

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS - UFAL  
INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS, COMUNICAÇÃO E ARTES - ICHCA  
CURSO DE RELAÇÕES PÚBLICAS**

**PAULO VITOR MIRANDA NUNES**

**COMO CONSTRUIR O BRANDING PESSOAL DE UM ARTISTA POP  
BASEADO NA CARREIRA DA FUNKSTAR ANITTA**

**MACEIÓ, ALAGOAS  
2024**

PAULO VITOR MIRANDA NUNES

**COMO CONSTRUIR O BRANDING PESSOAL DE UM ARTISTA POP  
BASEADO NA CARREIRA DA FUNKSTAR ANITTA**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto de Ciências Humanas, Comunicação e Artes da Universidade Federal de Alagoas, para obtenção do título de Bacharel em Relações Públicas.

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Manoella Maria Pinto  
Moreira das Neves

MACEIÓ, ALAGOAS  
2024

**Catálogo na fonte**  
**Universidade Federal de Alagoas**  
**Biblioteca Central**  
**Divisão de Tratamento Técnico**

**Bibliotecário Responsável: Jorge Raimundo da Silva - CRB - 1528**

- N972c Nunes, Paulo Vitor Miranda.  
Como construir o Branding pessoal de um artista pop baseado na carreira da funkstar Anitta / Paulo Vitor Miranda Nunes, 2024.  
61 f.  
  
Orientadora: Manoella Maria Pinto Moreira das Neves.  
Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso em Relações Públicas) –  
Universidade Federal de Alagoas. Instituto de Ciências Humanas, Comunicação  
e Artes. Maceió, 2024.  
  
Bibliografia: f. 59-61.  
  
1. Branding pessoal. 2. Marca - Artista Pop. 3. Anitta - Carreira.  
I. Título.

CDU: 658.8

PAULO VITOR MIRANDA NUNES

**COMO CONSTRUIR O BRANDING PESSOAL DE UM ARTISTA POP  
BASEADO NA CARREIRA DA FUNKSTAR ANITTA**

Trabalho de Conclusão de Curso  
apresentado ao Instituto de Ciências  
Humanas, Comunicação e Artes, como  
requisito parcial para obtenção do grau de  
Bacharel em Relações Públicas pela  
Universidade Federal de Alagoas.

Data de Aprovação:

**Banca Examinadora:**

---

Profa. Dra. Manoella Maria Pinto Moreira das Neves  
(Orientadora)

---

Profª Drª Janaina Alves Pereira Alves dos Santos  
(1ª examinadora)

---

Jornalista, Especialista Adolfo Henrique de Almeida Moraes  
(2º Examinador)

## **AGRADECIMENTOS/DEDICATÓRIA**

Durante esses anos de graduação, eu sempre dizia que, no final, eu iria fazer como Anitta fez no Rock in Rio: agradecer a mim mesmo por não desistir, porque se eu fosse contar tudo o que passei, muitos não acreditariam – às vezes, nem eu acredito. Mas hoje, quero agradecer não apenas ao Paulo, mas também a todos que acreditaram em mim e me ajudaram a chegar até aqui.

Agradeço a minha grande amiga, Larissa, por ter me incentivado a fazer o Enem daquele ano, aos meus irmãos, tias e tio, que me apoiaram, sem ter a obrigação, e da maneira que podiam, emocionalmente e financeiramente. À minha amiga Manu, que me hospedou e me acolheu nos primeiros dias de chegada, mesmo sendo um estranho. Aos colegas e amigos do COS, que se tornaram minha família durante os anos longe de casa. Aos meus professores, especialmente à minha orientadora Manoella Neves, que me ensinou para além das Relações Públicas, e sempre de alguma maneira conseguiu encontrar conexões entre meus tópicos POP e as matérias e à minha querida Maceió, que me abraçou e me proporcionou momentos inesquecíveis.

Também deixo aqui um agradecimento profundo à minha companheira de vida, Karol Gomes. Na vida, esbarramos em muitas pessoas, mas algumas, como Karol, são verdadeiros encontros. Ela é o maior presente que a UFAL poderia me dar, minha grande amiga que esteve comigo em todos os momentos, tanto nas dificuldades quanto nas alegrias da graduação. O que seria de mim sem você!

Esse trabalho é dedicado a todos os sonhadores. Quero dizer que desde que comecei essa jornada, não perdi, porque cada desafio foi uma oportunidade de crescimento. As pessoas podem te ver vencendo e até dizer que sempre souberam que você tinha cara de vencedor, mas só quem caminha conhece os desafios.

E falando em desafios, eu vejo claramente nesse trabalho a conclusão de mais um sonho, que muitos desacreditaram. Vejo a chegada de mais uma escalada ao pico uma montanha de desafios. No final, o importante não foi o quão rápido eu cheguei aqui ou o que está me esperando do outro lado. O verdadeiro valor está na escalada. É tudo sobre o processo, sobre a jornada. Então, tenha fé na vida, tenha fé em você!

Para quem tem um sonho que parece impossível, saiba que acreditar e se esforçar diariamente fazem a diferença, nunca deixe de acreditar em si mesmo. O universo conspira a favor de quem não desiste.

## RESUMO

Tal estudo procura investigar a construção de marca pessoal para artistas pop, utilizando a trajetória de Anitta como estudo de caso. A pesquisa analisa como a cantora transformou sua carreira em uma marca global multifacetada, por meio de estratégias de marketing inovadoras, forte presença nas redes sociais e constante reinvenção. O trabalho se fundamenta nas definições de marca e branding de Aaker (1996), explorando conceitos como identidade visual, storytelling e engajamento do público. Também aborda o papel da cultura pop na construção de identidades sociais, com base em Sá, Carreiro e Ferraraz (2015), e as conexões entre rituais midiáticos e o consumo, conforme McCracken (2023). Metodologicamente, a pesquisa segue as orientações de Marconi e Lakatos (2003), utilizando as pesquisas de observação, sistemática e documentais para compreender as estratégias de comunicação e posicionamento de Anitta. O estudo destaca a relevância de um branding autêntico e estratégico para artistas que desejam se consolidar no mercado global. Como conclusão, enfatiza que o sucesso na carreira musical contemporânea depende não apenas do talento artístico, mas também de uma gestão de marca eficaz e bem planejada.

**PALAVRAS-CHAVE:** Branding pessoal, Marca, Artista Pop, Anitta, Carreira

## **ABSTRACT**

This study seeks to investigate the construction of personal branding for pop artists, using Anitta's career as a case study. The research analyzes how the singer transformed her career into a multifaceted global brand through innovative marketing strategies, a strong social media presence, and constant reinvention. The work is grounded in Aaker's (1996) definitions of brand and branding, exploring concepts such as visual identity, storytelling, and audience engagement. It also examines the role of pop culture in shaping social identities, based on Pereira de Sá, Carreiro, and Ferraraz (2015), and the connections between media rituals and consumption, as discussed by McCracken (2023). Methodologically, the research follows the guidelines of Marconi and Lakatos (2003), employing observational, systematic, and documental studies to understand Anitta's communication and positioning strategies. The study highlights the importance of authentic and strategic branding for artists aiming to establish themselves in the global market. In conclusion, it emphasizes that success in a contemporary musical career depends not only on artistic talent but also on effective and well-planned brand management.

**KEYWORDS:** Personal Brand, Branding, Pop Artist, Anitta, Carrer

## SUMÁRIO

|                                                                                                                        |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1- INTRODUÇÃO .....</b>                                                                                             | <b>8</b>  |
| <b>2- SOBRE MARCA E BRANDING .....</b>                                                                                 | <b>10</b> |
| 2.1 Da marca .....                                                                                                     | 10        |
| 2.2 Branding e representações da marca .....                                                                           | 11        |
| 2.3 Personal Branding .....                                                                                            | 12        |
| <b>3 CONSIDERAÇÕES SOBRE CULTURA POP, MARKETING E MÚSICA.....</b>                                                      | <b>14</b> |
| 3.1 A sinfonia entre marketing, marca e música .....                                                                   | 16        |
| 3.2 Conexões além do consumo: os rituais midiáticos na devoção às divas pop.....                                       | 26        |
| <b>4- DE LARISSA A ANITTA .....</b>                                                                                    | <b>28</b> |
| 4.1 Promessa cumprida: “Um dia vou fazer o funk carioca ser respeitado” .....                                          | 43        |
| 4.2 Anitta além da música .....                                                                                        | 46        |
| <b>5- COMO DESENVOLVER O BRANDING DE UM ARTISTA POP.....</b>                                                           | <b>48</b> |
| Diagnóstico .....                                                                                                      | 48        |
| Estratégia .....                                                                                                       | 49        |
| Identidade e personalidade .....                                                                                       | 49        |
| Storytelling na narrativa do artista .....                                                                             | 51        |
| Redes sociais .....                                                                                                    | 52        |
| Conteúdo .....                                                                                                         | 52        |
| Periodicidade e relevância midiática Periodicidade e relevância midiática (fale bem ou fale mal, mas falem de mim..... | 53        |
| Cultivar seus públicos .....                                                                                           | 54        |
| Campanhas para engajamento .....                                                                                       | 55        |
| Visibilidade .....                                                                                                     | 56        |
| Versatilidade .....                                                                                                    | 57        |
| <b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>                                                                                      | <b>58</b> |
| <b>REFERÊNCIAS .....</b>                                                                                               | <b>60</b> |

## 1- INTRODUÇÃO

Com o avanço da sociedade e os efeitos da globalização, as interações entre marca pessoal, público-alvo, publicidade e a indústria musical passaram por significativas mudanças. Em um mercado cada vez mais competitivo e interconectado, construir uma marca pessoal sólida tornou-se indispensável para artistas que buscam se destacar. Diante desse cenário, este estudo tem como objetivo apresentar um plano estratégico voltado à criação de uma marca pessoal no universo musical, tendo como inspiração a trajetória da cantora Anitta, um exemplo bem-sucedido de como se pode reunir arte, marketing e identidade própria.

Durante sua vida profissional, a cantora ultrapassou os limites convencionais da música, estabelecendo-se como uma marca global e multifacetada. Sua habilidade em seguir tendências globais, unida a estratégias de marketing criativas, uso estratégico das redes sociais e um carisma inconfundível, garantiu a ela um papel de destaque tanto na indústria musical quanto publicitária. Como explicitado ao decorrer do texto, Anitta não apenas alcançou reconhecimento internacional, mas também consolidou uma base fiel de fãs, ampliando sua atuação por meio de campanhas publicitárias de renome e parcerias estratégicas.

Este estudo adota metodologias que incluem pesquisa bibliográfica, documental e de observação sistemática, com base nas definições de Marconi e Lakatos (2003). A pesquisa bibliográfica consiste no estudo de materiais já publicados, como livros, artigos, monografias e fontes digitais, com o objetivo de proporcionar uma base teórica abrangente e fundamentar o trabalho. Segundo os autores, ela permite ao pesquisador examinar um tema sob novos enfoques e chegar a conclusões inovadoras, sendo essencial para a análise do desenvolvimento das estratégias de marketing e branding no mercado musical.

A pesquisa documental, conforme Marconi e Lakatos (2003), utiliza fontes primárias como documentos oficiais, relatórios, registros e materiais audiovisuais, que fornecem dados diretamente ligados ao objeto de estudo. Essa abordagem possibilita uma análise mais detalhada e específica, essencial para compreender as estratégias utilizadas por Anitta em sua trajetória. Já a observação sistemática, descrita pelos mesmos autores, é caracterizada por uma coleta de informações estruturada e planejada, realizada de forma não participante. Esse método permite acompanhar

padrões de comportamento e estratégias comunicacionais, oferecendo insights importantes para a análise do impacto de uma marca pessoal no público.

Ao integrar esses métodos, este estudo analisa como a construção de uma marca pessoal eficaz vai além do talento artístico, abrangendo aspectos como branding, storytelling, gestão de imagem e conexão com o público. A trajetória de Anitta será utilizada como estudo de caso para explorar os desafios e as oportunidades da criação de marcas no universo da música pop, destacando as transições estratégicas de sua carreira e sua habilidade em alinhar valores pessoais às demandas do mercado e do público.

Este trabalho está organizado em seções que abordam, de forma detalhada, o processo de construção e gestão de uma marca pessoal no universo musical. Inicialmente, são apresentados os conceitos teóricos de marca e branding, seguidos por uma análise das interações entre cultura pop e música. Em seguida, o estudo de caso da artista Anitta detalha as principais estratégias que contribuíram para seu sucesso como marca global. Por fim, são oferecidos direcionamentos práticos para a aplicação das estratégias discutidas, com o objetivo de ampliar a influência de artistas no mercado.

Ao abordar esses aspectos, este trabalho pretende não apenas analisar as transformações na relação entre a música e o mercado, mas também contribuir com insights relevantes para a construção de marcas pessoais que sejam inovadoras, autênticas e alinhadas às demandas do público contemporâneo.

## 2- SOBRE MARCA E BRANDING

### 2.1 - Da marca

O conceito de marca é fundamental para qualquer empresa ou organização, representando sua identidade distintiva no mercado. Vai muito além de um simples logotipo ou nome, abrangendo a reputação, os valores e a percepção que os clientes têm da empresa. Uma marca forte cria conexões emocionais com seu público-alvo, gerando confiança e lealdade. Ela é a promessa que a empresa faz aos seus clientes, garantindo consistência na qualidade e na experiência oferecida. Investir no desenvolvimento e na gestão da marca é essencial para se destacar em um mercado competitivo e construir relações duradouras com os consumidores.

Segundo a *American Marketing Association* diz que marca

“[...] é um nome, um termo, um sinal, ou um desenho, ou uma combinação destes elementos, com vista a identificar os produtos e serviços de um vendedor, ou de um grupo de vendedores, e a diferenciá-los dos concorrentes.” [ama.org].

No entanto, para construir uma marca e sua diferenciação, não basta contratar um designer para a sua empresa e transformar o nome dela em algo visual de identificação. Não se deve ignorar os demais elementos que envolvem o seu negócio e que estarão em contato com os consumidores da marca, envolvendo detalhes que começam desde o momento em que o cliente entra em contato com a empresa, produtos ou serviços até a efetivação do consumo, de modo que o relacionamento estabelecido seja mantido.

Por isso, o discurso tem que corresponder com a qualidade esperada e com a realidade do seu negócio, já que o valor percebido pelo consumidor de uma marca está intimamente relacionado a sua decisão de compra. A marca influencia a percepção dos atributos físicos e funcionais do produto ou do serviço, além de funcionar como um indicador de procedência e qualidade, ela confere ao produto uma personalidade e um conjunto de valores e identifica e diferencia dos concorrentes no ponto de venda. (MARTINS, 2006).

Sendo assim, considera-se por marca a combinação de propriedades tangíveis e intangíveis relacionadas à natureza do negócio que criam influência e geram valores. A marca registrada confere ao seu proprietário o direito exclusivo de utilização em seu campo de atividade. Paralelamente, a percepção da marca pelo consumidor pode aumentar o valor dos produtos ou serviços oferecidos.

## **2.2 Branding e representações da marca**

O processo de branding consiste em uma série de ações voltadas para a administração das marcas, organizando e estruturando sua gestão. Ao atribuir valor à marca por meio de estratégia, conteúdo, experiência e comunicação, o branding transcende suas funções administrativas e jurídicas, tornando-se parte integrante da cultura e influenciando a vida das pessoas. O branding desempenha um papel fundamental na construção de uma percepção positiva por parte do público em relação à empresa. Ele engloba a identidade da marca, que deve estar alinhada em todos os pontos de contato, e deve estar conectada aos interesses e necessidades do público-alvo.

Uma gestão de branding eficaz gera reputação e reconhecimento, contribuindo para melhorar os resultados do negócio e reduzir investimentos em publicidade e propaganda. Além disso, não se limita apenas ao design, nome ou slogan, mas também abrange questões éticas e de responsabilidade social e ambiental. Portanto, o branding está relacionado à credibilidade que os consumidores atribuem à marca com base em seus produtos e serviços, na entrega dentro dos prazos anunciados, na reputação e na capacidade da marca de cumprir suas promessas. Quando o branding de uma marca perde o foco de suas características, valores, propósitos e forças, ela perde espaço na mente dos consumidores desta forma a gestão de marca é uma das principais estratégias de marketing e comunicação utilizadas atualmente, tanto por empresas quanto por pessoas e figuras públicas em geral. No contexto da indústria fonográfica, artistas que alcançam o topo das paradas e têm presença marcante costumam contar com equipes de gestão de imagem robustas, essas equipes trabalham para colocar a marca no centro de todas as decisões da organização, garantindo que as ações relacionadas à marca sejam cuidadosamente planejadas e executadas, impactando diretamente a percepção que o consumidor tem da marca.

O branding também envolve a criação de uma identidade visual que representa a empresa ou pessoa, além de englobar todos os aspectos da interação do consumidor com a marca, desde o contato inicial até a experiência pós-compra. Uma marca forte resulta em fatores de decisão de compra e consumo, refletindo o valor que ela representa para os consumidores. No caso dos artistas musicais, sua imagem também pode ser considerada uma marca, tornando essencial para alinhar os valores e a imagem dos artistas com marcas de outras empresas, garantindo que

eles sejam percebidos de forma autêntica e coerente pelo público. O posicionamento da marca é tão importante quanto sua identidade, pois garante sua autenticidade e diferenciação, criando uma boa imagem na mente dos consumidores.

Em resumo, o branding é essencial para garantir que os processos, criação e gerenciamento de marcas estejam integrados e gerem maior valor para os acionistas. Ele não é apenas uma estratégia opcional, mas uma necessidade para as empresas e artistas que desejam se destacar e ter sucesso no mercado.

### **2.3 Personal Branding**

O conceito de *personal branding* engloba uma série de aspectos fundamentais que visam destacar os indivíduos em qualquer contexto, ressaltando a importância de criar uma marca pessoal eficaz para influenciar a percepção das pessoas, contribuindo para a singularidade e notoriedade do indivíduo.

Segundo Arruda (2003), o *personal branding* envolve a habilidade de comunicar o que torna o indivíduo único e especial, enfatizando a diferenciação e o posicionamento no mercado. Rampersad (2008) vai além, destacando que o *personal branding* vai além de simples estratégias de promoção, sendo uma síntese das expectativas e percepções criadas na mente dos outros quando o indivíduo é mencionado.

Goldsmith (2009) argumenta que a marca pessoal é a forma como os outros percebem o indivíduo, influenciando sua compreensão e reputação. Já Kreutz e mas Fernández (2009b) afirmam que o sucesso do personal branding depende da forma como o indivíduo se apresenta publicamente e como isso reflete em sua reputação.

A consistência, autenticidade e visibilidade são destacadas por Slater (2009) como aspectos essenciais na construção da marca pessoal, enquanto Lopes (2010) ressalta a importância de focar nas fortalezas durante esse processo. Aguiar (2011) define o personal branding como a gestão da imagem de um indivíduo, paralelamente ao que é feito com produtos ou marcas.

A construção de uma marca pessoal envolve a comunicação clara e direta das características e habilidades do indivíduo para o público-alvo que deseja atrair (Bender, 2009). Essa diferenciação é baseada no uso das melhores qualidades para estabelecer uma identidade distinta, adaptando as táticas das marcas notáveis ao contexto individual (Bender, 2009).

Para se destacar, é crucial utilizar técnicas de *personal branding*, que incluem autoconhecimento, posicionamento da marca e promoção e gestão da mesma (Cortez, 2014). A criação de uma sequência de perguntas permite analisar quais etapas são mais significativas para agregar valor à marca pessoal no presente e no futuro (Bender, 2009).

Wandersman (2015) descreve sete táticas utilizadas no *personal branding*, que envolvem estar sempre focado no futuro, avaliar ameaças e riscos, buscar oportunidades diferentes, usar plenamente as capacidades da marca, planejar para maximizar resultados com menor esforço, concentrar esforços no momento decisivo e surpreender os concorrentes com avanços estratégicos.

No contexto atual, captar a atenção é essencial em um cenário de abundância de informações e opções (Medeiros et al., 2010). No entanto, muitos profissionais negligenciam o potencial de desenvolvimento de suas marcas pessoais, conforme destaca Rampersad (2008). A autogestão da marca individual pode levar a uma maior satisfação pessoal, pois os objetivos são estabelecidos pelo próprio indivíduo, não dependendo da opinião dos outros.

Schawbel (2010) destaca a importância do autoconhecimento para o desenvolvimento de qualquer estratégia pessoal. Refletir sobre quem somos, nossas aspirações e metas é fundamental para evoluir e enfrentar os desafios do mercado de trabalho em constante mudança.

Assim, implementar uma estratégia de *personal branding* proporciona diversos benefícios, como a identificação de pontos fortes e fracos, destacando-se no mercado de trabalho. A gestão da imagem pessoal é essencial não apenas para profissionais, mas também para celebridades, que dependem de sua reputação e influência para sustentar sua fama e atrair oportunidades de colaboração com marcas.

### **3- CONSIDERAÇÕES SOBRE CULTURA POP, MARKETING E MÚSICA**

Simone Pereira de Sá, Rodrigo Carreiro e Rogério Ferraraz (2015) descrevem a Cultura Pop como um fenômeno cultural que se enraizou profundamente em nosso cotidiano contemporâneo, tornando-se uma presença constante em nossas vidas. Essa vasta gama de expressões culturais, de alcance global, demanda uma análise aprofundada de sua origem, evolução, classificação e impacto, a fim de compreender plenamente sua influência na configuração atual de nossas práticas sociais e culturais.

O termo "cultura pop" emergiu nos anos 50 em meio a mudanças significativas nos padrões de consumo cultural, descrevendo expressões que não apenas ganharam destaque, mas também se tornaram acessíveis a um público mais amplo. Inicialmente, abarcava áreas como música, cinema, quadrinhos e televisão. Ao longo das décadas, a cultura pop passou por metamorfoses, incorporando uma ampla gama de formas de entretenimento e expressão artística. Essa expansão inclui não apenas os meios de comunicação tradicionais, mas também plataformas modernas como videogames, internet, memes, moda e fenômenos virais. Essa evolução reflete a crescente interconexão global e a rapidez com que as tendências culturais se disseminam na contemporaneidade.

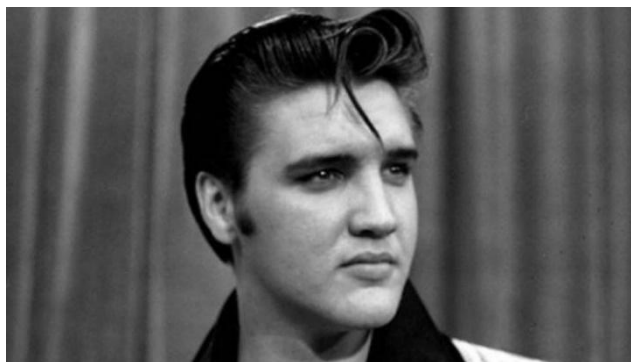
Catalogar a cultura pop é um desafio devido à sua constante mutação, no entanto, critérios como popularidade massiva, influência em tendências culturais, criação de comunidades de fãs e a capacidade de transcender fronteiras culturais podem ser considerados na delimitação desse vasto universo, a diversidade inerente à cultura pop é notável, transcendendo barreiras de formato e meio. Seja através de ícones da música pop, personagens de quadrinhos, séries de TV ou jogos eletrônicos, a cultura pop se revela como uma multiplicidade de expressões que moldam e refletem os valores e dinâmicas sociais contemporâneas. A cultura pop não é estática; é um elemento em constante transformação que reflete e influencia nossa sociedade, seja através de músicas envolventes, filmes inovadores ou memes irresistíveis, a cultura pop se estabeleceu como uma peça fundamental da vida moderna, compreender essa complexidade multifacetada é imperativo para desvendar as tendências e dinâmicas sociais do nosso tempo.

O termo "pop", derivado do inglês "popular", assume amplitude ao ser traduzido para o português, abrangendo não apenas o "popular midiático", mas também a "cultura popular" e folclórica. Essa amplitude cria um desafio conceitual que requer uma abordagem cuidadosa para alinhar conceitos com as teorias estabelecidas na área da Comunicação, a música pop, intimamente ligada ao

*mainstream* e às dinâmicas econômicas capitalistas, desempenha papel crucial na construção de valores nos sistemas musicais. Uma análise aprofundada das performances de artistas e fãs, assim como das territorialidades sônico-musicais, é necessária para compreender o impacto dessa expressão cultural. Ao explorar as sonoridades e imagens, a Cultura Pop oferece compreensão profunda dos modos de vida, existência e habitação no mundo contemporâneo, criando formas de fruição e consumo, ela estabelece um sentido globalizante, onde os consumidores são mais ativos intérpretes e atribuem significados em diversos contextos.

Apesar da influência do capitalismo nas indústrias culturais, é imperativo superar análises simplistas das relações entre capital e cultura, os produtos culturais, embora moldados pelo capital, ainda incorporam elementos de criatividade e inovação, a relação entre marcas e produtos culturais deve ser compreendida abrangentemente, reconhecendo a capacidade das organizações de se aproximar da cultura, gerando produtos e processos inovadores. A música pop, desde sua origem, busca incorporar diversas expressões, visando uma apreciação universal. Caracterizada por sua natureza eclética, estrutura de versos, pontes e refrões, a música pop transcende as barreiras linguísticas e culturais, tornando-se um fenômeno global que contribui para a formação de identidades individuais e coletivas.

Imagem 1: Elvis Presley



---

Fonte: Rollingstone<sup>1</sup>

Ao passar das décadas, conseguimos ver as peculiaridades e características do pop, em na década de 1950, com influências do blues, country e rock, artistas como Bing Crosby, Frank Sinatra, Dean Martin e Elvis Presley (conforme ilustrado na imagem 1), deram início ao surgimento do pop.

---

<sup>1</sup>ROLLING STONE. Quem é o cantor desconhecido que inspirou Elvis Presley em1954. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/noticia/quem-e-o-cantor-desconhecido-que-inspirou-elvis-presley-em-1954/> Acesso em: 04 de novembro de 2024.

### 3.1 A sinfonia entre marketing, marca e música

O marketing pode conectar as ideias de arte e marca com o envolvimento emocional do público, de maneira que as marcas adquirem a capacidade de criar experiências memoráveis e cativantes para seu público, a seleção cuidadosa de uma trilha sonora pode amplificar a mensagem da marca, evocar emoções específicas e estabelecer uma identidade sonora única, desde a concepção de jingles comerciais até parcerias estratégicas com artistas de renome, a música exerce uma influência significativa na percepção do público em relação a uma marca. As marcas podem ser em plataformas cruciais para esses novos artistas, lhes dando visibilidade e apoio financeiro para suas carreiras. Esse estilo de parcerias de marca com músicos e bandas representa uma boa maneira de alcançar novos públicos e fortalecer a identidade da marca por meio da associação com o estilo e os valores dos artistas.

Ademais, o marketing musical desempenha um papel fundamental na promoção de eventos, festivais e lançamentos de álbuns. Por meio de estratégias inovadoras de marketing, as marcas podem criar experiências imersivas que envolvem os fãs e geram entusiasmo em torno da música, assim, a intersecção entre marketing, marca e música oferece uma oportunidade emocionante para estabelecer conexões autênticas e duradouras com o público, alimentadas pela paixão e pela criatividade.

Os artistas são reconhecidos como agentes sociais da arte, cujas imagens e marcas muitas vezes ganham destaque tanto quanto suas obras artísticas. Para compreender a produção de um artista, os teóricos recorrem à sua trajetória pessoal e ao contexto em que está inserido, permitindo ao público consumidor compreender sua obra. A análise histórica já indicava que artistas eram percebidos como "marcas", cujas reputações e status social influenciavam os valores de suas obras. No campo do marketing, uma marca refere-se a elementos como nome, símbolo ou design, que diferenciam os produtos ou serviços de uma empresa da concorrência a sobrevivência da marca no mercado está relacionada ao conceito de brand equity, que envolve a lealdade, o reconhecimento, as associações percebidas e outros ativos da marca.

Quando aplicados ao contexto dos artistas visuais, os conceitos de *branding* se adaptam ao sistema das artes, considerando elementos como participação em eventos, reconhecimento em coleções e presença em redes sociais. Os artistas,

assim como as marcas tradicionais, buscam se firmar no mercado, serem reconhecidos e valorizados por suas obras, a noção de branding, além de entender as marcas de maneira empresarial, permite analisar a atuação da marca dentro do sistema de arte, onde diversos agentes são fundamentais para sua legitimação, o processo de legitimação dos artistas contemporâneos ocorre tanto no mercado primário, onde são introduzidos, quanto no secundário, onde seus trabalhos adquirem reconhecimento e valor ao longo do tempo. Dessa forma, a formação das marcas dos artistas está intimamente ligada ao processo de legitimação perante o sistema da arte, à formação de valores de suas obras e às associações com outros agentes do sistema. Ao estabelecer sua marca, os artistas atendem a diferentes tipos de valores para suas obras, garantindo reconhecimento e permanência no mercado de arte.

Assim, o marketing e a música estão cada vez mais entrelaçados, especialmente com a ascensão do mercado digital e das plataformas de streaming. O desenvolvimento de um artista como marca depende diretamente de esforços estratégicos na gestão de sua carreira para se manter relevante no mercado. O marketing, entendido como um processo social de troca de produtos e serviços, juntamente com a música, uma prática cultural e artística intrínseca aos seres humanos, desempenha um papel crucial na indústria fonográfica, o mercado fonográfico, com suas diversas fontes de renda, exige estratégias mercadológicas competitivas para manter as marcas relevantes e lucrativas, assim, o marketing se torna uma ferramenta essencial para o desenvolvimento da marca e dos produtos e serviços associados a ela, especialmente em um mercado tão competitivo e suscetível a crises de imagem como o fonográfico.

À medida que o gênero musical evoluiu, na década de 1960, surgiram cantores como Bob Dylan, Carole King, Neil Diamond e a banda The Beatles (imagem 2), que se tornaram ícones da juventude da época. Nos anos 70, diversos subgêneros do pop emergiram, incluindo o pop-country, o rock influenciado pelo pop e o pop baseado em piano, com o surgimento de artistas como Eagles, Rod Stewart, Steely Dan, Fleetwood Mac, ABBA, Billy Joel e Elton John (imagem 3).

Imagem 2: The Beatles



Fonte: Wallpapers.com<sup>2</sup>

Imagem 3: Elton John



Fonte: Forbes<sup>3</sup>

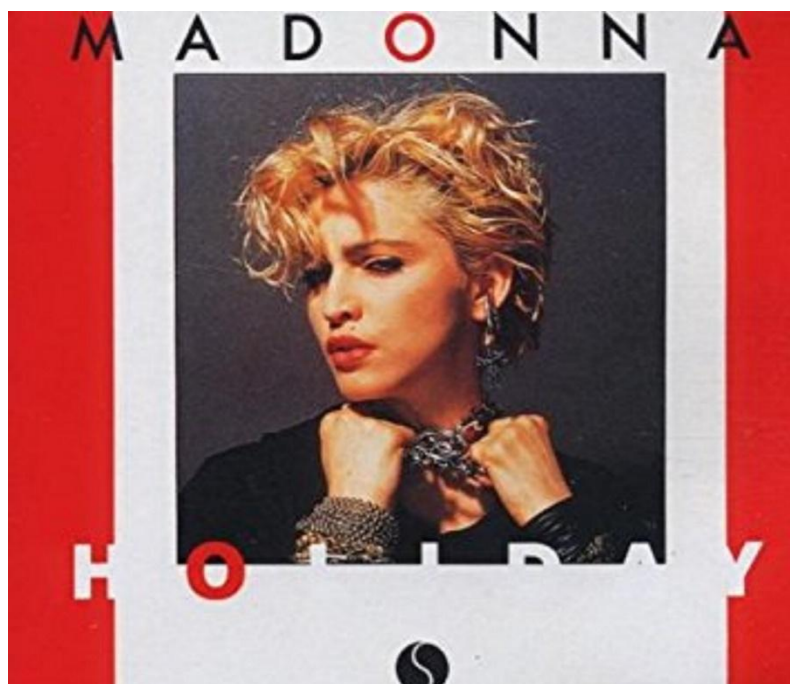
Na década de 1980, o cenário do pop refletia as mudanças sociais, econômicas e culturais em andamento na humanidade. Foi nesse período que surgiram dois dos maiores ícones do pop: Michael Jackson e Madonna (imagem 4). Michael Jackson alcançou o estrelato com seu álbum "Thriller", que se tornou o mais

<sup>2</sup> WALLPAPERS.COM. Imagens de The Beatles. Disponível em: <https://pt.wallpapers.com/imagens-de-the-beatles>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

<sup>3</sup> FORBES. Elton John leiloa itens de sua antiga casa. Disponível em: <https://forbes.com.br/forbeslife/2024/01/elton-john-leilao-ex-casa/>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

vendido de todos os tempos, enquanto Madonna dominava as paradas com seu hit "Holiday". Esses dois artistas foram aclamados como o rei e a rainha do pop, respectivamente. A década de 1980 marcou o surgimento de um novo cenário social, econômico e cultural, conforme abordado por Gregory (1998), que destaca características como o aumento do consumo, o empoderamento dos jovens, avanços tecnológicos, como o surgimento dos discos e da televisão, e uma maior abertura em relação a questões sexuais, sociais e raciais, (Uppermag, 2017). Esses temas, que ainda hoje são considerados controversos e até tabus, são frequentemente abordados pela mídia.

Imagem 4: Madonna



Fonte: IMDB<sup>4</sup>

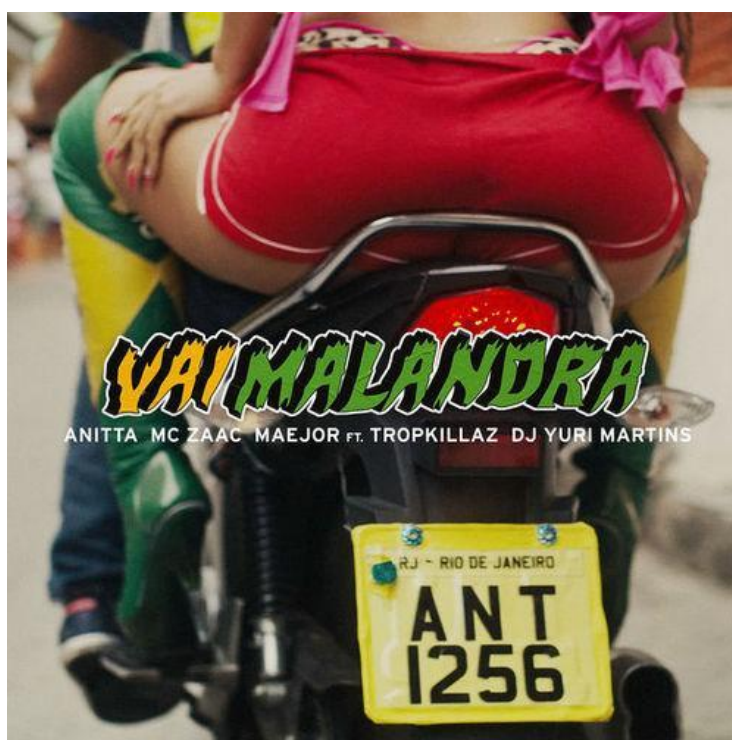
Ciente do poder da mídia, Anitta utiliza suas músicas e performances para atrair a atenção da mídia, empregando imagens impactantes que geram *clickbait*s e estimulam o público a discutir vivências e temas que, de outra forma, ficariam à margem das notícias. O clipe de “Vai Malandra” (imagem 5) exemplifica essa estratégia, abordando questões sociais como a desigualdade e a criminalização do funk, enquanto promove o empoderamento feminino. Ao retratar a realidade das

<sup>4</sup> IMDB.1917 (2019). Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt7058368/>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

mulheres, Anitta desafia estigmas e preconceitos, celebrando a cultura do funk com uma performance ousada e letras provocativas. Assim, ela não apenas provoca reflexões sobre a marginalização das classes sociais e a luta pela igualdade de gênero, mas transforma "Vai Malandra" em um hino de resistência e empoderamento, incentivando a sociedade a refletir sobre temas frequentemente ignorados.

Imagem 5: Clipe Vai Malandra

---



---

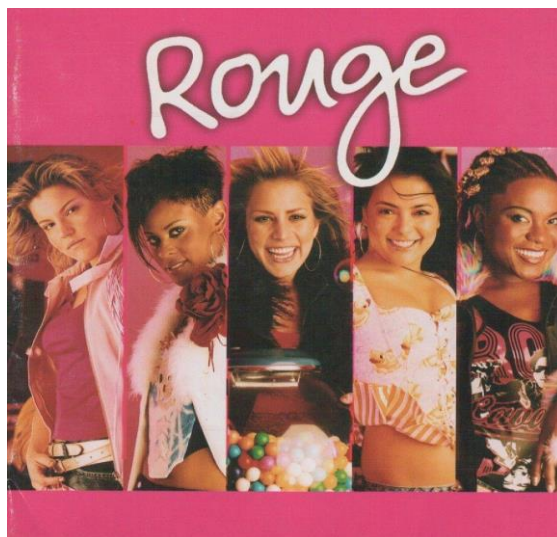
Fonte: Wikipedia<sup>5</sup>

Durante os anos de 1990, a explosão de artistas pop e a formação de grupos como os *girl groups* e *boy bands* marcaram profundamente a cena musical mundial, como exemplificado pelos grupos Rouge (imagem 6) e Backstreet Boys. Nesse contexto, grandes divas do pop como Mariah Carey, Britney Spears e Beyoncé (imagem 7) também despontaram, moldando não apenas uma geração, mas influenciando diretamente o desenvolvimento de artistas que viriam a se tornar ícones globais posteriormente, como Anitta.

---

<sup>5</sup> WIKIPEDIA. Capa do single "Vai Malandra" de Anitta. Disponível em: [https://pt.wikipedia.org/wiki/Vai\\_Malandra#/media/Ficheiro:Anitta-vai-malandra-capa.jpg](https://pt.wikipedia.org/wiki/Vai_Malandra#/media/Ficheiro:Anitta-vai-malandra-capa.jpg). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Imagem 6: Rouge



---

Fonte: Pinterest<sup>6</sup>

Anitta, desde pequena, foi fortemente impactada por essa era do pop, especialmente por Mariah Carey, que ela escutava com as tias. Mariah se tornou sua principal inspiração vocal e artística. A habilidade de Mariah de dominar a indústria com seu alcance vocal extraordinário, ao mesmo tempo em que se reinventava ao longo dos anos, foi um modelo para Anitta em sua própria trajetória de construção de carreira.

Além de Mariah, outras artistas como Beyoncé (imagem 7) e Shakira (imagem 8) também tiveram uma influência significativa sobre Anitta. Beyoncé, por exemplo, com seu controle meticuloso sobre sua própria carreira, com uma mistura de talento musical e visão empreendedora, inspirou Anitta a não apenas se destacar no palco, mas também nos bastidores, como uma empresária de sucesso. Shakira, por sua vez, trouxe a força da música latina para o cenário global, algo que Anitta tem replicado com maestria ao popularizar o funk e a cultura brasileira pelo mundo.

---

<sup>6</sup> PINTEREST. Imagem disponível em: <https://br.pinterest.com/pin/746190231982395362/>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Imagem 7: Beyoncé

Fonte: IMDB<sup>7</sup>

Imagem 8: Shakira

Fonte: Deezer<sup>8</sup>

O fenômeno do pop latino nos anos 90, com artistas como Ricky Martin, Jennifer Lopez e Enrique Iglesias, também serviu como uma base sólida para Anitta entender o poder de se conectar com diferentes públicos e expandir fronteiras culturais. Assim como esses artistas cruzaram barreiras linguísticas e culturais, Anitta segue essa fórmula ao se lançar em mercados internacionais, cantando em diferentes idiomas e colaborando com artistas globais.

Portanto, podemos ver na carreira de Anitta é um aglomerado de características vindas dessas referências pops. Ela absorveu a essência da performance e da presença global de ícones como Mariah Carey e Beyoncé, ao mesmo tempo em que incorporou elementos da latinidade e da cultura pop dos anos 90. Como resultado, construiu sua própria identidade única, que, assim como suas referências, continua a evoluir ao longo dos anos.

Na virada do século 21, a música pop passou por uma transformação significativa, com artistas como Britney Spears (imagem 9) e Christina Aguilera, que

<sup>7</sup> IMDB. **\*\*Pantera Negra\*\*** (2018). Disponível em: <https://www.imdb.com/title/tt6665324>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

<sup>8</sup> DEEZER. Faixa disponível em: <https://www.deezer.com/br/track/562487>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

inicialmente eram conhecidas por sua imagem romântica, optando por um estilo mais ousado e sensual. Essa mudança marcou uma nova fase na música pop, que influenciaria profundamente artistas da próxima geração, incluindo Anitta.

Imagem 9: Britney Spears

---



---

Fonte: Encartes pop<sup>9</sup>

Anitta, uma artista que sempre se manteve atenta às tendências globais, observou essas mudanças na indústria desde jovem. Britney Spears e Christina Aguilera, com suas transições para uma estética mais madura e provocativa, mostraram para Anitta como é possível evoluir artisticamente sem perder a essência. Esse aprendizado é evidente na própria carreira de Anitta, que também fez transições de imagem e estilo, sempre adaptando-se ao mercado e às expectativas do público, sem abrir mão de sua identidade.

Durante os anos 2000, novos nomes como Avril Lavigne, Justin Timberlake, e Lady Gaga também começaram a moldar o cenário pop. Anitta, que crescia nesse período, foi impactada pela versatilidade dessas estrelas. Avril Lavigne, com sua atitude rebelde e estética punk pop<sup>10</sup>, e Lady Gaga, com seu estilo teatral e inovador, ajudaram Anitta a perceber o poder de se destacar pela originalidade. Lady Gaga (imagem 11), especialmente, demonstrou a importância de ser uma artista completa,

---

<sup>9</sup> ENCARTES POP. Encarte do álbum \*...Baby One More Time\* de Britney Spears. Disponível em: [https://www.encartespap.com.br/2011/04/encarte-britney-spears-baby-one-more.html#google\\_vignette](https://www.encartespap.com.br/2011/04/encarte-britney-spears-baby-one-more.html#google_vignette). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

<sup>10</sup> Pop punk é um gênero de fusão que combina elementos do punk rock com power pop ou música pop. É definido por seus ritmos rápidos e energéticos e pela ênfase na música pop clássica, bem como em temas adolescentes e anti-subúrbios.

misturando moda, música e performance, algo que Anitta também incorporou em sua própria carreira.

Além disso, artistas como Katy Perry, Taylor Swift (imagem 10) e Ariana Grande, cada uma com abordagens únicas ao pop, mostraram a Anitta a importância de navegar pelas transformações da indústria e pelas tendências sem perder a autenticidade. Katy Perry, por exemplo, dominou o pop com seu estilo divertido e colorido, enquanto Taylor Swift construiu uma carreira sólida com letras pessoais e melodias envolventes. Anitta segue esse caminho, diversificando seu repertório para alcançar diferentes públicos, assim como esses ícones fizeram.

Imagem 10: Lady Gaga



Fonte: UOL<sup>11</sup>

Dessa forma, a carreira de Anitta reflete um equilíbrio entre as lições aprendidas com as estrelas do pop dos anos 2000 e suas próprias experiências e raízes. Assim como Britney, Christina e Gaga influenciaram suas trajetórias, Anitta tem se reinventado constantemente, explorando sua sensualidade, autenticidade e criatividade para manter sua relevância tanto no Brasil quanto internacionalmente.

---

<sup>11</sup> ROLLING STONE. Há 15 anos, Lady Gaga lançava seu primeiro single. Disponível em: <https://rollingstone.com.br/musica/ha-15-anos-lady-gaga-lancava-seu-primeiro-single/>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Imagem 11: Taylor Swift



---

Fonte: Rollingstone<sup>12</sup>

O pop, caracterizado como um gênero musical comercial, tem como principal objetivo o sucesso de vendas, sendo apreciado por diversos públicos. É marcado pela identificação dos jovens, influências da moda e performances no palco, não se limitando a um ritmo específico. Sua popularidade e alcance comercial resultam em altas vendas e o sucesso de muitos desses artistas é impulsionado pelos chamados "sucessos programados". São artistas que surgem para atender às demandas da juventude, muitas vezes valorizando mais a imagem do que a música em si. No entanto, sua relevância tende a ser passageira, dando espaço para novos artistas conforme as tendências mudam. Além disso, a ampla divulgação na mídia desempenha um papel crucial no sucesso desses artistas pop.

Assim, a cultura pop, ao desempenhar seu papel na criação de um sentido de pertencimento global, ressalta a importância de considerar os consumidores não apenas como receptores, mas como ativos intérpretes e apropriadores dos elementos culturais e enfatizando como os produtos da cultura pop moldam normas sociais, influenciando questões de raça, gênero e idade, amplia a compreensão desse fenômeno.

Os videoclipes, como expressão da cultura pop, destacam a transnacionalidade do pertencimento, evidenciando como esses elementos fornecem

---

<sup>12</sup> UOL. Taylor Swift entra para a lista de bilionários da Forbes. Disponível em: <https://www.uol.com.br/splash/noticias/2024/04/02/taylor-swift-entra-para-a-lista-de-bilionarios-da-forbes.htm>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

símbolos compartilhados em diversas regiões do mundo. A percepção do clichê como uma chave para decifrar as engrenagens discursivas das indústrias culturais ressalta a necessidade de uma abordagem estética na análise dos produtos culturais, incentivando a compreensão da cultura pop como uma forma dinâmica que se reinventa constantemente.

Dessa forma, a cultura pop se revela como um elemento vibrante e multifacetado, não apenas como um fenômeno de consumo, mas como um agente ativo na construção de identidades, na moldagem de valores e na articulação de normas sociais. Sua influência, ancorada na interconexão global e na capacidade de se adaptar a novas formas de expressão, destaca-se como um espelho e um impulsionador das dinâmicas sociais contemporâneas.

### **3.2 Conexões além do consumo: os rituais midiáticos na devoção às divas pop**

Wellthon Leal (2017) comenta sobre o fenômeno do fanatismo por figuras da cultura pop, especialmente divas da música, entre a comunidade LGBTQ+, explorando suas origens históricas e seu impacto na formação da identidade sexual.

A conexão entre a identidade gay e o consumo cultural é demonstrada na maneira como os fãs incorporam a adoração por divas como parte essencial de sua construção identitária, absorvendo elementos de glamour, moda e sexualidade associados a essas personalidades públicas. Leal (2017) destaca a relação complexa entre os fãs gays e as divas pop, onde essa conexão vai além do mero consumo cultural, exercendo uma influência profunda tanto na construção da identidade individual quanto na coletiva.

Em um contexto complementar, Van Gennep e Turner como teóricos relevantes nesse campo, evidenciam a variedade de rituais presentes na vida cotidiana, sejam eles religiosos ou profanos, e sua função na manutenção da ordem social, desta forma a conexão entre rituais e consumo é explorada, especialmente em relação ao papel da publicidade como um sistema de comunicação simbólica que expressa valores e identidades individuais.

McCracken (2023) sugere uma compreensão dos processos de transferência de significados do mundo social para os bens e destes para o consumidor, mediados pelo sistema publicitário e da moda, onde os rituais de consumo variam de acordo com o contexto social e as finalidades simbólicas envolvidas, destacando a noção de

gradiente simbólico. Em suma, os rituais de consumo como dispositivos midiáticos, enfatizando a importância de examinar as representações das marcas nas mensagens publicitárias quanto os modos como as marcas estão presentes nos rituais de consumo vivenciados no cotidiano.

#### 4 DE LARISSA A ANITTA

Larissa de Macedo Machado, mais conhecida como Anitta nasceu em 30 de março de 1993 em Honório Gurgel, no Rio de Janeiro, filha de Mauro Machado e Miriam Macedo, ela cresceu numa casa humilde com o seu irmão, Renan Machado e a sua mãe, seus pais se separaram quando ela tinha um ano. Quando criança, ela já sonhava em ser uma artista famosa e brincava de ser cantora e tudo segundo a sua própria família contou em entrevistas. Aos oito anos, por volta de 2001, ela cantava na igreja, influenciada principalmente pelo seu avô materno.

No ano de 2009, Anitta se formou no ensino médio e no curso técnico de Administração, nessa mesma época, ela entrou como estagiária na Vale do Rio Doce. Em 2010, quando Anitta publicou um vídeo na internet cantando a música *A Parada é essa* (imagem 12), de Priscila Nocetti, sucesso da Furacão 2000, Batutinha, um produtor musical da Furacão 2000, viu o vídeo e a chamou para uma entrevista de emprego na Furacão. Segundo uma matéria do Jornal O Globo, Batutinha ficou impressionado com a desenvoltura da Anitta e, na mesma hora, decidiu trabalhar com ela. O primeiro passo foi buscar um nome artístico, é a mesma que se inspirou na personagem Anita, da novela "Presença de Anita", assim Larissa se tornou a Anitta com dois Ts. E começou sua era de Mc Anitta, trabalhando com a Furacão 2000, ela lançou singles como *Eu Vou Ficar* (imagem 13), *Fica Só Olhando*, *Proposta* e *Menina Má*. E com ajuda do irmão e da mãe na logística, a Anitta largou seu trabalho na Vale do Rio Doce para dar continuidade à sua carreira artística que estava crescendo na cena funk no Rio de Janeiro.

Imagem 12: MC Anitta - Hoje a parada é essa



Fonte: Youtube<sup>13</sup>

<sup>13</sup> YOUTUBE. \*\*Relaxy's\*\*. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=Y31wR1dAKiE&ab\\_channel=Relaxy%27s](https://www.youtube.com/watch?v=Y31wR1dAKiE&ab_channel=Relaxy%27s). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Imagem 13: MC Anitta - Eu Vou Ficar



---

Fonte: Youtube<sup>14</sup>

A empresária Kamilla Fialho, em meados de 2012, assistiu a um show da Anitta e decidiu começar a cuidar da sua carreira. Kamilla, então, pagou uma multa de 260 mil reais para tirar a Anitta da Furacão e começou a fazer um trabalho para aproximar a imagem da Anitta a algo mais diva pop, com novos looks, cabelo e tudo mais. E ela também investiu 40 mil reais para gravar o clipe de *Meiga e Abusada* (imagem 14) que foi lançado em dezembro de 2012, e o clipe foi gravado em Las Vegas.

A Menina Má, Anitta, começou seu contrato com a gravadora Warner em janeiro de 2013. Em abril foi lançada a música *Show das Poderosas* (imagem 15), esse foi o primeiro clipe brasileiro a bater 100 milhões de views no YouTube. Em julho do mesmo ano foram lançadas as músicas *Não Para* e *Zen* para fechar os singles do álbum de estreia de Anitta. A essa altura, Anitta já participava de vários programas de TV, capas de revistas e viajava o Brasil fazendo shows lotados! Em novembro de 2013, quatro meses após lançar o seu primeiro álbum, os ingressos pro primeiro DVD da Anitta já estavam sendo vendidos.

---

<sup>14</sup> YOUTUBE. \*\*Emerson Oliveira\*\*. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=uBxUAOPeABw&ab\\_channel=EmersonOliveira](https://www.youtube.com/watch?v=uBxUAOPeABw&ab_channel=EmersonOliveira). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Imagem 14: Anitta - Meiga e Abusada



Fonte: Youtube<sup>15</sup>

Imagem 15: Anitta - Show das poderosas



Fonte: Youtube<sup>16</sup>

Com cerca de 10 mil pessoas, em fevereiro de 2014, o show aconteceu, e deu origem ao DVD *Meu Lugar*, lançado em junho do mesmo ano. Simultaneamente, Anitta lançou o seu segundo álbum de estúdio, *Ritmo Perfeito*, com as versões de estúdio das faixas cantadas no DVD. Nesse álbum debutaram as músicas *Na Batida*, *Ritmo Perfeito*; *Cobertor*, feat Projota; *Blá Blá Blá* e *No Meu Talento* que depois ganhou um remix com Mc Guimê. Em 2014, Anitta criou a sua própria empresa, a

<sup>15</sup> YOUTUBE.Anitta. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=IBl4O2exar4&ab\\_channel=Anitta](https://www.youtube.com/watch?v=IBl4O2exar4&ab_channel=Anitta). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

<sup>16</sup> YOUTUBE. Warner Music Brasil. Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=FGViL3CYRwg>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Roda Moinho e começou a gerenciar a sua carreira, foi aqui, inclusive, que Anitta rompeu o contrato com a Kamilla Fialho o que rendeu uma batalha judicial de anos. Anitta também deu o primeiro passo para uma carreira internacional. O álbum *Ritmo Perfeito* incluiu um remix de *Zen*, em espanhol, em parceria com o cantor espanhol Rasel. Nesse mesmo ano, 2014, Anitta foi indicada pela primeira vez ao EMA como Melhor Artista Latino Americano. Ela também foi indicada ao Grammy Latino pela primeira vez com a música *Zen*, na categoria Melhor Música Brasileira. Ela não ganhou, mas performou *Zen* na premiação, mesclando português e o espanhol. E aí, foi a primeira vez que a gente viu a faceta poliglota de "Anira".

No começo a era *Bang* (imagem 16), em julho de 2015, a Anitta lançou o primeiro single do álbum, *Deixa Ele Sofrer*, a música foi a primeira faixa de um artista brasileiro a chegar em primeiro lugar no Top 50 do Spotify Brasil. Em outubro, a Anitta lançou o que seria o seu maior hit até então, a faixa-título *Bang*, com direção criativa assinada por Giovanni Bianco que já assinou a capa de quatro álbuns da Madonna, o clipe é todo numa estética comic book, bem colorido e com muita coreografia, Anitta mudou o visual com looks, a estética mais colorida e se jogou de vez na vertente pop. Mesmo assim, os elementos do funk ainda estavam bem presentes principalmente nas coreografias e a sonoridade, apesar de mais pop, ainda resgata timbres do funk. E foi assim que a Anitta foi infiltrando o funk, na grande mídia. Como ela mesmo disse em sua série da Netflix e em entrevistas, o funk não era aceito nas rádios e as suas músicas muitas vezes eram rejeitadas só por serem funk. O álbum chegou em 13 de outubro de 2015 e ainda contou com os singles *Essa Mina é Louca* e *Cravo e Canela*.

Imagem 16: Anitta – Bang



Fonte: Youtube<sup>17</sup>

Anitta seguia dando passos para internacionalizar a sua carreira e ganhou as categorias Melhor Artista Brasileiro e Melhor Artista Latino no EMA de 2016. Além disso, ela disse em entrevista no Programa do Jô que estava viajando para fazer pesquisa de mercado e entender a cultura lá fora, e foi com essas pesquisas de mercado que Anitta descobriu o maravilhoso mundo dos feats e entendeu o poder que ela tinha em mãos.

O Brasil, apesar de ser um país latino, tem uma cultura e forma de consumo de música bem diferente dos outros países na América Latina. E o idioma é a principal barreira, que faz com que o Brasil seja quase como uma ilha dentro do mercado de música latina. Anitta percebeu como seu peso no Brasil era a porta de entrada perfeita pros artistas latinos no nosso mercado e o primeiro grande feat que ela fez foi com J. Balvin, eles lançaram o remix da música *Ginza*, de Balvin, em fevereiro de 2016 com um verso da Anitta totalmente em português para ter entrada mais fácil no mercado brasileiro, assim, o J. Balvin conseguiu um espaço aqui no Brasil e a Anitta conseguiu uma aparição no resto da América Latina e foi assim que a Anitta começou a trazer o reggaeton aqui para o Brasil.

O ritmo, que é o principal nos outros países latinos no Brasil ainda não tinha muita força, e nessa época, o reggaeton começava a estourar pro mundo. Continuando nessa estratégia, em julho de 2016 veio o hit *Sim Ou Não* (imagem 17), feat de Anitta com Maluma (imagem 17), em que ela canta em português e ele em espanhol, sendo uma das músicas mais vistas da Anitta no YouTube com mais de

<sup>17</sup> YOUTUBE. \*\*Anitta\*\*. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=UGov-KH7hkM&ab\\_channel=Anitta](https://www.youtube.com/watch?v=UGov-KH7hkM&ab_channel=Anitta). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

400 milhões de views. Foi feita inclusive uma versão totalmente em espanhol da música, chamada *Sí o No*.

Outro passo essencial para alavancar a imagem da Anitta lá fora foi a participação dela na abertura das Olimpíadas de 2016, no Brasil. Anitta se apresentou com Gilberto Gil e Caetano Veloso, dois dos maiores artistas da história do país. Na ocasião a imprensa internacional elogiou muito a Anitta - como o veículo Billboard, que a chamou de 'sensação Anitta'.

Imagem 17: Sim Ou Não - Anitta feat. Maluma



Fonte: Youtube<sup>18</sup>

Aumentando suas parcerias internacionais, em 2017, veio o feat da Anitta com a rapper australiana Iggy, a música *Switch* (imagem 18) foi lançada em 19 de maio de 2017, mas o clipe nunca foi lançado oficialmente porque acabou vazando antes da hora, fora vários problemas que estavam acontecendo entre Iggy e a sua gravadora na época. Mas o single abriu uma porta muito importante para Anitta, ela performou ao lado de Iggy no Jimmy Fallon um dos programas de auditório mais icônicos dos Estados Unidos. Ela foi a primeira brasileira a se apresentar lá. Essa relação que a Anitta estava começando a construir na indústria internacional, foi essencial para que cada vez mais artistas gringos olhassem para os brasileiros.

Anitta apostou numa música solo voltada para o público gringo, *Paradinha*, lançada em 31 de maio de 2017, conta com mais de 300 milhões de views no YouTube. A Anitta, que já tocava nos países latinos fora do Brasil, agora está

<sup>18</sup> YOUTUBE. Anitta. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=7Yrghfw1eNo&ab\\_channel=Anitta](https://www.youtube.com/watch?v=7Yrghfw1eNo&ab_channel=Anitta). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

crescendo seu catálogo em espanhol para ser cada vez mais reconhecida internacionalmente. Além disso, ela estava sempre ali, dando uma entrevista ou outra em um veículo gringo, começando a firmar a sua imagem.

Anitta foi até o deserto de Marrocos para estrelar a música *Sua Cara*, que foi lançada em 30 de julho de 2017, em feat com Pablo Vittar e Major Lazer que é o trio de DJs que conta com o Diplo, o vídeo estreou com 17,8 milhões de views nas primeiras 24 horas! Apesar de ser uma música totalmente em português, a repercussão na mídia internacional foi muito positiva e rendeu vários elogios.

Imagem 18: Switch - Anitta ft. Iggy Azalea



Fonte: Youtube<sup>19</sup>

A dona de *Bang* continuou entregando hits, e em setembro de 2017 ela anunciou o projeto Checkmate que lançaria um clipe por mês até o final do ano, totalizando quatro singles. O primeiro foi a faixa com toque de bossa nova com sonoridade mais leve e lenta, *Will I See You* foi a primeira solo da cantora em inglês, música produzida pelo gringo Pool Bear, que já tinha produzido, inclusive, para o cantor Justin Bieber. Mostrando toda sua versatilidade, a segunda faixa lançada em outubro foi *Is That For Me* com o DJ Alesso, também em inglês, e o clipe foi gravado na Amazônia, segundo Anitta, em entrevista ao Extra gravar lá foi uma forma de homenagear as riquezas naturais do país além de chamar atenção pros problemas ambientais e falta de preservação da floresta. O escolhido para novembro foi *Downtown* (imagem 19), parceria com o J. Balvin, a música foi um hit, entrou pela primeira vez no Top 50 Global do Spotify chegando ao 19º lugar. A música também foi indicada ao Grammy Latino, e esse foi o maior sucesso internacional da Anitta, até

<sup>19</sup> YOUTUBE. The Tonight Show Starring Jimmy Fallon. Vídeo disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=LsSGE4TPIn0>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

a chegada de *Envolver*. A música ficou quatro meses consecutivos no Top 50 Global do Spotify.

Para encerrar o ano de 2017, em dezembro, lançou uma música *Vai Malandra*, esse clipe foi um divisor de águas para a carreira dela porque retomou com tudo a sonoridade que a fez ficar famosa, o funk, juntando vários nomes do cenário: Tropkillaz, DJ Yuri Martins e Mc Zaac, além do norte-americano Maejor, Anitta tentou mostrar um pouco da cultura das favelas no vídeo que hoje já acumula mais de 400 milhões de views no YouTube. *Vai Malandra* entrou no Top 50 do Spotify Global, na posição 18, enquanto *Downtown* estava na posição 23.

O projeto *Checkmate*, tinha um objetivo de estimular a carreira da Anitta fora do Brasil, através das parcerias. Mas também foi responsável por dar um empurrãozinho na mudança do consumo de música no Brasil, como o próprio Paulo Pimenta, o assessor de imprensa de Anitta, conta no documentário *Vai Anitta*, da Netflix. Porque essa estratégia de lançar vários singles sem necessariamente ter um álbum ainda não era tão popular aqui no Brasil, algo que já acontecia nos EUA. Já que as plataformas digitais já tinham força lá.

Imagem 19: Anitta & J Balvin - Downtown



Fonte: Youtube<sup>20</sup>

A “Malandra” se aprofundando mais no mercado hispano, ainda em 2017, lançou mais dois hits em espanhol: *Machika*, mais uma parceria entre J. Balvin com participação do cantor Jeon e Indecente, single solo também em espanhol que teve um clipe gravado, em uma única tomada de gravação, diretamente da sua festa de aniversário de 25 anos. De abril a junho, ela se dedicou a lançar músicas em

<sup>20</sup> YOUTUBE. Anitta. Disponível em:

[https://www.youtube.com/watch?v=wIS6lx7mA0w&ab\\_channel=Anitta](https://www.youtube.com/watch?v=wIS6lx7mA0w&ab_channel=Anitta). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

português em parceria com outros artistas, foi o caso de *Romance Com Safadeza*, com Wesley Safadão *Ao Vivo E A Cores*, com Matheus e Kauan e *Fica Tudo Bem*, com Silva, lançando músicas em estilos diferentes mostrando, mais uma vez, a versatilidade da cantora. Em junho, Anitta se apresentou no Rock in Rio Lisboa (imagem 20), levando toda brasilidade pro palco e fazendo referências à Carmen Miranda. No mesmo ano ela lançou o clipe de *Medicina* solo em espanhol e ganhou o prêmio de clipe do ano no Latin American Music Awards. De setembro a dezembro, ela estreou como jurada no The Voice México ao lado de Maluma, Carlos Rivera e Natalia Jiménez.

Imagem 20: Anitta no Rock In Rio Lisboa



Fonte: UOL<sup>21</sup>

Em novembro de 2018, Anitta lançou o EP Solo (imagem 21), com três faixas, todas com clipe, cada uma em um idioma e todas solo, sem feat. *Veneno* é a faixa em espanhol, *Goals*, é em inglês, e foi produzida por ninguém menos que Pharrell Williams, *Não Perco Meu Tempo* é a faixa em português.

Dando início ao ano de 2019 em fevereiro, ela participou de três hits. *Terremoto*, com Kevinho *Bola Rebola* com J. Balvin, Mc Zaac e Tropkillaz e *Favela Chegou*, com Ludmilla. Em março veio *R.I.P.*, em parceria com Sofia Reyes e Rita Ora e mais uma vez Anitta entrou no top 50 Global do Spotify, na posição 28. Em abril

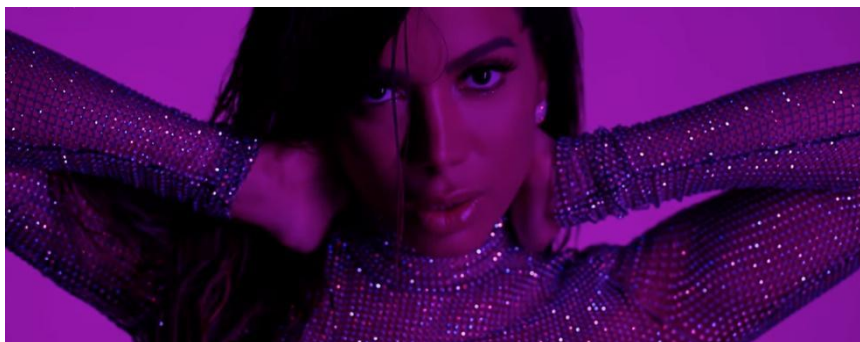
<sup>21</sup> FOLHA DE S. PAULO. Anitta se veste de Carmen Miranda e canta "Garota de Ipanema" no Rock in Rio Lisboa. Disponível em: <https://f5.folha.uol.com.br/musica/2018/06/anitta-se-veste-de-carmen-miranda-e-canta-garota-de-ipanema-no-rock-in-rio-lisboa.shtml>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

o álbum visual *Kisses*, o projeto também é trilingue e conta com 10 músicas, todas com clipe, com o *Kisses*, ela queria mostrar ao mundo toda a sua versatilidade indo do funk ao trep, da bossa nova ao pop, em um mesmo álbum. Em junho, debutou o feat de Anitta com a rainha do pop, Madonna, no álbum *Madame X*. As duas cantaram, em português e em inglês, na faixa *Faz Gostoso* (imagem 22), um funk com a regravação da cantora luso-brasileira, Blaya.

---

Imagem: 21 Anitta - Ep. Solo

---



---

Fonte: Rollingstone<sup>22</sup>

---

---

<sup>22</sup> ROLLING STONE. Anitta lança EP com três faixas, cada uma em um idioma; ouça \*Solo\*. Disponível em <https://rollingstone.com.br/noticia/anitta-lanca-ep-com-tres-faixas-cada-uma-em-um-idioma-ouca-solo/>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Imagem 22: Faz Gostoso - Anitta feat. Madonna



Fonte: G1<sup>23</sup>

De setembro até dezembro de 2019, Anitta embarcou em feats nacionais com o intuito de criar pro seu público brasileiro depois de tantos trabalhos em outras línguas. O projeto *Brasileirinha* reuniu vários lançamentos como, *Complicado*, com o Vitão, *Some Que Ele Vem Atrás*, com Marília Mendonça. *Combatchy* com Lexa, Rebecca e Luísa Sonza. Em setembro que Anitta se tornou head de criatividade e inovação da Skol Beats, inovando, mais uma vez, na maneira de uma artista fazer negócios no Brasil, porque, além de gerenciar sua própria carreira no Brasil, Anitta ainda se juntou a uma marca não apenas para fazer publicidade, mas pra ser chefe das novas campanhas e produtos. Em outubro, Anitta se apresentou no Palco Mundo do Rock in Rio e levou um paredão de som estilo ao Furacão 2000.

O ano de 2020 de Anitta começou com o lançamento da música *Rave de Favela* de Mc Lan com Major Lazer e Ben, e em 15 de março, a pandemia chegou e tudo fechou, os planos mudaram, Anitta vinha trabalhando no seu álbum internacional, o *Girl From Rio* (imagem 23) que teria músicas todas em inglês e tinha planos de lançar depois da sua participação no Coachella de 2020 que aconteceria em abril. Mas com a pandemia o Coachella foi cancelado e toda a estratégia da Anitta falhou.

Assim, a cantora precisou se reinventar, e só lançou a música em junho, quando ela participou da música *Desce Pro Play*, do Zaac que ainda contou com o

<sup>23</sup> G1. Antes de Anitta e Madonna, Faz Gostos já era hit em Portugal, com letra sobre traição; conheça. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/rock-in-rio/2019/noticia/2019/04/18/antes-de-anitta-e-madonna-faz-gostoso-ja-era-hit-em-portugal-com-letra-sobre-traicao-conheca.ghtml>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Tyga, no mesmo mês, Anitta começou a trabalhar como integrante do conselho de administração do Nubank, e em seguida, assinou com a Warner Music Internacional, se tornando uma artista do catálogo global da gravadora. Com o lançamento do clipe de *Tócame* com Arcangel e De La Ghetto, e a música, Paloma, em italiano, ao lado de Fred de Palma, artista da Itália, a música foi sucesso e figurou no Top 50 Spotify da Itália, chegando ao top 10, os dois colaboraram de novo em 2021, na faixa *Un Altro Ballo* que também hitou e apareceu no Top 50 do Spotify Itália, na 15ª posição. Anitta continuou com a estratégia de fazer feat com artistas de outros países para ter entrada nesses mercados e, ao mesmo tempo, proporcionar um espaço para esses artistas aqui no Brasil e dessa vez o mercado foi o europeu.

Em setembro de 2020, ela deu início a uma nova era de sua carreira internacional com o lançamento do primeiro single do futuro álbum *Girl From Rio*, *Me Gusta*, ao lado de Cardi B e Myke Towers que entrou no Top 50 Global do Spotify, no e 24º lugar na parada de singles da Billboard, rendendo uma apresentação no Jimmy Fallon sendo a sua segunda aparição lá, e com o feat a música *Modo Turbo*, Anitta finalizou seu 2020.

E em abril de 2021, Anitta lançou a faixa *Girl From Rio*, segundo single do álbum, com um clipe e cheio de conceito que mostra a realidade do Rio de Janeiro, que ela viveu, a música tem o sample de *Garota De Ipanema* e rendeu performances no Jimmy Kimmel, no Today Show e no VMA. Em junho de 2021, ela apareceu na música *Mon Soleil*, do francês Dadju e entrou no Top 50 do Spotify na França, chegando a 10º posição. Em setembro de 2021, Anitta se consagrou como a primeira brasileira a performar no VMA, durante o intervalo da premiação, numa parceria com o Burger King e participou pela primeira vez do Met Gala (imagem 24). E em novembro veio a música que mudaria tudo para Anitta: *Envolver*. Segundo ela, em uma live, a gravadora não estava querendo que ela lançasse essa música, pelo menos não solo, mas ela sabia o potencial do hit e lançou mesmo assim. Com um clipe simples, cheio de coreografia, que em breve se tornaria um viral. E para fechar 2021, Anitta participou do especial de ano novo promovido por Miley Cyrus e Pete Davidson, que foi ao ar na NBC, em 31 de dezembro, ela cantou *Girl From Rio*, *Envolver* e *Faking Love*.

Imagem 23 Anitta - Girl From Rio

---



---

Fonte: Youtube<sup>24</sup>

Imagem 24: MET Gala 2021

---



---

Fonte: Quem<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> YOUTUBE. Anitta. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=CuyTC8FLICY&ab\\_channel=Anitta](https://www.youtube.com/watch?v=CuyTC8FLICY&ab_channel=Anitta). Acesso em: 18 de novembro de 2024.

<sup>25</sup> QUEM. Anitta brilha em sua estreia no MET Gala 2021. Disponível em: <https://revistaquem.globo.com/QUEM-News/noticia/2021/09/anitta-brilha-em-sua-estreia-no-met-gala-2021.html>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Em 2022, Anitta teve um ano repleto de realizações notáveis. Começou lançando o clipe de *Boys Don't Cry*, com uma pegada pop punk, seguido por uma performance no Jimmy Fallon. Em maio, seu hit *Envolver* (imagem 25) alcançou o topo do Spotify, impulsionado pela viralização da coreografia "El Paso de Anitta" no TikTok. Anitta lançou o álbum *Versions Of Me* em abril, marcando sua evolução e versatilidade musical. Além de conquistar espaços internacionais, como o *Coachella* (imagem 26), a cantora se destacou no cenário global, sendo a primeira brasileira a se apresentar no palco principal do *Coachella*.

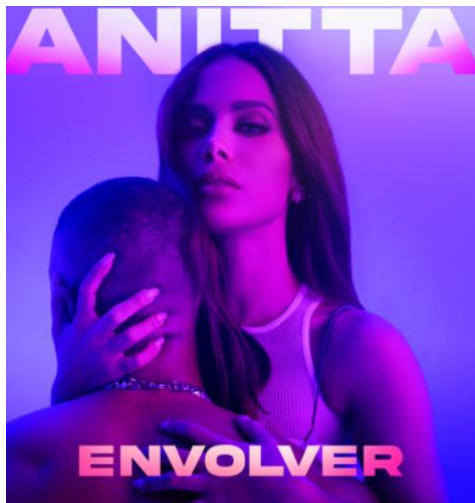
Seu sucesso internacional foi evidenciado pelos prêmios recebidos, incluindo o MTV Video Music Awards (VMA) e MTV Europe Music Awards (EMA). Anitta também se tornou a primeira brasileira indicada na categoria "Best New Artist" no Grammy 2023. Demonstrando sua conexão com o Brasil, ela se envolveu na produção de músicas de trap e colaborou com o jogo *Free Fire*. O ano de Anitta foi marcado por uma combinação de hits, premiações e reconhecimento internacional, consolidando seu papel como a principal representação musical brasileira no cenário global.

Anitta surpreendeu seus fãs ao anunciar um período sabático em 2023, mas o que se seguiu foi um ano repleto de atividades e conquistas notáveis. A cantora lançou 17 músicas em português, inglês e espanhol, atuou na série *ELITE* da Netflix, encerrou um romance que causou bastante repercussão, conquistou prêmios e deu novos passos em sua carreira. Destacando algumas das realizações, Anitta lançou músicas como *Joga pra lua* com Pedro Sampaio e Dennis DJ, *Monstrão* com Dennis, e *Bellakeo* em parceria com o mexicano Peso Pluma. Além disso, lançou o EP visual *Funk generation: a favela love story* em agosto, que inclui faixas como *Funk rave*, *Casi casi*, *Used to be*, e *Mil veces onde o cantor* Damiano David, do Maneskin, participou no clipe.

A cantora também teve presença marcante na mídia internacional, sendo indicada ao Grammy na categoria Artista Revelação, conquistando um lugar no Guinness World Records e sendo incluída na lista "30 Under 30" da Forbes. Após um rompimento com a Warner Music, Anitta foi especulada como tendo assinado com a Republic Records, selo da Universal que representa grandes artistas internacionais. No entanto, essa informação ainda não foi oficialmente confirmada. Anitta continuou sua ascensão internacional com uma presença destacada no MET Gala de 2023 (imagem 27), usando um vestido preto marcante e um relógio de platina avaliado em mais de R\$7 milhões. A cantora também fez uma apresentação elogiada na final da

UEFA Champions League, dividindo o palco com o cantor nigeriano Burna Boy. Além disso, Anitta é a capa da edição de dezembro da Vogue Arábia, onde concedeu uma entrevista exclusiva falando sobre seu novo álbum *Funk Generation*, uma mistura de funk brasileiro em inglês e espanhol, destacando seu desejo de tornar a música brasileira reconhecida internacionalmente.

Imagem 25: Envolver



Fonte: Jornal de Brasília<sup>26</sup>

Imagem 26: Coachella 2022



Fonte: G1<sup>27</sup>

Imagem 27: MET Gala 2023

<sup>26</sup> JORNAL DE BRASÍLIA. Com "Envolver", Anitta faz história e chega ao Top 1 do Spotify Global. Disponível em: <https://jornaldebrasilia.com.br/entretenimento/com-envolver-anitta-faz-historia-e-chega-ao-top-1-do-spotify-global/>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

<sup>27</sup> G1. Anitta valoriza o Brasil em eletrizante show no Coachella, em movimento contrário ao feito pela artista no álbum *\*Versions of Me\**. Disponível em <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2022/04/16/anitta-valoriza-o-brasil-em-eletrizante-show-no-coachella-em-movimento-contrario-ao-feito-pela-artista-no-album-versions-of-me.ghtml>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.



---

Fonte: Portal Popline<sup>28</sup>

#### **4.1 Promessa cumprida: “Um dia vou fazer o funk carioca ser respeitado”**

O álbum “Funk Generation” (imagem 28), lançado por Anitta em 26 de abril de 2024, alcança a promessa feita pela cantora em 2016, no festival Villa Mix. Marcando uma nova fase na carreira da diva e considerado por muitos veículos de mídia a elevação do funk brasileiro a um patamar global de excelência e inovação, o projeto é aclamado como melhor e mais original da artista até então, é uma celebração do funk carioca, misturado com elementos de trap, eletrônico e ritmos globais, tornando-o mais acessível ao público internacional. Anitta, que já havia conquistado o mundo com hits como Downtown e Envolver, agora se firma como uma voz autêntica e criativa, trazendo o funk para o centro da cena global.

---

<sup>28</sup> PORTAL POPLINE. Anitta é destaque no MET Gala 2023, segundo a \*Billboard\*. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/billboard-anitta-met-gala-2023/>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Imagem 28: Funk generation

Fonte: O Globo<sup>29</sup>

Cada faixa de Funk Generation explora um subgênero diferente do funk, com destaque para Mil Vezes, que revisita o funk melody dos anos 2000, uma fase nostálgica da carreira de Anitta, ainda como MC. Grip, outra faixa marcante, remete ao tamborzão do início dos anos 2000, mesclando-o com guitarras e elementos contemporâneos, enquanto Sabana introduz o funk mineiro, inspirado na cena de MCs como Rick e Zaquin, ampliando o escopo do álbum ao incorporar vertentes de outras regiões do Brasil. Além disso, a faixa Ahi, uma colaboração com Sam Smith, acelera o ritmo com o funk a 150 bpm, ajustando o som brasileiro ao gosto internacional.

Anitta não só aperfeiçoa a produção sonora ao misturar funk com trap e eletrônico, mas também continua abordando temas considerados tabus. Em Aceita, ela explora sua religiosidade de matriz africana, combinando funk, reggaeton e música sul-africana, reforçando seu papel como uma artista que rompe barreiras e questiona estereótipos. A crítica internacional reconheceu o álbum como coeso e inovador. A Billboard destacou que Anitta, com este trabalho, “abandona a tentativa de se encaixar” no pop internacional para, finalmente, apostar suas fichas no gênero que a fez famosa: o funk. A Recording Academy (Grammy) elogiou a fusão multicultural de Funk Generation, dizendo que Anitta encontrou uma ponte entre o funk brasileiro, reggaeton e afrobeat, o que impulsiona ainda mais o futuro do funk globalmente.

<sup>29</sup> O GLOBO. Como foi a criação de \*Funk Generation\*: Anitta e produtor dão detalhes sobre o álbum. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/cultura/noticia/2024/04/27/como-foi-a-criacao-de-funk-generation-anitta-e-produtor-dao-detallhes-sobre-o-album.ghtml>. Acesso em: 18 de novembro de 2024.

Com esse álbum, Anitta reafirma seu papel como a principal exportadora do funk brasileiro, tornando-o não só um gênero musical, mas uma força cultural global. O álbum também conta com colaborações de produtores de renome, como Diplo, Tropkillaz, Gabriel do Borel e o coletivo Brabo, que ajudaram a moldar um som refinado, destinado a conquistar os charts internacionais. Funk Generation não só consolida a presença de Anitta no cenário global, como também eleva o funk a um novo patamar de sofisticação, alcance e relevância.

Imagem 29: Linha do tempo da Anitta



| Linha do tempo Anitta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2022                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 2023                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <p><b><i>Boys Don't Cry, álbum Versions Of Me,</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convidada no Jimmy Fallon;</li> <li>• Conquista 1ª artista latina solo a alcançar o primeiro lugar no Spotify por Envolver;</li> <li>• Headline no festival Coachella;</li> <li>• Premiada no MTV Video Music Awards (VMA) e MTV Europe Music Awards (EMA);</li> <li>• Indicada "Best New Artist" no Grammy;</li> </ul> | <p><b><i>Funk generation: a favela love story, Joga pra lua, Monstrão, Bellakeo</i></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atuou na série ELITE da Netflix; Entrou na lista "30 Under 30" da Forbes; Rompe contrato com a gravado a Warner Music, e assina com a Republic Records; MET Gala de 2023 Apresentação na final da UEFA Champions League</li> </ul> |

Fonte: o autor

Em quatorze anos de carreira, Anitta aparece na história da música brasileira como precursora de grandes movimentos, é uma representante da nossa cultura pop e pioneira em tantos feitos já comentados acima. Percebe-se que Anitta sempre buscou as suas referências, e sempre quis ir além, sempre muito ambiciosa, sem desistir se reinventando, dando sempre um passo além. Anitta é uma estrela que brilha com e para a arte e cultura brasileira. É como ela mesma diz na música *Meiga e Abusada*, ela é capaz de conquistar tudo que quer!

## 4.2 Anitta além da música

A dona de Bang, não apenas atingiu recordes na indústria musical, mas também se destacou nos negócios, utilizando estratégias disruptivas, sua influência vai além das fronteiras do entretenimento e abrange setores diversos, como se vê nos exemplos que seguem.

Anitta, ao tornar-se sócia da “foodtech” Fazenda Futuro, avaliada em R\$2,2 bilhões, ampliou o consumo de alimentos à base de plantas, alinhando-se com a tendência plant-based e preocupações com sustentabilidade. Antes disso, na Ambev, como diretora de criatividade, inovou campanhas como a bem-sucedida parceria com a Skol Beats, contribuindo para a introdução de produtos inovadores como Beats GT e Ice Pops. Seu envolvimento com o Nubank, primeiro como membro do conselho e agora como embaixadora global, melhorou o posicionamento da marca, tornando-a representativa para as classes C e D. Paralelamente, sua parceria com a Cimed

explorou setores polêmicos e disruptivos, como o desenvolvimento e marketing de perfumes íntimos.

Enquanto professora na Estácio de Sá, ofereceu um curso online sobre empreendedorismo, negócios, inovação e marketing, destacando-se ainda mais na esfera educacional. Além disso, sua presença na TV e no cinema, participando de programas de sucesso e estreando na novela "Amor de Mãe", ampliou sua visibilidade e alcance. Anitta também palestrou em Harvard sobre empreendedorismo e gestão de carreira, e foi incluída na lista 30 under 30 da Forbes USA em 2023, destacando-se como empreendedora de impacto.

Sua influência global é evidente como garota-propaganda da Sol de Janeiro nos EUA e colaboradora da SHEIN, enquanto suas parcerias com marcas brasileiras como Kenner e MAC Cosmetics fortalecem sua conexão com a cultura nacional. Os "Ensaio da Anitta" tornaram-se uma grande label do verão brasileiro em 2024, com um faturamento previsto de mais de R\$30 milhões em apenas 10 shows. A empresa de Anitta, Rodamoinho, firmou parceria com o Grupo Onda, consolidando-a como uma figura influente e multifacetada no cenário nacional e internacional, transcendendo seu papel inicial como cantora.

## 5- COMO DESENVOLVER O BRANDING DE UM ARTISTA POP

### Diagnóstico

A carreira de Anitta exemplifica como um artista pop pode transcender a música e se estabelecer como uma marca global multifacetada. Desde o início de sua trajetória no Brasil, a artista conquistou uma audiência internacional graças ao talento, marketing estratégico e habilidade de reinvenção, destacou-se pela presença carismática e engajamento com o público, adaptando sua imagem e som às tendências globais, além de utilizar as redes sociais eficazmente para construir uma base de fãs leal e diversificou sua presença com campanhas publicitárias e colaborações de renome.

Sua trajetória mostra a importância de integrar música, marketing e marca pessoal, exemplificando como usar plataformas digitais para ampliar a influência e criar um império multifacetado. Em suma, Anitta é uma marca e fenômeno cultural, demonstrando como visão estratégica e inovação podem transformar a carreira de um artista em um fenômeno global.

O branding assume uma importância crucial na carreira de um artista, pois é incumbido de gerar e direcionar a percepção que o público tem tanto sobre ele quanto sobre seu trabalho. O texto subsequente apresentará uma proposta para a construção da marca pessoal de um artista, seguindo alguns passos inspirados na trajetória da cantora Anitta.

Na fase de diagnóstico, devemos indagar o artista com uma série de questionamentos para entender onde estão os valores, posicionamentos e bandeiras que o artista deseja apresentar ao público, pois frequentemente, os artistas desenvolvem estratégias de médio e longo prazos sem uma compreensão precisa do que desejam comunicar. Durante essa etapa, é crucial para o músico compreender qual é o seu diferencial distintivo, em um mundo inundado por uma avalanche de informações, a autenticidade torna-se imperativa, desta forma a congruência entre a fala, a linguagem corporal, o vestuário, o comportamento e o conteúdo é essencial para alinhar-se com o propósito pretendido.

O autoconhecimento emerge como um elemento fundamental nesse processo. Antes de tudo, é imprescindível que o artista tenha clareza sobre sua identidade, valores, estilo musical e a mensagem que deseja transmitir por meio de sua música, esses elementos formam a base da sua marca pessoal.

## **Estratégia**

Após a compreensão da mensagem que deseja transmitir, inicia-se a elaboração da estratégia. Esta é responsável por delinear o percurso que o artista seguirá em direção aos seus objetivos, neste estágio, são estabelecidos os canais de comunicação a serem utilizados, os lançamentos a serem realizados, o cronograma a ser seguido, entre outros aspectos, na estratégia, também se decide se há necessidade de corrigir algum ponto identificado durante o diagnóstico, realizar ajustes no posicionamento ou no comportamento pessoal.

Uma estratégia bem elaborada é essencial não apenas para impulsionar as vendas do produto, mas também para causar uma excelente impressão no público-alvo cativando-os de forma ágil.

## **Identidade e personalidade**

O branding auxilia o artista a definir sua identidade e personalidade no mercado, abrangendo sua imagem, estilo musical, valores, mensagem e a forma como ele se comunica com o público. A construção da identidade visual deve ser feita após a conclusão do diagnóstico e a definição da estratégia, um dos primeiros passos para estabelecer essa identidade é criar uma logomarca para o artista, envolvendo desde o uso de ferramentas automatizadas, facilmente acessíveis na internet, até a contratação de um profissional ou agência especializada. Para tomar a decisão correta, é essencial analisar a disponibilidade de tempo e os recursos financeiros.

É fundamental desenvolver uma identidade visual consistente, que abranja a criação de um logotipo, uma paleta de cores, fontes e estilos de design que expressem a personalidade e o estilo musical do artista. Esses elementos devem ser aplicados em todos os materiais promocionais, incluindo capas de álbuns, pôsteres, merchandising, redes sociais, entre outros.

Ao elaborar um briefing para a construção da identidade visual de um artista, é importante abordar os seguintes questionamentos:

1. Qual é o estilo musical do artista e como ele deseja que sua música seja percebida pelo público?
2. Quais são os valores, ideais e mensagem que o artista quer transmitir por meio de sua imagem?
3. Quem é o público-alvo principal do artista? Qual é o perfil demográfico desse público?
4. Quais são os artistas ou referências visuais que inspiram o artista? O que ele admira em relação à identidade visual deles?
5. Existe alguma história pessoal ou elemento significativo na vida do artista que gostaria de incorporar na identidade visual?
6. Quais são os diferenciais do artista em relação aos outros músicos do mesmo gênero ou cena musical?
7. Qual é a atmosfera ou sensação que o artista deseja evocar por meio de sua identidade visual?
8. Quais são os canais de comunicação visual mais relevantes para o artista? (Redes sociais, plataformas de streaming, shows ao vivo, etc.)
9. Existem cores, símbolos ou elementos visuais específicos que o artista gostaria de associar à sua imagem?
10. Qual é o objetivo final da identidade visual do artista? (Atrair mais fãs, criar uma imagem mais profissional, transmitir uma mensagem específica, etc.)

A carreira de Anitta é um exemplo de como a combinação de talento, estratégia de marketing e branding eficaz pode transformar um artista em um fenômeno global. Sua habilidade de adaptar sua música e imagem às tendências, aliada a uma presença marcante nas redes sociais e colaborações estratégicas, ilustra a importância de construir uma marca pessoal sólida e autêntica. Ao entender seus valores, definir sua mensagem e estabelecer uma identidade visual consistente, Anitta mostra que o sucesso artístico depende não apenas da música, mas também de uma visão estratégica clara e bem executada, sendo uma inspiração para novos artistas no cenário musical.

## **Storytelling na narrativa do artista**

O branding e o storytelling estão intrinsecamente ligados, o segundo sendo a habilidade de transmitir conteúdos por meio de narrativas emocionais que conectam a audiência ao artista, e para mostrar quem ele é, o artista precisa contar suas histórias, permitindo que o público estabeleça uma conexão entre ele e sua arte. Isso transforma os elementos do seu posicionamento, a forma como ele se apresenta, o que comunica e sua contribuição para o mundo das artes, em uma jornada com começo, meio e fim.

Quando o artista conta sua história de forma envolvente, seja por meio de imagens, textos ou vídeos, ele cria elementos figurativos e imaginativos para que o espectador entenda e se lembre de quem ele é, qual é sua assinatura artística e seu caminho nas artes. Isso funciona como um convite para que o espectador se emerja no mundo artístico do artista de maneira criativa e biográfica.

O relacionamento das pessoas com a arte começa pela reação emocional ao entrar em contato com diferentes manifestações artísticas, como pintura, dança, performance e fotografia, convidar as pessoas a conhecerem mais sobre os processos que levaram à criação de uma obra de arte específica pode estabelecer uma relação mais próxima e oferecer a oportunidade ideal para que o público se conecte com o propósito do artista e compreenda melhor a história por trás de sua criação. Um bom exemplo é o uso das mídias sociais, como o Instagram, que oferece o recurso de stories para entregar uma narrativa interativa com o público por meio de uma sequência de imagens ou vídeos. Além disso, um portfólio online bem elaborado pode aumentar a relevância do artista e de suas criações, ao trabalhar o marketing de conteúdo com palavras-chave importantes e desenvolver uma maior autoridade junto ao público e aos mecanismos de busca da internet, como o Google, destacando-o em seu nicho cultural.

Ao entender a importância do branding para o artista e estabelecer uma estratégia sólida de posicionamento de marca com storytelling, ele pode transmitir sua mensagem na arte de maneira mais eficaz, construindo uma carreira mais sólida e alinhada com seus valores, isso permite que sua audiência crie uma relação de valor entre quem ele é, o que faz e como deseja ser percebido.

## **Redes sociais**

É essencial para os artistas utilizarem as redes sociais como instrumento para alcançar um grande público e manter proximidade com seus fãs. No entanto, é crucial aplicar uma estratégia bem pensada para garantir que o marketing nas mídias sociais traga os resultados desejados, desta forma os elementos-chave abaixo devem ser considerados:

### **Conteúdo**

Uma das principais diretrizes do marketing digital é a necessidade de pensar antes de postar, embora isso possa parecer trivial, muitos artistas enfrentaram crises ao compartilhar conteúdo sem consideração prévia, antes de publicar nas redes sociais, o artista deve questionar-se:

1. Este conteúdo é relevante para o meu público?
2. Está alinhado com a minha estratégia de branding?
3. Utiliza a linguagem apropriada? Se a resposta for afirmativa, também é importante considerar questões técnicas, como formato, cores, qualidade de vídeo e áudio, além de ponderar considerações éticas, como a veracidade da informação e os direitos autorais.
4. É interessante impulsionar tal conteúdo em forma de anúncios para alcançar um público maior, permitindo a promoção de conteúdo para um público específico por meio da seleção de critérios pré-definidos?

Além da música, é fundamental criar conteúdo visual e audiovisual interessante e envolvente para acompanhar o trabalho do artista. Isso pode incluir vídeo clipes, teasers, vídeos de bastidores, sessões acústicas, entre outros elementos, que auxiliam na narrativa por trás das músicas e na construção de um vínculo emocional com os fãs.

## **Periodicidade e relevância midiática (fale bem ou fale mal, mas falem de mim)**

A importância da periodicidade e frequência das postagens nas redes sociais, assim como das participações em eventos midiáticos, é crucial para que os artistas mantenham sua relevância e presença constante na mente do público.

A presença online do artista é fundamental na era digital atual, onde a visibilidade nas plataformas digitais desempenha um papel crucial no sucesso e reconhecimento do artista, construir uma presença online sólida envolve a utilização de diversas plataformas digitais, como um website oficial, onde os fãs podem encontrar informações detalhadas sobre o artista e seu trabalho.

As redes sociais são muito importantes na interação com os fãs e na divulgação do conteúdo do artista. Plataformas como Instagram, Facebook, X e YouTube permitem que o artista compartilhe conteúdo exclusivo, como fotos, vídeos, atualizações e bastidores, mantendo os fãs engajados e conectados. Os serviços de streaming de música são vitais para a distribuição da música do artista e para alcançar novos ouvintes em todo o mundo. Ter uma presença consistente nessas plataformas ajuda a aumentar a visibilidade da música do artista e a atrair um público mais amplo.

No que concerne às redes sociais, a regularidade das postagens permite que os artistas mantenham seus seguidores engajados e atualizados sobre suas atividades, projetos e novidades. Isso contribui para estabelecer uma conexão mais próxima com o público, fortalecendo a relação entre eles e o artista. Além disso, a consistência na publicação de conteúdo demonstra profissionalismo e comprometimento, o que pode aumentar a confiança e a credibilidade do artista perante seu público.

Quanto às participações em programas de TV, podcasts, entrevistas, palestras, desfiles de moda e lançamentos de produtos, essas oportunidades oferecem uma plataforma adicional para os artistas se comunicarem com seu público e ampliarem sua visibilidade. Cada aparição na mídia proporciona uma oportunidade única de apresentar sua imagem, sua música e suas ideias para um público mais amplo e diversificado. Participar de diferentes tipos de eventos e programas também permite que os artistas alcancem diferentes segmentos de público, expandindo assim sua base de fãs.

Em resumo, a regularidade das postagens nas redes sociais e a participação frequente em eventos midiáticos são estratégias essenciais para que os artistas se mantenham relevantes e sejam lembrados pelo público. Essas atividades

ajudam a manter a imagem do artista em destaque e a fortalecer seu posicionamento no mercado da música e do entretenimento. Além disso, a construção de uma presença online sólida em diversas plataformas digitais é fundamental para que o artista se destaque na indústria da música e estabeleça uma conexão significativa com seus fãs. Isso proporciona uma oportunidade única de expandir sua base de fãs, promover sua música e construir uma carreira de sucesso no cenário musical contemporâneo.

### **Cultivar seus públicos**

A construção de uma audiência sólida, embasada em credibilidade, confiança, consistência e autenticidade, é essencial para estabelecer um vínculo significativo e promover o engajamento com os fãs.

Inicialmente, a credibilidade e a confiança são pilares fundamentais na relação entre um artista e seu público, os fãs valorizam a honestidade, transparência e integridade do artista em suas interações e conteúdos, ao manter uma conduta ética e coerente, o artista conquista a confiança de seus seguidores, o que é essencial para criar um relacionamento duradouro e significativo. Além disso, a consistência desempenha um papel crucial na construção da audiência. Os fãs apreciam quando um artista mantém uma presença regular e previsível, seja através de lançamentos de músicas, postagens nas redes sociais, participações em eventos ou comunicações com o público, essa consistência demonstra comprometimento e profissionalismo, contribuindo para a fidelização do público.

A autenticidade é um dos principais fatores para criar um vínculo genuíno com os fãs, os seguidores valorizam a autenticidade do artista, sua capacidade de expressar sua verdadeira personalidade, valores e experiências, ao compartilhar histórias pessoais, insights e emoções genuínas, o artista constrói uma conexão emocional com seu público, incentivando o engajamento e a lealdade dos fãs. A construção de uma audiência com credibilidade, confiança, consistência e autenticidade é essencial para criar um vínculo sólido e promover o engajamento com os fãs, ao priorizar esses elementos em sua estratégia de comunicação e interação com o público, o artista pode fortalecer sua base de fãs e alcançar sucesso sustentável em sua carreira.

Manter um diálogo aberto e constante com os fãs é fundamental para promover o engajamento. Isso pode envolver responder a comentários nas redes

sociais, realizar encontros e sessões de autógrafos, criar conteúdo exclusivo para os fãs, entre outras formas de interação. Por fim, é importante manter a consistência e a autenticidade em todas as interações e iniciativas relacionadas à marca pessoal. Isso ajuda a construir confiança e lealdade por parte dos fãs e a garantir uma imagem coerente ao longo do tempo.

### **Campanhas para engajamento**

A implementação de campanhas para engajamento, utilizando estratégias de press kit para divulgação de trabalhos e colaborações estratégicas com marcas, influenciadores e artistas é uma abordagem eficaz para fortalecer a presença e o alcance de um artista no mercado.

Primeiramente, a criação de campanhas bem planejadas é essencial para atrair a atenção do público-alvo e gerar interesse em relação ao trabalho do artista. Ao desenvolver materiais promocionais atrativos, como vídeos, fotos, releases e amostras de trabalho, um press kit completo pode ser elaborado para apresentar de forma profissional e impactante o portfólio e as realizações do artista. Além disso, as colaborações estratégicas com marcas, influenciadores e artistas são uma maneira eficaz de ampliar o alcance da mensagem do artista e alcançar novos públicos. Ao associar-se a marcas reconhecidas, o artista pode aproveitar a credibilidade e o alcance dessas empresas para promover sua própria marca e obras. Da mesma forma, parcerias com influenciadores e artistas estabelecidos podem proporcionar exposição adicional e credibilidade, além de criar oportunidades para colaborações criativas e sinergias entre as partes envolvidas.

Desta forma, é crucial desenvolver estratégias de engajamento para garantir que as campanhas alcancem seu máximo potencial. Isso pode incluir o uso de mídias sociais, eventos ao vivo, concursos, lançamentos exclusivos e outras iniciativas interativas para envolver e motivar o público-alvo a interagir e compartilhar o conteúdo da campanha.

## Visibilidade

A importância da visibilidade para um artista transcende a mera contagem de visualizações e seguidores em redes sociais, é mais do que simplesmente alcançar números impressionantes, trata-se de se conectar com o maior número possível de pessoas diferentes, de encantar públicos diversificados e de deixar uma marca duradoura no cenário cultural. Para um artista, a visibilidade é a chave para o reconhecimento e o sucesso, no entanto, essa visibilidade não deve ser apenas quantitativa, mas também qualitativa é crucial aparecer para um público variado, que representam diferentes demografias, gostos e origens, afinal, a arte tem o poder de transcender barreiras e unir pessoas de todas as esferas da vida.

Uma estratégia fundamental para alcançar essa visibilidade é tornar o seu trabalho acessível, isso pode começar pelo preço dos shows, oferecendo ingressos mais acessíveis em comparação com outros artistas nacionais, essa abordagem não apenas atrai um público mais amplo, mas também demonstra um compromisso genuíno com a democratização da arte e o apoio à diversidade cultural.

Além disso, é essencial manter uma agenda consistente de apresentações, ter uma boa média de shows por mês não apenas aumenta a exposição do artista, mas também cria uma sensação de presença contínua no cenário cultural. Isso permite que os fãs se conectem regularmente com o trabalho do artista e fortalece o vínculo entre eles. Outro aspecto importante é o relacionamento com a imprensa e os meios de comunicação, receber a imprensa em coletivas antes dos eventos não apenas gera cobertura midiática, mas também proporciona uma oportunidade para contar a história por trás da arte, compartilhar inspirações e transmitir mensagens significativas que ressoem com o público.

Por fim, as redes sociais desempenham um papel vital na construção da visibilidade e no engajamento com os fãs, utilizar essas plataformas regularmente permite ao artista manter um contato próximo com seu público, compartilhar novidades, bastidores e até mesmo criar um senso de comunidade em torno de sua arte. Assim, a visibilidade para um artista vai além dos números de visualização, trata-se de estar presente, acessível e engajado com uma ampla gama de públicos, é sobre contar histórias, inspirar pessoas e deixar uma marca duradoura no coração e na mente daqueles que têm o privilégio de experimentar sua arte.

## **Versatilidade**

Ao se aventurar em diferentes gêneros musicais e idiomas, eles não apenas ampliam seu alcance, mas também estabelecem conexões profundas com uma variedade de públicos, cantar em diversos estilos musicais e idiomas permite que o artista ultrapassa fronteiras culturais e geográficas, atingindo mercados e públicos diversos ao redor do mundo, essa habilidade não apenas gera reconhecimento, mas também desperta interesse entre audiências que podem ter gostos e preferências musicais variadas.

Além disso, a versatilidade demonstra a amplitude e a profundidade do talento do artista, mostrando sua capacidade de se adaptar e se reinventar, isso não só mantém sua arte relevante, mas também cria uma base sólida de fãs que apreciam sua habilidade de explorar e experimentar diferentes sonoridades. Em um mundo cada vez mais globalizado e interconectado, a versatilidade se torna uma vantagem competitiva para os artistas, permitindo-lhes alcançar uma audiência mais ampla e diversificada, portanto, investir na diversificação de estilos e idiomas é essencial para construir uma carreira sólida e duradoura na indústria da música.

Assim, é essencial destacar que a construção de uma marca pessoal para um artista pop exige uma abordagem estratégica e autêntica, onde cada elemento, desde a identidade visual até o conteúdo das redes sociais, contribui para uma narrativa coerente e envolvente. A carreira de Anitta exemplifica como a integração bem-sucedida entre autenticidade, inovação e versatilidade pode transformar um artista em um fenômeno global. Esse processo de branding permite que o público se conecte profundamente com o artista, não apenas como um músico, mas como uma marca que representa valores, histórias e cultura. Em um cenário musical cada vez mais competitivo e digital, o branding eficaz é o diferencial que sustenta o sucesso e a longevidade, conectando o artista com seu público de forma genuína e memorável.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho evidenciou a importância estratégica do branding na carreira de artistas pop, utilizando o caso da cantora Anitta como base de estudo. A análise mostrou que a construção de uma marca pessoal sólida, sustentada por uma gestão eficaz de imagem e planejamento de longo prazo, pode transformar um artista em um fenômeno global, indo além da música e alcançando outros mercados. A trajetória de Anitta ilustra como a autenticidade, adaptação às tendências globais e uma forte conexão com o público são essenciais para alcançar e manter o sucesso na indústria musical contemporânea.

Anitta conseguiu desenvolver sua marca pessoal de forma notável, diversificando sua atuação em diferentes áreas da indústria e colaborando com artistas e marcas que complementam seu posicionamento. Essa habilidade de expandir sua presença e manter sua relevância por meio de parcerias estratégicas, campanhas publicitárias e uma gestão eficaz de redes sociais, exemplifica como a marca pessoal pode ser um diferencial competitivo para artistas que buscam destaque em mercados globais.

A presença ativa de Anitta nas redes sociais, por exemplo, não apenas promove seu trabalho, mas também constrói uma narrativa pessoal que ressoa profundamente com seus fãs. Essa conexão emocional é um elemento crucial na gestão de marca de artistas da música pop, que dependem da fidelidade de seus públicos para a sustentabilidade de suas carreiras. A gestão eficaz de plataformas digitais, ao lado de uma imagem pública cuidadosamente gerida, destaca a importância das redes sociais na construção e manutenção de uma marca pessoal relevante.

Além da música, Anitta tem mostrado que o sucesso na indústria moderna está profundamente ligado à capacidade de explorar outras oportunidades de negócios e marketing. Sua associação com marcas de outros setores, como o plant-based e produtos de beleza, assim como sua participação em conselhos de grandes empresas, demonstra que um artista pop, hoje, precisa ser multifacetado e pensar além do seu campo original de atuação. Essa diversificação permitiu a Anitta ampliar seu alcance, consolidando-se como uma marca global e influente.

A jornada de Anitta oferece uma importante lição para artistas emergentes: o sucesso na indústria musical vai além do talento artístico. É necessário planejamento estratégico, inovação e uma gestão empresarial inteligente, que

considere não apenas a música, mas o contexto cultural e as oportunidades de expansão que se apresentam no mercado global. A habilidade de se reinventar e adaptar a novos públicos e mercados, como demonstrado por Anitta, é um fator chave para o sucesso duradouro na música pop.

Com base nas lições extraídas da trajetória de Anitta, os artistas que desejam construir suas carreiras de maneira similar devem focar em desenvolver uma marca pessoal coesa, explorar as redes sociais de maneira eficaz e manter uma conexão autêntica com seus fãs. Além disso, é essencial que os artistas permaneçam abertos à inovação, utilizando parcerias e colaborações estratégicas para ampliar sua influência e relevância.

Portanto, este trabalho conclui que a construção de uma marca pessoal forte e bem gerida, associada a uma estratégia de marketing bem definida e um uso inteligente das redes sociais, são pilares fundamentais para que artistas pop possam se destacar no cenário musical global e manter a relevância ao longo do tempo.

## REFERÊNCIAS

AAKER, David A. The Value of Brand Equity. *Journal of Business Strategy*, v. 13, n. 4, p. 27-32, 1992. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/eb039503>.

CONEXÃO MAGAZINE. Kenner patrocina ensaio da Anitta no Rio. Disponível em: <https://conexaomagazine.com.br/kenner-patrocina-ensaio-da-anitta-no-rio/>. Acesso em: 20 fev. 2024.

ESTADÃO. Álbum Funk Generation de Anitta é eleito um dos melhores discos latinos do ano; veja ranking. Estadão, 2 out. 2024. Disponível em: <https://www.estadao.com.br/cultura/musica/album-funk-generation-anitta-eleito-um-dos-melhores-discos-latinos-ano-veja-ranking-nprec/>. Acesso em: 10 out. 2024.

ESTEVAO, Ilca Maria. Carnaval 2024: Shein lança coleção temática com curadoria de Anitta. Disponível em: <https://www.metropoles.com/colunas/ilca-maria-estevao/carnaval-2024-shein-lanca-colecao-tematica-com-curadoria-de-anitta>. Acesso em: 20 fev. 2024.

EXAME. Anitta é a melhor profissional de branding do Brasil. Disponível em: <https://exame.com/casual/anitta-a-melhor-profissional-de-branding-do-brasil/>. Acesso em: 20 fev. 2024.

EXTRA GLOBO. Sabático que nada: Anitta viveu ano notável após anunciar pausa. Disponível em: <https://extra.globo.com/entretenimento/musica/noticia/2023/12/sabatico-que-nada-anitta-viveu-ano-notavel-apos-anunciar-pausa-para-descansar-de-premios-a-serie-confira.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2024.

FERREIRA, Mauro. Retrospectiva 2023: Anitta exporta funk para gringos, mas volta ao topo com reggaeton. Disponível em: <https://g1.globo.com/pop-arte/musica/blog/mauro-ferreira/post/2023/12/30/retrospectiva-2023-anitta-exporta-funk-para-gringos-mas-volta-ao-topo-com-reggaeton.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2024.

FINDLAY, Michael. *The Value of Art: Money, Power, Beauty*. New York: Prestel, 2012.

FOLHA DE PERNAMBUCO. Como foi a criação de Funk Generation: Anitta e produtor dão detalhes do processo criativo. *Folha de Pernambuco*, 6 out. 2024. Disponível em: <https://www.folhape.com.br/cultura/como-foi-a-criacao-de-funk-generation-anitta-e-produtor-dao/332193/>. Acesso em: 10 out. 2024.

GLAMOUR. Anitta se junta à Shein para lançar primeira coleção sustentável da marca. Disponível em: <https://glamour.globo.com/marcas-parceiras/noticia/2023/06/anitta-se-junta-a-shein-para-lancar-primeira-colecao-sustentavel-da-marca.ghtml>. Acesso em: 20 fev. 2024.

GLOBO.COM. Absolutamente tudo sobre notícias, esportes e entretenimento. Disponível em: [https://www.globo.com/?utm\\_source=gshow&utm\\_medium=redirect-gshow](https://www.globo.com/?utm_source=gshow&utm_medium=redirect-gshow). Acesso em: 20 fev. 2024.

IPHOTOCHANNEL. A história por trás da foto Marilyn Monroe vestido voando. Disponível em: <https://iphotochannel.com.br/a-historia-por-tras-da-foto-marilyn-monroe-vestido-voando/>. Acesso em: 22 fev. 2024.

ISTOÉ. Imprensa internacional exalta 'Funk Generation'; Anitta relembra que doença foi inspiração para criar o 'álbum da sua vida'. IstoÉ, 29 abr. 2024. Disponível em: <https://istoe.com.br/imprensa-internacional-exalta-funk-generation-anitta-relembra-que-doenca-foi-inspiracao-para-criar-o-album-da-sua-vida/>. Acesso em: 10 out. 2024.

KENNER, M. A estratégia do impacto da apresentação de Anitta na final da Champions League explicada por produtor Davi Muniz. Disponível em: <https://www.lance.com.br/futebol-internacional/a-estrategia-do-impacto-da-apresentacao-de-anitta-na-final-da-champions-league-explicada-por-produtor-davi-muniz.htm>. Acesso em: 20 fev. 2024.

KOTLER, Philip. Administração de Marketing: a edição do novo milênio. 10. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

LEAL, Wellthon Rafael Aguiar. A construção das identidades dos homossexuais masculinos a partir do consumo das divas pop. 2017. Dissertação de Mestrado. Universidade Federal de Pernambuco.

LIPOVETSKY, Gilles. A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista. São Paulo: Companhia das Letras, 2014.

MADONNA. VOGUE. YouTube, de 1990. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=GuJQSAiODqI&ab\\_channel=Madonna](https://www.youtube.com/watch?v=GuJQSAiODqI&ab_channel=Madonna). Acesso em: 22 de fevereiro de 2024.

MAGROOVE. Branding de artistas. Disponível em: <https://magroove.com/blog/pt-br/branding-de-artistas/>. Acesso em: 08 mar. 2024.

METROPÓLES. Anitta assina com a Republic Records após saída da Warner, diz revista. Disponível em: <https://www.metropoles.com/entretenimento/musica/anitta-assina-com-a-republic-records-apos-saida-da-warner-diz-revista>. Acesso em: 20 fev. 2024.

NUNES, Paulo. O Quadrado da malandra: estudo de processos e ferramentas de marketing na carreira da cantora Anitta. NOME DO EVENTO São Luís, 2019.

OLYMPICS. Isso Aqui, O Que É? - Gilberto Gil, Caetano Veloso & Anitta @Rio 2016 | Music Monday. YouTube, 20 de novembro de 2017. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=n\\_70iW75YG8&ab\\_channel=Olympics](https://www.youtube.com/watch?v=n_70iW75YG8&ab_channel=Olympics). Acesso em: 22 de fevereiro de 2024.

POPLINE. Ensaios da Anitta: cantora bate recorde de faturamento e explica participações. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/ensaio-da-anitta-cantora-bate-recorde-faturamento-explica-participacoes/>. Acesso em: 20 fev. 2024.

PORTAL POPLINE. Anitta dá sermão e afirma: “Vou fazer o funk carioca ser respeitado em nosso país”. Portal Popline, 4 out. 2024. Disponível em: <https://portalpopline.com.br/anitta-da-sermao-e-afirma-vou-fazer-o-funk-carioca-ser-respeitado-em-nosso-pais/>. Acesso em: 10 out. 2024.

PROPMARK. Os planos da MAC Cosmetics ao patrocinar os ensaios da Anitta. Disponível em: <https://propmark.com.br/os-planos-da-mac-cosmetics-ao-patrocinar-os-ensaios-da-anitta/>. Acesso em: 20 fev. 2024.

REITLINGER, Gerald. The Economics of Taste: The Rise and Fall of Picture Prices, 1760-1960. Hacker Art Books, 1982.

SÁ, Simone Pereira de; CARREIRO, Rodrigo; FERRARAZ, Rogerio. Cultura pop. EDUFBA, 2015.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Fundamentos de metodologia científica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.