ISSN: 2358-8829

O Corpo Feminino como Mercadoria: A Exploração da Imagem na Publicidade da Seventeen Cosmetics

Discente: Guilherme Cardoso Lima[1]
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orientador: Prof. Dr. Samuel Barbosa Silva[2]
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

INTRODUÇÃO

Ao longo da história, sob a conjuntura do sistema patriarcal, as mulheres têm lidado com o estereótipo de seus corpos, alavancada pelo sistema capitalista moderno que, seja na esfera física ou simbólica, mobiliza matéria e conceitos para a ampliação do consumo, pois "não há corpo que não seja investido de sentidos, e que não seja o corpo de um sujeito que se constitui por processos nos quais as instituições e suas práticas são fundamentais para a forma com que ele se individualiza, assim como o modo pelo qual, ideologicamente, somos interpretados em sujeitos, enquanto forma sujeito histórica (em nosso caso, capitalista)" (Orlandi, 2017, p. 93).

Segundo argumenta Federici (2004), em sua obra Calibã e a Bruxa: Mulheres, Corpo e Acumulação, o sistema patriarcal é sustentado pela ideologia de poder simbólico do homem, contribuindo significativamente para a marginalização em sociedade, tendo em vista o modelo adotado pelo patriarcado que se molda a partir de uma memória coletiva sobre "inferioridade feminina" e dos papéis sociais femininos e masculinos previamente estruturados. O principal viés que se articula neste sistema é a predeterminação de funções de sujeitos em sociedade, tendo em vista que, como argumenta Rangel (2016, p. 28) "as relações dialógicas personificam-se na linguagem, tornam-se enunciados, convertem-se em posições de diferentes sujeitos expressos

[1] Graduando em Letras (Português-Inglês – Licenciatura) pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará, campus-tauá. E-mail: guilherme.cardoso.lima60@aluno.ifce.edu.br
[2] Doutor e Mestre em Linguística pela Universidade Federal de Alagoas(2017), Graduado em Letras (Língua Portuguesa e suas Literaturas) pela Universidade de Pernambuco (2012). E-mail: samuelbarbosa@ifce.edu.br

discursivamente". Essas posições vêm escalando para a dominação do outro, de seus direitos e, obviamente, à manutenção de mecanismos preconceituosos. Essa ideologia é reforçada pelo capitalismo, trazendo à interpretação um produto que se encontra inscrito nas subjetividades sociais e no ponto de vista da propaganda.

Em face das relações sociais e das diversas materialidades significativas que surgem atravessadas pelos discursos, é possível destacar as publicidades que idealizam o corpo feminino, neste artigo perquire-se estritamente as publicidades da Seventeen Cosmetics, alimentadas pelo sistema patriarcal e, consequentemente, pela inserção no comércio capitalista. Corpos encapsulados em extremas condições. Corpos devorados pelo processo que dita quais padrões são, entre si, mais almejados e de maior interesse pelo público majoritariamente masculino, mas que também refletem um imaginário social inerente à imagem de beleza feminina da época à atualidade. O conjunto desses fatores viabiliza a mercantilização do corpo feminino, e aqui destaca-se o meio de circulação como ferramenta de dissuasão, pois "a publicidade – especialidade da Comunicação Social – utiliza a linguagem tentando declaradamente, influenciar/persuadir as pessoas." (Rangel, 2016, p. 26). Deste modo, as publicidades escolhidas nesta pesquisa vêm reafirmando o rebuscamento do capitalismo em materializar uma ideia e vendê-la, seja esta ideia uma manifestação do desejo de dominação, neste caso, o desejo de dominar o corpo feminino e transformá-lo em mercadoria para as indústrias que reverberam esta ideologia, ou de dissuadir sobre uma postura de um discurso circulado em sociedade, permitindo efeitos de sentidos.

Em sua dissertação, VENDER-SE(R) NO GRINDR: efeitos da inscrição do sujeito no discurso da mercantilização do corpo masculino, aprovada em 2023, Thiago César reitera a internet enquanto espaço de realização social e, portanto, transpassada por ideologias. Sob essa linha de raciocínio, notavelmente as matérias de publicidade na ordem do discurso são também material de importante análise, pois estão sujeitas ao tempo e à história, à qual a discriminação contra a mulher ressurge em um novo formato em que se faz necessário investigar quais objetivos e quais intenções se revelam no "inconsciente".

Esta pesquisa é um reflexo de uma dura empreitada à luz da Análise do Discurso, compreendendo como as influências do capitalismo, junto ao sistema patriarcal, abarcam o conceito do sujeito e o corpo como discurso. Este artigo será norteado pelos argumentos dos autores: Pêcheux (1969), Cesár (2023), Rangel (2016), Federici (2004), Merleau-

Ponty (1945), Orlandi (2017), autores estes que auxiliam no enriquecimento de citações ao longo de todo o texto. Diante do exposto, nossa investigação será alicerçada na análise de fontes, imagens publicitárias da Seventeen Cosmetics, datadas de 1947, que serão dissecadas e expostas a vocês, leitores, como materialidades que refletem o funcionamento ideológico atravessado por esses discursos públicos direcionados para jovens mulheres.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A Imagem Feminina sob a Lente da Seventeen: Uma análise das Condições de Produção

Figura 1 - For That "Natural" Look Men Look For...Seventeen



Fonte: DUKE UNIVERSITY LIBRARIES

Em 1947, a Britânia experimentava os efeitos de uma pós-guerra, com crises econômicas estendendo-se. Apesar de na década de 50 ter existido um crescimento econômico sustentado, a classe trabalhadora de mulheres ainda encarava as desigualdades salariais no emprego, desigualdade de gênero, considerando que os serviços designados às mulheres eram tarefas relacionadas aos “cuidados do lar” ou, como foi pregado pelo sistema patriarcal, trabalhos designados a faxineiras, babás, empregadas domésticas, serviços de saúde ou secretarias, esporadicamente ocupando espaço nos mesmos setores

dos quais trabalhavam os homens. Ainda que direcionassem seus esforços para a luta de igualdade de classe, aos direitos de trabalho e, principalmente, contra à discriminação de gênero, as mulheres eram perseguidas pela injustiça do mundo, da marca do capitalismo sobre seus corpos e dos estereótipos. É possível apontar elementos dentro da publicidade da Seventeen Cosmetics que estão inseridos na ideologia da mercantilização do corpo feminino e o funcionamento discursivo da materialidade, assim como aponta Orlandi:

> O discurso é pois um elemento particular da materialidade ideológica. Daí que as formações ideológicas comportam uma ou várias formações discursivas interligadas que determinam o que pode e deve ser dito a partir de uma posição dada em uma conjuntura dada. Considerando a relação língua/processos discursivos, Pêcheux afirma que a língua é o lugar material em que se realizam os efeitos de sentido. (Orlandi, 2017, p. 45)

O primeiro destaque na publicidade são os elementos gráficos, dos quais a representação ilustrada de uma moça junto a um jovem rapaz se sobressai por toda a extensão visual. Abaixo da ilustração, há uma faixa com o seguinte enunciado: "*For That 'Natural' Look Men Look For...Seventeen*", na tradução para o idioma português: "Para aquele visual 'natural' que os homens procuram... *Seventeen*". A frase é intrínseca à ilustração da publicidade, porém ocorrem-se marcas de significação na própria semântica deste enunciado, como é notável em "Para aquele visual", o uso do pronome demonstrativo, "aquele", sugere que o leitor acesse um conhecimento prévio de que a marca não se refere a qualquer visual, mas ao visual reputado e que está inserido nos contextos histórico e discursivo.

> O discurso não é independente das redes de memória e dos trajetos sociais nos quais ele irrompe, mas, só por sua existência, ele marca a possibilidade de uma desestruturação-reestruturação dessas redes e trajetos. É um efeito das filiações sócio-históricas de identificação e, ao mesmo tempo, um trabalho de deslocamento no seu espaço. (Pêcheux, 1990, p.56)

A utilização do adjetivo que se segue, "natural", está marcada com aspas; o adjetivo natural pode ser compreendido como "Que se refere ou pertence à natureza", "Produzido pela natureza ou de acordo com suas leis" ou "Sem intervenção humana: cachoeira natural." (*Dicio, Dicionário Online de Português*). Deste modo, é possível aferir que a utilização das aspas sinaliza que o adjetivo não está em sua plena significação, ou seja,

não age de acordo com seu conceito no dicionário, em se tratando de uma indústria de cosméticos, esse adjetivo tem o mesmo valor que seus produtos podem trazer ao corpo: valor de beleza artificial, aquela que é alcançada pelo consumo de materiais de beleza feminina; o visual "natural" que somente a *Seventeen Cosmetics* pode oferecer, "o simbólico entra em uma relação específica com o real e o imaginário, determinando a subjetividade como efeito da interpelação de que o sujeito é o lugar, pelo viés da identificação, diz Pêcheux" (Orlandi, 2017, p. 48).

Articulando para o que se deseja comunicar através do discurso e do implícito, a continuação do segmento revela mais acerca dos temas tratados. Em "...visual 'natural' que os homens procuram… Seventeen.", encontra-se uma oração subordinada, pois seu sentido não pode ser completo sozinho, necessitando de uma oração principal. Nesse trecho explicita-se o sujeito, não necessariamente da oração, mas o sujeito designado: "os homens".

> Não há sujeito, nem sentido, que não seja dividido, não há forma de estar no discurso sem constituir-se em uma posição-sujeito e, portanto, inscrever-se em uma ou outra formação discursiva que, por sua vez, é a projeção da ideologia no dizer. (Orlandi, 2017, p. 55)

Ao observamos mais abaixo da linha de ilustração, haverá outra unidade de texto mais complexa, contendo, desta vez, uma quantidade considerável de elementos conectivos, da qual podemos observar a seguinte mensagem: "*Straw vote among males shows a landslide for the gal with the 'natural' look. That's why so many of the sweet-enough-to-treats go for 'Seventeen' makeup… young-minded cosmetics that catch the eye and win the heart… At drug and department stores: 'Seventeen' Powder $1… Lipstick $1… Powder Pac 75$... all plus tax*.", traduzido para o português, esse período ficaria: "Votação aleatória entre os homens mostra uma vitória esmagadora para a garota com visual 'natural'. É por isso que muitas das doces o suficiente para tratar as pessoas optam pela maquiagem 'Seventeen'... cosméticos de mente jovem que chamam a atenção e conquistam o coração… Em farmácias e lojas de departamento: '*Seventeen Powder*'. Em "Votação aleatória entre homens", o sujeito designado, "homens", reaparece. O primeiro segmento conduz uma ação central realizada aleatoriamente por homens: uma votação. Deste modo, partiremos para a condição do funcionamento da memória construído pela imagem.

> Deixadas as divergências de lado, começo pelo que nos aponta para uma leitura discursiva possível. Afirmando que entre o simples registro da realidade e a memória social, que entre a reprodução de um acontecimento e a função social de instituição-reinstituição do tecido social atribuída à memória, há toda a distância que separa a "realidade" do "fato de significação", o autor vai se interrogar se a memória, como fato social, não comportaria uma dimensão semiótica e simbólica que lhe seria intrínseca. (Orlandi, 2017, p. 60)

Essa construção produz uma noção de significado de que a ação de votar foi gerenciada não de maneira minuciosa, mas de maneira aleatória, um dado quantitativo comum, que representa a opinião popular do gênero masculino a respeito de algo: o padrão de beleza desejado, a beleza "natural" arquitetada pela opinião masculina, "porque a imagem ao mesmo tempo representa a realidade mas pode também conservar a força das relações sociais (e fará então impressão sobre o espectador)" (Orlandi, 2017, p. 61). No segmento seguinte: "...mostra uma vitória esmagadora para a garota com visual 'natural'.", o discurso sugere que houve uma votação em que o visual da garota "natural" fora vencedor, todavia carece de exemplos sobre outras possibilidades de votação; co-existindo dois elementos, "garota com visual natural" e "vitória esmagadora" que reforçam duas coisas: a garota de visual natural é o modelo mais desejado no mercado e pelos homens, possuindo uma "vitória esmagadora" entre outros concorrentes e o modelo padrão mais desejado é aquele vendido pela *Seventeen Cosmetics*.

Sob o surgimento deste discurso em que a sugestividade se sobressai, poder-se-á destacar o fragmento textual da publicidade "É por isso que muitas das doces o suficiente para tratar as pessoas optam pela maquiagem *Seventeen* [...]" em que a presença de palavras articuladoras, aquelas que adicionam efeito pragmático ou sinalizam ação (verbos), constroem uma condição específica para o tratamento do corpo feminino, e o que está sendo tratado fora da imagem, "é o efeito de repetição e de reconhecimento que faz da imagem como que a recitação de um mito" (Orlandi, 2017, p. 63). Esse efeito redireciona os interesse, etiquetando e quantificando o corpo feminino, como explícito em "muitas" e "doces o suficiente" , referenciando as mulheres consumidoras da Seventeen Cosmetics, como "doces o suficientes". Eis aí um grau que eleva o adjetivo doce, não basta que a mulher seja "doce", mas "doce o suficiente". Para observar profundamente este estudo, é necessário refletir sobre o que diz Michel Pêcheux:

> Proporemos, nestas condições, o seguinte rigor teórico: enquanto uma ciência não enuncia seu objeto, ele não pode ser questão de uma reprodução metódica deste objeto. Mas desde que a ciência fale, quer dizer, enuncie seu objeto, ela

> é levada a confrontar seu discurso com ele mesmo para provar sua necessidade. Diremos que não basta que uma ciência fale, é preciso também que ela se ouça falar Somos conduzidos à ideia de que a reprodução metódica do objeto consiste em uma reflexão do discurso teórico sobre si mesmo que lhe confere a coesão. (Pêcheux, Michel, p. 49)

Nessa direção, o discurso produzido pela *Seventeen* necessitará de uma análise minuciosa a respeito de seu objeto (o corpo feminino), tal qual a ciência, para se fazer valer, reflete criticamente acerca de seu objeto antes de enunciá-lo. Para garantir que haja sentido social na frase "muitas das doces o suficiente para agradar", é preciso lançar um olhar analítico para a sociedade e os discursos predominantes da época, quais efeitos eles projetam sobre o corpo feminino e como o dominam por meio desses dizeres. Entra aí a relação acontecimento, memória e censura.

> Durante a escravidão, a suposta promiscuidade das mulheres negras - outra noção fabricada pelos senhores brancos - era usada para justificar o estupro institucionalizado. A estereotipagem da mulher negra como ser essencialmente licencioso e disponível sexualmente foi um dos pilares da justificativa ideológica para sua exploração. (DAVIS, Angela. Mulher, Raça e Classe. Tradução de Heci Regina Candiani. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016.)

Isto é, ao colocar essas características ao corpo feminino, trazer articulada a mensagem de que a beleza natural e o desejo desperto são proporcionados por meio dos cosméticos Seventeen, idealizando a pele branca, os olhos azuis e o cabelo loiro a ser algo cobiçado, a marca desloca o corpo de sua publicidade, não porque o corpo deixa de ser desejado, mas para que este corpo seja consumido e dominado de maneira discriminada ainda mais intensa, como aponta Orlandi (2017), "Materialidade não se reduz 'ao que está dito', ou ao 'dado' de qualquer natureza que seja".

O Corpo em Discurso: Uma Mobilização do Implícito

Figura 2 - For That "Natural" Look Men Look For… Seventeen

ISSN: 2358-8829



Fonte: REPOSITORY COLLECTIONS & ARCHIVES

Para Orlandi (2007), o “silêncio” é parte do discurso, porque também produz um discurso, e está ligado a ele na produção de sentidos, mesmo sem estar manifestado diretamente, e como a comanda dessa publicidade nivela o público-alvo que visa atingir, etiquetando-o na sua materialidade discursiva, e é possível observar como esta publicidade mobiliza sentidos por meio da memória, da imagem e do silêncio.

> O materialismo discursivo se constitui como uma perspectiva teórica que toma o discurso como uma prática material, isto é, como uma prática que se inscreve na história e que produz efeitos de sentido. Essa perspectiva implica considerar que o discurso não é um reflexo da realidade, mas uma forma de produção de sentidos que se articula com as condições materiais de existência. O discurso, assim, não é transparente, mas opaco, e sua análise requer que se leve em conta as condições de produção, as formações discursivas e os processos de significação que o constituem. A materialidade do discurso se manifesta na linguagem, mas também em outras formas de expressão, como a imagem, o gesto, o som, que são igualmente portadores de sentidos e que participam da constituição do real. (ORLANDI, Eni Puccinelli. Análise de Discursos: Princípios e Procedimentos. Campinas: Pontes, 2007.)

Orlandi, em seu livro Análise de Discursos: Princípios e Procedimentos, pontua que o discurso é opaco, ou seja, não se faz vazio, neutro ou transparente; o discurso é,

sobretudo, recheado de camadas sociais e de processos de significação em suas formações discursivas.

O sentido do discurso não começa ou termina com a enunciação; o não-dito já está em circulação na realidade, no lugar de produção discursiva e na sociedade como prática social, "o silêncio, mediando as relações entre linguagem, mundo e pensamento, resiste à pressão de controle exercida pela urgência da linguagem e significa de outras e muitas maneiras." (Orlandi, 2007, p. 37). Não há dúvida que a formação discursiva da Seventeen tem uma intensa ligação com a ideologia de dominação sobre o corpo feminino que reflete e permite que tais dizeres ganhem sentido ao serem circulados e reproduzidos em sociedade. "Teria pois o silêncio um aspecto cultural? Com toda a evidência. Mas a cultura não é o único fator que conta. Determinações políticas e históricas estão igualmente inscritas aí" (Orlandi, 2007, p. 41). O silêncio não é vazio, é preciso atentar-se, contudo, às relações de "origem" e "casualidade", como um meio para chegar a um final, os efeitos de sentidos, atravessados pela história, permitem entender a extensão construtiva e significativa do implícito.

O seguinte fragmento textual "Young-minded cosmetics for young moderns…", tem como seguinte tradução: "Cosméticos com mentalidade jovem para jovens modernos…" É possível destacar o uso de prosopopeia que a marca *Seventeen* utiliza neste fragmento para projetar identidade a seus cosméticos, "Cosméticos com mentalidade jovem [...]" possui desdobramentos que miram especificamente, neste discurso, o corpo feminino jovem, e, a partir de inferências contextuais complexas que o uso do substantivo "mentalidade" adiciona ao texto, enuncia vulgarmente uma ordem, não uma ordem singular e subjetiva, mas sim uma ordem oriunda das massas que produzem crenças e valores na sociedade, do produtor capitalista que almeja implementar em seu produto e em seu discurso uma comanda sutil ao corpo feminino: "seja jovem, bela e atraente para os homens". Para atender ao esclarecimento da materialidade discursiva, mediante a este fenômeno da publicidade da Seventeen, Orlandi menciona que:

> O corpo do sujeito não é indiferente a isso. Enquanto corpo empírico, ele é apenas carne. Só é corpodiscurso quando interpelado, ou, como diz L. Leonel (2010), "A carne passa a corpo por um processo, que chamei, naquele texto, discursivização da carne, trabalho realizado ciosamente pelos agentes ideológicos que cuidam de imaginá-la, esperá-la, erguê-la, educá-la, administrá-la, alocá-la em corpodiscurso." Enquanto corpo simbólico, corpo de um sujeito, ele é produzido em um processo que é um processo de

> significação, onde trabalha a ideologia, cuja materialidade específica é o discurso.” (Orlandi, 2017, p. 85)

O sentido não se encerra nele mesmo. “o sujeito e os sentidos, embora pareçam estar sempre lá, também são produzidos, e isto é efeito da ideologia em sua materialidade” (Orlandi, 2017, p. 85). A ideologia é uma prática e se faz valer dos processos de significação do que diz e do que faz o homem, e porque a publicidade o escolheu colocar acima da figura feminina, assim estabelecemos esse vínculo com a sociedade, refletimos como o discurso (re)significa o corpo feminino ao retratá-lo submisso e inferior, entendemos a materialidade da linguagem e encontramos os sentidos que ali estão “flutuando”, “evaporando” e “solidificando-se” sempre obedecendo às transformações sociais e contextuais.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O corpo feminino é mergulhado em uma sequência de comandos ditados pelo mercado capitalista, e, em todo momento, as análises levantadas estão perpassando a metodologia da Análise do Discurso, reafirmando por quais pilares essas reflexões sustentam-se e, ao mesmo tempo, abordando os papéis dos sujeitos envolvidos neste cenário, compreendendo como seus corpos estão inscritos num maquinário ideológico que está sempre se atualizando conforme suas necessidades. É, pois, na reflexão dos processos envolvidos que se encontram posicionamentos que nunca se esvaziam de significado.

Desta maneira, esta pesquisa insere o funcionamento discursivo atuando sobre o corpo feminino e nas formas de comunicação, expandindo a mensagem de exploração do corpo deminino, mensagem que está encapsulada no imaginário popular da época e que perdura atualmente. Sob a luz da Análise do Discurso de linha francesa, o assunto discorre na apresentação do corpo feminino, envolvido pela mercantilização promovida pelas publicidades aqui exploradas, oriundas da marca Seventeen. A priori, este movimento vai além do simbólico. O contexto arquiteta um espaço de luta social que ainda não encontrou o seu fim.

REFERÊNCIAS

COSTA, Thiago César da Costa Carneiro. **Vender(se) no Grindr: Análise discursiva de perfis em uma plataforma de encontros**. Dissertação apresentada ao Programa de Pós Graduação em Letras da Universidade Federal de Pernambuco, 2023.

DAVIS, Angela. **Mulher, Raça e Classe**. Tradução de Heci Regina Candiani. 1ª ed. São Paulo: Boitempo, 2016.

FEDERICI, Silvia. **Calibã e a Bruxa: Mulheres, Corpo e Acumulação Primitiva**. Tradução de Coletivo Sycorax. São Paulo: Elefante, 2017.

NATURAL. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7Graus, 2026. Disponível em: https://www.dicio.com.br/natural/. Acesso em: 8 abr. 2026.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso: Princípios e Procedimentos**. 12. ed. Campinas: Pontes Editores, 2015.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Discurso em Análise: Sujeito, Sentido e Ideologia**. 3. ed. Campinas, SP: Pontes, 2017.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. 6. ed. Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2007.

PÊCHEUX, Michel. **Análise do Discurso: Textos selecionados**. Tradução de Eni Puccinelli Orlandi. Campinas: Pontes Editores, 2014.

RANGEL, Heder Cleber de Castro. **Nossos Comerciais, por favor!: uma análise discursiva sobre a linguagem publicitária**. 1. ed. Curitiba, PR: CRV, 2016.