

UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
CURSO DE PRODUÇÃO CULTURAL

JULIA TORANZO CARDOSO

“E A ANITTA NÃO FAZ NADA”
ARTE, ARTIVISMO E POSICIONAMENTO

Niterói

2021

JULIA TORANZO CARDOSO

“E A ANITTA NÃO FAZ NADA”

Arte, ativismo e posicionamento

Trabalho de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense.

Orientadora Acadêmica

Prof.^a Dra. Flávia Lages

Niterói

2021

Ficha catalográfica automática -

T676" Toranzo, Julia
"E a Anitta não faz nada": Arte, ativismo e posicionamento
/ Julia Toranzo ; Flavia Lages De Castro, orientadora.
Niterói, 2021.
47 f. : il.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Produção Cultural)-Universidade Federal Fluminense, Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, 2021.

1. Cultura. 2. Arte. 3. Ativismo. 4. Produção intelectual.
I. De Castro, Flavia Lages, orientadora. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD -



SERVIÇO PÚBLICO
FEDERAL MINISTÉRIO DA
EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE

INSTITUTO DE ARTES E COMUNICAÇÃO
SOCIAL COORDENAÇÃO DO CURSO DE
PRODUÇÃO CULTURAL

ATA DA SESSÃO DE ARGUIÇÃO E DEFESA DE TRABALHO FINAL II

Ao vigésimo quarto dia do mês de Setembro de 2021, às dezoito horas e trinta minutos, realizou-se de forma remota (online), excepcionalmente, em conformidade com a Decisão Nº. 100/2020 de 21/05/2020, do Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão da Universidade Federal Fluminense, a sessão pública de arguição e defesa do Trabalho Final II intitulado “**“E a Anitta não faz nada”: Arte, ativismo e posicionamento.**”, apresentado por **Julia Toranzo Cardoso**, matrícula 117033013, sob orientação do(a) Prof(a). Dr^a. Flávia Lages de Castro.

A banca examinadora foi constituída pelos seguintes membros:

1º Membro (Orientador(a)/Presidente): Dr^a. Flávia Lages de Castro

2º Membro: Bac. Jackson Jacques da Silva Couto

3º Membro: Bac. Juliano Coelho da Silva Figueiredo

Após a apresentação do(a) candidato(a), a banca examinadora passou à arguição pública. O(a) discente foi considerado(a):



Aprovado



Reprovado

Com nota final após arguição:

10.0 dez

E para constar do respectivo processo, a coordenação de curso elaborou a presente ata que vai assinada pelo presidente da banca:

Presidente da Banca

AGRADECIMENTOS

À toda minha família, em especial meus pais e minhas irmãs, por todo apoio e incentivo a me tornar uma profissional e pesquisadora na área da cultura e por nunca duvidar de que eu seria capaz de coisas grandiosas. Muito obrigada por me fazer ter orgulho de quem me tornei.

Aos meus amigos Rafaela Garcia, Rafaela Braga, Rodrigo Medeiros, Lucas Lira, Pedro Vicente, Fabricio Meliande e Ruan Shimoide por estarem sempre presentes nos melhores e piores momentos da minha trajetória. Obrigada por nunca deixarem de me arrancar boas risadas mesmo quando tudo parecia perdido. Amo vocês.

Às amigas que fiz no curso, em especial minhas *7 Mean Girls* - Anna Melo, Carolina Galhardo, Diana Miranda, Ellen Cristina, Mariana Fonseca, Rhaiany Soares e Wanielle Dias. Obrigada por tornar a experiência da faculdade a melhor possível. Admiro cada uma pela força e inspiração que me dão. O mundo é das mulheres!

À minha orientadora Flávia Lages. Muito obrigada por aguentar todos os meus surtos criativos e procrastinadores e mesmo assim nunca deixar de acreditar que eu conseguiria.

Aos membros da banca, Juliano Figueiredo e Jackson Jacques, obrigada pela leitura do trabalho e por aceitar o convite.

Mais uma vez, agradeço ao Jackson por todos os conselhos e ajuda durante o processo deste trabalho. No meu primeiro período do curso você prometeu me ajudar sempre que possível e assim fez até o final. Muito obrigada.

À todo corpo docente do curso de Produção Cultural.

Meu muito obrigada.

“A gente que é artista tem sempre que agradecer a todo mundo para ninguém poder falar que a gente não é humilde. Mas hoje, eu queria muito agradecer a MIM. Porque eu não desisti.”

Anitta

RESUMO

TORANZO, Julia. “E a Anitta não faz nada”: Arte, ativismo e posicionamento. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2021. (Monografia de Graduação)

Arte e política travam uma eterna disputa no âmbito social, seja por aqueles que defendem sua independência, seja por aqueles que os ditam indissociáveis. Se definir um artista já gerava ecos na produção acadêmica mais antiga, na era da internet ficou ainda mais desafiador. À medida que a cultura pop ganha o mundo, logo se torna a principal engrenagem de lucro da indústria cultural que, sob efeito de um capitalismo predatório, rapidamente absorve pautas e lutas político-sociais em benefício próprio. Dito isso, pretendemos neste trabalho discorrer sobre a existência de brechas, alternativas na lógica de produção desta indústria que aqui se configuram como um novo ativismo. Propondo a análise de 2 vídeos em 2 momentos políticos brasileiros distintos protagonizados pela artista pop Anitta a fim de entender se seu trabalho se configura como uma arte ativista e logo, se a mesma é, por assim dizer, artista.

Palavras-chave: Anitta; Ativismo; Cultura pop; Indústria Cultural; Posicionamento.

ABSTRACT

TORANZO, Julia. “E a Anitta não faz nada”: Arte, ativismo e posicionamento. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2021. (Monografia de Graduação)

Arts and politics stand in an eternal conflict in society, whether for those who believe in its independence or for those who believe in its inseparability. If defining an activist was already challenging times ago, in the internet era it becomes even more. As fast as pop culture has been taking over the world, sooner establishes itself as the main way of profit to the cultural industry and under a high predatory capitalism system, social political agendas are quickly absorbed by this industry to itself-benefits. That being said, what we intend in this monograph is to discuss the existence of gaps, alternative productions, in the production logic of this industry – which here can be named as the new expression of artivism. Lastly, we propose an analysis of two video clips made in two distinct political moments in Brazil, both by the popstar Anitta, in order to understand if her performance can be considered as activist artwork, and so herself as an activist.

Key words: Anitta; Artivism; Pop Culture; Cultural Industry; Positioning

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
CAPÍTULO 1 ARTE E POLÍTICA	13
1.1 - Artivismo e o artista artivista	13
1.2 - Artivismo x “Arte neutra”	16
1.3 - O artivismo nos tempos do <i>mainstream</i>	17
CAPÍTULO 2 INDÚSTRIA CULTURAL E A HEGEMONIA DE MERCADO	21
2.1 - Por que o pop é pop?	23
2.2 - Música pop brasileira e o melody de Anitta	27
CAPÍTULO 3 ANITTA É ARTIVISTA?	31
3.1 - Entendendo as problemáticas	31
3.2 - Discorrendo os posicionamentos e analisando as estéticas em ‘Vai malandra’	36
3.3 - A ruptura de Anitta enquanto artista, até então, não tão ativista assim.	39
3.4 - Discorrendo os posicionamentos e analisando as estéticas em ‘ <i>Girl From Rio</i> ’	40
CONCLUSÃO	43
REFERÊNCIAS	46

INTRODUÇÃO

Arte, política, indústria e cultura pop ainda que amplamente discutidos na academia são termos que apresentam muitas conflitantes. Na era da comunicação digital e do capitalismo fervente, discutir formas de ativismo através da arte pode soar como procurar agulhas num palheiro do tamanho mundo.

Entendendo a música pop como atual gênero artístico de grande permeabilidade no mundo globalizado, que opera sob gerência de uma indústria que visa o lucro máximo, pesquisar o ativismo num recorte de produções pop é desafiador, porém necessário. Isso porque, posto que a indústria cultural tem um enorme poder de apropriação, em especial de pautas político-sociais, surge o questionamento se, de fato, há como nestas produções artísticas manifestar-se lutas e representar resistências para além da agenda social imposta pelo mercado.

Dito isso, temos como principal objeto nesta pesquisa um ícone pop brasileiro em ascensão. Larissa de Macedo Machado, mais conhecida como Anitta, nascida e criada em Honório Gurgel, bairro da zona norte carioca, começou sua carreira artística no funk após um de seus vídeos cantando no Youtube ser notado por integrantes da produtora Furacão 2000¹ em 2008. Sendo lançada no mercado musical - até então - como MC² Anitta, dona de uma voz suave e adepta a um estilo de funk mais leve, o funk melody, não demorou muito para que suas músicas alcançassem o topo das paradas brasileiras.

Almejando um sucesso ainda maior, a cantora aprimorou som e estilo para estéticas mais próximas ao pop e com um novo nome e gravadora - a Warner Music -, a agora Anitta lançou seu primeiro álbum de estúdio em 2013. Quebrando recordes com o sucesso “Show das Poderosas” como a primeira brasileira a ter um vídeo com 100 milhões de visualizações no Youtube na época, aliada de grandes estratégias de marketing e uma crescente base de fãs por todo país, Anitta ano após ano colecionou hits e marcos para música pop brasileira.

Com boas parcerias e ambição internacional, em 2016, apenas 3 anos após seu primeiro álbum, Anitta já tinha sucessos bilíngues como “Sim ou Não” com o colombiano Maluma e até mesmo cantados totalmente em espanhol como “Paradinha”. Já em 2017 deu início ao projeto

¹A ‘Furacão 2000’ é uma produtora musical carioca da década de 70 que trabalha com shows e coletâneas de músicas do estilo funk. A equipe tem como principal objetivo divulgar e popularizar as músicas desse gênero no país e também no exterior. Disponível em <<https://musica.culturamix.com/estilos/funk/historia-da-furacao-2000-e-do-funk>> Acesso em 10 de setembro de 2021

²MC - acrônimo de ‘Mestre de Cerimônias’ e ficou popular no Brasil entre artistas musicais principalmente do rap e do funk. Disponível em <<https://www.significados.com.br/mc/>> Acesso em 10 de setembro de 2021

Xeque-Mate com 4 singles e 4 videoclipes cantados em português, inglês e espanhol, consagrando Anitta no mercado latino e abrindo ainda mais portas no mercado pop norte-americano.

Em 2021, a notória grandeza de Anitta dentro e fora do Brasil reflete nos mais recentes eventos da cantora, figurando como primeira brasileira a comparecer e se apresentar no *Video Music Awards*³ (VMA) nos 40 anos da MTV e convidada ao famoso Met Gala⁴ 2021 do *Metropolitan Museum of Art de Nova York*, tendo seu look escolhido diretamente por Anna Wintour, editora da revista VOGUE. Assim se tornando uma das brasileiras mais influentes no tange a cultura pop.

No capítulo 1, discutiremos a tensa e, ao mesmo tempo, delicada relação entre arte e política. Entender como estas se dão é fundamental para compreender as definições e papéis de artista ativista e ativismo, assim discutindo diferentes autores como Teresa Vieira, Homi Bhabha, Tom Finkelpearl, Lucy Lippard entre outros. Buscaremos, então, reconhecer a possibilidade ou não da existência de um trabalho artístico neutro, livre de questões políticas ou se não existente, como é possível identificar que este não seria apenas uma reprodução mercadológica do ativismo “aceito” pela indústria cultural.

Esclarecido isto, no capítulo 2 partimos para análise mais específica tanto da indústria cultural quanto da cultura pop. As lógicas que gerenciam o mercado da cultura pós-globalização são ferramentas de análise importantes pois é conhecendo-as que nos tornamos capazes de identificar brechas em sua produção, estas que nos interessam muito pois seriam a melhor representação do ativismo na era das redes sociais e do *streaming*. Além disso, ainda no capítulo 2, veremos como a relação entre marketing e posicionamento é de extrema importância para manutenção de um status de ícone pop e delinearemos também o recorte de música pop brasileira escolhido para esta pesquisa - o pop pós-Anitta.

Por fim, no capítulo 3 faremos a análise de dois videoclipes de Anitta - “Vai Malandra” de 2017 e “*Girl from Rio*” de 2021 - a fim de discutir através das estéticas a presença de elementos políticos nestas obras. Dado o contexto das tensões sociais no Brasil com os protestos do #EleNão próximo ao lançamento do primeiro videoclipe, e a crise da pandemia do COVID-19 no segundo, em paralelo também observaremos os posicionamentos da cantora externa a sua arte, assim buscando resposta para a pergunta principal deste trabalho: Anitta é ativista?

³ Tradicional premiação da MTV aos considerados pela emissora estadunidense os melhores do ano - artistas e produções musicais em vídeo.

⁴ Evento anual beneficente para levantamento de fundos ao Museu Metropolitano de Arte em Nova York, onde seletos convidados celebram o que há de mais *fashion* no tapete vermelho.

CAPÍTULO 1

ARTE E POLÍTICA

Arte e Política sempre estiveram lado a lado no que diz respeito às expressões populares. Tal qual um bom paradoxo, a relação entre estas duas esferas da sociedade estão em constantes disputas entre si.

Entendendo que de um lado temos aqueles que defendem que toda arte é política e de outro aqueles que acreditam na possibilidade de uma expressão cultural neutra, neste primeiro capítulo discutiremos questões relativas ao que denominamos “artista ativista” e “ativismo”, e sua relação com a política.

1.1 - Ativismo e o artista ativista

Muito ainda se discute no meio acadêmico a respeito da definição de arte ativista ou ainda o termo ativismo. Em linhas gerais, o senso comum nos apresenta o ativista como o artista que produz uma arte extremamente politizada, focada em mudanças sociais e que por sua vez não seria palatável a todos os públicos, apenas aos mais cultos ou ainda mais intelectuais.

Dita como “o novo gênero de arte pública” (LACY, 1995), a arte ativista por definição, ironicamente, provoca ecos nos discursos dos grandes estudiosos. Vieira (2011) reúne diversas definições e interpretações do que chamaremos de Ativismo, com objetivo de encontrar pontos comuns entre artistas e intelectuais da cultura na luta e resistência através da arte.

Logo de início, Vieira (2011) pontua que projetos ativistas que se integram perfeitamente no contexto social e local de origem precisam ser previamente investigados a fim de entender seu alcance sociocultural. Isso por que, diferentemente de “*site specific*”, que é definido como uma obra que foi planejada e criada pelo artista para existir apenas e, em função de determinado espaço ou localização, os projetos ativistas são impulsionados principalmente por um problema específico e não apenas um local. Sendo assim, na visão de Teresa Vieira, é um exagero definir esses projetos como nova arte pública, pois “(...) não é comensurável com as iniciais pretensões processualmente orientadas dos projetos ativistas. Nem tampouco os projetos ativistas representam uma evolução que se poderia incluir numa definição mais alargada de arte pública.” (VIEIRA, 2011, p.6)

Bhabha (1998, p.38-47) apresenta, por sua vez, o ativismo como uma arte de caráter “*conversational*”, ou seja, coloquial. Para ele, apesar de não possuir uma definição concreta, ela se aproxima do que seria uma desconstrução do espaço entre arte e público uma vez que nos

instiga a repensar questões fundamentais com relação ao estético. Finkelpearl (2000) aprofunda a definição do conceito de Bhabha, com a teoria da arte baseada no “*dialogue-based public art*”⁵, inspirada no discurso filosófico do russo Mikhail Bakhtin, enxerga o trabalho artístico como uma conversa, um diálogo onde podem haver discordâncias, diversos pontos de vista e múltiplas interpretações.

E, finalmente, dentre as definições delinearemos aqui o conceito de Artivismo a ser utilizado neste trabalho. Temos no discurso de Lucy Lippard (1984) a exposição de uma linha tênue entre arte política e arte ativista. Segundo a autora “arte política tende a ser socialmente preocupada e arte ativista tende a ser socialmente envolvida/engajada” (LIPPARD, 1984, p. 6, *tradução nossa*)⁶

Com base nesta definição é possível inferir que ambas as artes retratem questionamentos e críticas político-sociais, mas que a intervenção direta caberia somente à arte ativista que por sua vez tem o artista ativista como seu elaborador.

Esta intervenção direta, no entanto, não é clara. Poderia representar a arte e o artista que se desprendem das embalagens e rótulos de sucesso de massa - que não se limitam às cores, às luzes, ao ritmo e principalmente às pautas apropriadas pela indústria como receita do sucesso - , mas também poderia representar aqueles que utilizam de todos os artifícios disponíveis pela mesma para chegar ao topo, adquirindo uma posição privilegiada de atuação e influência tanto para o público, quanto tendências da própria indústria por exemplo.

Buscando clarear essa intervenção direta, Suzanne Lacy (1995) nos apresenta uma cartografia ilustrada do que seriam os papéis do artista ativista, representado no trabalho de Vieira (2011).

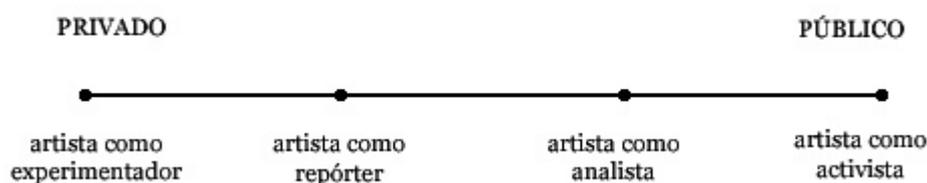


FIG. 1 Cartografia ilustrativa do papel do artista ativista (ver VIEIRA, 2011)

⁵ “Arte pública baseada no discurso” (FINKELPEARL,2000, *tradução nossa*)

⁶ No texto original, leia-se: “ (...) *political art tends to be socially concerned and activist art tends to be socially involved*” (LIPPARD, 1984)

Organizados de forma a delinear as intenções do artista, as definições se aproximam e afastam de um âmbito privado, onde o artista mantém suas reflexões focadas na prática artística e, em um âmbito público, onde ele se afasta destas reflexões e assume preocupações exteriores de si.

A partir da cartografia proposta por Lacy (1995), Vieira (2011) vai dizer que “como experimentador: o artista como um antropólogo observa o outro a partir da sua subjetividade, apresentando observações de pessoas e lugares através da sua própria interioridade, tornando seu trabalho uma metáfora deste relacionamento” (VIEIRA, 2011, p. 22). Do lado mais privado da cartografia o experimentador usa e abusa das estéticas que observa na sociedade e pode desenvolver características únicas em sua performance.

Seguindo em sua análise, Vieira (2011) nos traz que “como repórter: o artista não se limita a partilhar a experiência, mas recolhe informação para a reenquadrar de acordo com sua perspectiva, não apenas para informar, mas também para persuadir” (VIEIRA, 2011, p. 22). Pensando que um dos maiores objetivos do artista como repórter é influenciar o social de acordo com suas visões, entende-se a lógica dele estar mais afastado do âmbito privado com relação ao experimentador. A partir do momento que há uma preocupação exterior à performance, no caso a ânsia em persuadir, ele assume uma conotação menos privada do fazer artístico.

Com relação ao artista como analista, Teresa Vieira (2011) nos diz que

A recolha de informação é seguida de análise. Se nos níveis anteriores a ênfase se coloca na experimentação intuitiva e na observação, agora, quando o artista analisa questões sociais a partir do seu trabalho, aproxima-se das Ciências Sociais e da Filosofia. (VIEIRA, 2011, p. 22)

A reflexão acerca das questões sociais através da performance se aproxima dos estudos acadêmicos pois, diferentemente da antropologia, onde a observação subjetiva é fundamental, compreender-se dentro do contexto analisado aproxima o sujeito artista das problemáticas que aborda em sua arte. Gera identificação e, portanto, se alinha de forma mais pública na cartografia.

Por fim, a autora nos traz o artista como ativista:

Tentando ser catalisador para a mudança, o artista posiciona-se como cidadão ativista, o seu trabalho é diametralmente oposto à prática estética isolada. Tem de aprender novas estratégias: como colaborar e desenvolver audiências específicas, como tornar o trabalho multidisciplinar ou como clarificar processos artísticos para audiências não educadas em arte. (VIEIRA, 2011, p. 22)

O ativista tem um papel mediador fundamental, pois para ele é preciso fazer fruir seu trabalho e suas lutas para todos os públicos, em especial para aqueles que não consomem arte.

O artista então seria tanto um conjunto de todas as definições propostas originalmente na cartografia de Lacy (1995) quanto qualquer uma delas isolada. Entender que os extremos não são opostos, mas sim apenas posições de um contínuo é fundamental pois o artista artista pode e deve transitar por ele, pois seu objetivo não é e “nunca poderá simbolizar o papel de moralizador artístico-cultural ou consciência do mundo da arte, porque as suas intervenções não têm essa alargada pretensão social, como uma ideologia vertical, que vem de cima para baixo” (VIEIRA, 2011).

Vale ressaltar que, de acordo com Lacy (*apud* VIEIRA, 2011), apesar do trabalho artístico ser considerado um mediador de dois sentidos entre público e artista é praticamente impossível explicitar essa relação pois tanto a diversidade do público afetado quanto a permeabilidade do trabalho são complexos de serem mensurados, ou seja, por mais delineado pela cartografia que o conceito de artista artista seja os meios de comprovação serão sempre subjetivos.

Sendo assim, a fim de entender melhor as relações do ativismo e artistas na era da internet, em especial dentro do contexto da indústria pop se faz necessário traçar paralelos entre o que se tem de palpável para uma possível definição, como vimos acima, mas também como estas definições se aplicam num contexto moderno de globalização, mídia de massas e marketing.

1.2 - Ativismo x “Arte neutra”

Pensar em ativismo no século XXI requer uma reflexão no que diz respeito aos estudos político-sociais em torno da arte e sua relação com a política. Isso porque como vimos acima o ativismo em todas suas definições possui carga política, mas será que toda arte é em algum nível política?

Uma vez posto que toda arte desde seu processo de criação até sua fruição ao consumidor final perpassa por filtros sociais de quem a desenvolve, mesmo que em diferentes proporções, entende-se também que estas são ressignificadas inúmeras vezes tanto pelo público que a consome quanto pela indústria que a comercializa.

Teresa Vieira (2011) complementa que, por não surgir de um vácuo social, a arte sempre será reflexo de seu *zeitgeist*⁷ (VIEIRA, 2011), então a neutralidade seria uma ilusão. Assim

⁷ Termo alemão cuja tradução significa *espírito da época* ou *sinal dos tempos* (ZEITGEIST, 2014).

como afirma Rancière (2007), “a resistência da obra não é o socorro que a arte presta à política. Ela não é a imitação ou antecipação da política pela arte, mas propriamente a identidade de ambas. A arte é política” (RANCIÈRE, 2007, p.3) arte e política, portanto são indissociáveis, não podem se unir ou suprimir em nome da resistência pois o cerne da questão é mantê-las sempre tensionadas.

Contudo, ainda é possível duvidar se realmente todo trabalho artístico é político ou, ainda, se consegue de fato ser político. Isso porque o sistema dominante das indústrias da arte e cultura rapidamente dão conta de se apropriar de qualquer discurso social (VIEIRA, 2011), especialmente após a globalização dos meios de comunicação.

Segundo Laclau e Mouffe (1985), não há nenhuma ordem social suprema ou submissa que seja permanente ou que seja capaz de transformar a sociedade em totalidade. Então, ainda que haja um status quo e que a indústria, de fato, se aproprie das pautas sociais, existem formas alternativas de produzir e difundir cultura.

Com relação a esta produção alternativa, introduzimos novamente a problemática da subjetividade na hora de analisar expressões artísticas, se num primeiro momento há a dificuldade de definir um artista agora há a dificuldade de definir a arte artista.

Nesta pesquisa, temos como objeto principal a Anitta, uma artista pop brasileira e, portanto, para analisar seu trabalho será necessário levar em consideração o poder deste sistema dominante citado acima. Sendo assim, a fim de nomeá-la artista ou ainda identificar em seu trabalho uma expressão artística alternativa, requer uma análise mais ampla que possibilite entender melhor a relação entre arte x artista x ativismo e o contexto cultural que se encontram, aqui o gênero musical pop.

1.3 - O ativismo nos tempos do *mainstream*

Um dos maiores desafios deste trabalho é tentar transpor as definições e conceitos de artista e ativismo para o mundo da música pop. Quando falamos de ativismo, o senso comum nos leva a pensar na performance do discurso, nas esculturas, pinturas, às vezes até em música, mas em Chico Buarque, Elis Regina e outros artistas tidos como ícones da arte de resistência nos tempos da ditadura civil-militar brasileira entre os anos de 1964 a 1985⁸. Em

⁸ O período conhecido como Ditadura Militar Brasileira aconteceu de 1964 a 1985, contou com 5 mandatos militares e estabeleceu 16 atos institucionais – mecanismos legais que se sobrepunham à constituição. Na época houveram diversas restrições à liberdade, repressão aos opositores do regime e censura dos meios de comunicação e artistas. Disponível em: <<https://www.politize.com.br/ditadura-militar-no-brasil/>>. Acesso em 31 de agosto de 2021.

suma, não é orgânico pensar em arte + política no âmbito da música pop ou seus intérpretes e há uma série de questões tanto acadêmicas quanto sociais que justificam tal lógica.

O ativismo se torna cada vez mais interessante quando colocamos à prova justamente os estereótipos sociais. No artigo de Vanessa Bordin (2015), é citado o caso do ativista norte americano “*Reverend Billy*” que é caracterizado como televangelista fervoroso performa como a própria igreja críticas duras ao capitalismo, as grandes empresas e hábitos consumistas. Billy utiliza além do humor a própria aparência como crítica - afinal homem branco, loiro de olhos azuis com cabelo e terno alinhados representa o perfeito reverendo e chama muita atenção onde quer que esteja pois dele já se espera determinados posicionamentos e falas de um típico religioso. Como a própria Vanessa define: “à primeira vista não se sabe se ele é um personagem ou não, sua figura gera desconfiança, engana-nos por um instante, causando desconforto no espectador” (BORDIN, 2015). E assim funciona o mundo para os ativistas, não há separação entre criador e criatura, arte e vida se tornam indissociáveis à medida que o ativista desenvolve seus trabalhos.

Quando falamos de música pop e cultura pop no geral é arriscado comparar a performance de Reverend Billy com Pablllo Vittar ou ainda com nosso objeto principal Anitta, por exemplo. Isso porque, mesmo que indivisíveis vida e arte, as divas pop representam um estilo de vida vinculado a uma lógica pop, ou seja, seguem os fluxos sociais de formas que nem sempre são o agente influenciador, mas também são os agentes influenciados. Debater veganismo, racismo, LGBTQ+fobia⁹ não estão necessariamente atreladas a performances e personas pop, mas sim a uma agenda social que pede posicionamentos políticos ou ainda um certo grau de ativismo social para se manter no topo dos *trends topics*.

Há um problema crônico nos estudos culturais em especial com relação a indústria pop, uma vez que abertamente é uma indústria que visa o lucro e opera sob uma lógica capitalista globalizada e conseqüentemente neoliberal.

Por conta da grande influência da Escola de Frankfurt¹⁰, a cultura pop, e logicamente toda a cadeia de produtos midiáticos do gênero, recebeu duras críticas dos teóricos anticapitalistas. Taxados como uma frivolidade excessiva, o gênero pop por muito tempo dentro dos estudos culturais foi considerado uma cultura de baixo valor, influenciando novos acadêmicos e o próprio público consumidor a associar o pop ao fútil.

⁹ Violência contra Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Queer.

¹⁰ Escola de Frankfurt (em alemão: *Frankfurter Schule*) é uma escola (ou vertente) de teoria social e filosofia, particularmente associada ao Instituto para Pesquisa Social da Universidade de Frankfurt/Francoforte, na Alemanha.

Em “*Recodings – Art, spectacle, cultural politics*”, Hal Foster (1985) complementa Theodor Adorno, um dos fundadores da Escola de Frankfurt, ao dizer que “(...) num sistema de maioria entregue a um mercado (manipulado) a ‘crítica’ não se faz mais necessária: a mercadoria é sua própria ideologia (Theodor Adorno), o mercado sua própria aprovação.” (FOSTER, 1985, p. 5, *tradução nossa*)¹¹. Com isso, é explicitada sua insatisfação com a ideia de um mercado cultural e logo a produtificação de bens culturais.

Lembrando que o modernismo foi um momento histórico muito marcado pelos manifestos artísticos, Arthur Danto (2006) reconhece que a modernidade tem como cerne a pluralidade. O potencial que essa essência plural oferece à criação artística, no entanto, é visto como um problema para Foster (1985). Segundo ele, “pluralismo nas artes sinaliza uma forma de tolerância que não ameaça o status quo (...) arte se torna frivolamente diferenciada: todo mundo precisa ser diferente... mas da mesma forma” (FOSTER, 1985, p.17-18, *tradução nossa*)¹².

Considerando uma sociedade historicamente recheada de preconceitos e uma produção cultural em grande parte subordinada aos moldes político-econômicos neoliberais (VIEIRA, 2011), o pluralismo de Foster critica uma diversidade “forçada” pelo mercado. Mesmo que por outro lado Danto (2006) enxergue esse espaço plural como um convite à experimentação, Teresa Vieira (2011) questiona: “Mas se o atual estado pode surgir como libertador, a verdade é que se torna aporético, uma vez que mergulha a arte em total relativismo, em que qualquer modelo é supostamente permitido” (VIEIRA, 2011, p.15)

Se o mercado corrompe o poder crítico do trabalho artístico, a lógica a se pensar seria a desconstrução da própria indústria, porém como o próprio Adorno (1970) nos diz isto é uma utopia. Então como em tempos de internet, globalização e mainstream, a arte seria capaz de driblar o mercado? Ela é capaz?

A questão não é obliterar as experiências em que, de fato, a ingerência de disposições mercantis agem de forma a reestruturar propostas estéticas. Mas, reconhecer brechas na lógica de produção das indústrias da cultura e na cibercultura que permitam o questionamento de ordem estética e cultural destes produtos. (SOARES, 2015, p. 4)

São nestas brechas que o foco do ativismo atual deve estar. Entender até que ponto somos capazes de dissociar arte, política e marketing ou ainda, se devemos de fato dissociá-los

¹¹ Leia-se no original: “(...) in a sistem mostly given over to a (manipulated) marketplace “critique” is no longer needed: the commodity is its own ideology (Theodor Adorno), the market its own accreditation.”(FOSTER, 1985)

¹² Leia-se no original: “*pluralism in art signals a form of tolerance that does not threaten the status quo (...) Art became skittishly stylish: everyone had to be different... in the same way*” (FOSTER,1985)

é fundamental, pois, questionar a ordem estética, política e cultural é uma das funções da arte, mas não apenas dela.

Quando falamos de bens culturais o consumidor final não necessariamente é apenas passivo. Analisar o comportamento do público com relação aos movimentos sociais globais crescentes é extremamente importante, pois o mesmo público que enaltece e compra produtos de determinado artista tem o poder de “cancelar” quando os mesmos não se mostram favoráveis ou ainda nem sequer se posicionam a respeito.

Dado o exposto, no próximo capítulo desta monografia se faz necessário uma análise mais específica das dinâmicas do novo público e da indústria pop no geral. Isso porque, somente após a compreensão dessa lógica operante seremos capazes de analisar, no capítulo 3, o objeto principal da pesquisa - a performance de Anitta.

CAPÍTULO 2 INDÚSTRIA CULTURAL E A HEGEMONIA DE MERCADO

Com objetivo de analisar mais de perto as dinâmicas da indústria pop e seus produtos se faz necessário num primeiro momento, resgatar os conceitos de indústria cultural e sua lógica operante na sociedade de consumo de forma mais aprofundada.

Em "Dialética do Esclarecimento" (ADORNO e HORKHEIMER, 1947) o termo "indústria cultural" foi utilizado pela primeira vez e buscava delinear o contexto das produções artísticas na sociedade pós-revolução industrial e capitalista. Mesmo sendo desenvolvido a muitos anos, ainda é extremamente atual com relação ao seu embasamento crítico.

Entendendo que a globalização foi um processo orgânico à medida em que as nações se industrializavam, o surgimento de meios de comunicação de massas se colocou como uma necessidade para que a sociedade da época pudesse trocar informações. Com o tempo, essas informações foram, dia após dia, se transformando em diversos conteúdos que, buscando atender uma demanda de mercado, expandiram seus nichos de forma a abranger um interesse cada vez mais global.

Como afirma Teixeira Coelho (1980), "a indústria cultural só iria aparecer com os 'primeiros jornais'" (COELHO, 1980, p.6), ou seja, antes mesmo das linguagens que hoje dominam essa indústria como a música, o cinema e o teatro. Foi a partir das notícias que se enxergou o potencial econômico em produtos de caráter globalizante.

À medida que se testava o potencial da comunicação surgiram os romances de folhetim, posteriormente as radionovelas e com a chegada da TV, as novelas como conhecemos hoje em dia. Todos com simples desenvolvimento, que objetivavam mostrar fragmentos do que seria uma vida na época, ganhavam enorme aderência do público que bem ou mal se identificavam com as histórias propositalmente escritas para gerar curiosidade e, conseqüentemente, lucros.

Segundo os autores Adorno e Horkheimer (1947) a indústria cultural "confere a tudo um ar de semelhança" (ADORNO e HORKHEIMER, 1947, s.p.). Isso por que, a fim de despertar interesses comuns à massa, as produções culturais impulsionadas por ela repetiam padrões de sucesso e ficavam cada vez mais lucrativas, à medida que as tecnologias traziam novos produtos midiáticos.

Assim como para Foster (1985), debatido no capítulo 1, a arte perde seu poder crítico e caráter coercitivo com o pluralismo. De acordo com Lowenthal (1984), o sistema imposto pela indústria cultural "[...] impede a formação de indivíduos autônomos e independentes, capazes de julgar e de decidir por si mesmos" (LOWENTHAL, 1984, p.7). Para ambos a indústria

cultural seria, portanto, a grande vilã da produção artística “pura”, que é aquela que afeta e desenvolve o pensamento crítico tanto em quem produz quanto em quem a consome.

Porém, pesquisadores mais atuais tendem a questionar esta vilania pregada nos textos frankfurtianos e de seus seguidores a respeito tanto da indústria cultural quanto da cultura de massas. Teixeira Coelho (1980) nos diz que “a ‘indústria cultural’ é um daqueles objetos de estudo que se dão a conhecer para as ciências humanas antes por suas qualidades indicativas, ou aspectos exteriores, do que por sua constituição interior, estrutural”. (COELHO, 1980, p.6). Para ele, assim como para nossa pesquisa, é interessante que a análise destes conceitos seja feita de forma que não se questione a ética com relação a operação da indústria, mas sim que, posta como é, saibamos então o que fazer com ela.

E o que fazer, afinal? Arte para consumo, alienação, cultura de massas, todas características de uma indústria predatória que obedece um mercado dominante são para muitos imutáveis. Puterman (1994) vai nos dizer que “Adorno e Horkheimer raciocinaram como se a indústria cultural de massa instalasse para todo o sempre uma coletividade monopolítica, destituída de raciocínio crítico e uniformizada pelos mesmos gostos.” (PUTERMAN, 1994, p. 21-22)

Como vimos no capítulo anterior com os estudiosos Laclau e Mouffe (1985), já sabemos que nenhuma hegemonia é eterna e nem mesmo é capaz de concluir transformações em todos os tecidos da sociedade. Apesar de haver um constante esforço mercadológico para manter essa unidade de gostos e conseqüentemente a baixa crítica, Adorno e Horkheimer “[...] não levaram em consideração o constante dever das diferenciações internas da sociedade, em relação às quais o progresso tecnológico age também como um fator de variações.” (PUTERMAN, 1994, p. 21-22)

Sendo assim, para pesquisar o fenômeno da indústria cultural na atualidade precisamos levar em conta todo progresso tecnológico que vem sendo feito. Por exemplo, os aplicativos de mídia *streaming*¹³, as redes sociais e a própria evolução dos smartphones, que permitem acesso a todos os anteriores a qualquer momento e de qualquer lugar, foram transformações essenciais para indústria cultural moderna que, não obstante, rapidamente se adequou a tecnologia buscando as mais diversas estratégias publicitárias para se manter aquecida.

Por fim, se faz necessário ainda entender que a indústria cultural por si só não é responsável pelos hábitos de consumo da sociedade. Foi necessário que ao longo do tempo, a

¹³ Tais como Spotify, Deezer, Youtube, etc.

fim de manter seu público interessado em seus produtos, fosse desenvolvida uma cultura que logo seria replicada e massificada com ajuda do poder do mercado. Essa cultura seria então o que chamamos de cultura pop e, como todo tecido social, a mesma também é território de constantes disputas, seja o mercado buscando sua hegemonia, seja o ativismo cavando suas brechas.

2.1 - Por que o pop é pop?

Para entender o que é a cultura pop e sua influência global precisamos voltar um pouco no tempo e se atentar quanto às etimologias do termo.

Originalmente o termo pop vem do inglês “popular”, ou seja, “para o grande público”. No Brasil usamos o termo “popular midiático” ou de “massas” uma vez que apenas “popular” se refere a um outro segmento cultural com um sentido na raiz cultural brasileira, que não é o foco desta pesquisa.

O que definimos hoje como *pop culture* está diretamente ligado com o movimento artístico *pop art*. Oriundo dos anos 1950-60 nos Estados Unidos e Reino Unido, é plausível dizer que o *pop art* embasa múltiplas teorias culturais a respeito do que reconhecemos como produções pop. Isso porque, tanto suas peças quanto seus artistas desafiavam a lógica de mercado a fim de expor um enorme potencial crítico.

Admitindo a crise da arte no século XX¹⁴, o *pop art* surge com vertentes opostas que criticam e ao mesmo tempo veneram a cultura de massas e faz um interessante contraponto às formas de dominação do mercado: a fim de criticar o materialismo exacerbado, os estereótipos e por consequência toda uma lógica capitalista de produzir cultura, é interessante e necessário criar brechas.

Assim como outros artistas de destaque na era do *pop art*, Andy Warhol se apropriou de marcas e objetos comuns ao cotidiano dos estadunidenses como as latas de sopa *Campbell's* e a Coca-Cola, por exemplo, e num mutualismo forçado todos: marca, arte e artista se promoveram caindo no gosto do público.

¹⁴ O século XX foi marcado por diversas mudanças no âmbito político-social que inflaram o surgimento de movimentos artísticos, tais como o Expressionismo, o Cubismo, o Futurismo, o Dadaísmo, o Surrealismo, a Op-art e a Pop-art que expressam as percepções do homem moderno. Disponível em <<https://www.infoescola.com/artes/principais-movimentos-artisticos-do-seculo-xx/>> Acesso em 06 de setembro de 2021



FIG.2 Campbell's Soup Cans (Andy Warhol, 1962)



FIG.3 Marilyn Monroe (Andy Warhol, 1962)

Com peças coloridas, divertidas e até mesmo apelativas, a *pop art* refletia e criticava o imaginário estético da vida perfeita no ocidente naquela época, o famoso “estilo de vida americano”¹⁵. As técnicas de colagem, pontilhismo e contornos marcantes conversavam com a

¹⁵ “*American way of life*” ou “estilo de vida americano” foi um modelo de comportamento surgido nos Estados Unidos após a Primeira e a Segunda Guerras Mundiais. Este modo de viver passava pelo consumismo, a padronização social e a crença nos valores democráticos liberais. Disponível em <<https://www.todamateria.com.br/american-way-of-life/>> Acesso em 06 de setembro de 2021

vibe urbana e moderna, mas ao mesmo tempo flertavam com o glamour hollywoodiano tão venerado pelos estadunidenses.

A “brecha” para a *pop art* significou associar-se ao marketing e a lógica consumista proposta na época para produzir suas peças artísticas. Estas que, ao mesmo tempo, não apenas publicitavam produtos, marcas e pessoas, mas que também os despersionalizavam, uma vez que utilizavam técnicas que simulavam uma espécie de trabalho mecanizado. Por assim dizer, a *pop art* traça um paralelo interessante entre a publicidade e a crítica.

Mesmo trazendo um amplo debate crítico a respeito dos limites do mercado e sua influência no trabalho artístico, a *pop art* não chegou perto de convencer os críticos e estudiosos mais eruditos herdeiros da escola de Frankfurt e afins. Dwight Macdonald (2004), crítico social e filósofo americano, divide a cultura em 2 tipos: “[...] o tipo tradicional - chamaremos de ‘Alta Cultura’ - que é relatado nos livros didáticos, e uma ‘Cultura de Massa’ fabricada em série para o mercado” (MACDONALD, 2004, p.38, *tradução nossa*)¹⁶.

A ideia de que haja um tipo de cultura superior é extremamente problemática e elitista. Se num primeiro momento a crítica ao pop se pautava na frivolidade que o mercado lhe impunha, o discurso de Macdonald (2004) o julga incapaz de questionar as ordens estética e social, o que, como já vimos, é um mito.

O pop é pop porque é clichê. Definido como algo repetitivo, batido compreender que: “O clichê é uma chave de entendimento das ‘engrenagens’ discursivas das indústrias da cultura” (SOARES, 2014, p.11) e é fundamental que, na hora de fazer análises de qualquer performance pop, o clichê é uma estética e uma estratégia.

Então, voltamos a um questionamento similar feito à arte do capítulo 1, agora para o pop. Como seria possível que essa cultura de massa, regada de produções artísticas frívolas, clichês e capitalistas se provasse ao mesmo tempo vital no inflar de movimentos políticos e sociais atualmente?

O que parece “vazar” naquilo que o bom gosto, a “norma culta”, o valorativo, a “intelectualidade” soam atestar como excessivamente comercial, deliberadamente afetivo e ultra-permissivo, nos interessa. E nos interessa porque, de alguma forma, nos habita (SOARES, 2014, p.2)

O pop, como dito por Thiago Soares (2014) acima, nos habita e pertence mais do que percebemos.

¹⁶ Leia-se no original “[...] *the traditional type - let us call it "high culture" - that is chronicled in the textbooks, and a "mass culture" manufactured wholesale for the market*” (MACDONALD, 2004, p.38)

Para além de uma sociedade orientada pelas lógicas de consumo somos também movidos pelo espetáculo. Guy Debord (1997) nos diz que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p. 14). Ou seja, o espetáculo, que para ele é resultante dos modos de produção da indústria cultural, influencia também nas relações interpessoais, que logicamente acabam por esbarrar em padrões estéticos, opiniões políticas, culto aos ídolos e que não necessariamente são propagadas de forma unilateral. O mercado influencia o consumidor, assim como o consumidor influencia o mercado.

O pensamento de Debord (1997) faz sentido à medida que compreendemos a dimensão do que podemos considerar um território pop. Com relação a nós, espectadores, ele afirma: “Eis porque o espectador não se sente em casa em nenhum lado, porque o espetáculo está em toda à parte.” (DEBORD, 1997, p.7). Vivemos sim uma vida pop e o tempo todo estamos imersos nessa cultura: o que ouvir, o que vestir, o que comer, onde ir, etc., mas tudo isso não ocorre apenas porque aprendemos a gostar de cultura pop, mas porque tudo neste território tendência para que amemos o pop.

Assim como o dilema da arte e da política é imprescindível para compreender as faces do ativismo, e como crítica e publicidade se unem no surgimento da *pop art*, para falar de brechas ativistas na cultura pop precisamos levar outros 2 pontos em consideração: o marketing e o posicionamento.

Thiago Soares (2014) descreve a cultura pop como conjunto de práticas culturais guiadas pela lógica midiática que tem como concepção o entretenimento, ou seja, seus produtos (música, cinema, televisão, etc.) estão diretamente associados ao modo operante da indústria cultural. Ele complementa ainda que esta “[...]estabelece formas de fruição e consumo que permeiam um certo senso de comunidade, pertencimento ou compartilhamento de afinidades que situam indivíduos dentro de um sentido transnacional e globalizante”. (SOARES, 2014, p. 2).

Assim, quando falamos de cultura pop assume-se um território empírico e não apenas físico, tal qual Debord (1997) afirma com a onipresença do espetáculo. Isso porque esta perpassa todas as camadas sociais de todos os lugares e, portanto, o marketing se torna uma ferramenta fundamental de manutenção desse “mundo pop”, desse território pop.

Reiterando a importância dos novos meios de comunicação e de como estão integrados com a sociedade, idealizar uma produção cultural desatrelada ao marketing é inviável. Soares (2014) sobre a relação cultura e marketing nos diz que:

Ambos já estão enraizados de forma a que não podemos mais fazer análises de produtos da cultura midiática sem discutir, por exemplo, esta engrenagem de marketing e de posicionamentos de produtos que fazem com que, inclusive, tais produtos midiáticos cheguem até os contextos de fruição. (SOARES, 2014, p. 4)

Ou seja, entender a permeabilidade e o sucesso de produtos e artistas pop requer a análise da conjuntura destes e não apenas do comportamento do mercado. Planejamentos publicitários e posicionamentos, principalmente, políticos assumem um importante papel perante o público e sua boa receptividade é fundamental para se manter no topo das *trends*.

Por fim, aqui nos interessa muito as entranhas quanto aos planejamentos e posicionamentos dos artistas pop, afinal é somente a partir deles que conseguimos identificar as brechas que tanto discutimos. A partir de agora, apresentaremos o objeto da nossa pesquisa: a cantora Anitta. Buscaremos, neste capítulo, apresentar um histórico rápido da consolidação de sua carreira no universo pop.

2.2 - Música pop brasileira e o melody de Anitta

Para melhor introduzir nosso objeto de pesquisa - a cantora pop Anitta -, se faz necessário atentar aos conceitos já discutidos dentro do contexto brasileiro de indústria pop. Isso porque, mesmo que a cultura pop tenha um carácter globalizante, as regionalidades, situações políticas e afetividade pelo gênero musical de cada local determinam de que maneira a lógica de mercado opera.

Podemos dizer que a indústria pop no Brasil é bastante espelhada na indústria estadunidense, afinal músicas gringas já embalam as festas brasileiras desde dos anos 60. Pegando o conceito de hibridismo de Nestor Garcia Canclini (1990), que diz respeito a recepção e apropriação de bens simbólicos de outras culturas, é plausível dizer que o que temos de música pop hoje no Brasil é uma mescla da música pop estadunidense, consagrada pelas paradas mundiais, com especificidades de gosto e territorialidade brasileira. O gosto pelas grandes performances, culto às divas pop e a entrega ao ídolo são exemplos de apropriações características da indústria pop estadunidense que se adaptaram muito bem à cultura calorosa e álcara do povo brasileiro.

Apesar de muito acostumados com os sucessos gringos, a intensa difusão dos mesmos pelas rádios e posteriormente com a chegada dos videocliques, os filtros sociais também fizeram seu papel. A barreira da língua, a vibe das festas no país e o gosto compartilhado por ritmos da cultura popular (funk, axé, forró e sertanejo) fizeram com que, desde o início, justaposições e

adaptações fossem feitas aos produtos estrangeiros, seja com os DJ's e os remixes, seja com “versões brasileiras”¹⁷ de sucessos estrangeiros.

O pop brasileiro de Anitta, que aqui nos interessa, surge a partir de um processo de popularização do funk carioca na classe média. Entendendo que o funk carioca tem origem nas comunidades e obtinha um grande público ouvinte, a partir dos anos 2000, com a música pop estadunidense já muito massificada no Brasil, houve grande interesse comercial em trazer para as classes mais altas uma versão 'gourmetizada' do funk, ou ainda o 'funk melody'.

Com figuras como Dj Marlboro no Xuxa Park, e Furacão 2000 na televisão aberta, Letícia Nunes (2018) nos diz que: “[...] ao mesmo tempo em que o funk era criminalizado na periferia, sua versão mais leve, o funk melody, no começo de sua mistura com o pop, ganhava espaço na classe média e, conseqüentemente, no mercado musical.” (NUNES, 2018, p.16)

Entendemos que Anitta origina sua carreira artística no funk carioca, em especial no funk melody supracitado. Para este trabalho, nos importa prioritariamente a chegada da artista ao pop - ainda que não deixe de lado o funk, em alguns trabalhos. Por isso, passaremos de maneira rápida pela trajetória prévia da mesma.

Em 2011, Larissa de Macedo Machado, na época MC Anitta, assinou seu primeiro contrato com a produtora Furacão 2000. Apesar de conseguir emplacar sucessos como “Eu vou ficar” e “Menina má”, não demorou muito para que a cantora percebesse que a fim de adentrar nas paradas musicais do país de maneira expressiva, seria necessário reformular diversos pontos estéticos em sua carreira para aproximá-la de artistas do cenário pop de mais sucesso, no caso referências norte-americanas por assim dizer.

Em 2013, Larissa muda seu nome (novamente) para apenas Anitta, inspirada por divas pop como Beyoncé, Rihanna e Madonna - ícones de nome único. Desta forma, ela lança seu primeiro álbum de estúdio que leva seu nome e chega com o hit “Show das poderosas” - primeiro videoclipe feminino brasileiro a atingir a marca de 100 milhões de visualizações no Youtube - dividindo a lista das mais ouvidas no ano com artistas como Miley Cyrus, Bruno Mars e Katy Perry.

¹⁷ Com tantos sucessos estrangeiros no país desde os anos 60, não demorou muito para que artistas brasileiros, a fim de surfar na onda do sucesso das canções e se aproximar ainda mais de um público cativo, fizessem suas versões ora traduzidas, ora totalmente repaginadas seguindo apenas a melodia original. Muitas delas chegaram a fazer até mais sucesso do que suas versões originais sendo popularizadas com muita força, em especial, no nordeste do país. Um bom exemplo é a música “Meu anjo azul” do grupo Forró Anjo Azul, que utiliza a melodia do hit “*Because of You*” da cantora pop Kelly Clarkson. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=VajcgBDcSOk>>

Em 2015, já em seu terceiro álbum de estúdio - “Bang” -, Anitta bate recordes com mais de 300 mil cópias vendidas e o hit que dá nome ao álbum chega a 179 milhões de visualizações no Youtube em apenas 6 meses e estabelece a cantora no mercado pop, inclusive internacional. Com versão em inglês e uma super campanha comercial, 2 anos depois “Bang” ganha coreografia e se junta ao catálogo de sucessos selecionados para o famoso jogo “*Just Dance*” da empresa Ubisoft, passando a tocar a música no mundo inteiro.



FIG 4. Foto divulgação do álbum “Bang!” (Fonte: Warner Music)



FIG 5. Capa do Youtube de “Bang” para o “Just Dance”. (Fonte: Ubisoft)

Em meados de 2017 o Brasil já se preparava para eleição presidencial de 2018 e em meio às tensões políticas desde o impeachment da ex-presidente Dilma Rousseff, artistas de diversos segmentos culturais começaram a se posicionar politicamente e ser cobrados pelo público para tal. Isso porque, na época, houve a ampla candidatura de políticos cujas pautas rodeavam extensas problemáticas, tal qual LGBTQ+fobia, racismo, intolerância religiosa, entre outros.

Tendo isso em pauta, Anitta como ícone pop, também foi cobrada e no próximo capítulo iremos analisar justamente o posicionamento ou falta dele na época em comparativo com o ano de 2021. Tudo isso num outro contexto social brasileiro e com sua carreira ainda mais consolidada dentro e fora do Brasil. Afinal, temos Anitta como primeira brasileira com performance confirmada no MTV - Video Music Award no ano de 2021, a '*Larissa Machado Meal*' - lanche personalizado - no Burger King USA e diversas apresentações e entrevistas em *talk shows* internacionais tais como '*TV Tonight Show with Jimmy Fallon*' e o '*The Late Late Show*' com o apresentador James Corden.

CAPÍTULO 3 ANITTA É ARTIVISTA?

Nos capítulos anteriores vimos conceitos e teorias a respeito das relações entre arte, ativismo, marketing e posicionamento. Entendemos que a cultura pop como território empírico globalizante ao mesmo tempo que se aproveita do capitalismo que gere a indústria cultural, também se coloca capaz de construir brechas ativistas na mesma. Neste momento, então, buscamos, com o estudo de caso da cantora Anitta, analisar como figuras pop se colocam diante de questões político-sociais.

Com diversas polêmicas ao longo da carreira, realizamos o recorte de 2 momentos específicos: o primeiro no momento pré e pós-eleição do presidente Jair Bolsonaro (2017/2018), no auge dos protestos do #EleNão¹⁸ e o segundo em 2021, com o mundo assolado pela pandemia do Covid-19 e, no Brasil, um governo constantemente acusado de práticas antidemocráticas.

Para além de uma reflexão dos momentos políticos nos recortes, faremos ainda uma análise de trabalhos artísticos lançados por Anitta nas épocas. Isso porque, dentre as polêmicas que a envolvem, também perpassam interpretações de sua arte, como afro conveniência, apropriação cultural, machismo e uso do *pink money*¹⁹. Assim faremos a análise de duas canções e frames dos seus respectivos videoclipes: “Vai Malandra”, de 2017, e “*Girl From Rio*”, de 2021.

Essa análise será feita com base nas cobranças de posicionamento do público com relação a cantora, que escolhe - num primeiro momento - o “não posicionamento” e acumula críticas nas redes sociais. Isso porque, Anitta enquanto ícone pop LGBTQ+, cantora de projeção internacional e dona de perfis em plataformas digitais com milhões de seguidores possui enorme influência e responsabilidade no que tange a defesa de pautas de proteção e empoderamento de grupos minoritários que, aliás, compõem uma boa parte de seu público.

3.1 - Entendendo as problemáticas

¹⁸ A manifestação #EleNão em repúdio ao candidato a presidente Jair Bolsonaro foi a maior manifestação de mulheres na história do Brasil. Foi também uma das maiores manifestações contra um candidato, independentemente das mulheres. Disponível em <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-45700013>> Acesso em 13 de setembro de 2021

¹⁹ Numa tradução livre, quer dizer ‘dinheiro rosa’ e faz referência ao poder de compra de pessoas LGBTQ+. É ainda uma estratégia de marketing das empresas ao associar produtos a causa social. Disponível em <<https://blog.cielo.com.br/institucional/pink-money-o-que-e/>> Acesso em 13 de setembro de 2021

A fim apenas de elencar as polêmicas e não de fato aprofundarmos na complexidade de cada uma, é importante colocar que nesta pesquisa não pretendemos julgar certo ou errado os posicionamentos da cantora. Objetivamos, portanto, provocar reflexões acerca das escolhas de Anitta ao se posicionar ou não, e como isso a aproxima ou distancia de um artista ativista ou artista.

A primeira grande problemática que envolve o nome de Anitta diz respeito à questão racial. Como cita Victor Melo (2018):

Anitta aborda menos frontalmente tais questões, mas não deixa de apimentar o debate. Não se apresenta como negra, mas como mestiça (nunca diretamente, mas quando diz que no Brasil ninguém é branco). Se não usa o “lugar de fala” de negra (esse termo/postura que tem sido tão utilizado por militantes e em algumas esferas universitárias), usa o “lugar de fala” do subúrbio. (MELO,2018,p.409)

O fato de Anitta não afirmar um “local de fala” (ver RIBEIRO, 2019) confere a mesma uma passabilidade de mercado muito grande, em especial no âmbito internacional. Nascida e criada em Honório Gurgel, bairro residencial da Zona Norte do Rio, Anitta faz questão de exaltar sua origem humilde em diversas performances, porém, junto disso, podemos dizer que há um uso de simbologias e tradições de pessoas pretas somente quando conveniente - num sentido mercadológico.



FIG. 7 Anitta no pré-carnaval de Salvador 2017 (FONTE: Reprodução Instagram)



FIG. 6 Anitta no Grammy Latino 2019 (Fonte: Joe Buglewicz/Getty Images)

Apesar de reconhecer a importância de dar continuidade e profundidade ao debate identitário, neste trabalho nos basta apenas a reflexão de como a apropriação das tranças e da pele bronzeada, só faz sentido num recorte específico de performance. Enquanto que numa aparição em tapete vermelho internacional o visual clássico com peças de grifes estrangeiras e pele bem mais clara são a marca da cantora. Sendo assim, gera-se o primeiro questionamento: seria a negritude parte da performance ou de sua identidade?

A segunda pauta polêmica com relação a cantora está diretamente ligada a sua relação enquanto ícone pop LGBTQ+ e a utilização do *pink money*. Anitta, como artista do gênero pop e muito influenciada pelas divas internacionais, ganhou muito terreno no que tange o público LGBTQ+ e como elucidada Juliano Figueiredo (2018)

[...] precisamos ter em mente que Anitta não é somente uma marca, mas acaba por se caracterizar como um sujeito representativo da comunidade LGBTQ+. Seus discursos e práticas acabam por se caracterizar como uma performance de si, sendo diretamente associados à construção da identidade de Anitta, uma vez que leva as pautas sobre orgulho e diversidade LGBTQ+ para um público mais amplo. (FIGUEIREDO, 2018, p.43)

Com isso as críticas com relação a lucratividade a partir do *pink market* e a falta de posicionamento em defesa da comunidade, em especial no período eleitoral de 2018 nos protestos do #EleNão, ecoaram negativamente na carreira da cantora. Estas críticas se

intensificaram ainda mais após uma declaração na rede social Twitter²⁰ onde Anitta diz não querer ser forçada a se posicionar, pois não havia escolhido este trabalho.



FIG. 8 Print do Twitter de Anitta sobre posicionamento (FONTE: Twitter @Anitta)

Logo depois, desafiada por uma corrente de postagens com posicionamentos políticos de artistas, Anitta veio à mesma rede social se declarar parte da comunidade LGBTQ+ mesmo depois de, em 2013, ter se afirmado heterossexual (ver FIGUEIREDO, 2018) - o que rebateria as acusações de um suposto apoio a candidatos opressores. Buscando não invisibilizar sujeitos bissexuais e respeitando o tempo de cada pessoa com relação a sua sexualidade Figueiredo (2018) nos diz que:

[...] assumindo que a declaração seja verdadeira, chamamos atenção para o momento oportuno escolhido pela cantora para se declarar como tal. Entendemos, assim, que a cantora assumiu que, para amenizar a polêmica em que havia se envolvido, era necessário que ela tomasse medidas que lhe garantissem a empatia necessária para que seu público continuasse se sentindo representado pela sua figura. (FIGUEIREDO, 2018, p.57)

Sendo assim ficamos mais uma vez sob questionamento em relação à pessoa Anitta. Seriam as posições sociais e ativistas que aborda em performance, apenas adereços da mesma ou, de fato, elas dialogam com as experiências e aspirações ativistas pessoais da cantora?

²⁰ Twitter é uma rede social criada em 2006 com intuito de que os usuários expressem seus pensamentos em até 280 caracteres. Com mais de 335 milhões de contas ativas no mundo tornou-se palco para diversas discussões sociais seja no âmbito do entretenimento a política.



FIG. 9 Anitta na Parada LGBTQ+ de São Paulo, em 2018 (FONTE: Felipe Panfili/Divulgação).

Por fim, temos a última polêmica, abordada neste trabalho, que compõe nosso material de pesquisa: Anitta enquanto artista feminina, símbolo de empoderamento e da liberdade sexual.

Anitta representa em suas letras e videoclipes pop um culto a mulher de sexualidade e sensualidade livre, porém, ao mesmo tempo, faz uso de clichês que colocam novamente a mulher em um papel oprimido. Brenda Freire (2017) nos diz, em relação a alguns trabalhos da cantora, que “[...] é importante ressaltar que essa mulher que se diz ‘empoderada’ é a mesma que se coloca como objeto a ser consumido pela mídia [...]” (FREIRE, 2017, p.42), ou seja, ao mesmo tempo que essa mulher que seduz, que é “poderosa” e “malandra” passa uma ideia de elevada autoestima, ela também se oferece como prêmio para o homem que busca encantar.



FIG. 10 Anitta e Mc Zaac (FONTE: Youtube)

A questão da estética corporal e a representatividade de corpos femininos em seus trabalhos também é amplamente discutida. Em meados de 2016, Anitta incluiu a dançarina e

ativista gorda Thaís Carla no grupo de dançarinas que a acompanhava em turnê, além de outras mulheres de corpos fora do padrão estético social.

Anitta, apesar de estar dentro de diversos padrões, nunca escondeu as mudanças cirúrgicas que fez considerado tabu por muitas pessoas, e com inúmeras cirurgias estéticas, a cantora fala constantemente o que é e o que não é real em seu corpo, assim amenizando comparações a corpos irreais na internet. Em entrevista à Revista Allure, Anitta declarou:

Eu penso nos jovens vendo uma revista ou o Instagram e dizendo “Como eu queria ter nascido assim. Ela é linda. A vida dela é perfeita”, e se sentindo mal. Para mim, há duas opções: ou meus fãs vão saber a verdade – por exemplo, que eu sou cheia de plásticas –, ou eles vão saber que eu sou uma mentirosa. (TORTOLANI, 2021, destaque nosso)

Enunciadas as polêmicas, partimos agora para uma análise mais detalhada de como as mesmas aparecem, de fato, no trabalho artístico de Anitta através da observação de 2 videoclipes - “Vai Malandra” e "*Girl From Rio*" -, e como esses pontos legitimam ou não a cantora como sujeito/artista ativista.

3.2 - Discorrendo os posicionamentos e analisando as estéticas em ‘Vai malandra’

Como última peça do projeto Xequê-Mate²¹ de Anitta, em Dezembro de 2017 estreia o tão esperado hit “Vai Malandra” em parceria com Mc Zaac, Maejor, Tropkillaz & DJ Yuri Martins. Com 14 milhões de visualizações no Youtube e mais de 1 milhão de execuções no Spotify em apenas 24 horas - primeira vez que ocorre o feito na plataforma - o videoclipe gera polêmica e divide opiniões na internet.

Filmado no Morro do Vidigal, famosa comunidade carioca, desde os primeiros frames já causa impacto. Com a aparente protagonista, Anitta, em close fechado exhibe as celulites enquanto dirige-se a um ponto de mototáxi. Como lembra Victor Melo (2018): “[...] um dos assuntos mais delicados quando se trata da beleza feminina, ‘defeito’ usualmente corrigido com recursos digitais de manipulação da imagem. Segundo a cantora, ela mesmo não permitiu os retoques” (MELO, 2018, p.405). Um começo promissor para o que viria a ser a representação do funk brasileiro, para fechar um projeto artístico de âmbito internacional, logo se torna alvo de questionamentos já que “[...] o espetáculo de bundas expostas em posição subserviente

²¹ “CheckMate” ou em português “Xequê-Mate” consiste no projeto audiovisual em 4 etapas de Anitta, cujo objetivo era o lançamento de uma música e um videoclipe por mês de Setembro a Dezembro de 2017. Ver em ><https://www.youtube.com/watch?v=E7sLa9tV7X0>>

foi, para algumas e para alguns, uma bola fora, incoerente com o início do clipe.” (ibid., p. 406).



FIG. 11 - Close fechado exhibe celulites de Anitta (FONTE: Youtube)



FIG. 12 Anitta e mulheres em pose subserviente (FONTE: Youtube)

As críticas com relação à objetificação não foram poucas, mas despertavam diversas interpretações. No seguir do videoclipe temos os homens que regam os corpos femininos que fazem o bronze de fita²² na laje, ao mesmo tempo em que pode indicar certo tipo de poder das

²² Com efeitos estéticos imediatos, a ‘técnica’ começou nas cabines de bronzeamento artificial, hoje proibidas, com o uso de esparadrapo e fita crepe, mas se popularizou mesmo com a fita isolante, nas lajes de um bairro do Rio de Janeiro, e caiu nas graças até de mulheres com maior poder aquisitivo. Disponível em <<https://jandervieira.com/dermatologista-de-manous-diz-que-biquini-de-fita-agrava-doencas-da-pele/>> Acesso em 15 de Setembro de 2021

damas sobre eles, não muitos frames depois temos o Mc Zaac batucando a bunda de Anitta, ou seja, há ou não há liberdade e empoderamento?



FIG. 13 Homem fazendo manutenção do bronzeado (FONTE: Youtube)

Outro ponto recorrente nas críticas foi a representação da favela nos padrões “hollywoodianos” e de uma afro conveniência mercadológica para retratá-la. Se, por um lado, já sabíamos que Anitta tem suas origens na comunidade e que se declara como mestiça, a falta do debate em relação a estas questões sociais fora do glamour das performances dá aos críticos e aos espectadores o benefício da dúvida: é uma apropriação ou de fato uma exaltação?



FIG. 14 Anitta no Vidigal (FONTE: Youtube)

O videoclipe de “Vai Malandra” é, inegavelmente, um marco nas produções brasileiras, portanto não há como ignorar o contexto político no país que urge logo após o estrondoso sucesso. Em 2018, já em ano eleitoral como supracitado, a cobrança por posicionamentos de artistas influentes foi grande e, como exemplificamos, Anitta optou por fugir o máximo possível

deste debate. O não posicionamento ou omissão da cantora chegou a virar memes como “o silêncio de Anitta [sobre qualquer assunto] é ensurdecador” e “e a Anitta não faz nada”²³. Contudo, é relevante pensar no impacto disso perante uma base de fãs tão grande e engajada em causas sociais, especialmente feministas e LGBTQ+.

Após diversas tentativas de “cancelamento”²⁴ ao longo dos anos, os planos de Anitta ainda se mostram ambiciosos. Por isso, além de uma retratação, ela buscou fora da performance apoio de seus fãs se envolvendo cada dia mais com assuntos políticos.

3.3 - A ruptura de Anitta enquanto artista, até então, não tão ativista assim.

No ano de 2020 o Brasil e o mundo foram surpreendidos pela pandemia do novo coronavírus, o COVID-19. Junto a isto, toda a população brasileira foi vítima da ingerência do Estado que, representado pelo atual Presidente, Jair Bolsonaro, protagonizou diversos momentos negacionistas, corruptos e que constantemente discursa a favor de atos antidemocráticos.

Estes fatos se tornam ainda mais relevantes, pois, estagnada a indústria cultural no que tange performance ao vivo, turnês, programas de televisão e etc., as redes sociais se tornaram palco para inúmeras discussões sociais, visto que a crise sanitária agravou diversas outras que já assolavam o país. Medidas de proteção, incentivo a vacinação e principalmente a conscientização do poder do voto foram pautas amplamente discutidas nas redes e o posicionamento dos famosos com relação a estes temas foi algo muito cobrado pelo público.

Ainda objetivando uma redenção com seu público, Anitta passou a observar as questões políticas com mais vigor. Por exemplo, com a promoção de uma *live* no Instagram com o Deputado Federal Felipe Carreras (PSB - PE) a fim de pedir esclarecimentos a respeito da medida provisória proposta por ele que causaria mudanças nas formas de pagamento e recebimento dos direitos autorais de artistas.

Exaltada por uns e, claro, criticada por outros que argumentavam a relevância e conhecimento da cantora, Anitta entra em contato com a ex-comentarista da CNN Brasil e mestra em direito penal, Gabriela Prioli, para desenvolver uma série de *lives* onde discutiriam um “beabá” de política brasileira. Anitta argumentou ainda, pelo Instagram, que por sua origem,

²³ Meme, inclusive, que dá título a esta pesquisa.

²⁴ O movimento hoje conhecido como "cultura do cancelamento" começou, há alguns anos, como uma forma de chamar a atenção para causas como justiça social e preservação ambiental. Seria uma maneira de amplificar a voz de grupos oprimidos e forçar ações políticas de marcas ou figuras públicas. Saiba mais em: <<https://www.bbc.com/portuguese/geral-53537542>> Acesso em 14 de Setembro de 2021

pela vida que levou, a informação não chegava e que, como cidadã e dona de uma enorme plataforma, ela como aluna e Prioli como professora começariam essa “aulinha” de cidadania.

Além dos vídeos educativos, a carreira de Anitta também ganhou maior visibilidade internacional com crescentes parcerias como com a *rapper* americana Cardi B em “Me Gusta” e o francês Dadju em “Mon Soleil”. Com a volta dos programas de televisão e a crescente vacinação nos Estados Unidos e países da Europa a cantora, como convidada, passou a ser constantemente questionada a respeito da situação trágica do Brasil na pandemia e, por isso, estar atualizada a respeito passou a ser fundamental em sua agenda.

3.4 - Discorrendo os posicionamentos e analisando as estéticas em ‘*Girl From Rio*’

Já em 2021 e cada vez mais politizada, foi a vez de “*Girl From Rio*” tomar conta dos *streamings*. Com uma extensa campanha publicitária que focava na exaltação de mulheres cariocas de todas as idades, corpos e cores o *hit* - totalmente em inglês - que também dá nome ao futuro quinto álbum de estúdio de Anitta, teve seu videoclipe lançado sem muitos recordes, mas carregado de referências estéticas inclusive na própria melodia que sampleia a clássica “Garota de Ipanema”, de Antônio Carlos Jobim e Vinícius de Moraes.



FIG. 14 Anitta caracterizada de *pin-up* no clipe de “*Girl from Rio*” (FONTE: Youtube)

Desta vez, após um começo clássico que retratava os dias de praia nos anos 60 na zona sul carioca, a virada da canção nos leva a conhecer “um Rio diferente”, ambientado no famoso Piscinão de Ramos na zona norte da cidade. No clipe vemos grande diversidade de corpos femininos e masculinos, situações que simulam a realidade do transporte público lotado e Anitta bastante alegre demonstrando ao resto do Brasil e do mundo como se vai a praia no subúrbio.



FIG 15. Figurantes em “*Girl from Rio*” (FONTE: Youtube)



FIG. 16 Anitta fazendo clareamento dos pelos corporais (FONTE: Youtube)

Entendendo o histórico de críticas às obras da cantora, acredito que “*Girl from Rio*” venha com uma certa suavidade. Mesmo com os apelos de sempre o videoclipe se mostra coeso, letra e imagem satisfazem ao apresentar uma realidade que, como já vimos, é uma vivência da cantora e empodera, sem romantizar, o lazer de muitos cariocas. Por outro lado, em sua reflexão sobre o novo *hit*, o crítico musical Carlos Eduardo Lima (2021) aponta:

O que me incomoda, bem lá dentro da alma, é que este estado de coisas tenha sido usado para algum tipo de autopromoção lacradora, pseudo-antropológica com viés pessoal, para fazer pessoas bem nascidas da Zona Sul legislarem sobre quem não gostou do clipe, dizendo que a Bossa Nova discriminava os mais pobres – e isso é uma verdade, Roberto Carlos e Tim Maia que o digam – como justificativa para amar a realização de Anitta. (LIMA, 2021)

Mesmo compreendendo o questionamento levantado pelo crítico, talvez seja interessante retomar a reflexão que propomos nos capítulos anteriores. É impossível acreditar

numa produção cultural “pura”, desprendidas de marketing e etc. O exagero e o clichê compõem a performance pop à medida que as brechas para crítica social precisam ser também permeáveis, vendíveis. A “lacração” como citado se coloca num lugar de linhas tênues entre um apelo extremamente saturado pela indústria e sua agenda social padrão e uma legítima forma de ativismo através da arte. Talvez, no que tange uma análise de trabalhos artistas na era do *streaming*, valha mais a pena um olhar menos ferrenho para estética das obras em si e mais para continuidade do ativismo proposto - seja dentro ou fora da função artística.

CONCLUSÃO

Tendo em vista todo o exposto, acreditamos que o caso de Anitta é, no mínimo, intrigante e traduz bastante o que acreditamos ser uma nova maneira de interpretar arte e ativismo. Ao longo deste trabalho debatemos as engrenagens do marketing, a indústria cultural e a cultura pop no geral a fim de compreender como esta estrutura de mercado, bastante predatória, seria capaz de deixar brechas que nos permitiriam enxergar nas peças artísticas mais atuais, posicionamentos ativistas e ainda titulá-los ou não ativistas.

No caso de Anitta, observamos que, de fato, num primeiro momento de sua carreira não se traduz ativismo. Constantemente evitados, assuntos políticos e debates sociais para cantora não competiam à sua função artística (ver FIG. 8) e a enorme quantidade de críticas pelo público provocou uma virada de chave fundamental em sua carreira.

Atualmente, Anitta se mostra bastante atualizada e engajada nas questões sociais que se compromete a apoiar e debater dentro e fora de sua arte. Ao contrário dos anos anteriores, seus posicionamentos se põem claros e objetivos; o que antes era uma verdadeira “pedra em seu sapato”, hoje demonstra uma alavanca para manutenção de um status como ícone pop.



FIG. 17 Posicionamento de Anitta quanto ao atual governo (FONTE: @Anitta)

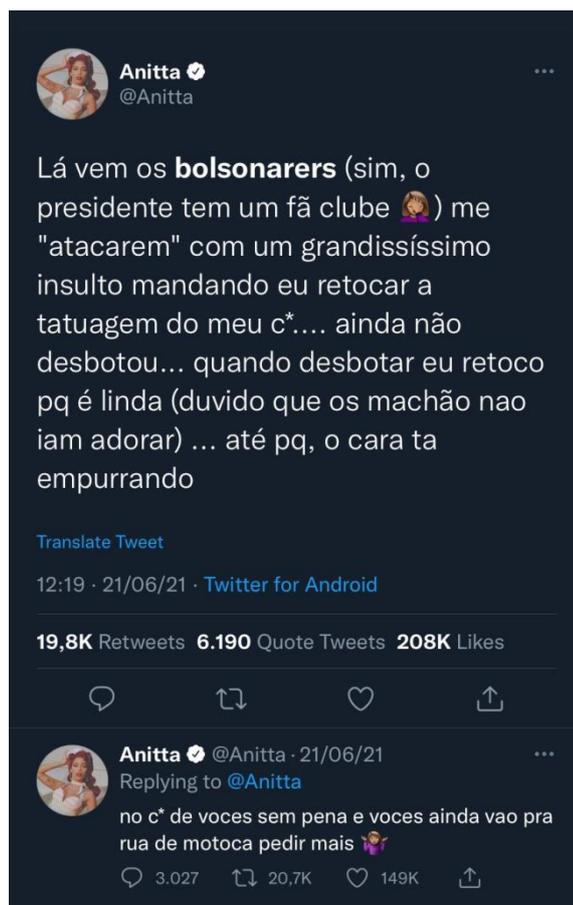


FIG. 18 Anitta rebate ataques²⁵ de “Bolsonarers” (FONTE: @Anitta)

Sendo assim, buscando encontrar uma resposta para a grande questão sobre Anitta que levantamos nesta pesquisa - se Anitta é ou não é artista -, é importante retomar o conceito de contínuo - com relação às funções do artista - de Suzanne Lacy (1995) do capítulo 1 para entender e concluir que, de fato, ninguém é artista. Ninguém é artista, porque ser artista não é como ser neoclássico ou expressionista, o ativismo não é uma escola de arte, não partilha padrões, referenciais ou limites. Ser artista é um estado de espírito.

O ativismo na era do *streaming* e das redes sociais exige constância, afinal, com a velocidade que se propagam as informações, solidez é artigo de luxo. Tudo expira com rapidez, se faz e se paga em curtos espaços de tempo e até mesmo para os críticos mais observadores, compreender-se imune às influências do marketing, do *branding* e da própria evolução tecnológica em si, é tolo, pois não é possível.

²⁵ “Um vídeo que era para estar apenas no *OnlyFans* de Anitta, plataforma paga para conteúdo adulto, acabou vazando e deixando muitos internautas confusos. Na filmagem a cantora aparece tatuando o ânus, aparentemente sofrendo. Ela negou que o vídeo seja recente, e disse que essa tatuagem é antiga.” Disponível em: <<https://istoe.com.br/video-de-anitta-tatuando-o-anus-vaza-e-cantora-declara-e-antigo/>> Acesso em: 16 de Setembro de 2021

Seguindo essa lógica podemos concluir que sim, neste momento, Anitta se mostra artista. Porém, a manutenção deste estado é o que realmente importa para nós, como público, militantes, críticos e/ou pesquisadores. A julgar pela situação política do Brasil atualmente, muito polarizada, onde os lados se mostram com muita clareza - apoiadores e não apoiadores do atual governo -, o próximo período eleitoral se põe como um importante momento de observação para continuidade desta pesquisa.

Analisar os posicionamentos frente a múltiplas opções que exigem uma real pesquisa de pautas e filtros nos planos políticos será um bom “teste” tanto para nosso objeto Anitta, quanto para qualquer outra celebridade pop que venhamos a pesquisar. A persistência na luta é o verdadeiro desafio e, ao mesmo tempo, a essência do que chamamos de ativismo.

Por fim, identificamos a possibilidade de continuar a pesquisar cultura pop e posicionamento num futuro mestrado, pois acreditamos que é papel da produção cultural buscar o equilíbrio com relação aos campos do marketing e da publicidade com a arte, política e a crítica, é fundamental para que nossas pesquisas se mostrem atualizadas e progressistas. Compreender a existência destas brechas é apenas um primeiro passo para que futuras pesquisas venham elencá-las e, assim, enriquecer ainda mais o âmbito acadêmico com relação ao poder de resiliência da arte como política ou da política como arte.

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. W. **Teoria estética**. Trad. por Artur Morão. Lisboa: Edições 70, 1970.
- ADORNO, T.W. e HORKHEIMER, M. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. Trad. por: Guido Antonio de Almeida. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1947
- BHABHA, H. K. "Conversational art." *Conversations at the Castle: Changing audiences and contemporary art* (1998): p. 38-47.
- BORDIN, V.B. Artivismo—borrando fronteiras entre vida e arte. **Zona de Impacto**, Rondônia, v. 2, p. 126-135, 2015.
- COELHO, T. **O que é a Indústria Cultural**. (Vol. 8, 1ª ed.) (Coleção Primeiros Passos). Brasil: Brasiliense. (1980)
- DANTO, A. C. **Após o fim da arte**: a arte contemporânea e os limites da história. São Paulo: Odysseus Editora, 2006. Tradução de Saulo Krieger
- DEBORD, G. A sociedade do espetáculo. **Contraponto**, v. 102, p. 85-102, 1997.
- FIGUEIREDO, J. **#AnittaIsOverParty?** A ruptura de performance envolvendo Pink Money. Trabalho de conclusão do curso de Estudos de Mídia, Universidade Federal Fluminense. 64 p. 2018.
- FINKELPEARL, T. *Dialogues in public art*. Mit Press, 2000.
- FOSTER, H. **Recodings – Art, spectacle, cultural politics**. Seattle: Bay Press, 1985.
- FREIRE, B.R. **Presença de Anitta**: concepções sobre empoderamento e liberdade sexual como forma de resistência feminista nas letras de Anitta. Trabalho de conclusão do curso de Psicologia, Universidade Federal do Ceará. 50 p. 2017.
- LACLAU, E. e MOUFFE, C. **Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics**. 2ª Edição. London: Verso, 1985.
- LACY, S. (org.). **Mapping the terrain: new genre public art**. Seattle: Bay Press, 1995.
- LIMA, C.E. Reflexões sobre “Girl From Rio”. **Célula Pop**, 03 de maio de 2021. Disponível em: <<https://celulapop.com.br/reflexoes-sobre-girl-from-rio/>>. Acesso em 14 de Setembro de 2021

LIPPARD, L.R. *Trojan Horses: Activist Art and Power*. In WALLIS, B. (org.). *Art after modernism: rethinking representation*. Nova Iorque: The New Museum of Contemporary Art, 1984.

LOWENTHAL, L. *Literature and mass culture*. News Brunswick (NJ). Transaction, 1984, p.7

MACDONALD, D. **A Theory of Mass Culture**. Thomas Schatz (Hg.): Hollywood. Critical Concepts in Media and Cultural Studies. London, p. 38-52, 2004.

MELO, V. A. de. “Vai Malandra”, Anitta e a Urgência da Animação Cultural. **LICERE** - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer, [S. l.], v. 21, n. 2, p. 404–421, 2018.

NUNES, L.R. **Vai malandra**: o checkmate da Anitta. 49 f., il. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social) —Universidade de Brasília, Brasília, 2018.

RANCIÈRE, J. Será que a arte resiste a alguma coisa. In: LINS, Daniel (org.). **Nietzsche, Deleuze, arte, resistência**. Rio de Janeiro: Editora Forense Universitária, p. 126-140, 2007. Tradução de Mônica Costa Netto.

RIBEIRO, D. **Lugar de fala**. Pólen Produção Editorial LTDA, 2019.

SOARES, T. Abordagens teóricas para estudos sobre cultura pop. **Logos** 41, v. 2, n. 24, 2014.

TORTOLANI, P.A. "Anitta não consegue mentir". **Revista Allure**, 15 de abril de 2021. Disponível em: <<https://www.allure.com/story/anitta-cover-interview-may-2021-portuguese-translation>>. Acesso em 14 de Setembro de 2021

VIEIRA, T. de J.B. **Artivismo**: estratégias artísticas contemporâneas de resistência cultural. Dissertação do curso de Arte Multimédia, Faculdade de Belas Artes, Universidade do Porto. Porto, Portugal. 2011.

ZEITGEIST. **Meio & Mensagem**, 6 de fevereiro de 2014. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/ponto_de_vista/2014/02/06/zeitgeist.html>. Acesso em 31 de agosto de 2021.