

## MODA, CULTURA E IDENTIDADE NACIONAL: NOTAS SOBRE AS TRAJETÓRIAS DE ANITTA E CARMEN MIRANDA

Ana Beatriz Fernandes Lima Silva\*

Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Artes, Cultura e Linguagens, na  
Universidade Federal de Juiz de Fora

beatrizflimas@gmail.com

### INTRODUÇÃO

O presente texto pretende demonstrar e debater alguns dos processos e discursos formulados a respeito do Brasil e de sua formação identitária, bem como a apropriação dessas questões pela moda e pela cultura de massas. As teorias raciais – e racistas – que fundamentam a sociedade brasileira influenciam diretamente na construção dos discursos, estereótipos e no ideal de nação. A partir disso, é possível problematizar para quem a cultura se destina, quem ela representa e quais são os reais interesses daqueles que tem poder sobre ela.

A metodologia utilizada para a construção argumentativa baseia-se na análise de obras relacionadas à sociologia, história brasileira e à moda, bem como a apuração de material audiovisual no caso dos videoclipes e performances das cantoras disponíveis no site *Youtube*.

As partes se organizam de forma cronológica, contendo em primeiro lugar alguns apontamentos sobre a trajetória de Carmen Miranda a fim de estabelecer precedentes para a argumentação das práticas que se desenvolveram durante o século XX e possuem reverberações no século XXI.

Em seguida, de modo ensaístico, dedicou-se um espaço para relatar alguns casos significativos do lugar ocupado por Anitta enquanto produto cultural contemporâneo, com visibilidade considerável no âmbito internacional, e com referências e ligações estabelecidas com as áreas de estudo citadas anteriormente. Por fim, apresentam-se as conclusões e desafios na abordagem pretendida.

### **Made in Brazil**

O início do século XX no Brasil foi marcado pelo desenvolvimento de uma variedade de estudos sobre raça e identidade nacional, que serviram de base ideológica

para o desenvolvimento de um projeto de nação que tinha a pretensão de valorizar as conquistas dos indivíduos euro-descendentes em oposição aos negros e indígenas no que tange à construção do país.

O projeto político-pedagógico de valorização nacional implantado por Getúlio Vargas durante o Estado Novo, entre as décadas de 1930 e 1940, teve grande influência sobre a produção artística e cultural. O rádio, popular meio de comunicação do período, foi utilizado pelo governo de Vargas para promover seus interesses ao passo que também sofreu restrições quanto ao conteúdo que poderia ser veiculado em seus programas.

O samba, enquanto manifestação popular de origem negra não era bem visto pelos apoiadores do governo. Entretanto, segundo Silva (2017, p. 15) o desejo de externar “um projeto nacional exitoso do qual o negro fazia parte, mas não era pensado como protagonista pode ter sido uma das justificativas para o fato de Carmen representar a mulher brasileira ideal”.

A escolha de Carmen Miranda enquanto símbolo nacional em detrimento das negras baianas às quais sua indumentária fazia referência explícita que, mesmo após cerca de 40 anos da abolição total da escravidão no Brasil, promulgada em 1888, essas mulheres ainda estavam, em grande parte, relegadas aos espaços de subalternidade, e que as mulheres brancas seriam representantes mais apropriadas do ideal de nação brasileira.

Figura 1: Carmen Miranda, seus brilhos, trejeitos e balangandãs.



Fonte: [https://brasil.elpais.com/brasil/2017/02/09/cultura/1486597787\\_904229.html](https://brasil.elpais.com/brasil/2017/02/09/cultura/1486597787_904229.html). Acesso em: 06/08/2018.

De acordo com Garcia (2004), a atriz tinha, em razão de seu envolvimento com a cultura popular, sua imagem regularmente associada à malandragem,

qualidade de indivíduos que a autora define a partir de uma canção de Ari Barroso, enquanto sujeitos carismáticos, que possuem a agilidade de movimentos próprios do samba, e que não tem nenhuma ocupação formal. Apesar de ser enquadrada em tal definição, Carmen representa o ideal proposto pela política de Vargas e sendo notável sua influência junto às camadas populares há o interesse em associá-la ao trabalho, como fica explícito nesta passagem:

“Esta ressemantização da canção e o enquadramento do perfil de seus intérpretes à ideologia do trabalhismo, revela o quanto o Estado reconhecia a mediação exercida pelos meios de comunicação na constituição das representações do nacional.” (GARCIA, 2004, p. 59)

Sobre isso ainda vale pontuar que as camadas superiores da sociedade brasileira da época repudiavam seu papel enquanto artista “representativa” e o episódio em que foi vaiada em solo nacional durante uma apresentação e após longos anos vivendo nos Estados Unidos são indicativas do contexto ambíguo no qual Carmen estava inserida.

Diversos estudos, aos quais não nos cabe abordar em profundidade aqui, se dedicam à investigação das reverberações da produção artística de Carmen Miranda tanto no nível da cultura, como na moda, música, etc.. Dito isso, abrimos uma ressalva para àqueles que a situam enquanto símbolo de modernidade e principalmente de latinidade. Sobre o assunto, Macedo (2014) conclui que o cinema hollywoodiano, deu à Carmen o palco perfeito para a construção e consolidação de significados e ideias, ao passo que reforçou o imaginário estrangeiro sobre o que era o Brasil e a América Latina, visto que, por vezes seus personagens tinham nomes de origem hispânica, as músicas cantadas por ela não eram em português, e as histórias tinham como cenário outros lugares da América Latina, que não o Brasil. Para a autora

“[...] na “baiana” de Carmen Miranda, vários elementos foram agregados até que se constituísse um hibridismo cultural dos países tropicais, um discurso simbólico que se manifesta tanto pelas imagens, como pelos diálogos e pelas músicas, caracterizado pela sensualidade, cor, excesso, exuberância e malandragem selecionados a partir do olhar estrangeiro (o qual perdura no imaginário coletivo visual ainda hoje).” (MACEDO, 2014, p.148)

A moda – entendida não apenas ao que tange às roupas, mas a toda pluralidade de elementos que remetem ao vestir - e as imagens criadas a partir dela podem constituir-se enquanto plataformas de expressão dos indivíduos. É através dela também que se torna possível criar e reforçar os discursos por vezes imaginados sobre a brasilidade.

A história da Moda Brasileira como conhecemos hoje tem sua origem registrada por volta das décadas de 50 e 60 quando começam a surgir iniciativas para estimular a criação nacional a partir do desenvolvimento da indústria têxtil do país. Leitão (2007) observa que, a despeito disso ainda havia uma tendência de valorização dos produtos estrangeiros tanto de origem europeia, como no caso dos produtos da alta-costura de francesa, quanto de origem norte-americana, com influência do sucesso do cinema de Hollywood.

Não apenas no caso brasileiro, mas no contexto mundial a moda começa a migrar sua força vital da alta-costura para o prêt-à-porter. É nesse momento de mudança do sistema que o étnico, o folclore e o exótico começam a ganhar força enquanto assuntos da moda.

A presença de temas nacionais tanto nos tecidos quanto no discurso sobre a moda nacional ganha destaque principalmente através da atuação da Rhodia Têxtil e de Livio Rangan:

“Aproveitando a onda nacionalista da década de 70, a equipe dos shows da Rhodia produz coleções com motivos clara e explicitamente brasileiros: a adoração ao tropical, as tradições locais, os traços psicológicos e fisionômicos da população, a música. Os temas das coleções eram sempre inspirados na beleza do país, na natureza exótica, nas mulheres e na sensualidade, no futebol, assim como nas festas e tradições populares.” (LEITÃO, 2007, p.107)

Posteriormente, ainda segundo a pesquisa de Leitão (2007), a moda brasileira que tinha seu trunfo nas referências nacionais, atravessou um momento de crise onde “buscava-se uma internacionalização e modernização pela via da anulação do nacional e da neutralização do que pudesse ser específico do país” (p.119). Para Miquetti (2012) esses momentos de valorização e desvalorização dos temas nacionais tem ligação direta com a situação econômica à qual os criadores e o mercado da moda estão sujeitos.

### **“Disseram que eu voltei americanizada?!”**

Analisaremos a partir de agora algumas questões que se mostram pertinentes, tendo como base algumas performances recentes da cantora *pop* Anitta.

Larissa de Macedo Machado, nascida em 30 de março de 1993 e conhecida pelo nome artístico “Anitta”, é uma cantora, compositora, apresentadora e empresária brasileira. Natural de Honório Gurgel, bairro localizado no subúrbio carioca, a jovem iniciou sua carreira como intérprete de *funk*. Sua trajetória narrada em artigo

publicado recentemente, de autoria de Raphael Ribeiro da Silva (2017), é marcada pela dedicação e tino administrativo utilizado na estruturação de uma carreira internacional duradoura e significativa.

Seguindo a lógica de Miquetti (2012) sobre os produtos da moda, podemos pensar em Anitta enquanto um produto cultural que está sujeito aos discursos sobre o que é ser brasileiro. Para ser valorizada pelo mercado nacional é necessário que esteja imbuída de um sentido global, mesclando em sua produção artística aspectos que façam alusão às práticas e culturas estrangeiras, e por outro lado, para ter valor no mercado mundial, deve manter e ressaltar suas características nacionais, principalmente no que tange à diversidade e exotividade “tipicamente” brasileiras.

De fato, essa é uma postura adotada pela cantora enquanto representante do Brasil no exterior. Anitta ao mesmo tempo em que interpreta canções com inspiração no *funk*, e em outros ritmos populares brasileiros como o samba e o sertanejo, tem também lançado mão de sua faceta global, cantando músicas em outros idiomas e escolhendo para seus vídeos cenários que representem de maneira explícita essa característica de cidadã do mundo mesclando o local e o global de maneira sofisticada e perspicaz.

O título deste tópico, também não foi escolhido ao acaso, além de fazer referência a uma canção interpretada por Carmen Miranda e que expõe as situações às quais foi exposta enquanto símbolo do Brasil no exterior e figura vista de maneira controversa pelas classes altas de sua época, alude também a frase que abriu o show da cantora carioca em sua apresentação histórica no Rock in Rio Lisboa em 2018. Ao rememorar e se apropriar de algumas questões levantadas por Carmen Miranda como a valorização da música popular e o uso de estereótipos comumente associados ao Brasil pelos estrangeiros como as frutas, a baiana estilizada, os produtos “tipo-exportação” e o ambiente tropical, Anitta reforça ideias sobre a identidade nacional enquanto “outro” do público europeu. Além disso, uma das interpretações possíveis sobre o motivo de questionar o público sobre ter “voltado americanizada” é responder de maneira sutil às críticas que recebe por associar cada vez mais sua carreira a produções e artistas internacionais.

Figura 2: Anitta vestida de Carmen Miranda/baiana estilizada, em sua apresentação no Rock In Rio Lisboa (2018)



Fonte: <https://blitz.sapo.pt/principal/update/2018-06-24-A-malandrice-poderosa-de-Anitta-levantou-muita-poeira-no-Rock-in-Rio-Lisboa>. Acesso em: 06/08/2018.

O clipe da música “Is That For Me”, feito em parceria com o *Dj* sueco Alesso e lançado em outubro de 2017 é um dos mais representativos em relação ao uso do Brasil e da própria cantora, enquanto produtos culturais pensados para o consumo estrangeiro. O cenário, o movimento corporal e principalmente as roupas sugerem a valorização de práticas e “tipos regionais” e são marcadores que explicitam segundo Leitão (2007, p.111) o “potencial de diversidade” do Brasil no mercado internacional.

O uso de estampas de motivos animais, como onças, tigres e zebras evoca a natureza brasileira ao mesmo tempo em que admite a existência de um não lugar ou de um lugar global, vide a ausência de alguns desses animais em nosso país. Leitão argumenta que

Os vínculos entre elementos imagéticos que retratam natureza e o Brasil não são, fazendo um jogo de palavras, “naturais”. Parece ser muito mais um discurso midiático, mais especificamente aquele do jornalismo de moda brasileiro, que (re) estabelecem semelhantes vínculos. (LEITÃO, 2007, p.143).

A produção conta ainda com uma construção bastante rica de sentidos e simbologias ligadas à cultura indígena e às religiões de matriz africana que são colocadas em clara harmonia com figurinos que parecem ter saído dos principais desfiles e revistas de moda. Sobre esta questão é possível adotar posição semelhante a defendida pela autora na ocasião do lançamento de em uma coleção de jóias em ouro

que abordava temáticas semelhantes.

“A presença do índio é comumente evocada pela cultura e pela moda enquanto “outro exótico”, ao passo que sua cultura foi menos assimilada que a dos indivíduos negros, “e se a influência indígena é “roots” e “tradição cultural”, a africana é dita como doadora de “ritmo e alegria” [...] seu aspecto tradição [...] é o de suas influências religiosas.”(LEITÃO, 2007, p.169).

Figura 3: Anitta no clipe “Is That For Me” (2017)



Fonte: <http://noticias.cennoticias.com/7312223?frombaca=1>. Acesso em: 06/08/2018.

Figura 4: Roupas e acessórios usados por Anitta no clipe de “Is That Fot Me” (2017)



Fonte: <http://centralanitta.com/category/is-that-for-me/>. Acesso em: 06/08/2018.

A ideia de identidades fragmentadas de Stuart Hall (2014) supõe que dependendo da circunstância apresentada, os indivíduos podem privilegiar uma ou outra característica identitária como gênero, raça, nacionalidade, etc. No caso de Anitta, um de seus vídeos de maior sucesso acabou por levantar uma série de discussões sobre apropriação cultural e construção de identidades periféricas. A música “Vai Malandra” foi lançada junto com um videoclipe em dezembro de 2017 e trata-se de um *funk* ambientado em uma favela carioca.

Figura 5: Cena do clipe “Vai Malandra” (2017)



Fonte: <https://www.vix.com/pt/entretenimento/553366/anitta-nao-esconde-celulites-em-novo-clipe-e-esta-todo-mundo-aplaudindo-essa-atitude>. Acesso em: 06/08/2018.

A estética da produção brinca com o popular tanto na dança, nas encenações e nos objetos de cena como nos cabelos da cantora que trazem cachos e tranças em abundância, além de suas roupas que refletem aquilo que se pensa que as moradoras de favelas usam. As imagens têm *closes* sucessivos de corpos femininos e masculinos desnudados desde a cena inicial até o momento que retrata o banho de sol na laje. Inclusive, os biquínis de fita isolante usados pelos figurantes e pela cantora para queimar ao sol alcançaram um novo patamar de sucesso. Leitão (2011, p.10) sugere que um dos motivos da importância dada às marcas de biquíni após a exposição ao sol está ligada à eroticidade. Não seria de certa forma proposital situar esse estereótipo de sensualidade do brasileiro às práticas populares?

Anitta recebeu críticas severas sobre o visual que adotou na narrativa, onde aparece visivelmente mais “morena e por tentar, através do uso de perucas e penteados se mimetizar enquanto mulher negra, coisa que, de certo modo está presente no

imaginário nacional sobre o que é ser periférico.

Em outros muitos clipes é possível ainda observar como a utilização de ideias ligadas mais especificamente aos tipos regionais é recorrente na carreira da cantora. Algumas das identidades das quais ela se apropria em suas performances nem se quer são brasileiras, podendo em razão da narrativa se firmar enquanto locais ou globais, como nos clipes de música sertaneja em que tende aos tipos nordestinos, ou canções em espanhol quando interpreta com riqueza de detalhes uma mulher latina.

## **CONCLUSÃO**

Através da exposição de fatos referentes à história brasileira e de exemplos da cultura local buscou-se produzir argumentos necessários para justificar a relação encontrada entre duas cantoras que, salvo especificidades temporais, foram consideradas representantes adequadas da identidade brasileira.

Apesar de localizarmos Anitta e Carmen Miranda enquanto produtos culturais que sofrem ação das mentalidades do período que existem, reforçam práticas sociais, utilizam-se do imaginário popular para a construção de suas personagens, é possível pensa-las ainda enquanto produtos mercadológicos, construídos a partir de desejos pessoais e que utilizaram o “nacional/tropical construído” para promover suas carreiras. Tal artigo, ainda em fase inicial, não é capaz de concluir esse fato, mas pretende levar a cabo essa reflexão posteriormente.

Ainda, no que tange à moda, a representação das personagens através das roupas pode ser indicativa de classes específicas e restritas, bem como uma pretensa caricatura daquilo que se espera do brasileiro, enquanto colorido, divertido, brilhante, nu (ou pouco vestido), criativo e principalmente um “pobre feliz”.

A abordagem de tal assunto mostrou-se demasiadamente complexa e resultado de inúmeros fenômenos, entretanto, como constatado em pesquisa prévia, é um campo ainda não trabalhado e com potencial para abarcar diversas áreas do conhecimento e pautas como, a questão racial e a visualidade enquanto ferramenta de investigação da cultura e da sociedade.

As referências bibliográficas utilizadas mostraram-se suficientes sendo necessário apenas um exame mais atento sobre os limites de ação de cada autor de modo a responder mais diretamente as questões propostas.

Sobre os casos apresentados, uma sugestão para futuras abordagens é pensar

as carreiras das artistas apresentadas traçando um paralelo entre a situação social do Brasil em 1930 e 1940, quando Carmen atinge o estrelato, e a sociedade brasileira contemporânea no caso de Anitta. Como o Brasil é visto no exterior e por que interessa para as carreiras dessas artistas colaborar com os estereótipos e identidades nacionais?

**\*O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001**

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BISPO, Raphael. **Vivendo do rebolado: feminilidades, corpos e erotismos no show business televisivo**. 2015. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-93132015000200237](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132015000200237)>. Acesso em: 15/05/2018.

COSTA, Tatiane. **O show das poderosas: Anitta e a performance do sucesso feminino**. VI Congresso de Estudantes de Pós-graduação em Comunicação – UERJ | UFF | UFRJ | PUC-RIO | Fiocruz Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro. 23 a 25 de outubro de 2013.

GARCIA, Tânia da Costa. **O “it verde e amarelo” de Carmen Miranda (1930-1946)**. São Paulo: Annablume Editora, 2004.

GIACOMINI, Sonia Maria. **Mulatas profissionais: raça, gênero e ocupação**. 2006. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-026X2006000100006&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-026X2006000100006&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 15/05/2018.

HALL, Stuart. **Identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Lamparina, 2014.

LEITÃO, DÉBORA K. **Anatomia cultural da moda brasileira: apontamentos sobre corpo, nudez e erotismo**. Vivencia (UFRN) 1 (2011): 59-72. Disponível em: <[http://www.cchla.ufrn.br/vivencia/sumarios/37/PDF%20para%20INTERNET\\_37/04\\_D%C3%A9bora%20Krischke%20Leit%C3%A3o.pdf](http://www.cchla.ufrn.br/vivencia/sumarios/37/PDF%20para%20INTERNET_37/04_D%C3%A9bora%20Krischke%20Leit%C3%A3o.pdf)>. Acesso em: 15/05/2018.

\_\_\_\_\_. **Brasil à moda da casa: Imagens da Nação na Moda Brasileira Contemporânea**. Tese de doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Filosofia e Ciências Humanas. Pós-graduação em Antropologia Social. Porto Alegre, 2007.

LOPES, Valnia Crês; STEINKE, Rosana. **“Entre a loira e a morena”: Carmen**

**Miranda, indumentária e identidade cultural.** 2009. Disponível em:

<<http://www.pph.uem.br/cih/anais/trabalhos/717.pdf>>. Acesso em: 17/05/2018.

MACEDO, Kárita Bernardo de. **Carmen Miranda, uma expressão da modernidade.** Revista Brasileira de História da Mídia, v. 3, n. 1 (2014). Disponível em: <<http://www.ojs.ufpi.br/index.php/rbhm/article/view/3983/2335>>. Acesso em: 16/05/2018.

MIQUETTI, Miqueli. **Os usos da diversidade cultural no mercado mundial de moda: a dinâmica das identidades nacionais na globalização.** In: Latitude, v.3, n.1 (2012). Disponível em:<[http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/643/pdf\\_49](http://www.seer.ufal.br/index.php/latitude/article/view/643/pdf_49)>. Acesso em: 16/05/2018.

PASSERINI, Luísa. **Mulheres, consumo e cultura de massas. In: História das Mulheres – O século XX.**

SILVA, Ana Beatriz Fernandes Lima. **Visibilidades e Invisibilidades: A mulher negra e a moda na sociedade brasileira.** Trabalho de conclusão de curso. 2017. UFJF.

SILVA, Raphael Ribeiro da. **Pre-pa-ra que agora é hora: estratégias de visibilidade em três performances pop de Anitta.** Revista Anagrama: Revista Científica Interdisciplinar da Graduação. Ano 11 Volume 1. Janeiro- Junho de 2017. USP-São Paulo.

