



Roda de Conversas

REPRESENTAÇÃO DA MULHER BRASILEIRA NO *INSTAGRAM* DA CANTORA ANITTA: UMA ANÁLISE A PARTIR DOS ESTUDOS CULTURAIS EM EDUCAÇÃO

Nicoli Peroza Ramos¹, Bruna Agliardi Verastegui²

¹ Professora da rede estadual em Gravataí/RS, nicoli.peroza@hotmail.com

² Professora da rede municipal de Capão da Canoa/RS, bruna_verastegui@outlook.com

Resumo: O presente estudo objetiva analisar as representações de mulher brasileira a partir das imagens na rede social *Instagram* da cantora Anitta. Na perspectiva dos Estudos Culturais em Educação, buscamos problematizar as representações que circulam pela cultura, nas quais operam pedagogias culturais. A metodologia consiste na articulação entre análise de imagens e análise cultural. Os resultados apontaram que as imagens publicadas mostram modos de ser mulher brasileira, a partir de um conjunto de símbolos e marcadores culturais.

Palavras-chave: Pedagogia Cultural, educação, representação feminina, cultura.

1. Estudos Culturais, *Instagram* e Anitta

A partir da perspectiva dos Estudos Culturais, consideramos a cultura como elemento central na constituição dos sujeitos, bem como, da sociedade em que vivemos. De acordo com Hall (1997, p. 22), “a cultura penetra em cada recanto da vida social contemporânea, fazendo proliferar ambientes secundários, mediando tudo”; sendo assim, nada está fora da cultura, uma vez que ela produz, modifica e regula tudo e todos. As imagens que circulam na e pela cultura são capazes de produzir, representar e regular diferentes tipos de sujeitos e modos de ser/estar na sociedade a partir das múltiplas identidades, que estão mediadas pelo consumo. Atualmente, segundo uma reportagem do G1 (2020), “o Instagram é a 5ª rede social mais popular do mundo”, responsável pela publicação de circulação de imagens e vídeos de seus usuários. Em um mundo marcado pela conexão, altera-se também o entendimento sobre a sociedade, uma vez que nos tornamos seres conectados através dos aparelhos tecnológicos, que compõem parte do que somos e desejamos (MISKOLCI, 2017).



Roda de Conversas

De acordo com Rambaldo (2021), Anitta – nome artístico – é uma cantora, compositora, empresária e apresentadora brasileira, de 28 anos, natural do Rio de Janeiro. Em 2013, com o videoclipe da canção “Show das Poderosas” obteve uma grande ascensão em sua carreira. Atualmente, a cantora possui 55,2 milhões de seguidores no *Instagram* e a sua carreira está se expandindo internacionalmente. Através de parcerias com cantores e de músicas lançadas em outros idiomas, como espanhol, inglês e francês, Anitta tem aumentado o seu alcance e visibilidade para o mundo. Ao observar as imagens no *Instagram*, também estamos identificando uma representação, visto que, segundo Hall (1997), a representação atua na produção de significados através do uso de linguagem, signos e imagens. A partir desta perspectiva, o presente estudo objetiva analisar as representações de mulher brasileira nas imagens publicadas na rede social *Instagram* da cantora Anitta.

2. Representações de mulheres na literatura

Diversos são os estudos que discorrem sobre a representação das mulheres ao longo dos anos, tais como: atividades físico-desportivas a partir de 1870 (BOCCARDO, 1998), em revistas impressas (FURLANI, 2009) e em propagandas de uma empresa de turismo entre 1966 e 1985 (LEITE, 2017), entre outros.

Destacamos o estudo de Malta e Silva (2016), o qual analisa a representação das mulheres nos comerciais de cerveja. A pesquisa foca em marcas brasileiras da bebida e separa as categorias de análise no papel da mulher como: coadjuvante, escrava/serviçal, objeto, protagonista, sedutora, segundo plano e em igualdade de condições (com os homens) nas propagandas. As autoras ainda ressaltam a produtividade dos comerciais em perpetuar ideias sexistas e machistas, em que mulheres são objetos simbólicos de apreciação, enquanto o homem assume o papel de dominador e principal consumidor do produto.

Já o artigo *A mulher brasileira na televisão portuguesa*, de Ferin-Cunha (2005), analisa a representação das mulheres em telenovelas brasileiras que são exibidas para os portugueses, em consonância com os jornais televisivos de Portugal. Os resultados apontam para imagens de “meninas, quase todas mestiças, quase todas jovens, quase todas sumariamente vestidas e sem compromissos



Roda de Conversas familiares e sociais visíveis, o que passa a ideia de uma disponibilidade total para o sexo e para o prazer” (FERIN-CUNHA, 2005, p. 550), além da forte relação das mulheres com prostituição.

Na pesquisa *A representação da mulher contemporânea na publicidade: os jovens ditam as novas tendências*, de Gonzales (2018), a mulher é representada como responsável pela felicidade e equilíbrio da família, utilizando cosméticos, e a mulher negra também aparece como sinônimo de beleza. Também podem buscar conhecimento, lazer, embelezar-se, ter liberdade sexual e em igualdade com os homens. Porém, alguns estereótipos e valores machistas continuam sendo associados à figura feminina, quando nas publicidades elas são representadas como objetos sexuais, promovendo a juventude, a beleza feminina e a responsabilidade para/com o cuidado da família.

3. Caminhos investigativos

Em uma perspectiva pós-estruturalista no campo dos Estudos Culturais em Educação, a pesquisa utilizou como método teórico-metodológico a análise cultural e análise de imagem. Para compor o corpus da pesquisa, buscamos no perfil do *Instagram* da cantora Anitta, imagens em torno do lançamento do álbum *Girl From Rio*, o qual foi lançado no início do ano de 2021. Por se tratar de uma grande quantidade de publicações, optamos por selecionar seis imagens que retratam a pré-estreia do disco, bem como a primeira música – que nomeia o álbum.

Com relação à análise cultural, Moraes (2016) destaca a questão da produção e consumo como “forma de apresentar as relações entre a esfera produtiva e suas representações” (MORAES, 2016, p. 34), em outras palavras, é possível identificar, a partir das representações, uma produção sobre a imagem de ser mulher brasileira pelas fotos de Anitta. Ainda sobre análise cultural, a autora destaca a conjuntura, visto que “os padrões que marcam as práticas sociais num específico momento e numa particular formação social e as maneiras como são vividos, experimentados e, por vezes, reinventados pelos sujeitos” (Ibid., p. 08) são diversas e estritamente relacionadas ao tempo-espaço em que ocorrem, pois ser mulher brasileira, hoje, pode não ser representado de modo similar ao século



Roda de Conversas

passado e/ou futuro.

Na análise de imagens, Hall (1997, p. 227) pontua que “em vez de um significado ‘certo’ ou ‘errado’, o que precisamos perguntar é ‘Qual dos diversos significados desta imagem a revista pretende privilegiar?’ ‘Qual o significado preferido?’”, ao se tratar de analisar imagens. Nesse sentido, tentar estabelecer significados “é a tarefa de uma prática representacional, que intervém nos vários significados em potencial de uma imagem numa tentativa de privilegiar algum” (Ibid, p. 227). Dizendo de outro modo, cabe uma análise crítica para ser possível identificar as questões e relações de poder também existentes nas representações.

4. A mulher brasileira

As representações pré-lançamento do álbum, que apresentam ao mundo a mulher brasileira a partir do perfil de Anitta, têm muitas similaridades entre si e, dentre elas, selecionamos duas.

Figura 1- *Girl from Rio*



Fonte: Elaborada pelas autoras (2021).

A primeira similaridade entre as imagens aparece referente à coloração, pois todas estão em preto e branco retratando a questão histórica das fotografias. A imagem de Anitta obteve alteração na coloração, para se aproximar da imagem ao lado, que parece de outro tempo-espço. Ao observar as roupas, corte de cabelo, sapatos e silhuetas das mulheres presentes na foto à esquerda e também pelo automóvel ao fundo, a imagem nos remete ao período de 1960. De acordo com Hall (1997, p. 46) “as fotografias representam primordialmente um ‘olhar’” e, ao publicar esta foto em sua conta do *Instagram*, em vez de qualquer outra, a cantora também



Roda de Conversas está trazendo uma representação do que era e ainda é ser mulher brasileira.

A comparação é clara, já que a imagem de Anitta aparece próxima àquela e a modificação da cor busca evidenciar esta aproximação. Ela também utiliza o traje de banho, mas com um modelo diferente, outro corte de cabelo e adereços. Ambas as imagens trazem a representação da mulher brasileira com o corpo à mostra, trajes que cobrem pouco o corpo, poses sensuais e acessórios que auxiliam no embelezamento da mulher. Para Hall (1997, p. 26) na teoria *intencional*, a representação mostra as intenções do autor ao apresentar um tipo de imagens em detrimento de outro, neste caso, colocando as imagens próximas e na mesma tonalidade e trajes. Ainda na foto de Anitta, as tatuagens e pulseiras remetem ao cuidado com a aparência, aspectos que podem ser observados na imagem das outras mulheres, pelo sapato de salto alto e pelo penteado, e o cuidado com o corpo pode ser ressaltado pela adequação ao padrão de corpo magro.

5. Considerações finais

O presente estudo buscou analisar as representações de mulher brasileira a partir de imagens publicadas na rede social *Instagram* da cantora Anitta. Consideramos a ascensão de sua carreira internacional e o número de seguidores como fatores que ampliam a visibilidade, produção e circulação de sua imagem. A partir da análise da conjuntura, tempo-espço e das imagens podemos considerar que a representação da mulher brasileira pouco se modificou na literatura. Ao realizar a comparação entre as imagens, ambas representam a mulher voltada para a sensualidade, o corpo magro, o cuidado com os cabelos e aparência e o uso de adereços para o embelezamento.

Referências bibliográficas

BOCCARDO, Ludmila Mourão. 1998. **Representação social da mulher brasileira na atividade físico-desportiva: da segregação à democratização**. Tese de Doutorado em Educação Física, Universidade Gama Filho, 1998.

FERIN-CUNHA, Isabel. A mulher brasileira na televisão portuguesa. **Actas do III Sopcrom**, VI Lusocom e II Ibérico v. III, p.535-553. 2005.



Roda de Conversas

FURLANI, Jimena. **Representações da mulher e do feminino na mídia impressa brasileira**: desconstruindo significados na Educação Sexual. Curitiba: SMED, 2009.
GONZALES, L. dos S. A representação da mulher contemporânea na publicidade: os jovens ditam as novas tendências. **Revista Observatório**, v. 4, n. 1, p. 544-568, 2018.

HALL, S. The spectacle of “other”. In: HALL, S. **Representation**: cultural representations and signifying practices. London: Sage/Open University, 1997. p. 225-290.

INSTAGRAM faz 10 anos como uma das maiores redes sociais do mundo e de olho no TikTok, para não envelhecer. **G1**, São Paulo, 06 out. 2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/tecnologia/noticia/2020/10/06/instagram-faz-10-anos-como-uma-das-maiores-redes-sociais-do-mundo-e-de-olho-no-tiktok-para-nao-envelhecer.ghhtml>. Acesso em: 20 jul. 2021.

LEITE, Cléa Aguiar. **A representação da “mulher brasileira” construída pela Embratur entre 1966 e 1985**. 2017. 173 f. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) —Universidade de Brasília, Brasília, 2017.

MALTA, R. B.; SILVA, K. M. R. da. A atual representação da mulher em comerciais de cerveja: relações socioculturais e mercadológicas. **Verso e Reverso**, Unisinos, p.50-57, janeiro-abril, 2016.

MISKOLCI, R. **Desejos digitais**: uma análise sociológica da busca por parceiros online. Belo Horizonte: Autêntica, 2017.

MORAES, A. L. C. A análise cultural: um método de procedimentos em pesquisas. **Revista de Epistemologias da Comunicação**, v. 4, p. 28-36, 2016.

RAMBALDO, Thainá. Quem é Anitta? Saiba tudo sobre a funkeira. **Fashion Bubbles**, São Paulo, 21 mar. 2021. Disponível em: <https://www.fashionbubbles.com/noticias/famosos/biografias/quem-e-anitta-saiba-tudo-sobre-a-funkeira/283044/>. Acesso em: 21 jul. 2021.