

“ANITTA, A PREPARADA DA VEZ”: ADAPTAÇÕES PARA UMA NOVA CONFIGURAÇÃO ARTÍSTICA NO MERCADO FONOGRÁFICO

Carolina Santos de Freitas Rocha¹

Resumo: Este artigo pretende identificar e analisar a representação de Anitta enquanto cantora que possui relação com o funk e com a indústria fonográfica, a partir de discussões que irão envolver a construção do artista, a influência do mercado fonográfico sob ele e seu desenvolvimento enquanto figura de sucesso. Para isso, serão levados em consideração a imagem, o discurso, a performance e a produção musical de Anitta, que se destaca atualmente como artista-celebridade no campo da música brasileira. Para compreender de que forma esse processo se deu e o significado dele na carreira de um artista, objetivos deste artigo, foi realizado um estudo de trajetória da cantora a partir de sua contratação pela gravadora Warner Music Brasil, quando ela passa a integrar o catálogo de artistas do mercado fonográfico, posição que ocupa atualmente. Momento esse identificado como relevante para compreender a noção de artista na qual Anitta se insere, pois envolve as novas configurações que a carreira da cantora assume, com diferentes formas de planejamento e projeção, tanto no âmbito da produção musical, quanto no posicionamento artístico. Adaptações que fazem de Anitta mais que uma cantora, pois transformam seu nome em uma marca construída no decorrer de sua trajetória.

Palavras-chave: funk; indústria fonográfica; artista; celebridade; Anitta.

Introdução

Para dar início às reflexões sobre a indústria fonográfica brasileira, o funk e o papel que a cantora Anitta desempenha na conjuntura atual do mercado da música, foco deste artigo, foram elucidados no decorrer desta pesquisa alguns acontecimentos que estão presentes nas discussões sobre arte, cultura, mercado e consumo de produtos musicais. Como, por exemplo, o papel desenvolvido por agentes do campo da indústria fonográfica que investem atualmente em trajetórias artísticas com o objetivo de ultrapassar sua participação apenas na produção e na distribuição dos produtos musicais para o mercado consumidor, buscando intermediar também a relação do artista com o público.

Com o intuito de ampliar seu alcance e diversificar sua produção, atingindo assim uma parcela maior do público consumidor, as gravadoras ampliaram seus catálogos de artistas organizados em categorias de acordo com o gênero de suas

¹ Bacharel em Produção Cultural pela Universidade Federal Fluminense. E-mail: carolsfrocha@gmail.com

músicas. Um dos gêneros musicais que foi gradativamente incorporado ao catálogo das gravadoras no Brasil é o funk, gênero de origem norte-americana que chegou ao Brasil nos anos 1970. O gênero que até então era produzido e distribuído de forma independente por produtoras como a Furacão 2000, em determinado momento passou a chamar a atenção dos grandes empresários e entrar no circuito mercadológico. Para conferir especificidade as análises propostas para o tema deste artigo, foi utilizada parte da trajetória de Anitta: cantora carioca descoberta ao publicar um vídeo na plataforma de vídeos, Youtube, iniciando sua carreira no funk com músicas de discurso característico da mulher contemporânea.

Após uma série de investimentos e mudanças em sua carreira, Anitta possui atualmente grande visibilidade nacional, números expressivos de público e grau significativo de consagração no campo em que está inserida, integrando a parcela de artistas que iniciaram suas carreiras no funk e foram contratados por gravadoras, desenvolvendo seus trabalhos através de percursos diversos. Observando mais detidamente alguns pontos principais em sua carreira, o enfoque foi dado na construção da noção de artista, extrapolando aqui a ideia de produção e consumo apenas de um produto musical, mas ampliando o espectro de entendimento para a produção de estilo, imagem e discurso. Além de refletir de que maneira esse processo pode interferir ou não nas características presentes no conteúdo que é produzido após a inserção do artista no mercado fonográfico.

Sem a intenção de desconsiderar a trajetória anterior de Anitta, a análise proposta por esse artigo se inicia a partir do momento em que a cantora assina contrato com a gravadora Warner Music e passa a integrar o catálogo de artistas, posição que ocupa atualmente. Momento esse identificado como relevante para compreender a noção de artista na qual Anitta se insere, pois envolve as novas configurações que a carreira da cantora assume, com planejamento e projeção diferentes, tanto no âmbito da produção musical, quanto no posicionamento artístico. Além disso, a proposta também é observar Anitta através da ótica da celebridade em conjunto com a sua concepção de artista, levando em consideração seu posicionamento enquanto personalidade famosa, a imagem e o sucesso construídos através de seu trabalho como artista.

“Anitta não gasta bala à toa”²: processo de expansão e aspectos de consolidação da carreira.

No início de 2013, Anitta migrou definitivamente para a lógica *mainstream*³ da indústria cultural, assinando contrato com a gravadora Warner Music Brasil. As estratégias de produção e marketing adotadas para projeção da cantora de escala local para escala global – assumindo a internet como principal território globalizador – surtiram efeitos e Anitta passou a extrair os resultados positivos desse processo. Uma reportagem da Folha de São Paulo (2013) pontua as características que marcam a nova fase da cantora ao afirmar que “Anitta pôs silicone nos seios, fez plástica no nariz, se tornou a queridinha dos famosos, tem música (“Meiga e Abusada”) incluída na novela da Globo (“Amor à Vida”) e bate ponto em tudo quanto é programa de TV – de auditório a culinária.” e quando questionada sobre as mudanças e projeções previstas para sua carreira, Anitta afirma “As pessoas esquecem que uma carreira não é só dinheiro chegando, é investimento também. E pesado.”.

Promovida inicialmente pelos investimentos de Kamilla Fialho e sua equipe, Anitta demonstra ter alcançado a posição que planejou como artista e é nesse momento que se inicia a fase de transformações pela qual é possível notar que a cantora passou. Mudanças não tão discretas aos olhos da mídia e do público, relacionadas à produção artística e ao posicionamento de carreira de Anitta a partir da aproximação com a indústria fonográfica. Os percursos de sua trajetória são marcados constantemente por questões como: Anitta deixou o funk e virou pop? Quanto tempo irá durar seu sucesso? Ela tem mesmo talento? Para compreender de que forma o processo de inserção no mercado formal das gravadoras ocorre e o significado desse processo na construção da noção de artista, é fundamental observar como funciona a lógica na qual a Warner Music Brasil está inserida e quais são as estratégias utilizadas por Anitta para o desenvolvimento de sua carreira.

No contexto da produção musical e audiovisual de Anitta, destaca-se a primeira

² Disponível em: <http://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/04/1761766-para-dar-opiniao-bunda-melhor-nao-dar-diz-anitta-sobre-crise-politica.shtml> Acesso em: 22/11/2016.

³ Em livre tradução significa “corrente principal”. Segundo o sociólogo Frédéric Martel “A palavra, de difícil tradução, significa literalmente ‘dominante’ ou ‘grande público’, sendo usada em geral para se referir a um meio de comunicação, um programa de televisão ou um produto cultural que vise um público amplo.”.

produção da cantora após seu ingresso no universo das *major*⁴ e, conseqüentemente, no padrão comercial do qual elas fazem parte, o videoclipe de “Show das Poderosas”. Lançado em Abril de 2013, o videoclipe possui atualmente mais de 100 milhões de visualizações no Youtube e estimulou a relação de sucesso de Anitta com a gravadora Warner Music Brasil, detentora dos direitos de exibição e reprodução de seus produtos audiovisuais. A repercussão do videoclipe e da música tomou proporções maiores que as esperadas e o sucesso comercial fez com que a gravadora adiantasse seu planejamento sobre Anitta e lançasse logo em seguida o álbum “Anitta” (2013) – produto que inaugurou a presença da cantora no mercado formal. Mauro Ferreira, jornalista do blog Radar Musical⁵, publicou uma resenha crítica sobre o primeiro álbum da cantora que serve de análise para a nova proposta apresentada por Anitta em suas músicas.

Anitta perde poder em disco. Por mais que a gravadora Warner Music esteja alardeando que o CD lançado em julho de 2013 já vendeu mais de 100 mil cópias, Anitta - o primeiro álbum de Larissa de Macedo Machado, nome de batismo da cantora e compositora carioca transformada em musa do funk melody nacional por poderosa estratégia de marketing - soa repetitivo e industrializado em excesso. Enfim, é um produto feito com doses calculadas de pop artificial para explorar a popularidade obtida pela artista com seus vídeos no YouTube e com suas concorridas apresentações. Confiada a Umberto Tavares e a Mãozinha, a produção do CD Anitta se valeu de batidas estéreis - que diluem a pressão do pancadão do funk para tornar Anitta mais palatável para quem rejeita o som dos bailes da pesada - na formatação de repertório maniqueísta. (FERREIRA, 2013)

Ao ingressar na realidade das grandes gravadoras, artistas como Anitta, que planejam cada momento de sua história com uma finalidade, reconhecem as oportunidades que o cenário é capaz de proporcionar e buscam interagir com elas, ampliando os horizontes artísticos para ocuparem o espaço alcançado no mercado fonográfico. “Eu penso em amadurecer o meu trabalho. Eu tenho consciência de que pra ter o público sempre interessado e curioso sobre seu trabalho, você precisa estar sempre inovando. Eu tento inovar, mas ao mesmo tempo sem perder as características.” (ANITTA, 2015b). Analisando a fala de Anitta, a adaptação ao meio, a flexibilidade e inovação que o artista possui são os diferenciais que mantém os investimentos e a visibilidade que integrar o catálogo de uma *major* proporciona. Diferenciais identificados na cantora, que parecem ter orientado os agentes que interagem com

⁴ Termo utilizado na indústria fonográfica para indicar as principais gravadoras do mercado que atuam em escala global.

⁵ Disponível em: <http://www.blognotasmusicais.com.br/2013/08/com-mais-pose-do-que-voz-anitta-perde.html> Acesso em 14/10/2016.

Anitta durante toda sua trajetória, desde a sua descoberta no Youtube até sua chegada ao centro do oligopólio através da gravadora Warner Music Brasil.

Do primeiro hit “Eu Vou Ficar” gravado pela Furacão 2000 até o CD mais recente “Bang”, produzido pela Warner Music Brasil, é possível traçar diferentes linhas de análise a respeito das características das músicas e dos outros produtos audiovisuais produzidos por Anitta. Após sua inserção no mercado formal da música – fato que marcou sua trajetória e estabeleceu a fase artística em que a cantora se encontra atualmente – sua produção artística e musical, o que inclui as letras das músicas, as batidas, a performance no palco e até a elaboração dos videoclipes, tomou formas diferentes das que inicialmente a cantora demonstrava em seus trabalhos. As análises a respeito das mudanças ocorridas com Anitta auxiliam na discussão sobre modelo de construção artística proposto pela indústria e seus efeitos, principalmente em relação ao gênero funk.

Negra Maria, colunista do Blog Radar da Produção⁶ aponta,

O que inicialmente, se parece com um investimento para carreira, é na verdade o início do processo de “pasteurização” da música de Anitta. [...] A exploração de diversidades de gêneros e estéticas, não é o questionável, e sim o discurso que está construído por detrás da performance de Anitta. [...] Anitta tornou-se um subproduto da indústria cultural, usando de um produto cultural popular como matéria prima. O seu sucesso não se faz uma luta por legitimidade do funk como cultura, e sim naturaliza discursos hegemônicos [...] Primeiramente aqueceu-se Anitta, aumentando seus seios, afinando seu nariz e alisando seu cabelo. A partir deste aquecimento, esterilizou-se a sujeira sonora do funk, e para finalizar o processo esfriou-se o produto, tornando ele um som genérico, devidamente embalado e pronto para o consumo, efêmero e descartável. (MARIA, 2013)

A presença do funk na produção de Anitta depois de ingressar na gravadora sofreu alterações, se tornando um elemento composto por batidas eletrônicas e de presença quase imperceptível em comparação com as primeiras músicas de sua carreira como cantora na Furacão 2000. Junto com a identificação do funk, se alteram também o discurso, a performance e a imagem de Anitta. Na terceira temporada do Áudio Retrato⁷, exibido pelo canal BIS em 2015, programa que propõe que a partir de uma palavra o artista se pronuncie sobre temas ainda não discutidos em sua carreira, Anitta teve seu episódio intitulado “Repaginando”. Em entrevista a cantora afirma querer

⁶ Disponível em: <http://blog.radardaproducao.com.br/musica/6278/anitta-e-a-pasteurizacao-do-funk/> Acesso 01/11/2016.

⁷ Disponível em: <http://canalbis.globo.com/programas/audio-retrato/materias/t03ep06-anitta-repaginando.html> Acesso em 18/10/2016.

repaginar sua carreira diversificando sua produção musical, pois mudança é algo natural para ela e quando questionada sobre sua relação com o funk nessa nova fase de sua trajetória, ela declara,

Eu não deixo de cantar. Eu continuo cantando tudo que eu sei que eu comecei fazendo. Só que sempre foi meu sonho conseguir expandir e mostrar que eu gosto, conheço e canto outros estilos musicais. Só que você precisa de tempo pra isso. Você precisa primeiro construir a sua imagem, iniciar a sua carreira, fazer com que as pessoas identifiquem você por uma coisa x ou y, pra depois você conseguir mostrar sua versatilidade. (ANITTA, 2015c)

Atualmente, a presença do funk nas apresentações de Anitta é marcada pelo momento em que a cantora pergunta ao público “Vocês pensaram que eu não ia rebolar minha bunda hoje, né?” e começa a performance da música “Movimento da Sanfoninha”, lançada em 2014 no DVD “Meu Lugar”, umas das únicas produções desse gênero possível de ser identificada em seus mais recentes trabalhos. Seu afastamento do funk e a aproximação com o pop ficam evidentes no disco “Bang” lançado em 2015, a partir do qual é possível observar o posicionamento de Anitta sobre os planos de se estabelecer e permanecer de forma consciente no mercado através dos caminhos que lhe oferecem mais oportunidades, no caso, o gênero pop. A parceria de Anitta com a Warner Music Brasil impulsionou o plano de carreira que a cantora almejava e ao ser questionada sobre os novos rumos de sua trajetória a cantora demonstra determinação.

Com o passar do tempo as pessoas tem uma expectativa de você. O que vai acontecer agora? O que vai ser feito agora? Eu acho que se você faz sempre mais do mesmo, chega uma hora que as pessoas já sabem o que esperar de você. Eu procurei nesse novo projeto realmente surpreender e fazer uma coisa completamente diferente de tudo que eu já tenha feito antes. (ANITTA, 2015a)

O sociólogo Norbert Elias (1995), em seu estudo sobre a trajetória de Mozart, propõe dois conceitos chamados por ele de “arte do artesão” e “arte do artista”, sendo o primeiro aquele relacionado à produção artística na qual a imaginação e o conhecimento específico do artista estão subordinados ao gosto de um patrono com status social superior que financia a arte e, dessa forma, interfere diretamente no produto do artista – e o segundo, no qual a relação de poder é invertida, desvinculando a produção artística do padrão de gosto do patrono, proporcionando liberdade ao artista para produzir a arte que deseja em concordância com a demanda de quem a consome anonimamente, seu público.

É possível pensar a realidade do mercado fonográfico atual à luz das noções de “arte do artesão” e “arte do artista” ao considerar, por exemplo, o suporte estrutural e financeiro que as majors proporcionam enquanto “patronos” a quem os músicos devem subordinar seu talento, imaginação e força criativa. A relação de uma artista como Anitta, que atua na cena das grandes gravadoras, com a sua arte e os agentes envolvidos na sua produção é semelhante ao que Elias chama de “arte do artesão”. Os produtos da artista, ainda que autorais e coerentes com o discurso adotado por Anitta para si, passam pelo filtro da direção artística formada por profissionais da Warner Music Brasil, uma das maiores gravadoras do mercado e responsável pela cantora.

Não significa sugerir que a arte dos artistas "livres", dirigida a um mercado de consumidores anônimos, seja melhor ou pior do que a dos artesãos, produzida para patronos. Do ponto de vista de nossos sentimentos presentes, a mudança na posição do artista que aqui discutimos pode muito bem ter sido, para as pessoas envolvidas, uma mudança "para melhor". Mas isto não quer dizer que o mesmo se desse com suas obras. À medida que vai mudando a relação entre os que produzem arte e os que precisam dela e a comprem, muda a estrutura da arte, mas não o seu valor. (ELIAS, 1995 p.46)

A indústria fonográfica brasileira se renova com cantoras como Anitta e atualiza sua proposta trazendo novas possibilidades artísticas e musicais para o mercado, apesar de apostar em modelos seguros do ponto de vista do gênero musical que passam pela curadoria e seguem os aspectos tradicionais dos produzidos por gravadoras, de acordo com a demanda do mercado. Aparentemente, a Warner Music identifica em Anitta a possibilidade de transitar entre gêneros musicais distintos e configurados com as características típicas da indústria fonográfica, como o pop e o funk – palatável, com batida eletrônica e distante de seu formato original – levando seus produtos a todos os lugares, sem restrição como ocorre com os artistas que não foram absorvidos pelas *majors*. Tais adaptações e flexibilizações ocorridas com Anitta são fundamentais para compreender como foi possível atingir a proporção artística e alcançar os resultados atuais, além de expandir os horizontes que antes terminavam no funk carioca e hoje ultrapassam as fronteiras de gênero musical e território.

O fato é que independente de como é classificada atualmente – seja como representante do pop nacional ou outro rótulo similar – a postura de Anitta revela o interesse que a cantora tem em afirmar que vai além do que a fez ser contratada por uma gravadora como a Warner Music e é agente de sua trajetória. Na medida em que diversifica seus projetos, multiplica o alcance de seus produtos e, com isso, supera os

números de sua carreira, a artista confirma a relevância das estratégias adotadas que integram seu discurso e plano de carreira. Utilizar os resultados da análise de algumas das transformações ocorridas com Anitta é fundamental, pois eles são parte integrante do processo de construção artística pelo qual a cantora passou, além de auxiliarem na compreensão de sua relação com a mídia, sem a pretensão de julgar suas escolhas como adequadas ou limitantes enquanto artista.

Sem fugir aos padrões e, ao mesmo tempo, sem demonstrar ser manipulada como muitos acreditam, Anitta associou seu potencial artístico às regras do campo e utiliza essa combinação a seu favor, assumindo a responsabilidade pelo seu trabalho e indicando que possui planejamento para os projetos de sua carreira, inclusive para os programados a longo prazo que integram o processo de consolidação de um artista. Anitta têm a prerrogativa de produto cultural. A cantora é patrocinada por marcas importantes e circula pelo meio artístico de forma significativa auxiliando na exibição das parcerias. É através da associação de seu nome às marcas e da repercussão midiática que tal fato gera, que além de discos e ingressos para seus shows, a artista passa a vender também sua imagem, seu estilo, seus hábitos, seus produtos e o que consome.

A inquietação e o atrito na cultura industrial em parte derivam da exigência capitalista de lançar sempre novas mercadores e marcas. Nessas circunstâncias o desejo é alienável, transferível, visto que as necessidades devem ser perpetuamente trocadas em resposta à evolução do mercado. O mercado inevitavelmente transformou o rosto público da celebridade num bem de consumo. (ROJEK, 2008, p. 17)

Devido à proporção e o destaque na mídia que a carreira artística de Anitta conquistou, seu nome tornou-se uma marca e para além dos produtos musicais e audiovisuais. De acordo com as informações veiculadas pela cantora em suas plataformas de divulgação, Anitta tem pelo menos dois grandes patrocinadores que investem em seus trabalhos e foram responsáveis por financiar a produção dos videoclipes de “Essa Mina É Louca” e “Sim ou Não”: a Pepsi e a Samsung – marca que utilizou as críticas feitas em relação ao talento de Anitta como cantora em uma de suas campanhas publicitárias⁸ e destacou a forma como ela utilizou-as para seu crescimento profissional. Além das parcerias que não são classificadas como patrocínio fixo, mas envolvem a imagem da cantora e sua potência como influenciadora de consumo. O nome construído por Anitta é considerado elemento valioso para o mercado publicitário.

⁸ Disponível em: <https://www.facebook.com/SamsungMobileBrasil/videos/1138865726136145/> Acesso em 22/11/2016.

Segundo reportagem da Veja Rio⁹,

Um dos indicadores mais consistentes de quanto é valiosa a imagem de um artista ou celebridade é sua capacidade de atrair marcas e contratos publicitários. Nesse ponto, Anitta desfruta uma situação invejável. Cada post patrocinado em seu Instagram vale 50 000 reais. [...] Ou melhor, conquistou-os por meio de uma agressiva estratégia de networking. O método Anitta funciona da seguinte forma: ela própria consegue os contatos de quem lhe interessa e trata de se promover, pela internet mesmo. (VEJA RIO, 2016)

Tamanha visibilidade é interessante para Anitta enquanto artista que utiliza sua imagem como forma de interagir com o público consumidor e garante divulgação para seus trabalhos, quanto para as empresas relacionadas à cantora como sua gravadora Warner Music Brasil, que possui retorno positivo em suas vendas devido as estratégias de *marketing* adotadas em conjunto com a produtora Rodamoinho, empresa criada por Anitta e responsável por administrar sua carreira. Além dos 30 milhões de seguidores nas redes sociais como Facebook, Twitter e Instagram, por onde Anitta expõe sua vida cotidiana com fotos, vídeos, mensagens e afins, é possível analisar e compreender a construção do processo de consolidação de Anitta através de outros aspectos relacionados a sua carreira artística.

Em relação aos números alcançados pelas obras de Anitta em parceria com sua gravadora, pode-se observar como as alternativas utilizadas para compor sua produção musical desde o primeiro CD até suas mais recentes composições repercutiram em sua trajetória. De acordo com a Associação Brasileira dos Produtores de Disco, o álbum “Anitta” (2013), primeiro produzido pela gravadora Warner Music Brasil, conquistou certificado de disco de platina, o que representa mais de 100 mil cópias vendidas. Já o segundo disco “Ritmo Perfeito” (2014) foi lançado simultaneamente com o DVD “Meu Lugar” (2014) e juntos os dois conquistaram disco de ouro e DVD de platina. Já sobre o disco mais recente “Bang”, lançado em 2015, o Multishow¹⁰ (2016) afirma que Anitta quebrou seu recorde pessoal e superou a marca de 300 mil cópias vendidas de forma rápida.

⁹ Disponível em: <http://vejario.abril.com.br/materia/gente/anitta-se-prepara-para-estrear-programa-na-tv-e-lancar-carreira-internacional> Acesso em 23/11/2016.

¹⁰ Disponível em: <http://multishow.globo.com/musica/materias/anitta-quebra-recorde-de-vendas-com-bang.htm> Acesso em: 01/11/2016.

Sobre o sucesso do terceiro disco da cantora, Ferreira (2016) pontua¹¹,

A questão é que Bang - o álbum - dá um passo além de seus dois antecessores, Anitta (Warner Music, 2013) e Ritmo Perfeito (Warner Music, 2014), apostando numa maior diversidade rítmica que cumpre bem a função de distanciar a artista do pancadão do funk mais pesado e de tornar Anitta cada vez mais pop [...] Bang é disco pré-concebido em sala de marketing. Sua receita inclui doses calculadas desse marketing estratégico que posicionou Anitta como a cantora comercialmente mais poderosa do Brasil na atualidade. (FERREIRA, 2016)

Os dados a respeito dos produtos de Anitta expressam o potencial de vendas que a cantora e seus produtos físicos representam para a Warner Music, independente da tendência crescente de comercialização virtual através do *streaming* – forma de transmissão instantânea de dados pela internet – no campo da música. Além de indicar uma legitimação garantida pelo público que consome seus produtos, independente das novas vertentes musicais que Anitta adotou em seus mais recentes trabalhos, se afastando do funk e confirmando seu interesse em integrar a cena pop. O investimento na configuração de sua carreira é realizado de diferentes formas, através dos videoclipes, redes sociais, campanhas publicitárias, distribuição dos produtos e comercialização dos shows. O intuito é ampliar seu alcance no mercado, dar o retorno esperado pela gravadora e atingir a posição planejada por Anitta para sua carreira, visto que seu sucesso está diretamente envolvido com o nome, discurso e imagem construídos.

É sabido que os bens culturais passam sempre por um processo de avaliação subjetivo de quem os consomem e que não há um consenso universal para classificá-los (Tolila, 2007), mas as diversas instâncias de legitimação as quais são submetidos podem ajudar nesse processo. Uma das mais comuns são as críticas e avaliações veiculadas através da mídia a respeito do processo de transformação de Anitta. A revista francesa “Paris Match” (2014)¹², nomeou Anitta como um dos “símbolos do Brasil contemporâneo”, lista que contava com nomes como o artista plástico Vik Muniz e o cantor Caetano Veloso. Segundo a reportagem, a cantora é a “Rainha do Pop Nacional” e pode ser comparada a outras cantoras do mesmo gênero musical como Shakira e Lady Gaga. Apesar dos elogios e comparações feitos a Anitta, que demonstram o

¹¹ Disponível em: <http://www.blognotasmusicais.com.br/2015/10/bang-municia-anitta-com-artilharia-que.html> Acesso em: 04/11/2016.

¹² Disponível em: <http://www.parismatch.com/Culture/Musique/Un-pays-qui-ne-manque-pas-d-airs-565096> Acesso em 30/10/2016.

reconhecimento de sua carreira, a reportagem da revista é ambígua ao questionar a duração do sucesso da cantora e o seu futuro no universo do pop.

Dando continuidade aos planos de projeção de sua trajetória, ao ingressar no mercado fonográfico e atingir um nível de segurança e estabilidade tanto artística, quanto financeira com os investimentos da gravadora Warner Music Brasil, Anitta optou por administrar sua própria carreira e ampliar as proporções de seu trabalho. Em 2014, somando mais mudanças à sua configuração profissional, a cantora decidiu assumir o agenciamento de sua carreira, que por dois anos foi realizado pela empresa K2L, e passou a administrá-la de forma independente. Anitta rompeu o contrato com a empresária Kamilla Fialho¹³ e abriu a Rodamoinho Produções Artísticas com o intuito de centralizar o poder de decisão sobre as áreas de planejamento, produção musical e comercialização das atividades relacionadas a sua carreira, assumindo assim o papel de artista-empresária.

Eu fui vendo a forma como meu trabalho funcionava e me senti segura pelo fato de ter uma equipe. É como se fosse uma dança: todo mundo segue a coreografia e eu vou ditando os passos que eu quero que sejam feitos. Então, eu tenho a minha gravadora Warner Music que eu amo, a gente tem uma cumplicidade muito grande, tudo funciona muito bem, a gente conversa muito. Eu terceirizei os serviços. Tenho minha assessoria de imprensa, eles estão sempre conversando comigo e tenho meu escritório que faz o setor de vendas e de comunicação com os fãs. E tem o grupo que sou eu, meu irmão e a pessoa que eu contratei para reger essa história toda, o Rommel, e a gente vai tomando decisões juntos. (ANITTA, 2015b)

Ao observar outros casos como o de Anitta, é possível compreender que a decisão de gerenciar a própria carreira está diretamente ligada ao processo de consagração do artista e de sua trajetória, principalmente no que diz respeito ao sucesso e a estabilidade no mercado. Artistas como Beyoncé e Lady Gaga, com nomes consagrados em seus campos artísticos, passaram por processos semelhantes ao de Anitta quando decidiram gerenciar suas próprias carreiras – o que inclui se responsabilizarem em algum nível por todos os setores profissionais que envolvem suas trajetórias. O artista torna-se independente no que diz respeito à administração de seus projetos, a partir do momento em que compreende a consolidação de sua carreira e se sente seguro com o espaço conquistado em sua área de atuação, acumulando, dessa forma, o capital de consagração que sugere Bourdieu (1996).

¹³ Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/noticia/anitta-e-condenada-a-pagar-r-5-milhoes-a-ex-empresaria-cantora-pode-recorrer-a26420/1> Acesso em: 04/11/2016.

Sergio Affonso, presidente da gravadora Warner Music no Brasil, declarou em entrevista a *Veja Rio* (2016)¹⁴ “Anitta nasceu com borogodó, mas nunca vi uma artista tão comprometida.”. A reprodução do discurso do senso comum a respeito da diferenciação entre os artistas que tem talento e os que se esforçam está presente na fala do presidente que apostou em Anitta ao contratá-la. É por sua visibilidade e pela plena expansão de sua carreira, que Anitta é classificada atualmente a artista ativa mais rentável da Warner Music no Brasil. Dessa forma, as estratégias adotadas desde o começo de sua trajetória, assim como cada detalhe que foi planejado e executado com o intuito de estimular seu desenvolvimento – incluindo as transformações que a afastaram da representação assumida no início da carreira – aparentam dar retorno a seus investidores e realizar Anitta enquanto artista.

Entretanto, junto com o sucesso de Anitta, cresceram também as críticas a respeito do percurso percorrido pela cantora em sua carreira artística. Desde o começo de sua trajetória, Anitta é questionada sobre a genuinidade de seu talento para a música, como se necessitasse constantemente provar que sabe cantar, tem boas músicas, produz trabalhos relevantes e é uma artista capaz e consagrada. Além disso, lida com os comentários a respeito de suas intervenções estéticas que buscam colocar em questão o fato de Anitta ter conteúdo, compreender o local onde se insere, discutir sobre temas variados, ter futuro na carreira como cantora, entre outros. Uma figura pública está exposta a tais acontecimentos, com o passar do tempo e com os fatores que comprovam a consolidação de uma artista, as críticas se tornam algo comum e cada vez mais infundadas em aspectos plausíveis.

Quando questionada sobre as críticas, Anitta pontua,

Quando as pessoas estão comentando, bem ou mal, é porque elas têm interesse em você. Isso é uma coisa muito boa. Se você fosse uma pessoa irrelevante, ninguém estaria falando de você, procurando saber sobre a sua vida. Isso para mim é uma resposta de que meu trabalho está indo muito bem. As pessoas estão interessadas em saber da minha boca, imagina do resto? [...] Vou continuar sendo quem eu sou, tem dado certo até agora. Quanto mais eu quiser agradar X e Y vou deixar de agradar Z. Quero quebrar esse preconceito de ritmos, de idade, não quero esse papo de que a pessoa que fez plástica não tem talento. (ANITTA, 2016b)

¹⁴ Disponível em: <http://vejario.abril.com.br/materia/gente/anitta-se-prepara-para-estrear-programa-na-tv-e-lancar-carreira-internacional> Acesso em 04/11/2016.

Na colocação acima, Anitta reafirma a característica projetual de sua carreira, que apesar de ter passado por algumas reconfigurações, segue os planos que a cantora traçou para si. Incluindo a escolha por se distanciar do funk e se aproximar do pop e de outros gêneros musicais oportunos para seu sucesso. Recuperando Gilberto Velho (2003) e sua teoria sobre as trajetórias de cada indivíduo, é possível compreender que os projetos individuais existem de acordo com as possibilidades ofertadas a cada um e partem de premissas e paradigmas culturais de universos específicos, como o das gravadoras no caso de Anitta. O discurso esclarecido da cantora sobre sua carreira, o reconhecimento alcançado mesmo que através da exposição na mídia de sua imagem enquanto celebridade – nomenclatura que Anitta mescla à palavra artista e incorpora como sendo o mesmo papel – e os rumos que escolheu seguir para demonstrar seu talento reforçam o conceito de que “os projetos, como as pessoas, mudam. Ou as pessoas mudam através de seus projetos. A transformação individual se dá ao longo do tempo e contextualmente.” (VELHO, 2003, p. 48).

A cantora preencheu a lacuna existente no mercado fonográfico na época em que foi descoberta, deu início a sua carreira como cantora e, desde então, assumiu a construção de sua trajetória com objetivo de se consolidar artisticamente no meio da música. Anitta demonstra dialogar com a lógica da indústria fonográfica da qual faz parte de acordo com o que lhe favorece profissionalmente e expandiu seu repertório para, novamente, ocupar um espaço que apesar das tentativas de diversos artistas, permanecia vago: o de circular entre os gêneros musicais que se destacam conforme a demanda e a progressão de seu sucesso. Entretanto, esse artigo não pretende minimizar a relevância de suas estratégias para se inserir, se desenvolver e permanecer no mercado, e sim destacá-las como parte integrante na construção da artista que Anitta é atualmente e do discurso que possui.

Considerações Finais

Este artigo objetivou analisar e compreender a lógica do mercado fonográfico atual, responsável por moldar os personagens com os quais interage, sendo identificado, portanto, como um dos elementos influenciadores na construção do artista e de sua carreira após a participação na gravadora. Para compreender como se dá a construção da cantora Anitta enquanto artista, partindo da sua relação com o funk no desenvolvimento de sua carreira e de sua inserção no mercado fonográfico, foram delimitadas algumas

categorias analíticas principais, são elas: a produção musical de Anitta, sua performance, produção de estilo, imagem e discurso. Através de tais segmentos foi possível identificar mais claramente as influências que a indústria fonográfica apresentou sobre a produção artística da cantora e confirmar uma das propostas iniciais que motivaram essa pesquisa: observar e analisar se há ou não reconfigurações projetadas na trajetória dos artistas de acordo com sua inserção no mercado da música.

O estudo da trajetória de Anitta revelou que apesar de uma grande gravadora ter o potencial necessário para influenciar os rumos de uma carreira artística, o artista é o principal agente responsável por sua trajetória. As análises proporcionaram compreender que em sua construção enquanto artista-celebridade, Anitta projetou os passos dados e assumiu a autoria das configurações adotadas nas diversas fases de seu percurso. No que diz respeito à análise da produção musical, a cantora não assumiu a postura de ir contra a lógica do mercado fonográfico. O mapeamento dos trabalhos realizados por Anitta desde o começo de sua carreira demonstrou significativo afastamento do gênero funk e ampliação para outros gêneros musicais como o pop, identificado nas suas músicas mais recentes.

Finalmente, compreende-se que há algo de novo e interessante na forma como se dá a relação do artista com o mercado da música. Lidar com a estrutura que compõe a indústria e gerir sua carreira dentro dos moldes propostos origina novas configurações possíveis ao artista. As articulações realizadas por Anitta no campo apresentam-se como exemplos muito consistentes para a identificação de tais especificidades. Essa pesquisa não pretendeu minimizar a relevância das estratégias adotadas por Anitta e sem a pretensão de generalizar, as análises realizadas beneficiaram-se do caráter processual das articulações da artista, aproveitando a possibilidade de observar o processo em curso e produzindo material de leitura útil para estudos futuros a respeito deste tempo e das configurações atuais.

Referências

ANITTA. Entrevista concedida ao Programa Mais Caminhos, publicada em 22 de agosto de 2015a. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=YIz-f5LRqQI>
Acesso em 10 de outubro de 2016.

_____. Entrevista concedida a websérie —Papô Firmel, publicada em 28 de setembro de 2015b. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=SgvRAUYBAxQ> Acesso em 13 de novembro de 2016.

_____. Cantora Anitta quer turnê no exterior. Entrevista concedida ao jornal Agora São Paulo, publicada em 25 de janeiro de 2016a. Disponível em: <http://www.agora.uol.com.br/show/2016/01/1733164-cantora-anitta-quer-turne-no-exterior.shtml> Acesso em: 23 de novembro de 2016.

BOURDIEU, Pierre. As regras da arte: Gênese e estrutura do campo literário. São Paulo: Companhia das Letras, 1996.

ELIAS, Norbert. Mozart: Sociologia de um Gênio. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1995.

FERREIRA, Mauro. Com mais pose do que voz, Anitta brada poder em fraco disco de estúdio. Blog Notas Musicais, publicado em 13 de agosto de 2013. Disponível em: <http://www.blognotasmusicais.com.br/2013/08/com-mais-pose-do-que-voz-anitta-perde.html> Acesso em 14 de outubro de 2016.

MARIA, Negra. Anitta e a pasteurização do funk. Blog Radar da Produção, publicado em 27 de novembro de 2013. Disponível em: <http://blog.radardaproducao.com.br/musica/6278/anitta-e-a-pasteurizacao-do-funk/> Acesso 01 de novembro de 2016.

MARTEL, Frédéric. Mainstream: a guerra global das mídias e das culturas. São Paulo, SP: Civilização Brasileira, 2012.

MÚSICA E BIOGRAFIA. Áudio Retrato. Rio de Janeiro: Canal BIS, 16 de dezembro de 2015. Programa de TV.

PESSOA, Daniela. Anitta se prepara para estrear programa na TV e lançar carreira internacional. Veja Rio, publicado em 02 de abril de 2016. Disponível em: <http://vejario.abril.com.br/materia/gente/anitta-se-prepara-para-estrear-programa-na-tv-e-lancar-carreira-internacional> Acesso em 23 de novembro de 2016.

ROJEK, Chris. Celebridade. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

TOLILA, Paul. Como a economia chega à cultura: As principais questões. In: Cultura e Economia: problemas, hipóteses, pistas. São Paulo: Iluminuras: Itaú Cultural, 2007.

VELHO, Gilberto. Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas. 3.ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar. 2003.