

**“O QUE É QUE A MALANDRA TEM?”: O VIDEOCLÍPE COMO
CIBERACONTECIMENTO E MOBILIZADOR DE SENTIDOS POLÍTICOS
EM REDES DIGITAIS ATRAVÉS DE ANITTA**

Christian Gonzatti¹
Gabriela Cleveston Gelain²

RESUMO

Percebemos aqui como o videoclipe – entendido como um ciberacontecimento – tem as suas potências semióticas disparadas: configura-se como desencadeador de semioses que podem ser materializadas visando entender diferentes complexidades. A cantora Anitta, ao articular matrizes culturais da música pop anglófila-estadunidense e do *funk* carioca deflagrou um cenário de disputas de sentidos através do videoclipe Vai Malandra. Entendemos, em tais circunstâncias, que signos da cultura pop inauguram territorialidades semióticas nas quais diferentes semioticidades emergem, engendram-se e confrontam-se, sinalizando como as diferenças culturais de gênero, sexualidade, raça e classe são ameaçadas simbolicamente na cultura digital e as maneiras como o teor político do pop é ampliado nesse contexto.

PALAVRAS-CHAVE: Cultura Pop; Celebidades; Ciberacontecimento; Cultura Digital; Funk.

**THE VIDEO CLIP AS CYBER-EVENT AND MOBILIZER OF POLITICAL
MEANINGS IN DIGITAL NETWORKS THROUGH THE BRAZILIAN SINGER
ANITTA**

ABSTRACT

In this article, we have perceived how the videoclip, understood as a cyberevent, has its semiotic powers triggered: it configures itself as a trigger of semioses that can be materialized to understand different complexities. Anitta (Brazilian singer), in articulating cultural matrices of Anglo-American pop music and Rio de Janeiro Brazilian funk, triggered a scenario of sensorial disputes through Vai Malandra's music video. In such circumstances, we understand that signs of pop culture inaugurate

¹ Doutorando e Mestre em Ciências da Comunicação com ênfase em Processos Midiáticos, na linha de pesquisa de Linguagens e Práticas Jornalísticas pela Unisinos, com bolsa da CAPES. Graduado em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda (também pela Unisinos) e com bolsa integral. Membro do LIC, Laboratório de Investigação do Ciberacontecimento, do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Unisinos, desde 2012 atuando em pesquisas que articulam temas do jornalismo, como as teorias do acontecimento, dos processos em redes e mídias digitais e dos estudos de semiótica. E-mail: christiangonzatti@gmail.com

² Doutoranda no Programa em Comunicação e Práticas de Consumo pela Escola Superior de Propaganda e Marketing de São Paulo (ESPM-SP), com bolsa CAPES integral e dedicação exclusiva. É mestra em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS), também com bolsa CAPES e jornalista com graduação pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM). É integrante do grupo de pesquisa Juvenália (coordenado por Rose de Melo Rocha), pesquisando relações de gênero, raça, geracionais e de classe. Na rede Punk Scholars Network Brasil (2020), integra o comitê científico. E-mail: gabrielagelain@gmail.com

semiotic territorialities in which different semiotics emerge, engender, and confront each other. These semiotics signal how cultural differences of gender, sexuality, race, and class are symbolically threatened in digital culture and the ways as the political content of pop is expanded in this context.

KEYWORDS: Pop Culture. Celebrities. Cyberevent. Digital Culture. Funk.

INTRODUÇÃO

O videoclipe *Vai Malandra*³, da cantora brasileira Anitta, estreou batendo recordes no Youtube ao atingir mais de 15 milhões de visualizações em 24 horas. Com uma sonoridade *funk*, a música articulou-se ao cenário da favela do Vidigal, no Rio de Janeiro. Entre biquínis de fita isolante para “pegar um bronzado” na laje, tranças, corpos, piscinas de plástico, fiações, barracos, caixas d’água, o morro, o *close* em uma bunda com celulite e toda uma bagunça estética, Anitta busca recriar a favela como alguém com “lugar de fala” (RIBEIRO, 2017), pois costuma posicionar-se como uma mulher que emergiu de tal territorialidade geopolítica.

O pesquisador Rodolfo Viana (2018)⁴ faz uma metáfora potente em relação ao que entendemos aqui como um caráter pop e político (MELO e GHEIRART, 2016) do videoclipe. Ele cita um *spot* de TV da Ipanema com a modelo Gisele Bündchen no qual ela caminha sobre a orla e locais do Rio de Janeiro enquanto todos os caminhos se abrem para ela. Um trajeto que tem simetrias com o polêmico “desfile” de Anitta na primeira cena do videoclipe *Vai Malandra*, onde a sua suposta bunda aparece em *close*, mostrando as celulites. O autor reflete que não foi Carmem Miranda, voz da famosa canção “O Que É que a Baiana Tem?”, a última brasileira com notável visibilidade no exterior, mas sim a modelo Gisele Bündchen, uma mulher dentro daquilo que se convencionou historicamente como o “belo”: branca, nascida no sul do país, com descendência europeia e caracterizada como uma possibilidade de perfeição pela publicidade.

Em contrapartida, há em desenvolvimento uma internacionalização de Anitta que reconfigura esses marcadores de “naturalidade perfeita”, contraditória, com uma bunda “imperfeita” – ou verdadeira, na medida em que balança e possui celulites. Viana

³ Para acessar: <https://www.youtube.com/watch?v=kDhptBT-VI>. No dia 20 de abril de 2021, o videoclipe estava com mais de 400 milhões de visualizações.

⁴ Fonte: <http://portalpopline.com.br/pesquisador-da-ufrj-avalia-clipe-de-vai-malandra-aposta-funk-de-anitta/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

(2018) também compreende que se trata de um modelo de favela capturado pela exportação, uma categoria de mulher cisgênera que está a serviço do desejo de homem cisgênero e heterossexual na medida em que um dos sujeitos masculinos em cena tem praticamente um *harém* em uma laje – e em contrapartida aparecem no videoclipe, em *frames* velozes, pessoas trans, pretas, gordas, bichas, periféricas.

Entendendo que a celebridade em questão possui uma dimensão acontecimental na cultura pop brasileira, nos interessa dimensionar e problematizar a reverberação do videoclipe Vai Malandra focando em seus sentidos políticos assim como suas diferenças culturais, inseridas em um contexto nos quais os públicos performam em redes digitais os seus afetos, críticas e percepções sobre diferentes objetos. Nessa conjuntura, passamos a problematizar a ação, reprodução e propagação de signos em torno do videoclipe escolhido – o que Peirce (2002) entendia como semiose.

CELEBRIDADES DA MÚSICA POP EM CONTEXTO DE REDES DIGITAIS

Antes de refletirmos sobre o videoclipe Vai Malandra é preciso reconhecer que a sua força geradora de sentidos é atravessada pela cantora Anitta. Portanto, compreendemos que a análise dos sentidos acionados pelo videoclipe exige reflexões sobre os aspectos que caracterizam uma celebridade no nosso contexto atual. Edgar Morin (1997) na década de 1960 entendia as celebridades através de uma metáfora com os Olímpianos, as qualificando como “vedetes da imprensa”, situadas entre o real e o imaginário, sendo capazes de elevar as informações a outros *status*. Já estava colocado, nesse contexto, as interfaces entre as indústrias culturais e esses “seres mitológicos” construídos para serem “venerados” como as deusas e deuses da Grécia Antiga. Tal *status* célebre vem sendo reconfigurado através da emergência dos sites de redes sociais e das conversações e aproximações que são materializadas neles.

Camila Cornutti (2015) entende que a celebridade não pode ser pensada apenas como uma pessoa famosa. Há um complexo de profissionais e equipes que a constroem e agenciam a sua imagem. Não é possível, nessa conjuntura, analisar a celebridade sem as suas articulações com a indústria da moda e o jornalismo que irá configurar noticiosamente as suas potências, por exemplo. A autora compreende que as dinâmicas de plataformas como o Facebook, o Twitter e o Instagram interferem na potência de

circulação do que é acionado por uma celebridade. Simões (2014) irá entender essa potência não propriamente nas redes digitais, mas na sociedade como um poder de afetação – o que é definido através das discussões sobre os acontecimentos. Ela parte da compreensão de Quéré (2005) para quem o acontecimento traz em si a força inauguradora do sentido, capaz de instaurar descontinuidades nas experiências dos sujeitos, afetando suas subjetividades.

Acreditamos que algumas celebridades assumem uma dimensão acontecimental. Ou seja, elas emergem na vida social provocando uma ruptura, uma descontinuidade que evidencia um desempenho digno de louvor e distinção em certo campo e que configura um divisor de águas: um antes e depois daquela celebridade. Mas isso não significa pensar a celebridade como isolada da experiência dos sujeitos que a circundam e que são afetados por ela. Tampouco significa adotar uma abordagem subjetivista (ROJEK, 2008) para a compreensão das celebridades: as habilidades que elas apresentam não devem ser vistas como causas determinantes que condicionam a construção do estatuto célebre desses indivíduos [...]. Dessa maneira, para apreender a dimensão acontecimental de uma celebridade, não podemos supor que o seu surgimento no cenário social possa ser unicamente explicado pela natureza dos dons que a celebridade apresenta. É preciso, portanto, atentar para o reconhecimento social desses talentos (SIMÕES, 2014, pp. 214-215).

Destacamos – visando complexificar e ampliar a compreensão sobre a dimensão acontecimental das celebridades na perspectiva da autora – a importância em discutirmos dois campos que interferem nessa lógica. O primeiro é a diversidade de lógicas das indústrias culturais capazes de gerar diferentes afetações célebres, enquanto o segundo campo reside nas especificidades performáticas das redes digitais, com forças para reconfigurar aspectos dessa discussão.

Existem diferentes categorias célebres na contemporaneidade. Cornutti (2015) classifica as celebridades revisando teorias em torno dessa discussão e através dos contextos geradores de sua fama – a “webcelebridade”, por exemplo, seria aquela que desenvolveu um *status* célebre através das possibilidades da cultura digital. Mas, como nos interessa aqui a produção de sentidos no contexto da cultura pop, defendemos que existem especificidades em relação às celebridades de acordo com as suas principais competências performáticas e os meios nas quais elas são publicizadas – como por exemplo na música, no cinema, na televisão, no rádio, na internet. É verdade que muitas celebridades irão exercer múltiplas tarefas, como também é verdade que há, geralmente,

um campo competente predominante. No caso de Anitta, por exemplo, predominam as diretrizes performáticas de uma cantora de música pop.

Para Thiago Soares, “a música pop é uma articuladora de tessituras urbanas reais e ficcionais, a partir de vozes e corpos que se materializam entre redes de sociabilidades” (2015, p. 22). O autor afirma que estamos em um estágio capitalista no qual não se pode mais trabalhar com análises binárias na relação entre capital e cultura. Os produtos culturais possuem marcas de lógicas capitalistas e ao mesmo tempo estão dentro de uma cultura. Ele também defende que

Precisamos reconhecer que estamos diante de novos modelos de star system e da emergência das redes sociais como ambiente performático. Estar pensando diante dessas ferramentas, certamente, nos ajudará a complexificar e aprofundar os estudos sobre fenômenos e produtos da cultura pop. (SOARES, 2014, p. 13)

Dessa forma, consideramos importante refletir sobre o que pontua Marshall (2014) que analisando o contexto estadunidense, destaca as articulações e as fronteiras borradas entre a política, o entretenimento e a celebridade na cultura contemporânea. Para o autor, as celebridades da música, em contraste com as do cinema e da televisão, são cristalizadas através da ideia de autenticidade. Assim, na contemporaneidade, a política também acaba atravessando e constituindo a performance célebre (WHEELER, 2013). O que, ao refletirmos sobre Anitta, emerge nas intensas conversações constituídas em torno do seu posicionamento sobre a política brasileira e aos temas que a tangenciam.

Em relação à música pop, temos, portanto, uma celebridade que irá corporificar-se através de, principalmente, performances ao vivo, shows, videoclipes em uma ambiência (MCLUHAN, 1969)⁵ situada nas reconfigurações das redes digitais. Para Recuero (2014), os sites de redes sociais permitiram a ampliação de redes de sociabilidade. A conversação em rede que se dá nesses espaços surge da conexão entre perfis que podem dividir, negociar e construir contextos diferentes de interação,

⁵ Para Rojek (2008), a abordagem subjetivista das celebridades irá partir de uma compreensão do seu status célebre engendrada a um poder inexplicável, enquanto a estruturalista irá abordar priorizando as lógicas do capitalismo e da dominação das massas e a pós-estruturalista compreendendo o seu poder como um elemento relacional e em construção.

trocando e difundindo informações, criando laços e estabelecendo redes sociais em plataformas da internet. Para ela, assim, a interação é um evento performático, podendo ocorrer mediante diferentes linguagens. Por meio dessas instâncias, perfis passam a serem constituídos e reconstruídos, atravessando a construção de identidades. Logo, uma celebridade da música também irá se inserir nessas dinâmicas, seja através da intenção em ampliar a sua visibilidade desempenhando a si em diferentes sites de redes sociais, da ação de fãs ou das lógicas das indústrias culturais e seus diferentes mercados.

Tais potencialidades reconfiguram a noção de dimensão acontecimental da celebridade, que na perspectiva de Simões (2014), pode ser entendida como acontecimento, e se os sentidos desencadeados pelos acontecimentos afetam os sujeitos e a si mesmos, defendemos que a potência inauguradora de acontecimentos de uma celebridade também atravessa os produtos desenvolvidos e publicizados por ela. Além disso, a celebridade também se movimenta pelas indústrias culturais, tendo em vista que a duração temporal dos acontecimentos está articulada ao seu potencial de criação de intrigas, revelações, modificações de situações e de afetações (QUÉRÉ, 2000). Posto que a ambiência por intermédio da qual os videoclipes são lançados é a cultura digital, propomos, aqui, refletir sobre eles como inauguradores de ciberacontecimentos (HENN, 2014).

NOTAS PARA PENSAR O VIDEOCLIFE COMO CIBERACONTECIMENTO

Na perspectiva de Soares (2012), o videoclipe se configura como um gênero midiático/televisivo. O autor narra que, no princípio, o formato era chamado de número musical, tornando-se, depois, o *promo*, uma referência à palavra “promocional”. Nos anos 1980, começa a ser usual o termo “videoclipe”. O “clipe” significaria um recorte (como, por exemplo, nos jornais e nas revistas), pinça ou grampo, evidenciando justamente o aspecto comercial desse conteúdo audiovisual. Ele discute, também, a construção estética dessa categoria midiática, capaz de anular fronteiras entre arte e publicidade – o que teria sido crucial para o desenvolvimento da MTV. No contexto da cultura digital, Simone Pereira de Sá (2017) irá complexificar a questão através da noção de videoclipe pós-MTV: quando a internet se torna meio de divulgação, consumo e afetação das mensagens desses produtos pop.

Para além dessas questões, o videoclipe – ou mais amplamente, os gêneros e os artistas musicais – também se apresentam como um espaço de produção de sentidos e de disputas políticas, intrínsecas a esses sentidos, e articulam diferentes matrizes da linguagem (o som, o vídeo, a imagem). É o que nos mostram trabalhos como os de Santos Silva (2018), que analisou como o gênero musical do *rock*, no contexto angolense, também se configura como plataforma para afirmações/reivindicações de ordem política, e o de Alonso (2011), ao olhar a trajetória histórica do sertanejo e a sua relação com períodos como a ditadura militar. No que se refere ao caso discutido nesse artigo, propomos entender o videoclipe como um espaço no qual o político e o social também se fazem presentificados – o que é potencializado em espaços profícuos para performatizações daquilo que afeta um alguém em uma situação de consumo midiático.

Cabe, aqui, explicarmos o nosso entendimento do consumo. Canclini (1999, p.77) compreende que “[...] o consumo é o conjunto de processos socioculturais em que se realizam a apropriação e o uso dos produtos”, sendo ele, portanto, uma base da racionalidade integrativa e comunicativa da sociedade. Ele é compreendido não só como a posse de objetos, mas como uma forma de entender as distinções com o outro, as relações de solidariedade e a maneira como são saciados desejos biológicos e simbólicos, atravessados por uma dimensão comunicacional. Essa noção de consumo defende os dinamismos dos objetos e “[...] seu ‘virtuosismo semiótico’ nos variados contextos em que as coisas nos permitem encontrar com as pessoas”. (CANCLINI, 1999, p. 91). O que atravessa as múltiplas dimensões da cultura pop em redes digitais – assim como a sua configuração como cibercontecimento.

Parafraseando McLuhan (1967), Henn (2014) irá entender que cada meio se relaciona com uma espécie de acontecimento que, para o autor, é portador de uma dimensão profundamente semiótica: emerge acionado infinitas possibilidades de desvendamento do objeto que encarna através da semiose (PEIRCE, 2002). Antes, o objeto semiótico (acontecimento) gerava signos (narrativas jornalísticas) através da ação de interpretantes (lógicas jornalísticas), mas tais lógicas vêm sendo quebradas pela cultura digital, geradora de outras possibilidades de emergência e narrativização dos acontecimentos. Os cibercontecimentos são, por consequência desses atravessamentos,

acontecimento tramados através das dinâmicas da internet e, mais propriamente, dos sites de redes sociais.

A conversação em redes digitais, nesta perspectiva, materializa semioses e torna possível ver um processo de construção do acontecimento. O que sinaliza a possibilidade de, através das lógicas através das quais os conteúdos são espalhados (JENKINS et al. 2014) nos espaços de sociabilidade, fabricar ciberacontecimentos (HENN et.al, 2017). Para Lotman (1996), a semiosfera seria o espaço de convergência e metabolização das semioses – os processos que produzem sentido na realidade surgiriam, em decorrência, dos movimentos, trocas, rupturas e fechamentos das semiosferas. Nessa conjuntura, celebridades da música pop operam como corporalidades semióticas através de diferentes produtos e seu consequente consumo. Henn (2017) infere que o ciberacontecimento é, portanto, capaz de configurar territorialidades semióticas, nas quais diferentes semiosferas emergem, engendram-se e confrontam-se, sinalizando como as diferenças culturais configuram-se nesses espaços.

Em decorrência dessas discussões e como debatido aqui, colocamos que não só a celebridade possui uma dimensão acontecimental, mas também o que ela aciona – as suas semioses – tais signos podem configurar-se como ciberacontecimentos, na medida em que a ambiência de diferentes redes digitais lhes confere a portabilidade e força inauguradora de sentidos. Há, inclusive, lógicas jornalísticas que irão se ajustar à velocidade, características e linguagens do pop, configurando um jornalismo de cultura pop (GONZATTI, 2017). Como continuidade dessas percepções, o videoclipe, entendido como ciberacontecimento, em contexto de redes digitais, tem as suas potências semióticas disparadas: configura-se como desencadeador de semioses que podem ser materializadas visando entender diferentes complexidades. Assim, a cantora Anitta, ao articular matrizes culturais da música pop anglófila-estadunidense (Soares, 2015) e do *funk* carioca (PEREIRA DE SÁ, 2014), deflagrou um cenário de controvérsias através do espalhamento (JENKINS et. al, 2014) do videoclipe de Vai Malandra. Com a análise de construção de sentidos em redes digitais (HENN et.al, 2017) buscamos analisar os rastros semióticos acionados por ele, discutindo especificamente duas redes de sentidos.

ANÁLISE EMPÍRICA: CONSTELAÇÕES DE “SENTIDOS MALANDROS”

As conversações em redes digitais podem trazer informações sobre sentimentos coletivos, tendências, interesses, intenções, influenciando a cultura e deflagrando diferentes fenômenos (RECUERO, 2014). Pereira de Sá (2014) defende que é necessário ir além da análise dos sentidos e ideologias contidos no próprio videoclipe, mas seguir seus rastros, vínculos, deslocamentos, conexões (com outros produtos audiovisuais, *softwares*, plataformas comunicacionais, atores humanos). A autora inspira-se em aspectos da teoria ator-rede e, ao apresentar categorias que sinalizam como o *funk* reverbera em uma página específica da internet, aproxima-se do movimento metodológico com o qual propomos trabalhar aqui: a análise de construção de sentidos em redes digitais – desenvolvida para o estudo de ciberacontecimentos (HENN et.al, 2017).

A análise de construção de sentidos em redes digitais tem como pressuposto três movimentos: o de mapeamento, a elaboração de constelações de sentidos e o desenvolvimento de inferências sobre tais processualidades. O primeiro movimento, partindo de uma inspiração cartográfica, irá buscar uma diversidade de rastros semióticos a partir de determinado objeto: publicações no Facebook, no Twitter, Instagram, YouTube, fóruns e materiais jornalísticos – capturando a complexidade de matrizes da linguagem em seus diferentes contextos (vídeos, memes, *gifs*, fotografias, áudios, etc.). A subjetividade e os atravessamentos do processo são cruciais para a elaboração das constelações de sentidos: agrupamentos semióticos que buscam reconfigurar signos de diferentes temporalidades e territórios em constelações capazes de revelar singularidades dos acontecimentos através de perspectivas específicas. Por fim, em inferências, o processo ganha materialidade teórico-problematizadora através da discussão proposta por determinada problemática.

O videoclipe Vai Malandra foi lançado no dia 18 de dezembro, no entanto, antes da data já eram desenvolvidas estratégias de divulgação com força propulsora de sentidos nas redes digitais – como, por exemplo, a publicação da capa do *single*⁶, no dia

⁶ Fonte: <http://www.papelpop.com/2017/12/anitta-capa-vai-malandra/>. Acesso em: 20 abr. 2021.

12, e o lançamento de *teasers*⁷ do material. Tomamos como ponto ciberacontecimental a publicação do material e o seu conseqüente espalhamento, configurador de diferentes territorialidades e constelações de sentidos. Através da ferramenta *Nimbus Screenshot*, uma extensão do *Google Chrome* que permite capturar materiais em maior escala quantitativa, mapeamos os sentidos, sendo afetados pelos diferentes caminhos aos quais eles nos levavam, em três espaços específicos: no Facebook, especificamente em uma publicação⁸ com um *link* para o videoclipe na página oficial de Anitta; no Twitter, através da *hashtag* #VaiMalandra na busca avançada; e no YouTube, na área de comentários do videoclipe. No processo de mapeamento, mantivemos um arquivo com as anotações do processo cartográfico. Entre os dias 15 e 20 de janeiro de 2018, desenvolvemos as constelações de sentidos.

Tomamos como recorte a saturação das constelações de sentidos, tendo em vista a grande quantidade de material coletado. No Facebook, foram agrupados em constelações 308 comentários – sendo que no comentário 13 já havíamos obtido seis agrupamentos e no 80, oito, momento no qual o material atingiu a principal estrutura do seu mapa semiótico. No Twitter, foram agrupados 324 comentários e no Youtube, 126. Destacando que o método não pressupõe os agrupamentos como excludentes – elas se penetram, articulam, tensionam e distanciam constantemente. Inclusive, um comentário pode estar agrupado em mais de um grupo. Apresentamos, assim, a caracterização de cada uma das constelações de sentidos elaboradas através do mapeamento e da análise dos 758 comentários:

- **Promoção de si/ Publicidade:** perfis se autopromovendo através da *hashtag* de #VaiMalandra. Pessoas falam de si como malandras, desenvolvem montagens com os seus rostos no lugar de Anitta na capa do *single*. Marcas e empresas atuando através da *hashtag* para divulgaram seus produtos e ações – seja criativamente, como o Detran, que visibilizou a importância do uso de capacete no trânsito através da cena na qual

⁷ Fonte: <http://portalpopline.com.br/vai-malandra-veja-pequeno-teaser-novo-videoclipe-de-anitta/>. Acesso em: 18 abr. 2021.

⁸ Para acessá-la: <https://www.facebook.com/AnittaOficial/videos/1741540922573129/?permPage=1>. Acesso em: 21 abr. 2021.

Anitta está usando a proteção no videoclipe, ou apenas para colocar um produto em circulação⁹.

- **Fandoms:** sentidos relacionados aos fãs de Anitta. Há a presença de um feminino “deusificado” através da imagem da diva pop. Apontam contradições de quem não gostou do videoclipe. Utilizam humor e memes (como uma imagem da personagem Mônica, criada por Maurício de Sousa, sentada em frente a um computador, com um visual que emula Anitta no videoclipe e a frase “caralho, eu to muito malandra!”). Aparecem preocupações com a visibilidade e os recordes do vídeo e o desenvolvimento de estratégias para visibilizar a música, o clipe e Anitta. Apontam a cantora como a nova Carmem Miranda, desenvolvem disputas com *haters* e comentam datas e regiões nas quais o videoclipe foi assistido como forma de dar um *up* no material – tendo em vista que o algoritmo dos sites de redes sociais espalha com mais potência conteúdos com mais comentários. Todos os comentários de fãs são entendidos como apoiadores de Vai Malandra.

-**Apoiadores:** entendemos que aqui estão as semioticidades que não necessariamente são fãs de Anitta, mas que demonstram percepções positivas em relação ao videoclipe. Desenvolvem uma publicização desse “gostar” através da publicação do vídeo, de trechos da música, do elogio a administração que a cantora faz da sua carreira, e usam adjetivos menos “grandiosos” que os de “fandoms”.

- **Humor**¹⁰: fazem comentários sobre utilizarem o vestuário do clipe em situações do seu cotidiano, usam memes, *gifs* e montagens, além de deboche aos comentários que criticam Anitta.

- **Desconectados:** sentidos que não conseguimos enquadrar em uma constelação. Marcação de amigos, uso de *emojicons*, comentários descontextualizados.

⁹ Fonte <https://emails.estadao.com.br/noticias/gente,anitta-recebe-elogio-do-detran-rj-por-clipe-de-vai-malandra,70002125131> Acesso: 13 jan. 2021.

¹⁰ Compreendemos que o humor também pode ser utilizado com uma ferramenta de discussão política: "(...) parece existir uma estreita relação entre emoção e comportamento político, despertando tanto gestos de identificação quanto de oposição (FUNG; NAMKOONG; SCHUEFELE, 2012). Dentre as diversas tentativas de interpretar a face afetiva da política e suas relações com o entretenimento, Babcock e Whitehouse (2005) destacam a visibilidade midiática como fator de sucesso para o político, enquanto Young e Soroka (2012) mostram o alcance de frases e palavras-chave de alto conteúdo afetivo, além, como mostram Wojdynski e Riffe (2011), da tematização dramaturgico-midiática da vida pessoal do político" (MARTINO; ALEIXO, 2017, pp. 70-71).

- **Críticas/ Percepções:** comentários que criticam, positivamente ou não, a música. Debatem os corpos do videoclipe expressando desejos sobre eles. Percebem diferenças entre o *funk* de diferentes regiões do Brasil. Colocam opiniões que não estão atravessadas por um ativismo crítico ou discurso de ódio.

As outras duas constelações de sentidos – denominadas como “Terrorismos Culturais” e “Enfrentamentos Políticos” – serão apresentadas através da etapa de inferências, tendo em vista o objetivo do artigo. Consideramos importante, embora já tenhamos apontado os engendramentos das constelações semióticas, destacar que todos os sentidos dessas duas constelações também se configuram como críticas e percepções, mas nem toda a crítica e percepção é agrupada em uma dessas constelações.

ANÁLISE EMPÍRICA: SENTIDOS DE “ENFRENTAMENTOS POLÍTICOS” E “TERRORISMOS CULTURAIS”

Focamos, aqui, nossos esforços nas constelações que intitulamos de Enfrentamentos Políticos e de Terrorismos Culturais (nomes inspirados pelo trabalho de MISKOLCI, 2015). Essas constelações são capazes de sinalizar a maneira como o videoclipe em questão faz emergir discussões sobre a sexualidade e o gênero (LOURO, 2003) – incluindo o confronto entre diferentes perspectivas feministas – padrões estético-corporais, latinicidades e percepções preconceituosas sobre a produção, sinalizando algumas fantasias da branquitude (MISKOLCI, 2016), o que compreendemos como sentidos políticos.

Em Enfrentamentos Políticos, foram incluídos os signos que discutem as questões de gênero, culturais e musicais implicadas em uma dimensão política. Nesta constelação aparecem comentários com conteúdo feminista, sentimento de orgulho da cultura brasileira e do *funk*, além de uma grande predominância da bunda de Anitta carregada como imagem. Outras corporalidades – como uma foto publicada pela *webcelebridade* Romagaga¹¹ com dois meninos de cueca e com seus pênis eretos em referência ao clipe – também são acionadas. Tais ações simbólicas foram enquadradas em nossa percepção como enfrentamentos que trazem em si um teor de deboche e não concordância com as normas de expressão da sexualidade que tem uma dimensão

¹¹ Fonte: <http://portalpopline.com.br/vai-malandra-veja-pequeno-teaser-novo-videoclipe-de-anitta/>. Acesso em: 18 abr. 2021.

moralista. Sublinhamos, também, que alguns dos comentários orbitam entre visões politizadas e posicionamentos conservadores nas lentes com as quais observamos esses processos. A discussão sobre a objetificação também aparece orbitando tal agrupamento.

No Facebook, o teor representativo do videoclipe emerge em discussões que politizam a sua narrativa e estética: a bunda com celulite é exaltada, colocada como um incentivo para romper com as imposições de beleza feitas em relação ao corpo feminino. Alguns exemplos:

“Anitta sempre quebrando tabus, e eu preocupada de ir a praia por causa das minhas celulites depois de 2 filhos, agora eu vou! kkk”.¹²

“Parabéns pela inclusão das Pessoas da comunidade e as que estão ‘fora’ dos padrões de Beleza!!! Senti falta de uma batida mais forte do Funk, um pancadão”.

“A bicha é foda, conseguiu misturar funk com rap lá de fora, ficou bem original [...] Sucesso nega tu vai chegar muito mais longe”.

“O clipe é cheio de brasilidade, de favela, de preto, de pobre, de jovem que mostra a celulite – isso é demais para as mentes conservadores e para o tribunal virtual do Facebook.”

“Parabéns, Anitta, por respeitadas suas origens e por não cair no canto da sereia burguês que determina o que é bom ou não. Orgulho de você!!”.

O videoclipe é visto, pela sonoridade e estética, como uma ruptura e possibilidade de enfrentamento em relação as convenções normativas, inclusive midiáticas, que invisibilizam vidas, geografias e corpos. O gênero aparece em leituras como:

“Eles se acostumam com as letras de funk que sexualizam a mulher desde que seja um homem que cante e a mulher seja um ‘objeto’ por trás, quando a mulher é a ‘malandra’, se coloca como principal, mostra mulheres reais e tem atitude é considerada como ‘puta’. Daí vai Anitta lança ‘Vai Malandra’ toma strike do YouTube (coisa que nunca acontece com certos @ canais), recebe inúmeras críticas e boicote. Sabe por quê? Anitta já é bem odiada por machistas por sempre elevar o poder feminino, lança uma música que dá voz a mulher como a malandra, da voz a favelada, ao funk, traz diversidade trazendo pessoas fora do padrão. Anitta ta dando voz a tudo que os preconceituosos querem “apagar” da sociedade entende? Isso que incomoda tantas pessoas. Quando a mulher não pode ter voz, tem que ser inferior ao

¹² Os comentários extraídos através da análise de construção de sentidos em redes digitais foram inseridos no texto em itálico como estratégia de diferenciação das citações teóricas.

homem, ser o que eles desejam, quando desejam, sem qualquer opção de escolha, isso é machismo!”.

Outro ponto colocado em questão é a maneira como o videoclipe poderia estar vendendo uma imagem de um Brasil que se resumiria a peito e bunda, reforçando um estigma da nação em circuito transnacional. Isso é complexo na medida em que, embora seja uma crítica que atravessa a recorrente objetificação das mulheres na mídia, quando elas resumem-se a corpos, e um olhar que busca negar, também, a vivência sexual e a sensualidade dos corpos, subjugando-os. As discussões, no entanto, não assumem, ao menos nessa constelação de sentido, uma discursividade odiosa, mas buscam refletir sobre as múltiplas leituras do videoclipe. Em resposta a alguns comentários, parte do público qualifica o vídeo como resumido a “baderna, peito e bunda”. Surgem respostas da seguinte ordem:

“Não são essas pessoas que estão vendo só isso? Não há outras coisas ali? Pelo menos está mostrando a realidade, e daí se as mulheres fazem isso ou aquilo?? O problema é delas não é?? Seria melhor os ‘bons entendedores’ compreenderem a mensagem do clipe... A malandra (Larissa) chegando na moto e no final saindo do baile cheia de brilho e glamour como Anitta... ela praticamente contou a história dela em 03:27. ‘Bom entendedores’, ñ vejam erotização em tudo!!”.

No Twitter, os signos assumem um teor mais imagético, mas referem-se a mesmas questões já apontadas: não negar a estética da sexualidade, espalhar a bunda com celulite como possibilidade de romper com a higienização publicitária da bunda e críticas em relação as contradições político-estéticas de Anitta. Por exemplo:

“Eu não entendo essas pessoas que falam, ‘a letra apelativa e tal’. Qual é o problema em falar de putaria meu amor. Ninguém transa, Ninguém vê um rabo. Me poupe”. “Primeiro a gente fala que ela exagerou muito nas plásticas, depois a gente fala que ela é maravilhosa por mostrar a beleza natural. #brasilcontraditório #vaimalandra”.

“Não acredito que os homens heteros de cus peludos e sujos de bosta estão falando da celulite de Anitta. #vaimalandra” – referenciando uma matéria do BuzzFeed sobre homens que não limpavam o cu para não tocarem nele.

Alguns perfis compartilham, também, um trecho de entrevista na revista Híbrida, na qual relatam que Anitta “bateu o pé” para mostrar a celulite no videoclipe, elogiando

a tomada de decisão da *performer*. Outros relatam a diferença entre uma mulher fazendo *funk* e um homem hétero:

“No pensamento arcaico do machismo o homem pode tudo e a mulher só pode fazer o que o homem quiser. O canal do Kondzilla tem 24 milhões de inscritos e quase toda a semana vídeos em alta por la você não encontra comentários como encontram no clipe de Vai Malandra”.

Outro ponto que precisamos ressaltar e teve alta espalhabilidade em um contexto de disputa política foi o surgimento de uma *fake news* sobre o número da moto na qual Anitta aparece no início do vídeo Vai Malandra. Segundo essa notícia, o número seria de um projeto de lei que visava criminalizar o *funk*. Leituras de outros videoclipes da cantora também se mostraram presentes em uma relação de enfrentamento político – são citadas a inclusão de pessoas gordas e com deficiência como dançarinas, a visibilidade de LGBTQs e de ideais feministas através de suas letras, a internacionalização de gêneros musicais brasileiros, a crítica ao abuso industrial da Amazônia. No Youtube, os sentidos seguem a mesma lógica, priorizando a textualidade em relação a esse agrupamento.

Na constelação de sentido denominada como Terrorismos Culturais estão os signos que revelam leituras conservadoras, higienizadoras e que revelam ódio em relação a marcas de gênero, sexualidade, raça, classe – que muitas vezes atravessam o gênero musical *funk*. Muitos dos sentidos percebidos aqui são acionadores de conversações que sinalizam disputas. Em todas as redes analisadas, o ódio é ressaltado predominantemente através das palavras. Há um incômodo com percepções elogiosas da bunda com celulite – por exemplo:

“Acho que as mulheres tudo estão com coisas em casa pra fazer então vamos para de Facebook e vamos lavar louça kk”.

O futuro do país – progresso – é, na leitura de atores da rede, barrado pelos valores retratados em Vai Malandra.

“Aqui pensando no futuro desse país, no futuro das crianças. e vejo e todos os valores estão invertidos de forma que não tem volta. Onde o lixo ganha notoriedade e os princípios indo pra lama. Infelizmente”.

O ódio e o preconceito no contexto brasileiro são também atravessados pela presença de potentes fundamentalismos religiosos. O sucesso da cantora é visto, assim, como obra diabólica, índice de pecado.

“Tudo que tem pacto com o diabo tem sucesso. O diabo dar hoje pra tirar amanhã”, “[...] o corpo, a vida e tudo o mais, quem Deu foi Deus, o Criador e a gente só pode usá-lo como Deus permite. Obviamente você não entendeu nada; lá no inferno as coisas vão ficar nitidamente claras”.

Adjetivações como “puta”, “putanitta”, “puta de bandidos” também aparecem. Quando alguns perfis dizem que vão tocar a música no Natal para perturbar os familiares que são conservadores – a gíria “embuste” também é usada para qualificar tais familiares – recebem como resposta que, caso a música seja tocada, a irmã da pessoa autora do comentário afrontoso terá que “quicar” (rebolar) em cima de um pau. Qualifica o videoclipe como uma obra pornográfica, “lixo”, “retrato de um país afundado na lama”. Anitta também é desqualificado através dos sentidos presentes nesse agrupamento:

“Queria ver um clipe dela pelada na pica do Kid Bengala”.

“Anitta=mulher inventada que usa sua sexualidade para chegar em algum lugar, triste estado do feminismo hoje. Ela deveria ter alguma dignidade, roupas e um trabalho”.

No YouTube e no Twitter aparecem manifestações muito próximas as já citadas – associações entre gênero, educação e o videoclipe e violências discursivas que afirmam a necessidade de controle sobre o feminino:

“já verificou a porcentagem de meninas que conseguiram passar no ENEM 2018?”.

“Se isso é cultura então é correto ver bunda, mulheres de roupa fina?”.

“Mulher. Casada. Não. Faz Isso. Não”.

“Devia ir para o x vídeos”.

“Se eu pego essa Anita ia arromba a xota dela em uma rolada”.

Alguns sentidos orbitam ambas as constelações na medida em que fazem apontamentos críticos sobre as questões políticas implicadas no videoclipe, mas também se valem de discursos odiosos. Perfis, em todas as redes, criticam Anitta por usar as mulheres brasileiras como objeto de consumo para os gringos – entretanto, julgam o

fato da cantora mostrar partes do seu corpo, outros manifestam-se como moradores do Vidigal, sinalizando que o clipe não mostrava a realidade do lugar. Aparecem, também, distinções entre gosto erudito e popular e discussões com diferentes perspectivas de gênero. É importante sinalizar que grande parte dos comentários que falam de objetificação são feitos por perfis identificados como masculinos. Colocam, também, uma comparação entre a maneira como mulheres aparecem em comerciais de cerveja e em Vai Malandra.

Anitta, assim, em processo de acionamento de sentidos através da sua performance como celebridade da música pop, que inclui o lançamento de videoclipes, inaugura disputas de sentidos que colocam em evidência problemáticas políticas – em suas múltiplas dimensões, como as de gênero, sexualidade, raça e classe – em redes digitais. Essas disputas, mobilizadoras de sentidos, marcam o videoclipe da cantora como um ciberacontecimento, integrador de campos problemáticos estabelecidos em torno de questões políticas (em uma compreensão ampla, de políticas do corpo, da imagem, da sociedade).

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Percebemos aqui que a semiose em torno de videoclipes não pode ser encerrada em um só signo: como já pressupõe o próprio conceito de semiose, há uma potencialidade infinita implicada no processo. Através da análise de construção de sentidos em redes digitais, defendemos também uma noção de consumo da música pop em uma dimensão comunicacional e semiótica alinhadas as ideias de Canclini (1999) e Lotman (1996): semiosferas inauguradas em torno de determinados objetos configuram territorialidades semióticas (HENN, 2017) nas redes digitais nas quais os signos também se tornam consumíveis. Entendemos que tais territorialidades, nas quais diferentes semioticidades emergem, engendram-se e confrontam-se, sinalizando como as diferenças culturais são ameaçadas simbolicamente na cultura digital e as maneiras como o pop e o político estão implicados.

Louro (2003) aponta que a marca de ofensa que atravessa um discurso nunca pode ser completamente apagada. Assim, embora Anitta esteja em um circuito de

visibilidade pop, o lugar do qual ela emergiu e de onde ela fala ainda resguarda marcas de uma sociedade que, desde a sua gênese, relega corpos e culturas à margem em detrimento de um suposto progresso. Não podemos fazer considerações mais arriscadas por não termos realizado tal comparação empírica, mas cabe questionar se o mesmo “julgamento” atribuído a Anitta no videoclipe Vai Malandra perpassa também artistas que ganharam voz de outros lugares – pensando em questões de gênero (e gênero musical), classe e raça, por exemplo. A politização da Anitta nas redes digitais vai fazer emergir e atravessar outros ciberacontecimentos, como a cobrança de um posicionamento da cantora em episódios políticos importantes para o país – como o assassinato de Marielle Franco e as eleições de 2018. Investigar esses processos através da metodologia adotada neste artigo, mirando outras questões, pode ampliar as percepções sobre a configuração de celebridades e da cultura pop em um contexto digital (GELAIN e GONZATTI, 2019).

REFERÊNCIAS

ALONSO, Gustavo. **Cowboys do Asfalto**: música sertaneja e modernização brasileira. Tese de doutorado. Programa de Pós-Graduação em História da Universidade Federal Fluminense (PPGH-UFF), 2011.

CORNUTTI, Camila. **Celebridades e apropriações humorísticas em blogs**: uma análise do Morri de Sunga Branca e do Te Dou Um Dado?. Tese (Doutorado em Comunicação e Informação) – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação, UFRGS, Porto Alegre, 2015.

GELAIN, Gabriela Cleveston; GONZATTI, Christian. #VaiMalandra Anitta?s music video in digital networks: political clashes and prejudices in Brazil. In: Paula Guerra; Thiago Pereira Alberto. (Org.). **KEEP IT SIMPLE MAKE IT FAST! AN APPROACH TO UNDERGROUND MUSIC SCENES (VOL. 4)**. Gender, differences, identities and DIY cultures. 1ed.Porto: Panorâmica, 2019, v. 4, p. 366-376.

GONZATTI, Christian. **Bicha a senhora é performática mesmo**: sentidos queer nas redes digitais do jornalismo pop. 2017. 236f. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo.

HENN, Ronaldo; Gonzatti, Christian; ESMITIZ, Franciéle. Pussy made of steel: os sentidos inaugurados por um cartaz da Women?s March na página Supergirl Brasil. **REVISTA FRONTEIRAS (ONLINE)**, v. 19, p. 401-414, 2017.

HENN, Ronaldo. **El ciberacontecimiento, producción y semiosis**. Barcelona: Editorial UOC, 2014.

_____. Territorialidades Semióticas: uma cartografia da disputa de sentidos em rede. **III Jornada dos Grupos de Pesquisa em Semiótica**, 2017.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão**. Criando valor e significado por meio da mídia propagável. São Paulo: Aleph, 2014.

LOPES, Heitor Silveira. **Analogia e aprendizado evolucionário**: aplicação em diagnóstico clínico. 1996. 179 f. Tese (Doutorado em Engenharia Elétrica) - Curso de Pós-Graduação em Engenharia Elétrica, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

LOURO, Guacira Lopes. **Gênero, sexualidade e educação**. Uma perspectiva pós-estruturalista. Petrópolis, RJ: Vozes, 2003.

MARSHALL, P. David. **Celebrity and Power**: Fame in Contemporary Culture, Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 2014.

MCLUHAN, Marshall. Visão, som e fúria. In: Luis Costa Lima (org.). **Teoria da cultura de massa**. Rio de Janeiro: Saga, 1969, p.152. 267.

MELO ROCHA, Rosamaria de; GHEIRART, Ozzie. “Esse close eu dei!” A pop-lítica “orgunga” de Rico Dalasam. **Revista Eco Pós**, v 19, n.3, 2016.

MISKOLCI, Richard. **Teoria Queer**: um aprendizado pelas diferenças. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2015

_____. Uma outra história da República: amor, ordem e progresso. **Cult**, São Paulo: Editora Bregantini, nº 6, ano 19, janeiro, 2016.

MORIN, Edgar. **Cultura de Massa do século XX**: o espírito do tempo – vol. 1: neurose. Rio de Janeiro, Forense Universitária, 1997.

PEIRCE, Charles Sanders. **The Collected Papers of Charles Sanders Peirce**. Past Masters, CD-ROM. EUA, IntelLex Corporation, 2002.

PEREIRA DE SÁ, Simone. Cultura digital, videoclipes e a consolidação da rede de música brasileira pop periférica. **Anais do XXVI Encontro Anual da Compós**, Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, 06 a 09 de junho de 2017.

PEREIRA SÁ, Simone.; CUNHA, Simone Evangelista. Controvérsias do funk no YouTube: o caso do Passinho do Volante. **Revista Ecopós**. v. 17, n. 3, 2014.

QUÉRÉ, Louis. Entre facto e sentido: a dualidade do acontecimento. **Trajectos – Revista de Comunicação, Cultura e Educação**. Lisboa, nº 6, 2005, p. 59-76.

_____. L'individualisation des événements dans de la cadre de l'expérience publique. In: BOURDON, P. *et al* (Org.). **Processus du sens**. Paris, L'Harmattan, 2000, p. 1-23.

RECUERO, Raquel. **A conversação em rede**. Comunicação mediada pelo computador e redes sociais na internet. 2ª ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RIBEIRO, Djamila. **O que é lugar de fala?**. Belo Horizonte: Letramento, 2017.

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

SANTOS SILVA, Melina Aparecida dos. Filhos desta luta: posicionando a produção do rock e do metal angolano no cenário global-local. **Logos**, v. 25, n. 01, 2018. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/29501>. Acesso em: 10 out. 2020.

SIMÕES, Paula Guimarães. O poder de afetação das celebridades. In: FRANÇA, Vera; FREIRE FILHO, J. B. M; LANA, L. C. C; SIMÕES, P. G. **Celebridades no século XXI: transformações no estatuto da fama**. 1. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

SOARES, Thiago. Abordagens Teóricas para Estudos Sobre Cultura Pop. **Logos**, v.2, n. 24, 2014. Disponível em: <http://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/logos/article/view/14155>.

_____. Percursos para estudos sobre música pop. In: SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, R.; FERRAZ (ORGs). **Cultura Pop**. Salvador: EDUFBA ; Brasília: Compós, 2015.

_____. **Videoclipe: o elogio da desarmonia**. João Pessoa: Marca de Fantasia, 2012.

WHEELER, Mark. **Celebrity Politics**, Polity Press: Cambridge and Malden, MA, 2013.

Recebido em 06 de fevereiro de 2021.

Aprovado em 26 de abril de 2021.