diferentes mensagens. Ou seja, o figurino pode ser capaz de elucidar percepções distintas acerca de quem o utiliza a depender da interpretação do outro. Por esse motivo, segundo Freitas (2016) os figurinos devem ser capazes de contemplar a personalidade e os aspectos demográficos, culturais e sociais de um personagem.

Tendo pontuado tais características, há de se questionar onde está a brasilidade na sua vestimenta. Pode-se inferir que nesta fase de sua carreira, em seus figurinos não há elementos diretamente associados à cultura brasileira, não há um reforço da imagem estereotipada do Brasil, talvez, não se sabe, esta também seja uma tentativa desses novos figurinos, distanciar-se estrategicamente do estereótipo brasileiro, porém, acredita-se que não, visto que os figurinos carregam a sensualidade, o culto ao corpo e curvas, peças que acentuam o físico, cores vibrantes, o que tende a demarcar a imagem da brasileira e sua cultura.

Sabendo que o vestuário é uma forma de materialização da cultura de um povo, Cidreira (2010) comenta que a moda é um elemento cultural, pois comunica e retrata particularidades de um povo por meio da aparência. Deste modo, tendo em vista o investimento na internacionalização da Anitta, é como se houvesse o interesse em seguir a estética de cantoras estrangeiras, usando peças com o mesmo padrão que elas utilizam, para que assim fosse oportuno adentrar neste novo cenário sem causar estranhamento no público.

Sendo assim, a presença da brasilidade nos figurinos da Anitta nesta fase é marcada por características simbólicas e intrínsecas ao entendimento e imaginário do senso comum que se tem acerca do Brasil, como, por exemplo, um país sensual e caloroso. A expressividade de elementos rapidamente associados ao Brasil é vista, ainda de forma pontual e estratégica, nos figurinos de seu próximo disco, o 'Versions of Me'.

Em 2022, foi lançado o quinto álbum de estúdio *Versions of Me*, possuindo a mesma proposta do anterior ao apresentar Anitta cantando em três idiomas diferentes. Neste período estava acontecendo a inserção dela no mercado norte-americano, por isso álbum traz uma sonoridade que mescla pop, reggaeton e os ritmos brasileiros: pagode, funk e bossa nova.

Nos figurinos usados em clipes, apresentações, premiações e demais eventualidades de promoção do álbum, foram exploradas diferentes nuances de identidade, em determinado momento Anitta aparece com um visual mais obscuro, enquanto em outro ela estava mais casual. Seus figurinos foram pensados para experimentar novas propostas de identidade artística e explorar novas possibilidades e fugir um pouco do tradicional e daquilo que o público já estava acostumado.

Figura 5: Figurinos usados durante o álbum Versions Of Me.



Fonte: Google Images (2023).

Em diferentes ocasiões, seus figurinos fazem ligação ao Brasil e ao que se possui no país: a fauna, a flora, os ritmos musicais, a indumentária dos povos e a identidade da brasilidade, inclusive se apresentando como ‘Girl From Rio’ (a garota do Rio), música que faz menção ao Rio de Janeiro, e conseqüentemente ao Brasil, consolidando uma estratégia de marketing para gerar burburinho acerca de sua origem e promover o país. Se no álbum anterior mantinha-se um figurino pautado em padrão ‘diva pop’, aqui essa proposta é potencializada, porém com uma abertura maior para elementos nacionais e figurativos do Brasil, pois Anitta já seria uma figura conhecida, pela massa ou não, e agora pode se apresentar com maior respaldo levando consigo a identidade nacional.

Figura 6: Figurinos usados durante o álbum Versions Of Me.



Fonte: Google Images (2023).

Se observa figurinos mais casuais, com sobreposições, peças como calças e saias com o comprimento um pouco maior, nem sempre se utilizando do curto para transmitir sensualidade. As luvas que antes eram artefatos marcantes, não aparecem tanto. Mas ainda assim, na maioria das vezes, são figurinos que marcam o corpo, que são despojados, excêntricos e atribuem uma nova perspectiva para vestimentas mais clássicas e formais.

Durante esse momento de sua carreira, a Anitta juntamente com sua equipe mescla a sua identidade com as características do Brasil e a brasilidade para se lançar no mercado estrangeiro enquanto uma cantora advinda do país que promove seu trabalho a partir de suas origens e da cultura do seu país, estando a moda nesse âmbito. É a tentativa de se promover

a partir da identidade nacional. A identidade do Brasil está pautada na sua concepção em ser multifacetado, multicolorido, que exala alegria por suas festividades e que remonta às curvas dos corpos de seu povo (Ortiz, 2016).

Figura 7: Figurinos usados no clipe de ‘Me Gusta’.



Fonte: Google Images (2023).

Nesse âmbito, se observa a intenção de impulsionar o funk brasileiro aliado ao estilo urbano - o streetwear, visando a notoriedade do ritmo e da cultura brasileira. Diferentes figurinos da Anitta nesse período versavam entre o popular para o público do exterior e a identidade brasileira, ou seja, foi uma forma de inseri-la em um contexto social que não era o seu e, respectivamente, apresentar os costumes, estilos e demais características do lugar de onde ela vinha para que novas pessoas pudessem conhecer e apreciar.

No século XXI, diversas áreas e profissionais passam a demonstrar interesse e a se preocupar com as manifestações da cultura brasileira, devido à sua diversidade de povos e expressões artísticas e culturais (Oliveira et al., 2016). A moda e a música têm sido algumas dessas áreas, o caso da Anitta é um dentre outros, no qual os artistas se dedicaram a associar sua imagem à identidade nacional por meio dos figurinos, se tratando de Anitta há a vertente de difusão da cultura local no exterior.

Figura 8: Figurinos usados durante o álbum Versions Of Me.



Fonte: Google Images (2023).

Como dito anteriormente, figurinos em jeans foram elaborados e ornamentados para atribuir uma perspectiva voltada para a identidade da Anitta, levando em consideração seu lugar de origem e o patamar em que ela se encontra. É o estilo do funk brasileiro e da periferia sob os holofotes do mundo a partir de uma produção de moda mais autêntica.

Conforme aponta Reinke (2017) por meio de cores, modelagens, tamanhos, texturas, estampas e outros atributos, a moda codifica mensagens para desenvolver comunicação. E assim como mencionado outrora, a sensualidade enquanto peculiaridade inerente à imagem da Anitta, na divulgação deste álbum pode-se ver que é uma construção ainda presente, ela comunica isso, e reforça de maneira evidente por meio de seus figurinos. A alteração aqui é que são utilizados elementos que agora remontam ao Brasil, inclusive, no que tange às cores da bandeira do país. Anitta é uma mulher provocativa e ousada, e seus figurinos tendem a ressaltar essa aptidão, como forma, até mesmo, de consolidar uma imagem artística e pessoal.

Figura 9: Figurinos usados durante o álbum Versions Of Me.



Fonte: Google Images (2023).

Diante desse panorama, percebe-se que muitos dos figurinos utilizados na era 'Versions of Me' evidenciam elementos característicos da cultura brasileira, da brasilidade e, ainda, da identidade e estilo da própria Anitta. Deve-se levar em consideração que esse período de sua carreira visava apresentá-la enquanto artista brasileira, proveniente do subúrbio carioca, e por isso, seria pertinente incorporar tais elementos para dar ênfase à cultura de seu país.

Deste modo, há a experimentação de novos estilos, novas roupas e novas culturas, mas os seus figurinos se mantêm fiéis à sua sensualidade, ao seu comportamento, aos seus interesses e, sobretudo, ao lugar de onde ela vem. Na perspectiva do universo da moda, esses figurinos ampliam a projeção de imagem da artista, estando correlacionada ao seu país, atribuindo-lhe um diferencial entre outros artistas que não utilizam essas estratégias.

Percebe-se que diante de diferentes momentos de sua carreira, Anitta explora a cultura brasileira e seus elementos tangíveis e intangíveis sob diversas formas e em diferentes contextos sociais e culturais, seja de forma sutil ou não, há o toque de brasilidade em seus figurinos, há a identidade da persona Anitta no que ela veste, no que comunica e no modo como se apresenta e promove o lugar de onde vem, esta é a Anitta.

1. Considerações finais

Ao examinar imagens e produções visuais da Anitta por meio da análise do discurso e da semiótica, o objetivo da pesquisa de identificar os signos da cultura brasileira nos figurinos da Anitta no seu processo de internacionalização foi alcançado. Observou-se que houve uma mudança no estilo da Anitta e em seus figurinos, para se aproximar de um novo público para além do Brasil e se inserir em novos contextos sociais e culturais que sua música chegou.

Diante do cenário exterior, a consolidação de Anitta ocorre de forma exploratória, utilizando da união de gêneros musicais e culturas, ela se permite explorar novas texturas e ir além do padrão brasileiro já conhecido, não abandonando sua sensualidade e mantendo as curvas visíveis; para além das músicas ela se revela também em um cenário internacional de reconhecimento como artista, onde seus figurinos vão para além dos brilhos dos palcos e se voltam para eventos renomados, apresentações internacionais e programas mundialmente conhecidos.

A Anitta pós-internacionalização se mostra como uma artista que sabe controlar sua carreira desde os palcos até os bastidores, utilizando de sua trajetória ela se mantém como uma mulher forte, imponente e visionária, levando o nome da favela para vários países e quebrando o tabu em volta do funk, do Brasil e principalmente, da mulher brasileira.

Para estudos posteriores são recomendadas análises englobando projetos que não foram contemplados nesta pesquisa como “Solo” e “Funk Generation”, além de análises a respeito de figurinos utilizados em videoclipes de músicas avulsas, que não fizeram parte de um projeto único, mas que apresenta Anitta cantando em outros idiomas e em participações com artistas nacionais e internacionais, para que possa observar a diferença da brasilidade na sua imagem cantando em diferentes estilos musicais, idiomas e artistas. Esse direcionamento tende a potencializar as análises aqui feitas.

Moda e cultura são discussões amplas que envolvem comportamento, consumo, atitude, ideologias e, porventura, entretenimento (música, dança, arte, teatro...). Os figurinos são uma forma para que os artistas possam se expressar e retratar suas identidades e histórias, no caso da Anitta ela propaga a imagem de mulher livre, sedutora, autêntica e brasileira, é um reforço de sua personalidade permeada por dualidades: empoderamento/objetificação, brasilidade/internacionalização, favela/luxo. Seja conhecida por “MC Anitta” ou “ANIRA”, ela mantém o estilo do funk, da favela, do brasileiro e do Brasil em seu vestuário, é o fomento da cultura brasileira através da moda, sob os holofotes do mundo.

Referências

CAMPOS, A. Q; LAGO, V. Análise de figurino como produção de moda: um estudo sobre a personagem dumbledore e o arquétipo do mago. **Projetica**, Londrina, v. 12, n. 2, p. 292-316, ago. 2021. DOI: 10.5433/2236-2207.2021v12n2p292. Acesso em: 02 jun. 2023

CARDEAL, F. R. de A. **Anitta ou Larissa? da Poderosa à Malandra**: performatividades e identidades que promovem o empoderamento feminino no funk brasileiro. 81 f. TCC (Graduação) - Curso de Licenciatura em Letras: Português/Espanhol, Departamento de Letras, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufscar.br/handle/ufscar/13929?show=full>. Acesso em: 07 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

FONTANA, F. Técnicas de pesquisa. In: MAZUCATO, T. (org). **Metodologia da Pesquisa e do Trabalho Científico**. Penápolis: FUNEPE, 2018. (p. 59-78).

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.

GODOY, E. V.; SANTOS, V. de M. Um olhar sobre a cultura. **Educação em Revista**, Belo Horizonte, v. 30, n. 3, p. 15-41, jul./set. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S0102-46982014000300002>. Acesso em: 02 jun. 2023.

HALL, S. A centralidade da cultura: notas sobre as revoluções culturais do nosso tempo. **Educação & Realidade**, Porto Alegre, v. 22, n. 2. 1997. Disponível em: <https://seer.ufrgs.br/index.php/educacaoerealidade/article/view/71361>. Acesso em: 5 jun. 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_figurista_e_o_processo_de_criacao_de_figurino.pdf. Acesso em: 02 jul. 2023.

LARAIA, R. de B. **Cultura**: um conceito antropológico. 14. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed. 2001.

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.

LOTMAN, I. Sobre o problema da tipologia da cultura. In: SCHNAIDERMAN, B. **Semiótica russa**. São Paulo: Perspectiva, 1979. p. 31-41.

MACHADO, I. Concepção sistêmica do mundo: Vieses do círculo intelectual bakhtiniano e da escola semiótica da cultura. *Bakhtiniana*. **Revista de Estudos do Discurso**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 136–156, jul./dez. 2013. Disponível em: <https://revistas.pucsp.br/index.php/bakhtiniana/article/view/16400>. Acesso em: 3 jun. 2023.

MACHADO, I. Cultura em campo semiótico. **Revista USP**, São Paulo, n. 86, p. 157-166, jun./ago. 2010. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/revusp/article/view/13822>. Acesso em: 3 jun. 2023.

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

ORLANDI, E. P. **Análise do discurso: princípios e procedimentos**. 5. ed. Campinas, SP: Pontes, 2005.

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.

REINKE, C. A. Quando as roupas falam: debate sobre a moda como uma forma de linguagem. **Revista Prâksis**, [S. l.], v. 1, p. 75–84, 2017. DOI: 10.25112/rpr.v1i0.1189. Disponível em: <https://periodicos.feevale.br/seer/index.php/revistapraksis/article/view/1189>. Acesso em: 1 de 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, Com Habilitação em Publicidade e Propaganda, Departamento de Audiovisual e Publicidade e Propaganda, Universidade de Brasília, Brasília, 2017. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/19627/1/2017_PaulaVieiraFelixdaSilva.pdf. Acesso em: 13 fev. 2023.

SILVEIRA, D. T.; CÓRDOVA, F. P. A PESQUISA CIENTÍFICA. In: GERHARDT, T. E.; SILVEIRA, D. T. (Org.). **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

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.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna: Teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa**. Petrópolis: Vozes, 2009.

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.

