

ÁREA: GPSS – GESTÃO DE PESSOAS

**O PERCURSO DE UMA CARREIRA:
ESTUDO DE CASO SOBRE A CANTORA ANITTA**

RESUMO

Este artigo tem o objetivos analisar o percurso da carreira da cantora Anitta e identificar o modelo de planejamento de carreira adotado por ela. A base que sustenta o estudo versa sobre carreira, por meio de uma pesquisa de natureza qualitativa, exploratória e estudo de caso. Os procedimentos de análise dos dados da pesquisa apresentam aproximações com a análise de conteúdo proposta por Bardin (2011). Os resultados demonstram que o planejamento de carreira da cantora tem relação com os modelos de carreira sem fronteiras e proteana, por não se limitar a atuar no mercado da música e se adaptar para alcançar diferentes territórios, e pela capacidade de autonomia, autogestão e autoinvenção. Tais características possibilitam compreender a trajetória profissional da cantora.

Palavras-chave: Carreira. Percurso. Planejamento. Trajetória profissional. Anitta.

ABSTRACT

This article aims to analyze the career course of the singer Anitta and identify the career planning model adopted by her. The basis that supports the study is about career, through a qualitative, exploratory research and case study. The procedures for analyzing the research data show similarities with the content analysis proposed by Bardin (2011). The results demonstrate that the singer's career planning is related to the without borders and protean career models because it is not limited to work in the music market and adapts to reach different territories, and the capacity for autonomy, self-management, and self-invention. Such characteristics make it possible to understand the professional career of the singer

Keywords: Career. Course. Planning. Professional trajectory. Anitta.

1 INTRODUÇÃO

As concepções de carreira têm sofrido diversas mudanças ao longo do tempo. A carreira tradicional estava alinhada ao contexto do mercado estável, em que as organizações possuíam diversos níveis hierárquicos e os empregados aspiravam alcançar o sucesso mediante iniciativa do empregador (TOLFO, 2002). Atualmente, fala-se em uma perspectiva de carreira mais horizontalizada ou sem fronteiras, possibilitada pela mobilidade e responsabilidade do indivíduo por investir, planejar e potencializar sua carreira (LACOMBE; CHU, 2012).

Nessa perspectiva, a carreira configura-se como um processo de desenvolvimento permanente, que compreende não apenas conhecimentos e habilidades que o indivíduo constrói na formação, mas também a pessoa que é, com todas as suas crenças, experiências e histórias de vida, além do contexto em que exerce a atividade profissional.

Ainda, a carreira é uma sequência de posições ocupadas e de atividades realizadas na vida de uma pessoa. Suas necessidades, aspirações individuais, expectativas e carências de mercado refletirão nas escolhas da trajetória do profissional (SOUZA *et al.*, 2009).

Kilimnik *et al.* (2008) complementam afirmando que, ao pensar sobre carreira, é importante entender as necessidades e características da pessoa, que não estão ligadas apenas à vida no trabalho, mas também à interação com todos os espaços de sua vida. Para os autores, na década de 1990, o significado de carreira passou a ser utilizado com mais frequência, e expressões como espaço de vida passaram a ser cada vez mais adotadas e associadas a outros aspectos como necessidades, desejos, potencialidades pessoais e capacidades. Essa associação gerou um alinhamento entre planejamento de carreira e planejamento pessoal, contribuindo para que o indivíduo responsabilize-se pela gestão da sua carreira.

O mercado de trabalho tornou-se, especialmente nas últimas duas décadas, mais competitivo e o profissional ingressante ou atuante se depara com uma maior exigência dos contratantes (MONTEIRO; LEITE, 2018). Nesse sentido, os profissionais têm o desafio de estabelecer de forma clara seus objetivos de carreira e qual processo é necessário para alcançar os resultados desejados.

Neste contexto, Monteiro; Leite (2018, p. 91) afirmam que, para muitos jovens, a escolha da profissão e a forma de planejar a carreira podem ser marcadas por inseguranças pelo fato de existir vários caminhos, dificultando a tomada de decisão sobre preferências.

A insegurança sobre qual caminho seguir também está presente na vida dos jovens que optam pela carreira musical. O cenário da música, assim como de outras profissões, passa por transformações institucionais e tecnológicas (MAUDONNET, 2015). O ofício de músico sofreu alterações relacionadas ao desenvolvimento da carreira e às formas de remuneração. Para progredir e se destacar nesse ambiente, o profissional precisa se adaptar às mudanças e adquirir competências empreendedoras (WIKSTRÖM, 2009, *apud*, MAUDONNET, 2015). Para isso, é essencial que ele estabeleça estratégias para conduzir a sua carreira.

Como exemplo de jovem artista que vem ganhando espaço no mercado da música devido a seu planejamento estratégico, destaca-se a Anitta, construindo sua carreira em meio a importantes mudanças nos formatos de distribuição e consumo de música (KOEFFENDER, 2019). Partindo dessas considerações, este estudo busca responder o seguinte problema de pesquisa: *Que modelo de planejamento de carreira Anitta adota para manter-se no mercado da música?*

Tendo em vista o problema de pesquisa, este artigo tem por objetivo geral analisar o percurso da carreira da cantora Anitta e objetivo específico identificar o modelo de planejamento de carreira adotado pela cantora. Para tanto, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa, exploratória e estudo de caso. A importância de se compreender a trajetória de uma jovem cantora brasileira e o planejamento adotado para atuação em um mercado competitivo e dinâmico justificam o estudo, que está organizado em cinco seções, incluindo esta introdução. Na segunda seção é descrita a revisão de literatura e na terceira seção, os procedimentos metodológicos da pesquisa. Na quarta seção, apresenta-se a trajetória da cantora Anitta, e na quinta seção as considerações finais. Após, estão as referências utilizadas no estudo.

2 REVISÃO DE LITERATURA

Essa seção tem a finalidade de fundamentar, por meio da literatura, concepções sobre carreira e modelos de carreira e competências relacionadas. Após, é apresentado as âncoras de carreira e o surgimento da carreira artística.

2.1 Concepções de carreira

De acordo com Dutra (2010), carreira é um termo complexo de conceituar, por reunir diversos significados. Definida como uma sequência de posições ocupadas e de trabalhos realizados durante a vida de um profissional, a carreira envolve um conjunto de estágios e transições refletidas por necessidades, motivos, anseios individuais e expectativas, tanto da organização quanto da sociedade. Sob perspectiva do indivíduo, há a avaliação de suas experiências profissionais, enquanto sob o olhar da empresa, há a compreensão de políticas, tomadas de decisão envolvendo níveis organizacionais e movimento de pessoas.

Contudo, é importante resgatar a evolução histórica do conceito de carreira. Durante o período da Revolução Industrial, o modelo de carreira estava associado a um contexto estável, em que emprego e trabalho tinham o mesmo significado. As organizações possuíam diversos níveis hierárquicos e os empregados almejavam oportunidades de crescimento profissional (TOLFO, 2002). Ou seja, trabalhadores fiéis e dedicados aos seus cargos poderiam ambicionar um emprego por muito tempo e a organização daria em troca um emprego estável.

Porém, com a diversificação de modalidades de trabalho e a emergência de novas profissões, especialmente a partir de 1970, a percepção da carreira mudou e a ênfase tem recaído mais sobre decisões tomadas pelo próprio profissional, seguindo seus objetivos e aspectos de mobilidade, do que de estabilidade (AMBIEL, 2014).

Para Dutra (2010), a compreensão das pessoas acerca de suas carreiras opõe-se com o despreparo das organizações. Esse despreparo manifesta-se na falta de adoção de políticas, práticas e competências técnicas e gerenciais, além da dissociação entre o desenvolvimento da empresa e o desenvolvimento de pessoas. Contudo, algumas empresas enfrentam pressões de concorrentes, já que, para se inserirem no mercado com vantagens competitivas, necessitam do engajamento e comprometimento dos seus colaboradores. Esse engajamento e comprometimento é resultado de uma série de fatores, sendo os principais a motivação das pessoas para executar seu trabalho e a perspectiva de crescimento no ambiente laboral.

Assim, o futuro profissional é uma das questões mais delicadas na relação entre colaborador e empresa. De um lado há uma reflexão mais profunda sobre a

administração de carreiras como um instrumento capaz de conciliar as expectativas de crescimento da empresa com a expectativa de desenvolvimento do profissional. Do outro, tem levado as empresas mais modernas a determinarem processos de gestão compartilhados à carreira, em que as pessoas são responsáveis pelo planejamento de carreira e a organização por oferecer oportunidades, que são apresentados a seguir.

2.2 Modelos de carreira e competências relacionadas

Os modelos de carreira são propostas que, nas últimas décadas, buscam atender às exigências do mercado em constante transformação. Destaca-se, aqui, quatro modelos considerados contemporâneos, os quais são: carreira em Y, carreira em T, carreira sem fronteiras e carreira proteana.

Conforme o Guia de Carreira (2018), o modelo de carreira em Y relaciona o formato da letra com a opção de escolha do profissional entre seguir para um cargo gerencial ou ser especialista técnico de um determinado setor da organização. Sua criação veio da necessidade de inovação e aquisição da vantagem competitiva na empresa, fazendo com que a área técnica fosse valorizada. Sendo assim, novas funções são dadas aos profissionais de destaque, que possuem um elevado conhecimento técnico, que saibam executar suas tarefas da melhor forma e são capazes de propor novas soluções para diferentes problemas, com uma remuneração semelhante ao cargo de gerência.

Nesse modelo, colaboradores com grau de excelência são valorizados, contribuindo para o crescimento da organização. Caso o colaborador opte por seguir um cargo de gerência, ele pode dar continuidade ao plano de carreira atual, aperfeiçoando seus conhecimentos para assumir responsabilidades como desenvolvimento de produtos ou projetos.

Ainda, o modelo de carreira em Y é indicado aos colaboradores que possuem elevado conhecimento teórico e prático, capazes de participar do desenvolvimento de atividades específicas da organização com visão inovadora, e para colaboradores com pouca experiência em dirigir equipes.

Diferente do modelo descrito acima, o modelo de carreira em forma de T estimula o profissional para a inovação interdisciplinar. O traço horizontal da letra T representa a dimensão do conhecimento geral (macro), abrangendo questões econômicas, políticas, sociais, culturais e ambientais, enquanto o traço vertical representa a dimensão do conhecimento específico e prático, voltado para a área em que o indivíduo trabalha (OSKAM, 2009). Para o modelo T, o profissional precisa entender muito da sua área de atuação, e ser conhecedor de outras áreas relacionadas. Por exemplo, um cantor precisa saber cantar, além de outros conhecimentos como saber atuar no palco conforme a sua proposta musical, e saber se comunicar. O planejamento da profissão na estrutura T é a que mais traz conexões interdisciplinares (OSKAM, 2009).

Já a construção do modelo de carreira sem fronteiras necessita de decisões e atitudes do indivíduo, que é responsável por investir, planejar e potencializar sua carreira. A origem deste modelo está relacionada com as mudanças da economia, o avanço da tecnologia e ao aumento da competitividade. As organizações tornaram-se mais dinâmicas para serem mais ágeis, passando a requisitar profissionais com visão sistêmica, para atender as diferentes necessidades do mercado (BALASSIANO *et al.*, 2012). O mesmo autor relaciona esse modelo de carreira à tendência de prestação de serviços sem vínculo formal de trabalho, o que para alguns profissionais é visto como positivo, pela possibilidade de ter autonomia,

enquanto para outros profissionais é negativo, pela precarização e informalidade do trabalho.

Para Dutra (2010, p. 21), “Na perspectiva das carreiras sem fronteiras, as pessoas são responsáveis por suas carreiras futuras, o que ocorre com o cultivo de *networks* e com a busca constante de acesso ao conhecimento e recursos de outras pessoas”. Com isso, *networkings*, empreendedorismo, busca pelo diferencial e relações intraorganizacionais são características do comportamento de carreira do profissional.

Como já dito, a carreira sem fronteiras é resultado das mudanças do mercado de trabalho causadas por alterações no cenário econômico, social, cultural e empresarial, que acaba influenciando a gestão. No meio artístico, a carreira sem fronteiras encontra abrigo, pois, geralmente, o artista não limita sua área de abrangência uma vez que sua fonte de inspiração e de sustentação provém do público que o prestigia.

Além das carreiras sem fronteiras, há o modelo de carreira proteana, que vem se destacando entre alguns profissionais e empresas. Este modelo é caracterizado pela capacidade de mudança frequente e autoinvenção, autonomia e autogestão, direcionadas pelas necessidades do indivíduo ao invés da necessidade da organização (DANTE; ALBUQUERQUE, 2016, p. 122). Segundo os mesmos autores, esse modelo é gerenciado pelo ator da carreira e não mais pela organização, seguindo suas necessidades, valores, expectativas e busca pelo seu próprio sucesso. Por um lado, a empresa oferece instabilidade, por outro lado, liberdade ao profissional. Conforme Dante; Albuquerque (2016), o modelo de carreira proteano concilia liberdade, necessidades e vontades do indivíduo.

2.3 Âncoras de carreira

O conceito “âncora de carreira” foi desenvolvido em 1961 por Edgar Schein, importante estudioso da cultura organizacional. Seu estudo foi realizado com o objetivo de reunir conhecimentos sobre a formação de valores de cada indivíduo em sua atividade profissional (TREVISAN *et al.*, 2016). As âncoras demonstram quais são as motivações profissionais do indivíduo, sem, contudo, garantir seu sucesso (INSTITUTO BRASILEIRO DE COACHING, 2019).

Conforme Trevisan *et al.* (2016), uma relação bem sucedida de trabalho depende de dois elementos: das empresas, com as suas expectativas; e de seus *stakeholders*, motivados a atender essas expectativas para que os resultados sejam alcançados. Essa relação é fundamental para que a organização continue no mercado, promovendo o desenvolvimento de habilidades de seus profissionais e expansão de seus negócios.

Assim, para que a relação entre empresa e colaborador dê certo, recomenda-se que os gestores conheçam as motivações profissionais de cada funcionário e qual a importância dessa relação para a sua carreira.

Segundo o IBC (2019), com base na teoria de Schein, as Âncoras de Carreira estão estruturadas em oito categorias: *desafio puro* (as pessoas desta categoria procuram encontrar soluções para problemas aparentemente insolúveis); *estilo de vida* (profissionais buscam oportunidades que conciliam necessidades pessoais, familiares e as exigências da carreira); *dedicação a uma causa* (as prioridades de pessoas com essa âncora é servir a uma causa e ajudar a sociedade); *segurança e estabilidade* (é voltada para pessoas que buscam empregos que forneçam segurança física e financeira); *criatividade empresarial* (com um impulso criativo, é voltado para profissionais que têm facilidade em criar negócios e novos produtos e

serviços); *autonomia e independência* (caracterizada por pessoas que buscam a liberdade e a independência em profissões autônomas); *competência técnica e funcional* (caracterizada por pessoas que se preocupam com a capacidade técnica e especializada, construindo uma carreira em uma área técnica); e *competência administrativa geral* (voltada para profissionais que têm a preocupação com a integração dos esforços de outros para a obtenção de resultados em uma organização).

Trevisan *et al.* (2016, p. 75) enfatizam que, quando a âncora não está clara, “[...] o indivíduo corre o risco de ingressar em atividades de trabalho que não lhe proporcionarão satisfação, porque percebe que tais atividades não correspondem às suas inclinações pessoais”. Sendo assim, o mesmo autor explica que para o profissional não se frustrar com as suas atividades, é necessário que ele tenha clareza quanto à sua orientação pessoal para o trabalho, seus valores, qualidades e habilidades para realizar uma análise do seu momento profissional atual e futuro.

2.4 Carreira artística

A carreira artística tem origem nos séculos XVI e XVII, quando artistas fundaram academias na Itália e na França, responsáveis por realizar a formação de novos artistas e auxiliar no credenciamento e controle de produção artística. No século XIX, houve um processo de mudança e o mercado passou a exercer a função de promotor artístico.

Nessa época, profissionais que eram lançados pelas academias procuravam a perfeição de seus trabalhos, enquanto os artistas que eram lançados pelo mercado valorizavam a inovação. Com isso, os profissionais que eram aceitos pelo mercado se transformaram em empreendedores, que deveriam entender e satisfazer as necessidades do mercado. Surge no século XIX, uma conciliação entre cultura e mercado, no qual o artista buscava, por meio de inovações, o que o mercado necessitava para ser aceito por ele e garantir sucesso comercial.

Assim, o início do século XX foi marcado pela união da arte, tecnologia e produção em massa. Essa relação foi visível na música, na fotografia e no cinema. E no final desse século, o conceito de indústrias criativas ganhou destaque devido à força das atividades criativas na economia. Esse termo é definido como setores econômicos na publicidade, rádio, televisão e música, que dependem de talento e criatividade para se desenvolverem. Nesse contexto, o artista é compreendido como o profissional que cria e dá expressão a trabalhos de arte, capaz de ser recompensado por isso, embora sem garantia de remuneração instável. Conforme afirma Menger (1999, *apud* BENDASSOLI, 2009, p. 11), “Predominam entre estes profissionais os empregos casuais e contingentes, caracterizados pela instabilidade e pela descontinuidade”.

O profissional das artes é mestre em suas atividades, geralmente gosta de lidar de forma autônoma, desde a escolha de elementos iniciais para o seu trabalho, até a avaliação e finalização do produto ou serviço. Na maioria dos casos, a profissão de artista não está vinculada a uma instituição corporativa, cabendo ao profissional uma análise e relação específica às teorias de carreiras. “Há [...] desdobramentos especiais que favorecem análise de gestão e de comportamento [...]. Essa especificidade começa no próprio perfil [...] profissional [...] de cada artista (ALVES, 2012, p. 81).

Para Alves (2012), o profissional artístico tem uma relação vocacional com seu trabalho em virtude do conhecimento na elaboração da obra. Porém, diferente do modelo tradicional de carreira, o artista necessita de maior flexibilidade pelo fato

de ser responsável pela sua trajetória. A jornada de trabalho, por exemplo, é estabelecida conforme suas necessidades e desejos.

Essa flexibilização ocorre devido às variações de demanda, à formação de projetos e à necessidade de estar sempre inovando. Sendo assim, as relações de trabalho da área artística são geralmente de curto prazo. O trabalho artístico é representado por muitos profissionais pela relação entre “fazer o que se deve” e “fazer o que se gosta”.

O foco dos profissionais dessa área é, excessivamente nos processos de criação, que é o que mais gostam de fazer, deixando de lado as discussões de como se desenvolverá sua carreira no médio e longo prazo. Em função disso, o mercado tem oferecido aos artistas serviços especializados de gestão de carreira, porém a característica de autonomia ainda permanece.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para atender o problema e os objetivos propostos, o estudo classifica-se quanto à forma de abordagem como pesquisa qualitativa. De acordo com Malhotra (2011), esse modelo visa explicar o porquê das coisas, sem precisar quantificar valores e provar fatos. Este tipo de pesquisa trabalha com significados, crenças, valores e pretensões, associadas a fenômenos que podem ser descritos em variáveis. Está relacionada a este trabalho pelo fato da pesquisa descrever a carreira de uma artista, por meio de acontecimentos.

Quanto aos objetivos, a pesquisa é exploratória. Na concepção de Vergara (2007), uma pesquisa é exploratória quando não há muito conhecimento acumulado sobre o assunto. Sua função é desenvolver e explicar ideias, disponibilizando uma visão panorâmica de um assunto até então pouco explorado. O fato de investigar informações para identificar o modelo de planejamento de carreira da Anitta justifica a pesquisa exploratória.

A pesquisa também caracteriza-se como estudo de caso. O estudo de caso é um método que consiste, geralmente, em uma forma de explorar uma unidade individual. De acordo com Gil (2009), este método tem a finalidade de proporcionar uma visão mais clara de um fenômeno pouco conhecido e é vantajoso devido a sua flexibilidade e a possibilidade de estudar um caso em profundidade, neste caso, o percurso da carreira da cantora Anitta.

Este estudo utilizou materiais midiáticos como fontes de informações de coleta de dados, pois evidenciam o que está em circulação na sociedade em diferentes momentos. Portanto, imagens, informações em revistas, jornais, *sites* e redes sociais constituem as técnicas de coleta de dados. Essas técnicas auxiliam os pesquisadores no levantamento de informações apresentadas na seção 4, visando investigar o tema proposto. Para Klein *et al.* (2015), é a partir das técnicas que se consegue ter condições de selecionar os procedimentos mais adequados conforme o método de pesquisa adotado pelos pesquisadores.

Estes dados foram selecionados e coletados com uma delimitação temporal que compreende o período de 2009 a março de 2020. A escolha deste recorte se dá porque é a partir de 2009 que a carreira da Anitta começa a ter maior vigor, e março de 2020 para contemplar mais algumas atuações desta artista que é dinâmica e empreendedora.

O processo de análise dos dados foi feito com aproximações na técnica de conteúdo da Bardin (2011), que analisa as comunicações. Busca-se uma descrição clara e sistemática do conteúdo derivado das comunicações midiáticas e suas interpretações e significados. Seu objetivo, é a utilização de mensagens para

confirmar o que os indicadores mostram. Por meio desta técnica, procura-se mostrar o percurso da carreira da Anitta e relacionar com a base teórica, para responder aos propósitos do estudo.

Contudo, como toda pesquisa apresenta limitações em sua aplicação, é necessário um cuidado ao procurar generalizações, cabendo à pesquisadora a seriedade necessária para o planejamento, execução e interpretação. Gerhardt e Silveira (2009) reforçam que o pesquisador precisa estar atento a alguns riscos da pesquisa qualitativa, como excesso de confiança do observador na coleta de dados, ausência de detalhes sobre o processo de como as conclusões são encontradas e sensação de domínio aprofundado no objetivo de estudo.

Acredita-se que a principal limitação deste estudo está relacionada à falta de informações mais detalhadas sobre a cantora. Foram identificados, durante este estudo, algumas pesquisas científicas relacionadas à cantora, mas com foco na área de *marketing* musical. Diferente dessas, o objetivo deste estudo é compreender o percurso da carreira da cantora, por meio do modelo de planejamento adotado.

4 O PERCURSO DA CARREIRA DA ANITTA

Larissa de Macedo Machado, conhecida pelo nome artístico Anitta, nasceu em 30 de março de 1993, no Rio de Janeiro/RJ. A filha mais nova de uma artesã e um vendedor, sempre sonhou em ser artista e teve sua carreira iniciada após ser convidada pelos avós maternos a cantar em uma igreja no bairro Honório Gurgel, na zona norte da capital carioca, onde foi criada.

Aos 16 anos, Larissa, influenciada pelo pai microempresário e por pressão da mãe em ter uma formação, fez curso Técnico em Administração na Escola Estadual Fundação de Apoio à Escola Técnica (Faetec). Em seguida, foi aprovada entre cinco mil candidatos no processo seletivo para uma vaga de estágio na mineradora Vale do Rio Doce, na qual permaneceu por um ano.

O processo de transformação de uma jovem estudante para a cantora e dançarina de *funk* Anitta (nome inspirado em uma minissérie da Rede Globo) iniciou em 2009. Nessa época, Larissa postou um vídeo de uma de suas performances na plataforma de compartilhamento de vídeos *Youtube*, conforme a Figura 1, e chamou a atenção do DJ Renato Azevedo, conhecido como Batutinha. “Batutinha era um dos produtores do Furacão 2000 e convidou Anitta para fazer alguns testes. Aprovada, garantiu um contrato com a produtora que deu o ‘ponta-pé’ inicial em sua carreira” (SILVA, 2017, p. 33).

Ainda em 2009, Larissa se tornou MC Anitta e teve sua primeira música intitulada “Eu vou ficar” na programação das rádios de ritmo de *funk* no Rio de Janeiro. Durante três anos, Anitta permaneceu na produtora, realizando *shows* nos famosos bailes da Furacão 2000, garantindo a participação em DVDs.

Segundo Silva (2017), em 2012, a empresária Kamilla Fialho ficou impressionada com a *performance* da cantora e passou a empresariá-la, pagando uma multa de aproximadamente R\$ 226 mil para a gravadora Furacão 2000 liberá-la. Um ano depois, com o sucesso da música “Meiga e Abusada”, Anitta assina contrato com a gravadora Warner Music (PINTO; COSTA, 2018).

Em 2013, aos 19 anos, a cantora lançou a música “Show das Poderosas”. Seu videoclipe atingiu recordes de visualizações, contribuindo para que Anitta ganhasse o título de primeira artista brasileira a atingir a marca de 100 milhões de visualizações no YouTube (NUNES, 2018, p. 31). Além disso, a cantora alcançou a marca de clipe feminino mais visto no Brasil (SILVA, 2017).

Ainda em 2013, Anitta lançou seu primeiro álbum de estúdio, chamado de

“Anitta”, que rendeu à cantora álbum triplo de ouro e duplo de platina pela Associação Brasileira dos Produtores de Discos, com mais de 170 mil discos vendidos. No mesmo ano, ela recebeu três indicações no Prêmio Multishow nas categorias “Artista Revelação”, “Melhor Clipe” e “Música Chiclete”, conquistando o prêmio em duas categorias (SILVA, 2017).

No período em que esteve sendo gerenciada por Kamilla Fialho, proprietária do escritório K2L, a cantora passou por procedimentos estéticos como plástica nos seios e no nariz, aulas de *coaching*, *personal trainer*, *media training* (para aprender a se comunicar em entrevistas), aulas de inglês, canto e expressão corporal. Em 2014, a cantora rompeu o contrato com a empresária, acusando-a de ter desviado 2,5 milhões de reais. No entanto, Fialho recorreu ao tribunal para provar sua inocência. Com isso, a cantora passou a ser ré no processo. A disputa terminou com um acordo entre as duas e o pagamento de R\$ 9 milhões à empresária, dando à Anitta o direito de todas as suas canções (PUREPEOPLE, 2019).

Após o rompimento com a empresária, Anitta passou a gerenciar sua própria carreira. Ao lado do irmão Renan Machado, criou a empresa Rodamoinho, hoje com 50 funcionários, e responsável por executar os projetos da cantora e agenciamento de outros artistas (EXAME, 2019, p. 29). Administrando a própria carreira, Anitta se tornou a primeira cantora brasileira a chegar ao topo da lista das músicas mais ouvidas na plataforma *Spotify*, em 2015, com a música “Deixa Sofrer”.

4.1 Rompendo paradigmas e fronteiras

O álbum “Bang” fortaleceu a carreira de Anitta no Brasil e permitiu que a cantora desse os primeiros passos na carreira internacional. De forma planejada e estruturada, ela preferiu consolidar sua marca entre os brasileiros e ir preparando músicas e parcerias com artistas de outros países para, quando fosse lançar no mercado internacional, conseguisse administrar sua carreira no Brasil e no exterior.

“O plano traçado pela cantora e empresária contava com três pequenas aparições que fixassem seu nome na memória dos consumidores estrangeiros” (NUNES, 2018. p. 34). Segundo Nunes (2018), os principais nichos musicais do mercado são os de línguas inglesa, espanhola e portuguesa. Como Anitta já conquistou o mercado de língua portuguesa, seu próximo desafio seria explorar o mercado latino.

O primeiro passo para a internacionalização da carreira foi dado em 2016, com a gravação de um remix da música “Ginza”, com o cantor colombiano J Balvin, na qual Anitta participa com trechos em português. Em seguida, a cantora gravou com Maluma, também colombiano, o *single* “Sim ou Não”. As duas músicas tinham o objetivo de despertar o interesse do público latino e brasileiro pela cantora.

Mesmo com o lançamento de parcerias com cantores colombianos, o público latino da cantora ainda era pequeno. Sua imagem ganhou mais destaque após se apresentar na abertura dos Jogos Olímpicos - Rio 2016, evento no qual foi convidada pelos cantores Caetano Veloso e Gilberto Gil, ícones da música brasileira, para cantar “Sandália de prata” e “Isto aqui, o que é”, rendendo à cantora destaque internacional e elogios da imprensa.

Em 2017 Anitta colocou em prática seus planos de iniciar a carreira internacional de forma mais estratégica. Em parceria com a *rapper* Iggy Azalea, a cantora teve seus primeiros trechos cantados em inglês. A união das duas cantoras rendeu à brasileira uma participação, acompanhada de Iggy, no “*The Tonight Show*”, de Jimmy Fallon, programa de maior audiência da televisão norte-americana.

Após a parceria americana, Anitta investiu na estratégia de divulgação no

novo *single* “Paradinha”, cantado em espanhol, em coletivas de imprensa, transmissões, interações em redes sociais e participação em programas de televisão do México, o que fez com que a carreira internacional de Anitta se tornasse uma realidade (R7, 2017). A divulgação intensa fez com que o videoclipe da música fosse visualizado mais de 196 milhões de vezes no *Youtube* (www.youtube.com) e chegasse ao Top 10 do Spotify no Brasil, registrando a melhor estreia de um *hit* brasileiro no *streaming*. “Paradinha” também alcançou o 182º lugar entre as músicas mais ouvidas no mundo no Spotify, e a marca de melhor resultado de lançamento para um cantor brasileiro (POPline, 2017).

A entrada bem-sucedida no mercado fonográfico internacional fez com que Anitta lançasse em 2017 o projeto “*Checkmate*”, e estivesse focada na proposta de lançar uma música a cada mês, acompanhada de um vídeo clipe.

Em 2018, a cantora decidiu conquistar o público infantil e lançou o “Clube da Anittinha”, uma série transmitida em alguns canais da Globosat, que aborda temas como meio ambiente, amizade e respeito, através da personagem principal Anittinha, dublada pela artista (MEIO & MENSAGEM, 2018).

Em 2019, Anitta lançou um novo disco de estúdio, o *Kisses*, no qual a artista canta em três idiomas: português, inglês e espanhol, ao lado de artistas como Snoop Dog, Caetano Veloso e Ludmilla. Para cada uma das dez músicas, a cantora lançou um videoclipe. O resultado dessa estratégia de *marketing* para atrair o público internacional rendeu a indicação ao 20º Grammy Latino, como melhor álbum (GAÚCHA ZH, 2019).

Os tempos mudam, e para a Anitta e os cantores que agencia, é preciso estabelecer estratégias de posicionamento de *marketing*. Atualmente, Anitta é, acima de tudo, uma marca. Para a revista Exame, aos 26 anos, Anitta é a maior referência no Brasil de um período de mudanças na indústria musical. Ou seja, a cantora é *CEO* (diretora executiva) de sua própria marca. Ela não vende apenas música, mas transforma produtos de grandes marcas, como Renault e Claro, em um sucesso de vendas. Para a cantora, a internet fez com que o comportamento das gravadoras com os artistas mudasse. Nunca houve uma fórmula única para o sucesso, mas hoje os artistas estão com o pensamento mais mercadológico e a própria artista diz que faz negócios em qualquer ocasião.

É interessante observar que a Anitta possui mais de 12 milhões de fãs que acompanham seus vídeos pelo canal www.youtube.com e mais de 37 milhões de seguidores no seu Instagram, www.instagram.com. Só em 2018, a cantora fez 135 shows, dez deles fora do Brasil. No mesmo ano, Anitta lançou dois projetos em vídeo: uma série sobre sua vida e carreira na plataforma de *streaming* Netflix e um desenho voltado para o público infantil, chamado de Anittinha. Devido ao grande sucesso e ao modo peculiar de seu negócio, a cantora passou a dar palestras sobre inovação na gestão dos negócios e carreira em eventos empresariais, como *Brazil Conference*, na Universidade de *Harvard*, nos Estados Unidos.

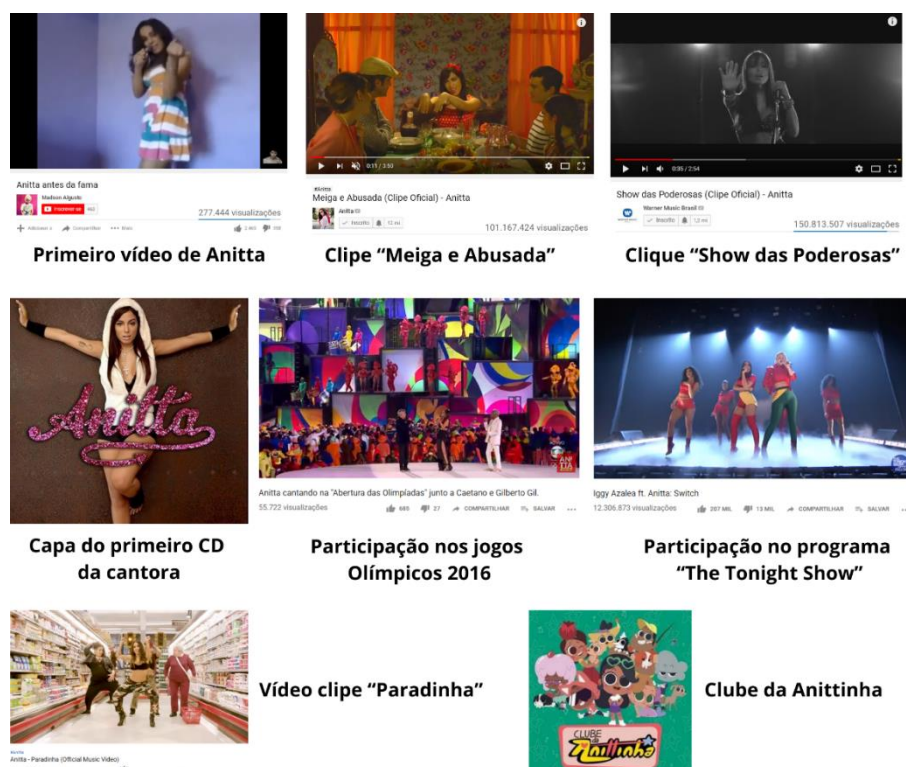
Desde que demitiu sua empresária Kamilla Fialho, Anitta faz questão de opinar sobre tudo em sua carreira. É ela quem decide sobre figurinos, coreografia e contratos publicitários. Além disso, sua empresa é cercada de parentes e amigos. A cantora dá oportunidade para pessoas que não têm medo de pensar diferente. Não é necessário ter experiência no ramo, mas é preciso se adequar à forma de como a artista trabalha.

Sobre as fontes de receita, percebe-se que a cantora prefere não depender financeiramente de uma só. É patrocinada por diversas marcas, como PepsiCo, Claro, Johnson & Johnson, Samsung, iFood, Skol, Reunalt, Adidas, Cheetos e Skol

Beats (MEIO & MENSAGEM, 2019), mas cuida para não extrapolar e cansar a sua imagem. Ganha aproximada R\$ 200 mil por show (Exame, 2019, edição 1177) e nega-se a fazer um grande número de apresentações para que o público não canse de sua voz. As próprias palestras já têm gerado uma fonte importante de receita, segundo a cantora.

Conforme a revista *Época Negócios* (2019), Anitta, aos 23 anos de idade, já havia conquistado todos os prêmios da música no Brasil. Pensando em explorar outras frentes de trabalho, em setembro de 2019 Anitta anunciou uma nova parceria. A cantora se tornou a nova *head* de criatividade e inovação da marca Skol Beats e será responsável por discutir estratégias de marketing, negócios e inovações ao lado de uma equipe, segundo matéria publicada no site Meio & Mensagem, no mesmo ano. Com atuação em diferentes frentes de trabalho, conforme imagens reunidas no Quadro 1, Anitta prova que não basta mostrar apenas música, é preciso criar uma marca de excelência para os fãs.

Quadro 1 – Alguns trabalhos desenvolvidos pela Anitta



Fonte: Reproduções do YouTube, acessadas em abril e maio de 2019.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nesta pesquisa, buscou-se analisar o percurso da carreira da cantora Anitta, identificando o modelo de planejamento adotado e os desafios enfrentados para conquistar espaço no mercado. É interessante destacar que a artista estabeleceu estratégias que a fizeram alcançar destaque no mercado nacional e internacional com pouco tempo de carreira. Lançou diversas músicas, firmou parcerias com artistas mundialmente conhecidos, realizou uma participação especial na novela da Rede Globo “Amor de Mãe”, lançou um documentário sobre a sua carreira e provou do seu talento para o mundo dos negócios ao assumir o posto de *head* de criatividade da marca Skol Beats.

Os resultados demonstram que o planejamento de carreira da cantora está relacionado ao modelo de carreira sem fronteiras, por não se limitar somente a atuar no mercado da música e buscar alcançar diferentes territórios, pouco explorados por artistas musicais, por meio de *networkings*. Outro modelo de carreira que pode ser relacionado ao planejamento da cantora é o proteana, em função da sua capacidade de autonomia, autogestão e autoinvenção.

Além dos modelos de carreira identificados na pesquisa exploratória sobre a artista, é possível observar, ainda, que as motivações profissionais da cantora estão alinhadas as âncoras de carreira “Estilo de Vida”, “Criatividade Empresarial”, “Autonomia e Independência” e “Competência Administrativa Funcional”.

Tais características possibilitam compreender a trajetória profissional da cantora Anitta sem, no entanto, negar os desafios enfrentados, como aperfeiçoamento de conhecimentos e habilidades; preparação para transitar por diversos gêneros musicais e cantar em outras línguas; estudo de cenários e de mercados consumidores nacionais e internacionais; além de coragem de lançar-se como administradora da própria carreira para se inserir em outros meios que não fosse a música.

Ao encerrar este estudo, acredita-se que o percurso da cantora Anitta é percorrido com base em modelos de planejamento de carreira estruturados, contendo claramente objetivos, estratégias, ações, avaliações e prazos. E como todo planejamento, sempre que necessário pode ser alterado, num contínuo processo de interpretação e reinterpretação de discursos, repertórios e experiências em torno do trabalho.

REFERÊNCIAS

ALVES, Adriano Batista. Um estudo sobre a jornada profissional do artista e as teorias de carreira. **Revista Pensamento & Realidade**, [S.l.], v. 27 n. 4, 2012. Disponível em: <<http://200.144.145.24/pensamentorealidade/article/view/14726>>. Acesso em: 26 abr. 2020.

AMBIEL, Ram. Adaptabilidade da carreira: uma abordagem histórica de conceitos, modelos e teorias. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, [S.l.], v. 15, n. 1, p. 15-24, jan./jun. 2014. Disponível em: <<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203035764004>>. Acesso em: 03 abr. 2019.

ANITTA comenta participação em ‘Amor de Mãe’. **Istoé**, 2020. Disponível em: <<https://istoe.com.br/anitta-comenta-participacao-em-amor-de-mae>>. Acesso em: 25 abr. 2020.

ANITTA produz animação infantil para Globo e Gloobinho. **Meio & Mensagem**, 2018. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2018/10/02/anitta-produz-animacao-infantil-para-gloob-e-gloobinho.html>>. Acesso em: 27 abr. 2020.

ANITTA promete versão 'solteira' em 2º temporada de série na Netflix. **Purepeople**, 2019. Disponível em: <https://www.purepeople.com.br/noticia/anitta-vai-mostrar-vida-de-solteira-em-2-temporada-de-serie-na-netflix-diferente-da-casada_a280873/1>. Acesso em: 25 abr. 2020.

ANITTA se torna head de criatividade e inovação da Skol Beats. **Meio & Mensagem**, 2019. Disponível em: <<https://www.meioemensagem.com.br/home/marketing/2019/09/30/anitta-se-torna-head-de-criatividade-e-inovacao-da-skol-beats.html>>. Acesso em: 27 mar. 2020.

ANITTA termina briga judicial e paga R\$ 9 milhões à ex-empresária Kamilla Fialho. **Purepeople**, 2019. Disponível em: <https://www.purepeople.com.br/noticia/saiba-quantos-milhoes-anitta-pagou-para-ex-empresaria-apos-briga-judicial_a257282/1>. Acesso em: 25 abr. 2020.

BENDASSOLLI, Pedro. **Significado do trabalho e carreira artística**. Relatório de pesquisa 1/2009. [S.l.], 2009. Disponível em: <https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13434/Pedro%20Bendassollinpp_relato%20B3rio%20final_p3.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 14 abr. 2019.

BALASSIANO, Moisés; COSTA, Isabel de Sá Affonso da (Orgs.). **Gestão de carreiras: dilemas e perspectivas**. São Paulo: Atlas, 2012.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. 2. ed. São Paulo: Edições 70, 2011.

BERTÃO, N. A Startup Anitta. **Revista Exame**, São Paulo, n. 1177, p. 20-29, jan. 2019.

DANTE, Helena Talita; ALBUQUERQUE, Lindolfo Galvão de. Validação da escala de atitudes de carreira sem fronteiras e carreira proteana no Brasil. **Revista de Carreiras e Pessoas**, São Paulo, v. 6, n. 2, mai./jun./jul./ago. 2016. Disponível em: <<http://ken.pucsp.br/ReCaPe/article/view/29409>>. Acesso em: 26 abr. 2020.

DUTRA, Joel Souza; FLEURY, Maria Tereza Leme; RUAS, Roberto. **Competências: conceitos, métodos e experiências**. São Paulo: Atlas, 2008.

DUTRA, Joel Souza (Org.). **Gestão de carreiras na empresa contemporânea**. São Paulo: Atlas, 2010.

FRAGA, Rafaella. De Honório Gurgel para o mundo: como Anitta chegou no topo, **Gaúcha ZH**, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <<https://gauchazh.clicrbs.com.br/donna/gente/noticia/2019/10/de-honorio-gurgel-para-o-mundo-como-anitta-chegou-no-topo-ck1m1svsl056t01n3rjy5dxt8.html>>. Acesso em: 25 abr. 2020.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/cursopgdr/downloadsSerie/derad005.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2019.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008. Disponível em: <<https://ayanrafael.files.wordpress.com/2011/08/gil-a-c-mc3a9todos-e-tc3a9cnicas-de-pesquisa-social.pdf>>. Acesso em: 1 jun. 2019.

_____. **Estudo de caso:** fundamentação científica, subsídios para coleta e análise de dados, como redigir o relatório. São Paulo: Atlas, 2009.

GUIA DA CARREIRA. **O que é carreira em Y.** [s/d]. Disponível em: <<https://www.guiadacarreira.com.br/carreira/o-que-e-carreira-em-y/>>. Acesso em: 09 abr. 2019.

GUIA DO ESTUDANTE. **Tenho vontade de seguir a carreira artística, mas que garantia terei?** 2010. Disponível em: <<https://guiadoestudante.abril.com.br/orientacao-profissional/tenho-vontade-se-seguir-a-carreira-artistica-mas-que-garantias-terei/>>. Acesso em: 14 abr. 2019.

KAUARK, Fabiana da Silva; MANHÃES, Fernanda Castro; MEDEIROS, Carlos Henrique. **Metodologia da pesquisa:** um guia prático. Itabuna: Via Litterarum, 2010. Disponível em: <http://www.pgcl.uenf.br/arquivos/livrodemetodologiadapesquisa2010_011120181549.pdf>. Acesso em: 1 jun. 2019.

KILIMNIK, Zélia Miranda *et al.* Seriam as âncoras de carreiras estáveis ou mutantes? Um estudo com profissionais de Administração em transição de carreira. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 43-60, 2008. Disponível em: <<http://pepsic.bvsalud.org/pdf/rbop/v9n1/v9n1a05.pdf>>. Acesso em: 30 mai. 2019.

KLEIN, Amarolinda Z. *et. al.* **Metodologia de pesquisa em Administração:** uma abordagem prática. São Paulo: Atlas, 2015.

KOEFENDER, João Guilherme. **O mercado da música e a construção da carreira internacional de uma cantora brasileira:** uma análise de estratégias comunicacionais e de elementos estéticos. 2019. 97fls. Monografia (Bacharel em Publicidade e Propaganda) - Departamento de Comunicação da Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2019. Disponível em: <<https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/200367/001102216.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 24 mar. 2020.

LACOMBE, Beatriz Maria Braga; CHU, Rebeca Alves. **Carreiras sem fronteiras:** investigando a carreira do professor universitário em Administração de Empresas no Brasil. [S.l.], 2012. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/enanpad2005-gpra-2566.pdf>>. Acesso em: 04 jun. 2019.

MALHOTRA, Naresh K. **Pesquisa de marketing:** foco na decisão. 3. ed. São Paulo: Pearson, 2011.

MAUDONNET, Daniel Lotufo. **Estratégias de desenvolvimento na carreira musical:** o impacto das mudanças tecnológicas e institucionais. 2015. 79fls. Dissertação (Mestre em Administração de Empresas) - Escola de Administração de Empresas de São Paulo, da Fundação Getúlio Vargas, São Paulo, 2015. Disponível

em

<https://bibliotecadigital.fgv.br/dspace/bitstream/handle/10438/13575/dissertacao-DLM_final.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 24 mar. 2020.

MEDEIROS, Matheus. Anitta: os agentes me diziam que uma carreira internacional era impossível — hoje me procuram desesperadamente. **Época Negócios**, 2019. Disponível em: <<https://epocanegocios.globo.com/Carreira/noticia/2019/06/anitta-os-agentes-me-diziam-que-uma-carreira-internacional-era-impossivel-hoje-me-procuram-desesperadamente.html>>. Acesso em: 27 mar. 2020.

MONTEIRO, Mariana de Siqueira Haidamus; LEITE, Diogo Barbosa. **Perspectivas de carreira dos estudantes de administração da Universidade Federal de Mato Grosso**: comparativo entre os estudantes das gerações X e Y. [S.l.], 2018. Disponível em: <<http://navus.sc.senac.br/index.php/navus/article/view/780>>. Acesso em: 27 jan. 2020.

MORAES, Juliano. **Anitta lança clipe de Paradinha e comemora sucesso no exterior**: "Fui reconhecida por um gringo e foi muito legal". [S.l.], 2017. Disponível em: <<https://entretenimento.r7.com/pop/anitta-lanca-clipe-de-paradinha-e-comemora-sucesso-no-externo-fui-reconhecida-por-um-gringo-e-foi-muito-legal-06102019>>. Acesso em: 25 abr. 2020.

NUNES, Letícia. **Vai Malandra**. O checkmate da Anitta. 2018. Disponível em: <<https://bdm.unb.br/handle/10483/21850>>. Acesso em: 25 abr. 2020.

O QUE SÃO ÂNCORAS DE CARREIRA. **IBC Coaching**, 2019. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching-carreira/o-que-sao-ancoras-de-carreira>>. Acesso em: 26 abr. 2020.

OSKAM, Inge. **T-shaped engineers for interdisciplinary innovation**: an attractive perspective for young people as well as a must for innovative organisations. [S.l.], 2009. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/216353140_T-shaped_engineers_for_interdisciplinary_innovation_an_attractive_perspective_for_young_people_as_well_as_a_must_for_innovative_organisations>. Acesso em: 09. abr. 2019.

PINEDA, Fernanda. Vai Anitta: dominação mundial da cantora tem Netflix e milho cozido (Primeiras Impressões). **Adorocinema**, 2018. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/noticias/series/noticia-144711>>. Acesso em: 25 abr. 2020.

PINTO, Leonardo Silva; COSTA, Daniela Magalhães. **A paradinha de Anitta se chama marketing**: um estudo de caso da internacionalização da carreira de 2013 a 2017. [S.l.], 2018. Disponível em: <https://adm-portal.appspot.com/storage.googleapis.com/_assets/modules/academicos/academic_o_7332.pdf>. Acesso em: 25 abr. 2020.

SEGALA, Mariana. Depois da carreira em Y, empresas adotam a carreira em W. **Exame**, 2015. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/carreira/uma-via-de-tres-maos/>>. Acesso em: 09 abr. 2019.

SILVA, Paulo Vieira Félix da. **O show da poderosa: um estudo de caso sobre a carreira da cantora Anitta.** [S.l.], 2017. Disponível em: <http://bdm.unb.br/bitstream/10483/19627/1/2017_PaulaVieiraFelixdaSilva.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2019.

SILVEIRA, Ítor Cardoso da. et al. **A construção do marketing pessoal através das redes sociais.** In: I Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação. [S.l.], 2017. Disponível em: <<https://desafioonline.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/4276>>. Acesso em: 26 mar. 2020.

SOUZA, Maria Zélia de Almeida *et al.* **Cargos, carreiras e remuneração.** 1. ed. 6. reimpr. Rio de Janeiro: FGV, 2009.

SUCESO: “Paradinha”, de Anitta, tem a melhor estreia de música brasileira no Spotify. **POPline**, 2017. Disponível em: <<https://portalpopline.com.br/sucesso-paradinha-de-anitta-tem-melhor-estrela-de-musica-brasileira-no-spotify/>>. Acesso em: 25 abr. 2020.

TOLFO, Suzana da Rosa. **A carreira profissional e seus movimentos: revendo conceitos e formas de gestão em tempos de mudanças.** [S.l.], 2002. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/rpot/article/view/6847/6328>>. Acesso em: 1 mai. 2019.

TREVISAN, L. N.; VELOSO, E. F. R.; SILVA, R. C.; DUTRA, J. S. Âncoras de Carreira e Tecnologia na Percepção sobre Estresse No Ambiente de Trabalho. **Revista Organizações em Contexto**, [S.l.], v. 12, n. 24, p. 65-90, 2016. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/ver/43235/ancoras-de-carreira-e-tecnologia-na-percepcao-sobre-estresse-no-ambiente-de-trabalho->>. Acesso em: 25 abr. 2020.

VELOSO, Elza Fátima Rosa; DUTRA, Joel Souza. Carreiras sem fronteiras na gestão pessoal da transição profissional: um estudo com ex-funcionários de uma instituição privatizada. **Rev. adm. contemp.**, Curitiba, v. 15, n. 5 set./out. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-6552011000500004&script=sci_arttext&tlng=pt>. Acesso em: 26 abr. 2020.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e relatórios de pesquisa em Administração.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 2007.