



*Entre oito paredes:
Potencial midiático da turnê Dois Quartos da cantora Ana Carolina¹*

Valdirene Queiroz de REZENDE² e Daniela Amado RABELO³

RESUMO

De caráter minimalista, a quinta turnê da cantora Ana Carolina, intitulada Dois Quartos, realizou-se de julho de 2007 a junho de 2008 em diversas capitais do país. Apresentou 24 canções mais a faixa bônus *track* (Vai) sob a direção de Monique Gardenberg e gerou controvérsia – vídeo exposto apresentado no evento durante a música “Eu comi a Madona”. Este artigo científico visa apresentar diagnóstico de potencial midiático desse evento, divulgado em sete (07) matérias⁴ do jornal de maior circulação no país, conforme o Instituto Verificador de Circulação (IVC) – a Folha de São Paulo. A pouca expressão midiática em veículo de maior circulação no país – 07 matérias em um espaço de onze meses de sua apresentação, reflete limiar baixo de noticiabilidade do evento.

PALAVRAS-CHAVE: turnê Dois Quartos; cantora Ana Carolina; potencial midiático; Publicidade e Propaganda.

Introdução

*Você pode me ver do jeito que quiser
Eu não vou fazer esforço prá te contrariar
De tantas mil maneiras que eu posso ser
Estou certa que uma delas vai te agradar*
(Rosas, Ana Carolina)

Celebridade do Brasil, a cantora Ana Carolina lançou em 2006 seu *compact disk* (CD) “Dois Quartos”. A partir desse CD, surge a turnê de mesmo nome, que embrionou

¹ Trabalho apresentado na Intercom Júnior - Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, sub-área temática IJ 2 – Publicidade e Propaganda.

² Graduada em Publicidade e Propaganda, 3º semestre, Anhanguera Educacional, Taguatinga - DF, email: valdirene.rezende@gmail.com.

³ Relações Públicas e professora da Anhanguera Educacional, Taguatinga - DF, email: daniela.a.rabelo@gmail.com.

⁴ “Portugal tem sete brasileiros na lista dos CDs mais vendidos” (07.02.2007); “Turnê Dois Quartos de Ana Carolina chega a São Paulo” (16.07.2007); “Ana Carolina tem disco novo, mas fãs querem sucessos antigos” (20.07.2007); “Show ressalta apelo de Ana Carolina’ (03.04.2008); “Eu to querendo namorar um cara” (13.04.2008); “Ícone gay, cantora Ana Carolina diz que quer namorar um homem” (13.04.2008); “Gritos femininos abafam voz de Ana Carolina em show” (15.06.2008).



também o Multishow ao vivo – Dois quartos. Essa turnê possibilitou inúmeras premiações e a maior projeção da cantora no campo musical. Diante disso, pergunta-se: qual foi o potencial midiático em veículo de maior circulação do país (Folha de São Paulo⁵); segundo o IVC dessa turnê?

O objetivo deste trabalho é apresentar diagnóstico de potencial midiático desse evento, divulgado em sete (07) matérias do jornal de maior circulação no país, conforme o Instituto Verificador de Circulação (IVC) – a Folha de São Paulo. A amostra foi selecionada na busca do próprio link da Folha de São Paulo⁶, que permitiu leitura e análise na íntegra de todas as matérias selecionadas. Os indicadores booleanos foram ‘cantora Ana Carolina’ e ‘Turnê Dois Quartos’. Essa amostra foi considerada o *corpus* da pesquisa.

A partir de uma análise de conteúdo dessas matérias, com referência na apresentação de signos lingüísticos, houve a caracterização de seu potencial midiático – mapeando interfaces e analisando-as. A revisão bibliográfica dos artigos científicos da Sociedade Interdisciplinar de Comunicação (INTERCOM) de 2009 permitiu consolidar uma base conceitual de ‘celebridade’, ‘imagem’ e ‘reputação’.

O ineditismo de artigos sobre o potencial midiático da cantora, além da sua contribuição para a música brasileira demonstraram ser argumentos fundamentais para a realização desse trabalho. Contribui, portanto, para as áreas de Publicidade e Propaganda e Artes, configurando-se enquanto estudo transdisciplinar.

Objetivos gerais

Permitir na Comunicação Social (CS) a discussão de potencial midiático de celebridade, atualizando-o frente às novas possibilidades.

Introduzir na CS o estudo da celebridade Ana Carolina e seu potencial midiático, permitindo, assim, o incremento de pesquisa com esse tema.

⁵ Segundo dados de 2009 da última pesquisa do IVC, a liderança continua com a Folha de S. Paulo (média diária de 295 mil exemplares), seguida por Super Notícia (289 mil), O Globo (257 mil) e Extra (248 mil). Em quinto lugar está O Estado de S. Paulo (213 mil), à frente do Meia Hora (186 mil) e dos gaúchos Zero Hora (183 mil), Correio do Povo (155 mil) e Diário Gaúcho (147 mil). O top 10 se completa com o Lance (125 mil).

⁶ <http://www1.folha.uol.com.br/fsp/>



Objetivos específicos

Contextualizar breve quadro conceitual sobre celebridade, imagem e reputação, segundo artigos da Sociedade de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM) em seu evento mais recente - 2009;

Apresentar a turnê Dois Quartos da cantora Ana Carolina, sob a ótica do *blog* ‘Ana Carolina’ e ‘Site da Ana’;

Disponibilizar potencial midiático desse evento, divulgado nas 07 matérias do jornal de maior circulação no país, conforme o IVC.

Celebridade, imagem e identidade - três em um

Cantora e instrumentista, Ana Carolina hoje é considerada uma celebridade.

Jesus (2009) apresenta celebridade como “pessoa amplamente reconhecida pela sociedade. A palavra deriva-se do latim *celebritas*, sendo também um adjetivo para célebre, ou seja, alguém famoso”. Pereira (2009) apresenta conceito que remete Morin (1997) quando afirma que:

“MORIN (1997) caracteriza, então, as celebridades da cultura de massa como alter ego idealizados, que se fazem em relações de projeção-identificação com seu público. Vivem no encontro do duplo movimento da cultura de massas: do imaginário para o real e do real para o imaginário. Têm, por isso, dupla natureza: são ideais inimitáveis (sobre-humanidade que permite a projeção) e modelos imitáveis (substância humana, vida privada estrategicamente acessível e glamourizada, que permite a identificação). São, para o autor, a nova alta sociedade, a quem se refere como Olimpianos”.

Gomes (2009) afirmou que ser visível para o outro pode ser considerado como uma necessidade elementar do ser humano. Apoiado em Contardo Caligaris (1998) sintentiza que é nas trocas interacionais que sujeitos se vêem, se ajustam uns aos outros e tornam possível a convivência em sociedade. *Celebritas*, portanto, Ana Carolina.



Celebridade se soma à construção de imagem e reputação. Segundo Santos (*apud* MACHADO e MACEDO, 2009), a imagem varia de acordo com seus públicos e pode ser assim caracterizada:

“(...) podemos encontrar a imagem significando opinião (contra ou a favor) que o público tem de uma instituição, organização, personalidade de renome, marca, produto ou conceito que determinada pessoa goza junto a outrem, por exemplo, quando nos referimos a um político que precisa cuidar de sua imagem”.

O tratamento conceitual oferecido por Iasbeck (2009) é da sua formação no campo mental. Assim, o indivíduo que recebe um estímulo comunicativo, forma uma imagem. Segue o autor, que

“essa imagem mental não é apenas uma configuração imaginária, mas um complexo de emulações que reúne afetos, lógicas, preconceitos, hábitos e vícios da experiência fatores que frequentam o dia-a-dia das pessoas e que, por isso mesmo, passam despercebidos do sujeito imaginador”.

É, portanto, no público de interesse que a imagem é construída. Por outro lado, a reputação segue sentido inverso: ela é direcionada da empresa ou indivíduo para o seu público. Ela deve ter relevante “personalidade”, conforme aponta Munhoz (*apud* Capriotti, 2005). Apesar da ligação imagem – reputação; ambas podem ser diferentes (KOTLER, 2006), o que confere um desafio, haja vista a necessidade de sua sintonia e equilíbrio.

Seja imagem ou reputação, elas compreendem um emaranhado de signos complexos. Representam alguma coisa – leia-se objeto ou pessoa, e é caracterizado por essa representação. Seja de pessoa ou objeto, funciona na ausência ao qual ele indica, se refere ou simula (SILVA e SANTOS, 2009). Consolida a marca – nesse caso, a dos “Dois Quartos”.

A turnê Dois Quartos – a marca

Em 2006, Ana Carolina lança seu primeiro CD duplo “Dois Quartos”. No primeiro, intitulado como Quarto, contém músicas já conhecidas nas rádios, com seu estilo *pop* tradicional - que as pessoas estão habituadas; e o outro CD como Quartinho,



disco onde a cantora resolve expor as músicas mais ousadas, utilizando novo modelo de linguagem e de arranjos, bem diferentes dos trabalhos anteriores. Com o grande sucesso da sua turnê “Dois Quartos” em Belo Horizonte, o seu show foi registrado pela emissora Multishow e acabou virando CD e DVD⁷, que foi gravado nos dias 24 e 25 de novembro de 2007, no Credicard Hall, em São Paulo. Foi nesse projeto que a cantora lançou o seu selo “Armazém”.

Os shows da turnê “Dois Quartos” começam com uma troca entre Ana Carolina no solo com o baixo elétrico e os músicos nos vocais. O espetáculo ganha energia logo quando a cantora emenda as músicas “Cantinho”, “Fever” e “Eu sou melhor que você”, com isso ela criou no decorrer das apresentações, quase por acaso, um novo formato de show.

O repertório reservou 24 canções e uma faixa bônus *track*: 1) Cantinho, Fever, Eu sou melhor que você; 2) Eu comi a Madona; 3) Rosas; 4) Tolerância; 5) Carvão; 6) Eu que não sei quase nada do mar; 7) Confesso, Trancado, Nua, Pra rua me levar, Encostar na tua; 8) Nada te faltará; 9) O Cristo de madeira; 10) É isso aí (The blower’s daughter); 11) Ruas de outono; 12) Aqui cortina com rosas e as luzes azuis; 13) Quem de nós dois (La mia storia tra lê dita); 14) Três fundo com as luzes vermelhas; 15) Manhã, Sinais de fogo; 16) Um edifício no meio do mundo; 17) Milhares sambas; 18) Cabide; 19) Chevette; 20) 1.100,00 (Nega Marrenta); 21) Notícias populares; 22) Uma Louca tempestade; 23) Elevador (Livro do esquecimento); 24) Eu comi a Madona (*remix*); e Faixa Bônus Track – Vai. A maioria das músicas fez parte do disco duplo, com o projeto mais autoral da cantora, e ainda com espaço para *hits*, como “Pra rua me levar”, e também composições conhecidas que chegaram às rádios com vozes diferentes, como “Cabide”, gravada por Mart’ália e por Maria Bethânia, “Eu que não sei quase nada do mar” (que divide autoria com Jorge Vercilo).

A primeira vez que Ana Carolina tocou piano em público foi interpretando a música “É isso aí”. Com isso, ficou mais conhecida por seus múltiplos talentos, tocando no palco os instrumentos: violão de corda de aço e nylon, guitarras, baixo e pandeiro.

O cenário é composto por uma cortina de espelhos ao fundo do palco, com uma iluminação rebuscada, além de, durante três músicas, haver projeções de vídeos, onde uma dessas causou polêmica por se tratar de um vídeo com imagens antigas de

⁷ Digital Versatile Disc, em inglês.



sadomasoquismo feminino, mas não pornográficas, e sim cômicas – segundo informação prestada pela diretora do show.

A turnê “Dois Quartos” realizou mais de 120 apresentações pelo Brasil, incluindo cidades do interior, além de visitar o Chile e países da Europa. Mais de 500 mil pessoas assistiram a turnê.

Esse trabalho rendeu a cantora o Prêmio Multishow com o Melhor Show em 2008, onde concorreu com Rita Lee, Vanessa da Mata e Charlie Brown Jr., o Prêmio Tudo de Bom com o Melhor Som, dado pelo Jornal O Dia, e a conquista pelo seu próprio selo, Armazém, quando assume a produção de seus trabalhos.

Com base nos dados adquiridos dessa turnê, serão analisadas as matérias da Folha de São Paulo.

Potencial midiático da turnê “Dois Quartos” no jornal de maior circulação do país

Considerando a análise das 07 matérias veiculadas na Folha de São Paulo sobre a turnê é relevante mencionar:

1) Matéria intitulada “Portugal tem sete brasileiros na lista dos CDs mais vendidos” (07.02.2007) aponta que a cantora Ana Carolina, por sua vez, faz sua estréia nesta semana entre os mais vendidos, com "Dois Quartos", na 21^a colocação.

2) A segunda matéria, de 16.07.2007, enfoca a novidade dela tocar novo instrumento no show – piano. Mas a Folha aborda que mais novidade que o piano tocado por Ana Carolina, e “é a exibição de vídeos de duas mulheres enquanto Ana canta "Eu Comi a madona". "O Guilherme Leme, co-diretor do show, achou imagens antigas de sadomasoquismo feminino, feitas por Betty Page”, relata a notícia.

3) Destaca, de forma positiva, em matéria da Folha *online*, de 20 de julho de 2007 o ranking dos mais vendidos no Brasil, destacando Ana e Jorge em sexto e a turnê em questão apenas em 38º lugar.

4) Na matéria seguinte há uma ênfase na questão do ‘apelo’ mantido pela cantora (‘Show ressalta apelo de Ana Carolina’, de 03 de abril de 2008). Segundo Michaelis (2010), apelo significa chamamento, convocação, inovação. O signo,



portanto, evoca um sentido produtivo positivo, se relacionado à inovação. Esse chamamento refere-se ao discurso mais erótico da cantora, iniciado com a publicação de sua matéria capa na revista *Veja* (“Sou bi, e daí?”⁸), bem como a primeira matéria da FSP que a associou à temas de opção sexual⁹ intitulada “Diversidade sexual - Passeata lésbica dá ar circense à av. Paulista” – em que comenta a 3ª Caminhada de Lésbicas, Bissexuais e Simpatizantes, que sobre um trio elétrico, uma banda tocava hits de artistas como Ana Carolina e Cássia Eller. Pode-se perceber esse discurso, por exemplo, na música *Cantinho*, que diz assim: “Me levou pra um cantinho/e disse “morde”/quando dei por mim pensei: “que sorte”/disse tudo bem/tudo é natural/olhou bem nos meus olhos,/chupou meu pau(...). Na turnê, as primeiras músicas cantadas foram *Cantinho* (exposta previamente)/*Fever*/Eu sou melhor que você. Além dela, “Eu sou melhor que você” também declara ousadia quando afirma: Todo homem tem voz grossa e tem pau grande/que é maior do que o meu, do que o seu, do que o de todos nós;

5) Fato que também reforça a questão do erotismo é quando a matéria conceitua as músicas como ‘erótica’, ‘ousada’; de versos sensuais com resposta positiva do público - caracterizado como ‘embevecido’ – sentido positivo de extasiado, encantado, fascinado – ainda segundo a fonte pesquisada (*Id ibidem*);

6) Por outro lado, houve menção ao aspecto romântico das suas músicas na qualificação de “versos de amor”. Considerando que um quarto tem apelo erótico, o outro tem discurso mais poético, a tradicional música pop de Ana Carolina;

7) Na coluna de Mônica Bergamo, de 13 de abril do mesmo ano, contabilizam-se números na referência à turnê: 33 anos (idade da cantora na época), 2400 pessoas por noite na platéia do Rio de Janeiro, dois milhões de CDs vendidos – sendo cinco solos e um com Seu Jorge;

8) Por ser a imagem polissêmica e ambígua, é utilizado o recurso de ancoragem em contraste com o revezamento – texto-imagem. Barthes (1973) relata que ambos, imagens e texto, contribuem para o sentido completo. A foto da coluna de Mônica Bergamo mostra Ana Carolina junto à almofada personalizada com foto de Bettie Page,

⁸ Matéria da revista *Veja* exposta em 21 de dezembro de 2005.

⁹ Matéria veiculada em 29 de maio de 2005, no caderno cotidiano da FSP.

ícone da mulher independente do pós-guerra – a chamada *pin up* (ver figura 01 abaixo)
A cantora mimetiza a imagem da *pin up*, refletindo, assim, sua postura ousada e inovadora – valores presentes na turnê, segundo a mídia. A mesma matéria foi reproduzida na folha *online* em 13.04.2008.

Rafael Andrade/Folha Imagem



A cantora Ana Carolina, que inicia turnê e lança o DVD "Dois Quartos", em entrevista no Rio: "Eu sei o que eu faço nas minhas quatro paredes", diz

Figura 1 - Coluna Mônica Bergamo 13/04/2008, FOLHA, 2008.

9) Matéria de 15 de junho de 2008 apresenta crítica do show realizado em São Paulo (HSBC Brasil São Paulo). As palavras dirigidas diretamente a cantora são mineira, descompassada (na dança) e afinada. As positivas, sucesso, público fiel, movimento grande, platéia ensandecida, acertada e precisa iluminação, fãs adoram, belo cenário (quando é tocado o samba Cabide). Por outro lado, o cenário é descrito como de estética brega, cabaré e o show teve atraso de meia hora – pontos negativos. Além disso, caracteriza as canções como que não inovam e são reprodutivas. A erotização dos versos é mantida.

Conclusão

Considerando o potencial midiático da turnê “Dois Quartos”, concluiu-se que:

1) Os estudos de potencial midiático da cantora Ana Carolina são ainda iniciais e demandam maior produção científica;



2) A pouca expressão midiática em veículo de maior circulação no país – 07 matérias em um espaço de onze meses de sua apresentação, reflete limiar baixo de noticiabilidade do evento. Esse fato contraria o seu sucesso em termos de prêmios e vendas: prêmio Multishow 2007, como melhor cantora, o Prêmio Tudo de Bom com o Melhor Som, dado pelo Jornal O Dia; e nono e terceiro lugar no *ranking* dos vinte CDs e DVDs mais vendidos no Brasil em 2008, respectivamente (ABPD, 2010). A continuidade de estudos diagnósticos pode auxiliar o entendimento dessa questão;

3) Mais do que identificação visual, a marca representa valores que emanam um sistema. Erotismo, sensualidade, inovação são valores da marca “Dois Quartos”. Ela é reforçada em texto, imagem e ancoragem da coluna de Mônica Bergamo: “A cantora Ana Carolina, que inicia turnê e lança DVD “Dois Quartos”, em entrevista no Rio: “Eu sei o que faço nas minhas quatro paredes”, diz.

O estudo transdisciplinar é necessário para aproximação dos estudantes de Publicidade e Propaganda com o mundo. Permite reflexão e mudanças paradigmáticas, sendo fundamentais para adoção de novas posturas no mundo.

REFERÊNCIAS

Livro

BARTHES, R. *Mythologies*. London, Paladin, 1973.

Artigos

FIGUEIREDO NETO, Celso. Úteis e Fúteis: considerações sobre uso de celebridades em Publicidade. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*

GOMES, Leonardo. Quando o desejo de celebridade se torna risível: análise de um caso do “Pânico na TV”. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*

JESUS, Paula Renata Camargo de. Propaganda de medicamentos na mídia de massa: celebridades e automedicação. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*

IASBECK, Luiz Carlos Assis. Imagens, imagem e Pesquisa de Imagem. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*



MACHADO, Bruna Coelho e MACEDO, Roberto Gondo. A responsabilidade social corporativa como qualificador de imagem empresarial. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*

MUNHOZ, Larissa Rilho. Redes sociais na Internet como ferramenta da comunicação empresarial - O caso da Revista Gloss no Orkut. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*

PONTE, Emmanuel dos Santos; RAPETTI, Nathália e PORÉM, Maria Eugênia. Webcelebridades: A Internet como Mola Propulsora da Fama. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*

SILVA, Michel de Oliveira e SANTOS, Ana Carolina Lima. Saudades eternas: a fotografia de cemitério como culto à memória daqueles que já se foram. *In: XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2009.*

Sites

Site da Sociedade Interdisciplinar de Estudos de Comunicação, disponível em <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/>, acessado em 20/03/2010 às 11h50.

Site da Folha de São Paulo, caderno ilustrada, disponível em <http://www1.folha.uol.com.br/foalha/ilustrada/ult90u311784.shtml>, acessado em 20/03/2010 às 12h50.

Site da UOL, disponível em <http://musica.uol.com.br/ultnot/2008/03/24/ult89u8758.jhtm>, acessado em em 20/03/2010 às 13h50.

Blog Ana Carolina, disponível em <http://anacsouza.blogspot.com/>, acessado em 21/03/2010 às 11h50.

Site do jornal O Globo, disponível em http://oglobo.globo.com/cultura/mat/2008/07/02/confira_lista_completa_de_ganhadores_do_15_premio_multishow-547061181.asp, acessado em em 22/03/2010 às 11h50.

Site oficial de Ana Carolina, disponível em <http://anacarolina.uol.com.br/>, acessado em em 23/03/2010 às 11h33.

Blog do fã clube oficial de Ana Carolina, disponível em <http://www.donanacarolina.com/blog/>, acessado em em 19/03/2010 às 13h10.

Site do Multishow, disponível em <http://multishow.globo.com/>, acessado em 10/03/2010 às 23h50.

Blog RockerSpace.net, disponível em <http://rockerspace.net/dvd-dois-quartos-multishow-ao-vivo-ana-carolina/>, acessado em 11/03/2010 às 01h20.



Site do dicionário Michaelis, Moderno Dicionário da Língua Portuguesa, disponível em <http://michaelis.uol.com.br/moderno/portugues/index.php?lingua=portugues-portugues&palavra=apelo>, acessado em 21/04/2010 às 14h20.

Site da Associação Brasileira dos Produtores de Discos (ABPD), disponível em www.abpd.org.br, acessado em 21/04/2010 às 18h34.