



“O show das poderosas”: Anitta e a performance do sucesso feminino¹

*“The powerful women show”:
Anitta and the performance
of the feminine success*

Tatiane Leal²

RESUMO Este artigo teve por objetivo analisar quais são as concepções de poder feminino produzidas em torno da figura de Anitta, cantora de meteórico sucesso e enorme exposição na mídia. Pretendeu-se identificar que modelos de subjetividade feminina são engendrados por sua imagem como celebridade, especialmente no que tange à performance da autenticidade, ao imperativo da autoestima e à afirmação de padrões de feminilidade. Também buscou-se analisar seu processo de celebrificação e entender por que o modelo da “mulher poderosa” provoca tamanha ressonância tanto com o público quanto com o mercado, sendo associado a um feminismo midiático contemporâneo.

PALAVRAS-CHAVE Anitta; autenticidade; mulher; poder; pós-feminismo.

ABSTRACT This paper aimed to analyze what are the conceptions of feminine power produced by the image of Anitta, singer of meteoric success and huge exposition in media. The aim is to identify which models of feminine subjectivity her image as a celebrity proposes, especially in what is concerned to the authenticity performance, the self-esteem imperative and the affirmation of femininity patterns. The paper also analyses Anitta’s process of celebrification and intends to understand why the powerful woman model causes a huge resonance inside the public and the market, being associated with a mediatic contemporary feminism.

KEYWORDS Anitta; authenticity; post-feminism; power; woman.

1 Uma primeira versão deste texto foi apresentada no VI Congresso de Estudantes de Pós-Graduação em Comunicação (CONECO), em 2013.

2 Mestranda em Comunicação na Universidade Federal do Rio de Janeiro (UFRJ). E-mail: tatianeclc@gmail.com

INTRODUÇÃO

Uma bomba atômica é lançada. Uma multidão ocupa as ruas e acompanha sua trajetória ao vivo pela cobertura do jornal local. Ela explode, e a imagem na tela informa, em meio à fumaça: “Você está no meio de uma guerra”. A câmera se volta novamente para os homens e as mulheres de prontidão, vestidos de preto e branco, e alterna o foco entre seus rostos e os de guardas armados que os observam do outro lado. Enquanto isso, lê-se

uma batalha entre aqueles que irão dizer o que você não pode fazer e aquela parte de você que sabe e sempre soube que nós somos mais que um sonho.

Nesse momento, um dos guardas retira seu capacete e o larga no chão, no instante em que aparecem os dizeres: “O nosso exército é pesado”. Pode parecer um filme de guerra, mas é a abertura do show de uma das cantoras de mais sucesso em 2013 no cenário nacional: Anitta.

A frase sobre o exército é um verso de sua música “Show das Poderosas”, sucesso absoluto com mais de 70 milhões de acessos no YouTube¹, que também dá nome à turnê, lançada no dia 06 de junho de 2013 no Rio de Janeiro. O restante do texto é um trecho da autoria de Tony Robbins, um escritor e palestrante motivacional norte-americano, um dos responsáveis pela popularização da programação neurolinguística (PNL). Não por acaso, a equipe de Anitta terminou o vídeo com uma sequência de imperativos motivacionais: “Sorria, brinque, chore, dance, beije, sinta, sonhe, grite, ame, viva, lute! Você vale a pena”. Sob as ovações da casa de shows lotada, um helicóptero desce do

teto e, escorregando por uma corda, Anitta chega ao palco entoando “prepara que agora é a hora do show das poderosas” (MACHADO, 2013).

Com esse imperativo, a cantora e compositora carioca vem arrastando multidões de fãs para seus shows — em média 30 por mês — e mobilizando enorme atenção por parte da mídia. Suas músicas, uma mistura de *funk* e *pop*, figuravam entre as mais tocadas de diversas rádios pelo país antes mesmo da gravação de seu primeiro CD, lançado em julho de 2013, e o *hit* “Meiga e abusada” chegou a ser trilha sonora de *Amor à vida*, novela das 21h da Rede Globo. Com presença maciça em programas televisivos, reportagens de revistas, jornais e na internet (só no site de celebridades EGO são 45 páginas de links de matérias dedicadas a Anitta²), pode-se afirmar que a cantora, que tem apenas 21 anos, tem sido, desde o final de 2012, uma das celebridades mais presentes na mídia.

No cenário *mainstream* da música *pop* comercial, a celebrificação quase instantânea de um cantor ou banda, acompanhada de uma sensação de onipresença de seus *hits* e de sua imagem na mídia, não é novidade. Adorno e Horkheimer (1986) já apontavam as estratégias da indústria cultural para vender produtos massificados. O que teria então o fenômeno Anitta de especial que merecesse a atenção de uma investigação acadêmica no campo da comunicação? Chamou-me atenção a imagem construída por Anitta para fixar-se tão fortemente na realidade social: o discurso da “mulher poderosa”. Não foi uma escolha casual, e isso é admitido pela própria cantora. Em entrevista ao site de sua gravadora, indagada sobre por que deu o nome de “Show das Poderosas” à sua música, ela respondeu:

1 <https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg>. Acesso em: 26 fev. 2014.

2 <http://ego.globo.com/famosos/tudo-sobre/anitta.html>. Acesso em: 26 fev. 2014.



Porque eu queria um impacto. Quando fosse rolar o meu show, ter isso de ‘vai acontecer o show das poderosas ali’, das mulheres. Já foi pensado para fazer esse marketing, para as pessoas pensarem: ‘ah, vou lá no show das poderosas’³.

As mulheres querem — ou devem — ser poderosas. Mas o que é, afinal, esse poder? Este artigo teve por objetivo analisar quais são as concepções de poder feminino produzidas em torno da figura de Anitta e de seu entorno discursivo midiático, e identificar que modelos de subjetividade feminina são engendrados. Observa-se que o poder feminino enunciado pela cantora está ligado a um estilo de vida que deve ser consumido e performatizado, diretamente ligado aos ideais da autenticidade e da autoestima, tão presentes na sociedade contemporânea (TAYLOR, 2011). Interessou-me também analisar seu processo de celebrificação e investigar, a partir de uma perspectiva foucaultiana (FOUCAULT, 1984), quais são as condições de possibilidade que permitiram a uma figura como Anitta emergir na mídia, e por que o modelo da “mulher poderosa” provoca tamanha ressonância tanto com o público quanto com o mercado. Por fim, no âmbito da crítica pós-feminista (GENZ; BRABON, 2009), busquei analisar a associação dessa figura da “poderosa”, a partir do exemplo da cantora, a uma espécie de feminismo midiático contemporâneo que apresenta a mulher como vencedora de uma pretensa guerra dos sexos.

A celebrificação de Anitta: performance de autenticidade

Anitta afirma em diversas entrevistas que seu objetivo sempre foi tornar-se uma celebridade.

³ <http://www.warnermusic.com.br/portal/newswindow.aspx?523>. Acesso em: 01 ago. 2013.

Assumindo uma postura empreendedora altamente valorizada em uma sociedade pautada no culto à performance (EHRENBERG, 2010) e no individualismo de autorrealização (TAYLOR, 2011), a cantora teve um papel ativo na construção de sua imagem e tem sua própria história pessoal celebrada midiaticamente como um exemplo de conquista de poder. De origem pobre, Larissa de Macedo Machado, então uma adolescente de 16 anos do bairro de Honório Gurgel, no subúrbio do Rio de Janeiro, que aprendeu a cantar com o avô na igreja católica, lançou um vídeo amador no YouTube em que cantava e dançava um sucesso do *funk*, utilizando um vidro de perfume como microfone. O vídeo foi descoberto pela produtora de *funk* carioca Furacão 2000 e Larissa foi contratada como cantora, largando o estágio em uma multinacional para seguir a carreira musical. Faltava um nome artístico, que, segundo a cantora, foi inspirado na minissérie *Presença de Anita*, da Rede Globo, porque a personagem-título sabia “ser sexy sem ser vulgar”⁴. Ainda no meio do *funk*, MC⁵ Anitta fez amizade com DJs e pessoas que pudessem ajudá-la a emplacar seus sucessos. Coordenou a produção de seu próprio clipe, contratando ela mesma dançarinos e escolhendo seu próprio figurino⁶. Tamanho espírito empreendedor chamou a atenção da empresária Kamilla Fialho, que tratou de desvinculá-la do rótulo de funkeira, que dificultaria sua aceitação em um público mais amplo. Fora da

⁴ Uma das matérias em que Anitta fala sobre isso pode ser acessada em <http://oglobo.globo.com/megazine/anitta-meus-ex-namorados-estao-correndo-atras-de-mim-8425425>. Acesso em: 24 ago. 2013.

⁵ Sigla para “mestre de cerimônias”, título que costuma ser dado aos cantores no meio do *funk*.

⁶ Uma das inúmeras entrevistas em que Anitta conta esse episódio e sua trajetória de carreira pode ser vista em <http://www.sbt.com.br/defrentecomgabi/entrevistas/?id=45901>. Acesso em: 01 ago. 2013.

Furacão 2000, Anitta tirou do nome o “MC” característico do *funk* e ganhou projeção nacional aproximando-se do *pop* e investindo em uma imagem mais palatável para o grande público.

O historiador estadunidense Daniel Boorstin (1992) investiga as causas, os apelos e as consequências das diferentes formas de ilusões e fantasias pré-fabricadas que proliferaram na sociedade americana na década de 1960, como as celebridades. No paradigma que o autor chama de “epistemologia publicitária”, ele afirma que há uma ascensão da imagem, acompanhada por um declínio dos ideais na sociedade. No que diz respeito às figuras públicas que funcionam como modelos de subjetividade, ele ressalta a passagem da figura do herói para a da celebridade. Enquanto o herói criava-se a si mesmo pela realização de um grande feito, tendo sua figura construída miticamente no imaginário coletivo, a única grande conquista necessária para transformar um indivíduo em uma celebridade é a da visibilidade midiática. Assim, o processo de celebrificação torna-se, muitas vezes, um projeto de engenharia individual, em que o reconhecimento é o objetivo final. Esse projeto foi muito bem executado por Anitta, que conseguiu obter uma imagem com forte potencial de ressonância na mídia.

Isso não quer dizer que a imagem de Anitta é “falsa”. Como sugere Erin Meyers (2009), a celebridade não deve ser entendida em uma dicotomia de verdadeiro-falso, já que todos os aspectos da imagem de uma celebridade são produzidos e construídos, mas como um lugar de tensão e ambiguidade em que a audiência pode construir sentidos para sua vivência no mundo por meio da aceitação ou rejeição dos valores sociais transmitidos por essa pessoa pública. Além disso, uma vez que a celebridade é posicionada como “autêntica” os valores e

ideologias que simboliza também se tornam “reais” e culturalmente ressonantes. Como observa Michel Foucault (2011), a questão não é fazer uma divisão entre o que, em um discurso, é verdadeiro e o que é falso: as formações discursivas, sejam elas verdadeiras, falsas, reais ou imaginárias, configuram efeitos de verdade, que produzem ideias, práticas, objetos e conceitos, que estão diretamente ligados ao espaço social e suas relações de poder.

Observa-se que a autenticidade é um valor central correlacionado à figura de Anitta. Indagada sobre o que é, afinal, ser poderosa, a cantora responde de prontidão: “ser quem você é e obter respeito por isso”⁷. A escolha das palavras do vídeo descrito na introdução deste artigo denota que Anitta está fortemente inserida na chamada “cultura terapêutica” (ROSE, 2008), em que a popularização de conceitos da psicologia e sua utilização de forma instrumentalizada pelas mais variadas áreas da sociedade, conjugada aos ideais promovidos pela economia neoliberal, promove a valorização de modelos de subjetividade psicologizantes individualistas, com uma valorização da autoestima como solução para todos os conflitos sociais e uma obsessão pelo mergulho em um eu interior que resultaria na expressão confiante de uma subjetividade autêntica. Ao mesmo tempo, há uma série de prescrições marcando o que deveria constituir os modos de ser, o que revela a necessidade de uma performance de autenticidade para a obtenção de reconhecimento e aprovação social.

Observa-se que a imagem de Anitta é considerada mais autêntica pelo fato de que a cantora é também compositora de seus maiores sucessos. Ela afirma sempre em suas entrevistas que as músicas foram

7 <http://veja.abril.com.br/multimedia/video/anitta-conta-como-e-ser-poderosa>. Acesso em: 24 ago. 2013.



baseadas em histórias de sua própria vida⁸. A dimensão autobiográfica dos *hits* reforça a ideia da expressão do “eu interior” da celebridade, criando um fascínio ainda maior e uma vinculação mais forte dos fãs ao ídolo, já que a relação com as celebridades se baseia no que Tom Mole (2007) chamou de hermenêutica da intimidade. Para o público adolescente e jovem, que constitui uma grande fatia dos fãs da cantora⁹ (sendo também a faixa etária da própria), a autenticidade é frequentemente afirmada em seus próprios discursos sobre si, como nas redes sociais e nos produtos voltados para eles, como um valor primordial que orienta seu estar no mundo. Em sua análise da revista *Capricho*, principal publicação do segmento feminino adolescente no Brasil, Freire Filho (2007, p. 141) observa que o eixo da luta das garotas superpoderosas de hoje é a defesa da autenticidade,

entendida basicamente como a possibilidade de formulação e comunicação — por meio de toda a conhecida parafernália da feminilidade (maquiagem, vestuário, adornos, tietagem) — de ideias e valores próprios.

Outro aspecto bastante valorizado pelos fãs é a sinceridade de Anitta, que ela afirma constantemente ser sua marca registrada, como nesta entrevista para o *Extra*.

8 Em entrevista à revista *Capricho*, Anitta conta um pouco sobre a composição de suas músicas: “‘Príncipe de vento’ é sobre um menino que conheci. Ele era lindo, mas quando abria a boca, perdia o encanto”, explicou Anitta. [...] “Menina má” foi feita para o mesmo garoto de “Som do coração”. Mas Anitta explicou: ‘Já essa, escrevi quando ele foi um idiota’” (CATANIA, 2013).

9 Anitta já estampou a capa de *Capricho* (n. 1179, 14 de julho de 2013) e *Todateen* (2013), duas importantes revistas do segmento adolescente.

Elas falam que o meu nome do meio é sinceridade. Tem até o fã-clubê ‘Anitta sincera’. Falo mesmo o que acho das coisas. Aí, boto nas músicas’, conta Anitta, que costuma dar conselhos às fãs¹⁰.

A ideia de que a cantora “fala o que pensa” e “expressa sua verdade interior” por meio de suas músicas confere a ela maior autoridade com os fãs para aconselhá-los e guiá-los na busca da autoestima, fazendo com que ela seja um modelo subjetivo forte para seu público, especialmente para as mulheres jovens.

“Meiga e abusada”: modelo de conduta para o gênero feminino

Uma garotinha de olhar ingênuo entrega uma carta, provavelmente de amor, a um menino da mesma idade. O menino abre o envelope com um grupo de amiguinhos. Eles caçoam dela e as risadas ecoam enquanto a câmera enquadra o olhar furioso da menina. Até que aparece o aviso: ela cresceu. O próximo cenário é uma oficina mecânica, em que Anitta dança voluptuosamente, provocando um homem que lá trabalhava. Os estereótipos de gênero são claros: ela brilha em roupas sensuais, maquiagem e salto alto; ele está sujo de graxa, suado, com os músculos à mostra, realizando trabalho pesado. Ele se vê envolvido pela moça, eles se beijam e ela amarra suas mãos a uma cadeira. Anitta continua dançando e provocando o rapaz, fazendo-o acreditar que tudo faz parte de um jogo sensual, quando acontece a virada. A moça traz um outro homem pela mão, também musculoso e sem camisa, e começa a beijá-lo na frente do rapaz

10 <http://extra.globo.com/famosos/mc-anitta-rejeita-rotulo-de-patricinha-admite-que-ja-foi-com-fa-mas-foi-uma-vez-so-7596859.html>. Acesso em: 01 ago. 2013.

amarrado, esnobando-o. O ambiente da oficina pode ser visto como altamente masculino, mas quem reina é Anitta, que vai embora com o novo namorado e deixa o homem perplexo e ainda amarrado, recordando o episódio da infância em que a rejeitou. Durante essas cenas, que integram o clipe da música “Menina má”¹¹, um dos sucessos compostos pela cantora, que ela declara ser inspirado em uma história autobiográfica, ecoam os versos

Agora eu vou me vingar/Menina má/Vou provocar, vou descer/Vou instigar/Me pede beijo, desejo/Não vou beijar/Pode sonhar/Sou uma menina má. (MACHADO, 2013)

A passagem da garotinha romântica ingênua para a menina má, que não permite que um homem a faça de boba, é, para uma matéria publicada na *Veja.com*¹², a própria transformação que se deu na música *pop* brasileira voltada para o público adolescente. Se nos anos 2000 as garotas escutavam as baladas de Wanessa Camargo, com letras como “O que fazer/Quando um querer/Só faz chorar, só faz sofrer um coração” (LEMOS, 2000), e de Sandy, como “Se é amor, sei lá/Só sei que sem você parei de respirar” (MOREIRA, 2001), hoje as adolescentes querem ser *poderosas* como Anitta¹³ e cantam versos como “Eu finjo vou fazendo meu teatro/E te faço de palhaço pra te dominar” (MACHADO et al., 2013). Intitulada “Anitta comanda a vingança das ‘sem-namorado’”, a

11 <https://www.youtube.com/watch?v=2IsE4U636yQ>. Acesso em: 01 ago. 2013.

12 <http://veja.abril.com.br/noticia/celebridades/mc-anitta-comanda-a-vinganca-das-sem-namorado>. Acesso em: 01 ago. 2013.

13 A cantora foi capa da *Capricho*, principal revista do segmento adolescente, no mês de julho, com a chamada “Poderosa! Anitta: ‘Faço o que quero, o garoto que aceite’” (CATANIA, 2013).

matéria quer saber “como o *pop* adolescente se voltou contra os meninos”. O texto destaca que depois da fase romântica veio uma “ressaca vingativa”, representada por cantoras como Kelly Key (2001) (“Baby baba, olha o que perdeu/Baba, a criança cresceu/Bem-feito pra você, é, agora eu sou mais eu”) e Perlla (“Deu mole pra caramba, tremendo vacilão/Tá todo arrependido, vai comer na minha mão” [MÃOZINHA et al., 2006]), que tiveram sucesso passageiro, mas abriram o caminho para que o furacão Anitta se estabelecesse no mercado. Esse também é o diagnóstico de *O Globo*, que trouxe a cantora na capa de seu “Segundo Caderno” e também a vinculou a uma geração anterior de “preparadas”, que abriram caminho para uma mulher de discurso forte no mercado musical (ESSINGER, 2013).

A matéria de *Veja* atribui essa mudança mais a uma influência do *pop* internacional do que do próprio *funk* brasileiro, identificando as similaridades de Anitta com estrelas como Beyoncé e Rihanna, que trazem atitude em suas músicas. De fato, podemos considerar o sucesso meteórico de Anitta como uma explosão tardia do fenômeno do *girl power* no Brasil. Se há muito as cantoras internacionais que se valem desse discurso de empoderamento feminino na música ganham fãs entre o público brasileiro, Anitta é um dos primeiros produtos fabricados no país que se apropriam desse discurso.

O termo *girl power* começa a ser propagado na década de 1990 com a banda inglesa Spice Girls, espalhando-se principalmente entre outros cantores e bandas *pop*¹⁴, e marca uma revalorização

14 Como alguns exemplos de artistas que seguem essa tendência ao longo dos últimos anos na música *pop*, há o grupo feminino norte-americano Destiny’s Child, a cantora canadense Shania Twain e a cantora americana Beyoncé, que cantam músicas que exaltam a independência e o poder feminino, bem como a alegria de ser mulher.



da feminilidade como um meio de empoderamento feminino. Esse movimento midiático insere-se no contexto da sensibilidade pós-feminista (GILL, 2007), um momento reflexivo e contraditório em que o feminismo mergulhou a partir da década de 1980. O termo pós-feminismo emerge na interseção e hibridização de contextos culturais, acadêmicos e políticos: da mídia massiva e do jornalismo, das análises da teoria feminista, da teoria pós-moderna e da retórica neoliberal (GENZ; BRABON, 2009). Marcado por diversas visões de diferentes teóricos e correntes, o pós-feminismo só se unifica na vontade política e acadêmica de uma revisão do feminismo enquanto movimento e teoria. Assim, não é possível falar em um movimento pós-feminista, mas em diversas correntes¹⁵.

O *girl power* faz uma crítica à ideia de feminilidade como marca da opressão patriarcal. Se o movimento feminista da segunda onda, na década de 1960, denunciava o uso de artefatos como o salto alto e a maquiagem como formas de dominação, o *girl power* ressignifica esses símbolos, que passam a ser vistos como formas de agenciamento feminino. Essa corrente pós-feminista busca construir sujeitos femininos independentes e confiantes na exibição de sua feminilidade, promove a assertividade feminina e a autonomia no estilo de vida e na sexualidade, bem como a celebração da diversão e da amizade feminina (GENZ; BRABON, 2009).

A ideia de empoderamento é entendida aqui a partir da visão de Steinem (1993), que afirma que as mulheres precisam recorrer ao poder que vem de dentro para vencer as desigualdades, que não seriam apenas estruturais, mas internas. Essa visão

psicologizante de problemas civis vem sendo adotada, ainda que de forma bem-intencionada, pelos movimentos sociais e representa uma questão central para algumas correntes pós-feministas, especialmente o *girl power*.

Vindo do contexto norte-americano e europeu, o *girl power* personifica-se e musicaliza-se no Brasil na figura de Anitta. E a mídia logo tratou de associar seu discurso de poder ao feminismo. Em matéria comentando uma coluna que a cantora escreveu para o jornal *Extra* discorrendo sobre sua visão acerca da postura da mulher nos relacionamentos amorosos, o *Vírgula*, site de entretenimento e celebridades do portal UOL, publicou “Fenômeno do *funk*, Anitta defende postura feminista”¹⁶. Uma crítica ao CD de Anitta publicada no jornal *O Globo* avaliou o trabalho como um bem elaborado álbum conceitual cuja “ideia central é a afirmação da força da mulher numa lógica sexual masculina — uma espécie de feminismo pelo macho” em que “qualquer relação é uma guerra, um jogo” (LICHOTE, 2013).

Entretanto, a palavra feminismo não é utilizada pela cantora em suas entrevistas. Ela sempre associa o poder feminino que promove em suas músicas, além da questão da autenticidade e da autoestima, à prerrogativa de que a mulher deve se valorizar e obter respeito. Anitta afirma que as mulheres, depois de conquistarem a igualdade de voto e salários, “querem se igualar aos homens no que eles têm de pior”, como, por exemplo, o hábito de beijar várias pessoas na mesma noite. A cantora conta que teve uma “educação à moda antiga” e que acha que tudo isso é “modernidade demais”. Para ela, esse poder deve ser utilizado

15 Genz e Brabon (2009) fazem uma análise das diversas correntes pós-feministas, como *backlash*, *new feminism*, *girl power*, *do-me feminism* e feminismo *queer*.

16 <http://virgula.uol.com.br/musica/pop/fenomeno-do-funk-anitta-defende-postura-feminista-mulher-nao-dever-ser-submissa>. Acesso em: 01 ago. 2013.

para moldar os homens de acordo com as expectativas femininas. Ela diz que, hoje, “sabe transformar um cafajeste em bonzinho”, e que a mulher consegue, com suas armas, ter seus desejos atendidos e ser respeitada como ela é¹⁷.

Essa ideia lembra o conceito de poder para a historiadora francesa Michelle Perrot (2010), responsável por importantes estudos sobre a história das mulheres. Para ela, o poder é um termo polissêmico cujos diferentes sentidos estão ligados a questões de gênero. No singular, ele tem um caráter político, centralizado na figura do Estado, que comumente se supõe masculina. No plural, fragmenta-se em influências difusas e periféricas, nas quais, para a historiadora, as mulheres têm uma grande parcela.

Se elas não têm o poder, as mulheres têm, dizem, poderes. [...] Mais prosaicamente, é a ideia muito difundida de que as mulheres puxam os fiozinhos dos bastidores, enquanto os pobres homens, como marionetes, mexem-se na cena pública. (PERROT, 2010, p. 167-8)

Apesar de suas músicas se concentrarem na temática de dominação e submissão dos homens e das outras mulheres aos comandos de uma “poderosa”, o modelo de subjetividade feminina que Anitta propõe em suas entrevistas é o que dá título a outro de seus *hits*: “meiga e abusada”. É a mulher que é “sexy sem ser vulgar”, como a personagem escolhida para o nome artístico de Anitta. Que mantém os padrões de feminilidade — doçura, recato, vaidade — mas utiliza-os como meios de empoderamento para obter o que quer. Assim como prega o *girl power*.

17 <http://www.youtube.com/watch?v=1uNqLW4auxw>. Acesso em: 24 ago. 2013.

Desse modo, Anitta se afasta do discurso de liberdade sexual proposto por outras funkeiras, como Valesca Popozuda. Ela faz questão de afirmar em suas entrevistas que “não é periguetete” e que “não fica por ficar”. Observa-se que quanto mais recatada, mais vendável é a imagem de Anitta. Em um de seus shows realizado em março de 2013 no Rio de Janeiro, o Chá da Anitta, a cantora fez uma coreografia sensual de corpo colado com um dançarino, levantando também o vestido diversas vezes durante a performance¹⁸. Os comentários no YouTube demonstravam que os espectadores, em sua maioria, estavam chocados e decepcionados com Anitta, que recebeu xingamentos como “puta” e “vadia”, direcionados tanto a ela quanto às funkeiras em geral. Provavelmente diante da repercussão negativa, a coreografia foi modificada na edição seguinte do show, em junho. Dessa vez, Anitta dançou distante do bailarino, os corpos mal se tocaram, mostrando uma sensualidade mais recatada, mais “meiga” do que “abusada”¹⁹. Como o objetivo de Anitta é ser uma cantora “para todos os públicos”²⁰, a aposta no recato apresenta-se como a mais palatável para um grande público que é conservador no que diz respeito à sexualidade feminina.

A questão da vestimenta também é algo importante na construção da imagem da mulher “sexy sem ser vulgar”. Programas como *Esquadrão da moda*, do SBT, que realizam uma transformação no estilo de alguém que é indicado por amigos, família ou

18 <https://www.youtube.com/watch?v=Jds07T8mT78>. Acesso em: 01 ago. 2013.

19 <https://www.youtube.com/watch?v=g2d7KAY2cIU>. Acesso em: 01 ago. 2013.

20 A cantora aposta inclusive nas crianças, com a turnê “Show das poderosinhas”, com apresentações exclusivas para os menores de 18 anos. <http://www.youtube.com/watch?v=BiX4hUERGec>. Acesso em: 24 ago. 2013.



namorado por “se vestir mal”, ou estar “fora de moda”, insistem na afirmação da sensualidade, porém sem “mostrar demais”. A mulher não pode ser nem masculinizada, nem “periguete” (LANA et al., 2012). Anitta afirma que ela própria passou por essa transformação com a chegada de suas duas *personal stylists*. Avaliando seu estilo no passado, Anitta considera que se vestia muito mal. Quando a jornalista Marília Gabriela pede para que ela defina o que é esse “mal”, ela diz que usava roupas muito apertadas, que marcavam tudo — características do estereótipo da periguete —, e que afirmava que jamais usaria roupas largas. Hoje, depois que as estilistas a ensinaram os modos “corretos” de vestir, ela diz que adora esse tipo de roupa (ANITTA, 2013).

Enfim, apesar de carregar um conjunto de estigmas ligados à vulgaridade, como ser uma mulher pública²¹, ser cantora de *funk* e fazer danças sensuais, a cantora quer mostrar que sabe ser “sexy sem ser vulgar”, como a personagem que lhe deu o nome. Assim como Anitta fez uma passagem de um *funk* estigmatizado para um *funk-pop* comercial, seu discurso vem se voltando cada vez mais para a afirmação do recato, fato que tanto revela quanto reforça expectativas sociais colocadas sobre as mulheres.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

E vocês se lembram quem era a “mulher de verdade”? Era uma moça que ganhava esse título porque não tinha a menor vaidade, passava fome

21 Segundo Michelle Perrot, a primeira forma que a mulher teve de ocupar o espaço público (e por muito tempo, a única), foi nas atividades ligadas à prostituição, fazendo com que a relação da mulher com a visibilidade seja historicamente permeada por essa imagem (PERROT, 1998).

ao lado do homem e quando o via contrariado dizia: “Meu filho, o que se há de fazer”. Não sou malvada com os bofes. Que me desculpe o poeta Mario Lago, mas a realidade não é nada disso, gente! Acho que a banda toca para o lado da Rita Lee, que nos apresenta essa nova mulher, uma “ovelha negra da família que não vai mais voltar”. A mulher não deve ser submissa, tem que se respeitar e respeitar o outro, em primeiro lugar²².

De fato, como observa Anitta no trecho acima, publicado em sua coluna especial para o *Extra*, devido a uma série de transformações culturais, impulsionadas em parte pelo movimento feminista, a Amélia não é mais o modelo único esperado para as mulheres — pelo menos as de classe média dos centros urbanos, público majoritário de Anitta. É preciso reconhecer que o discurso da cantora, bem como os postulados do *girl power*, promove um tipo de empoderamento feminino, ao oferecer alternativas a fazer de tudo para agradar o homem e suportar por ele uma gama de sofrimentos. Ela é incentivada a centrar-se nos próprios objetivos e a buscar sua autonomia e independência.

Entretanto, esse tipo de “feminismo midiático” propagado pela imagem de Anitta baseia-se em um poder “bélico”, que reforça uma guerra constante contra os homens e as outras mulheres, as “invejosas”²³, e coloca uma dicotomia entre dominantes e dominados, fazendo com que a figura da “mulher

22 <http://extra.globo.com/tv-e-lazer/musica/anitta-da-dica-gente-pode-fingir-que-esta-sendo-enrolada-acabar-com-esses-homens-8782662.html>. Acesso em: 01 ago. 2013.

23 Referência à música “Show das poderosas”: “Prepara que agora é hora do show das poderosas/Que descem e rebolam/Afrontam as fogosas/Só as que incomodam/Expulsam as invejosas/Que ficam de cara quando toca” (MACHADO, 2013).

poderosa” somente inverta essa estrutura de dominação. O objetivo não é o do movimento feminista tradicional — a igualdade entre os sexos —, mas uma afirmação de certa superioridade feminina. Contudo, ao analisar essa ideia de superioridade proposta por esse modelo discursivo, percebe-se que ela está condicionada a uma série de sujeições a padrões de feminilidade, a um modelo rígido de conduta sexual e a uma performance de autenticidade. Não é qualquer mulher que está apta a ser empoderada por esse discurso, mas a “meiga e abusada”, que consegue obter mais respeito que as outras mulheres, pois não só atende às expectativas sociais mas as utiliza como meios de empoderamento para obter o *status* de “poderosa”.

O termo “poder”, em Anitta, aparece ligado a uma concepção individualista de forte ressonância em uma sociedade regida pelos princípios do neoliberalismo: a do vencedor, que conseguiu se destacar entre os outros indivíduos e obter o sucesso (CASTELLANO, 2014). Mas, se o modelo de sucesso proposto pela imagem da cantora apresenta descontinuidades, como as demandas por sucesso financeiro e visibilidade e a retórica da independência, há continuidades ao modelo tradicional de feminilidade, como a necessidade de corresponder aos padrões de beleza e à moral sexual do recato. Além disso, a questão da performance da autenticidade aparece como uma questão central, ainda que de forma contraditória. Ser “poderosa” é “ser você mesma”, porém, desde que seus desejos autênticos correspondam aos padrões estabelecidos.

Observa-se também que essa imagem da “mulher poderosa” veiculada por Anitta, ao promover a ideia de guerra dos sexos, reforça uma concepção de que o poder é algo que deve se possuir, e, para isso, necessariamente ser tirado de alguém, desconsiderando a complexidade de

suas relações. Como afirma Foucault (1987), não se deve tratar o poder como uma entidade unitária, estável e unidirecional, e sim na sua dimensão microfísica, um poder que se exerce, e não que se possui, e que atravessa as relações sociais produzindo estados de dominação e resistências. Esse tipo de feminismo promove a concepção de que o poder é como uma tocha olímpica que estava ali o tempo todo, esperando que as mulheres finalmente o tomassem. A receita então para erguer a tocha e conquistar a vitória seria a transposição das barreiras interiores (STEINEM, 1993).

Essa concepção coloca no indivíduo mulher a responsabilidade por vencer conjunturas históricas, culturais e econômicas que impediram as condições de igualdade entre os gêneros, por meio de instrumentos psicologizantes, especialmente da autoestima. Com ela, seria possível “conquistar tudo”.

O discurso então transcende a questão de gênero e abarca os ideais do culto da performance que norteiam os ideais neoliberais da sociedade individualista contemporânea. Ser poderosa é “ser você mesma”, “ser mais” e “conseguir o que quer”, e essas são lutas individuais. Apesar de associadas ao movimento feminista, a busca desse poder nada tem de mobilização social. Como afirma McRobbie (2008), há um arrefecimento do feminismo como movimento coletivo e as conquistas femininas passam a ser apresentadas não como frutos do feminismo, mas de trajetórias individuais. Essa retórica midiática convocaria as mulheres a sentirem-se empoderadas a competir em um mundo supostamente livre de desigualdades estruturais, e não a lutar por igualdade e justiça social. A “poderosa” é um indivíduo feminino que obteve melhores performances de aparência, autenticidade e atitude sobre outros indivíduos, masculinos e femininos. Nesse sentido, Anitta pode não ser feminista, mas é “poderosa”.



REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: _____. *Dialética do esclarecimento*. Rio de Janeiro: J. Zahar, 1986.

ANITTA. De frente com Gabi. São Paulo: SBT, 28 jul. 2013. Programa de TV. <http://www.sbt.com.br/defrentecomgabi/entrevistas/?id=45901>. Acesso em 12/11/2014

BOORSTIN, Daniel. *The image. A guide to pseudo-events in America*. New York: Vintage Books, 1992.

CATANIA, Fernanda. Meiga e abusada. *Capricho*, São Paulo, n. 1179, p. 20-25, 14 jul. 2013.

CASTELLANO, Mayka. *Sobre vencedores e fracassados: a cultura da autoajuda e o imaginário do sucesso*. Tese (Doutorado). Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2014.

EHRENBERG, Alain. *O culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*. Aparecida: Ideias e Letras, 2010.

ESSINGER, Silvio. A preparada. *O Globo*, Rio de Janeiro, 21 jul. 2013. Segundo Caderno, p. 1-2.

FOUCAULT, Michel. *História da Sexualidade – Volume 1: A vontade de saber*. Rio de Janeiro: Graal, 1984.

_____. *Vigiar e punir: nascimento da prisão*. Petrópolis: Vozes, 1987.

_____. *A ordem do discurso*. São Paulo: Loyola, 2011.

FREIRE FILHO, João. Como ser uma “adolescente liberada” no terceiro milênio. In: _____. *Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e a micropolítica do cotidiano*. Rio de Janeiro: Mauad, 2007

GENZ, Stéphanie; BRABON, Benjamin A. *Postfeminism: cultural texts and theories*. Edinburgh: Edinburgh University Press, 2009.

GILL, Rosalind. *Gender and the Media*. New Hampshire: Polity Press, 2007.

KEY, Kelly. Baba. In: _____. Kelly Key. [Rio de Janeiro?]: Warner Music, 2001. CD. Faixa 5.

LANA, Lígia Campos de; CORRÊA, Laura Guimarães; ROSA, Maitê Gurgel. A cartilha da mulher adequada: ser piriguete e ser feminina no Esquadrão da Moda. *Revista Contracampo*, Niterói, v. 24, n. 1, 2012, p. 120-139.

LEMONS, César. O amor não deixa (Love won't let me). In: CAMARGO, Wanessa. *Wanessa Camargo*. [Miami?]: BMG/RCA Records, 2000. CD. Faixa 1.

LICHOTE, Leonardo. Show da ‘poderosa’ num belo álbum conceitual. *O Globo*, Rio de Janeiro, 21 jul. 2013. Segundo Caderno, p. 2.

MACHADO, Larissa. Menina má. In: Anitta. *Anitta*. Rio de Janeiro: Warner, 2013. CD. Faixa 1.

_____. Show das poderosas. In: Anitta. *Anitta*. Rio de Janeiro: Warner, 2013. CD. Faixa 6.

MACHADO, Larissa; JUNIOR, Jeferson; REGINA, Claudia. Meiga e abusada. In: Anitta. *Anitta*. Rio de Janeiro: Warner, 2013. CD. Faixa 2.

MÃOZINHA; MARQUES, S.; TELES, C. Tremendo Vacilão. In: Perlla. *Eu só quero ser livre*. Rio de Janeiro: Deckdisk, 2006. CD. Faixa 2.

MCROBBIE, Angela. Pós-feminismo e cultura popular: Bridget Jones e o novo regime de gênero. In: CURRAN, James; MORLEY, David. *Media and cultural theory*. London/New York: Routledge, 2008, p. 59-69.

MEYERS, Erin. "Can you handle my truth?": authenticity and the celebrity star image. *The Journal of Popular Culture*, East Lansing, v. 42, n. 5, 2009, p. 890-906.

MOLE, Tom. *Byron's romantic celebrity*. industrial culture and the hermeneutic of intimacy. Basingstoke: Palgrave, 2007.

MOREIRA, Ricardo. Quando você passa (Turuturu turuturu). In: Sandy & Junior. *Sandy e Junior*. São Paulo: Universal Music, 2001. CD. Faixa 5.

PERROT, Michelle. *Mulheres Públicas*. São Paulo: Editora Unesp, 1998.

_____. As mulheres, o poder, a história. In: _____. *Os excluídos da história: operários, mulheres e prisioneiros*. São Paulo: Paz e Terra, 2010.

ROSE, Nikolas. Psicologia como uma ciência social? *Psicologia & Sociedade*, London, v. 20, n. 2, p. 155-164, 2008.

STEINEM, Gloria. *Revolution from within: a book of self-esteem*. Boston: Little, Brown and Company, 1993.

TAYLOR, Charles. *A ética da autenticidade*. São Paulo: Realizações, 2011.

TODATEEN. São Paulo: *Alto astral*, edição n. 213, ago. 2013.

"O show das poderosas": Anitta e a performance do sucesso feminino
Tatiane Leal

Data de envio: 10 de março de 2014.
Data de aceite: 14 de abril de 2014.

