



## OS EFEITOS DE CENSURA: A INTERDIÇÃO E O SILENCIAMENTO NA PROPAGANDA DE LINGERIE DA DULOREN - A PACIFICAÇÃO NA FAVELA

Eliane Cristina Ormonde Leitão Mosquezi<sup>1</sup>

### INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta a noção da Língua de Espuma, como elemento de reflexão na Análise de Discurso Materialista, através do silêncio local - a censura, em que os sentidos não repercutiram sobre a propaganda de lingerie da Duloren - Pacificar X Dominar. Logo, a censura foi a responsável pela a proibição da circulação dessa campanha, em que foi divulgada nos meios midiáticos, como em sites, lançada no ano de 2012.

Portanto, o proposto trabalho é fundamentado na Análise de Discurso Materialista surgida a partir do postulado teórico do filósofo Michel Pêcheux, no final dos anos 60, sendo chamada inicialmente de Teoria do Discurso, e posteriormente denominada de Análise de Discurso. Segundo Canguilhem (1980 *apud* ORLANDI, 2001, p. 25), considera que “a teoria do discurso é a determinação histórica dos processos de significação”. E que, a Análise de Discurso trata do discurso como prática social e política entre os sujeitos, pois, o discurso é palavra em movimento.

Desse modo, o *corpus* - a propaganda de lingerie da Duloren apresenta um “movimento social”, a um tema polêmico - a pacificação da favela, que foi silenciado diante a publicação da campanha no ano de 2012, que tinha a finalidade de demonstrar algumas situações vivenciadas na comunidade da Rocinha, diante da implantação da base Pacificadora da polícia naquele espaço. Logo, a marca Duloren repudiou situações vivenciadas nessa comunidade, em que ficam invisíveis aos modos da sociedade que a veem.

E assim, essa propaganda foi censurada, apagaram os sentidos, efeitos esses causados ao marketing dessa empresa, que divulga e vende o seu produtos através da imagem do corpo da mulher vestida de lingerie em forma de reivindicação aos temas polêmicos que ficam impunes na sociedade brasileira.

Portanto, é interessante retratar neste trabalho a ideia de corpo como discurso, pois, o corpo é um discurso em que se inscrevem diversas construções históricas, e onde é possível perceber também a inscrição de uma memória e a materialização de ideologias, tanto quanto, o silêncio local como objeto de reflexão neste estudo, que permitiu múltiplas possibilidades de significação em relação a proibição da circulação desse corpo negro exposto na propaganda de lingerie da Duloren.

---

<sup>1</sup> Mestranda da Linha de Pesquisa 2 - Linguagens, Discurso e Sociedade, UNEB.

Assim, a polêmica que centralizou sobre essa propaganda da marca Duloren, Amossy (2017, p. 9) argumenta que - “A reflexão que aqui segue tenta responder às questões que a polêmica pública levanta, interrogando-se sobre seu funcionamento e suas funções no espaço democrático”.

O marketing das propagandas necessitam ser criativo ao utilizar aparatos para chamar a atenção do seu público alvo, com os enunciados, em que as palavras estão lá com “o sentido que não é um, são muitos” e a relação da imagem e o silêncio em que os sentidos não derivam daquilo que vê, mas de outros dizeres, pois a imagem “é operadora da imagem discursiva”.

Logo, no caso da propaganda de lingerie da Duloren - Pacificar X Dominar, os sentidos das palavras e da imagem ganham diversos movimentos nos efeitos de sentidos no discurso, e como diz Orlandi (2007, p. 153) “o silêncio tem assim uma função nas ilusões constitutivas da linguagem, em que o sujeito acredita que é o dono do dizer e do pensamento como condição que realiza o movimento como lugar do possível para os sujeitos e os sentidos”.

Por isso, a divulgação da propaganda traz um espaço democrático para expor as suas campanhas, as quais trazem temáticas importantes que ficam impunes em uma sociedade e necessitam ser refletidas e analisadas - como o da propaganda da pacificação na favela.

Assim, o marketing publicitário dessa empresa foi resistente à retirada da propaganda de circulação dos meios midiáticos, devido aos efeitos de censura, e que será tratado neste trabalho, em que devemos compreender a censura como “fato de linguagem” e que produz efeitos e produções de sentidos.

Assim, tratar a censura e o silenciamento, com foco nas ideias de Pêcheux e Orlandi entre outros, através da Língua-de-espuma em que Orlandi (2007, p. 99) diz que “os sentidos não ecoam, os sentidos se calam”, e que impedem os sentidos de repercutir e circular diante a tal realidade, em que a resistência fala mais alto, diante o efeito de censura apresentado, com a proibição da circulação dessa propaganda, devido a exposição da divulgação do corpo da mulher negra e do policial naquele espaço, a favela.

## **A LÍNGUA DE ESPUMA E A PROPAGANDA DE LINGERIE DA DULOREN**

A noção da Língua de Espuma é um discurso de censura, o qual acrescenta neste trabalho, possibilidades de analisar “os processos de uma situação de linguagem na qual trabalham processos de significação, [...]” (ORLANDI, 2007, p. 98). Com base ainda em Orlandi (2007, p. 99), a Língua - de - espuma é “uma língua vazia, prática, imediata, em que os sentidos não repercutem”. E assim, percebe-se que nessa língua os sentidos não se reproduzem, não refletem.

No entanto, é importante ressaltar que por mais que esses sentidos não repercutem, os efeitos de sentidos foram gerados diante a essa censura, pois, os discursos publicitários de lingerie produzem os efeitos metafóricos que constituem o discurso, ao falar sobre efeito metafórico Orlandi diz que (1996, p. 81), “esse deslize, próprio da ordem do simbólico, é o lugar da interpretação, da ideologia, da historicidade, e que essa prática envolve, afeta e faz parte do processo de significação” (ORLANDI, 2017. p. 87).

Os efeitos de sentido que censuraram sobre essa propaganda realça a mulher, o seu corpo como um elemento discursivo, histórico e um produto que produz os sentidos. A interpretação é um movimento que se refere aos efeitos de sentidos que são produzidos dentro das formações ideológicas diversas, com os enunciados e a imagem apresentados pelas campanhas publicitárias.

Assim, os diversos corpos, como o corpo negro e sensual são representados discursivamente e carregam marcas da historicidade que os constituem. Como argumenta Orlandi (2006, p. 95), “a ligação entre o que faz de um homem como ser histórico está na interpretação”.

Sabemos que, a Língua-de-espuma atua como o silêncio, mas através do silêncio, os sentidos também repercutem, como um modo de significar outros sentidos. Com base em Orlandi (2007, p. 100) - “Esses deslocamentos são possíveis porque, como veremos, é assim que a linguagem funciona - tira proveito da matéria mesmo com a redução dos sentidos para criar sua disseminação”.

Desse modo, percebe que ao reduzir os sentidos cria-se a propagação desses sentidos. E assim, a censura trabalha com esse movimento dos sentidos, em que permite repercutir, pois, como argumenta Orlandi (2007, p. 89), “como da censura, podem ser carregados de outros sentidos, de transformações, de outros sentidos possíveis mas não ditos”.

## **O DISCURSO DO CORPO NA PROPAGANDA**

As propagandas de *lingerie* da Duloren possuem elementos que propagam a venda das suas peças íntimas, através da imagem do corpo vestido em *lingerie*, juntamente com as condições de produção dadas, e que são essenciais para construção do anúncio que projeta esses dispositivos para divulgação.

No processo de produção, o discurso publicitário dos anúncios de *lingerie* reflete o corpo da mulher nas suas campanhas, pois, esse corpo é um objeto que vende produtos e que produz os efeitos de sentidos diversos, como o corpo negro que aparece na materialidade analisada.

Nesse espaço é necessário falar também da propaganda como teor político, comercial e ideológico que difunde opiniões, informações, produtos e mercadorias em diversos espaços, por meio da mídia que dispõe de mecanismos de divulgação, como: outdoor, revistas, jornais, internet entre outros, que apresentam o corpo da mulher em diversos vieses publicitários, com a finalidade de influenciar o comportamento de um público de um modo geral. Deste modo, com base em Orlandi (2017, p. 123) “pensemos a Língua de Vento – a da propaganda – o performativo e o que vivemos, não no século XX, mas no século XXI”.

Logo, chama a atenção nesta pesquisa, a propaganda da Duloren que utiliza tema polêmico como: a pacificação das comunidades no Rio de Janeiro, para vender os produtos anunciados, através do corpo feminino de modos distintos ocupando tais espaços.

Nesse seguimento, os elementos citados trazem a imagem da “sujeição” de um corpo feminino no enunciado imagético e formas de assujeitamento desse corpo na propaganda, trazendo no discurso das campanhas publicitárias de *lingerie*, a divulgação de um corpo belo, vestido em uma *lingerie* e que tem a “mídia como meio” de transmissão, e como destacam Corbin, Courtine e Vigarello (2009, p.12), “o corpo sujeito às normas é inclusive um corpo “corrigido”, no qual a sujeição física produz uma consciência também ela subjugada”. Essas noções representam a influência e a expressividade do discurso do corpo na publicidade, como construção ideológica referente à imagem da mulher.

Ainda com base nos autores, a história do corpo feminino é também a história de uma dominação, na qual os simples critérios da estética já são reveladores, em que as mulheres são submetidas a seguir padrões de beleza contundentes e inacessíveis.

Por este motivo, os estereótipos dos padrões básicos de beleza exigidos pela sociedade para ocupar certos espaços são opressores e as classes desfavorecidas sofrem consequências com o preconceito também em relação aos seus corpos, devido não só à exclusão desses corpos da esfera do discurso da estética, mas também devido ao alto custo que é cobrado com os cuidados em relação à estética para manter a beleza corporal e ter um corpo perfeito, pontos que não são associáveis à condição financeira das mulheres da classe baixa, por exemplo.

À vista disso, o corpo produz discursos, é discurso, portanto é atravessado pela história, pela memória e pela ideologia nas propagandas analisadas, em que a mulher está sendo representada em diversos espaços, o corpo é apresentado como “vestimenta como uma pele social, uma pele emblema, um signo de distinção e uma marca de pertencimento a um conjunto” (ORLANDI, 2017, p. 191).

Logo, os anúncios de lingerie utilizam desses artefatos do corpo feminino e do espaço, como a representação do simbólico nas suas propagandas para dar significação e atingir metas com as campanhas publicadas. Mas, essa propaganda da Duloren - a pacificação na favela foi tirada de circulação, devido a exibição do corpo da mulher negra nessa campanha, que gerou entre os consumidores diversas manifestações ao CONAR (Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária), dizendo que propaganda era apelintista, sexista e preconceituosa. Vejamos a campanha da marca Duloren - Pacificar X Dominar, que será tratada na próxima seção.

#### Pacificar x Dominar



Fonte: CONAR (2012)

### **O CONAR E A RETIRADA DA CAMPANHA DE LINGERIE DA DULOREN DE CIRCULAÇÃO**

O Conselho Nacional de Autorregulação Publicitária (CONAR) tirou de circulação a propaganda - Pacificar X Dominar. Segundo a agência, a campanha foi vista como uma apelação publicitária no país, e que destaca também, o comportamento do anunciante, em que o CONAR informa que “vulgariza a mulher e banaliza o programa de pacificação das favelas, desrespeitando todas as partes envolvidas”.

Assim, tratar a censura e o silenciamento, com foco nas ideias de Pêcheux e Orlandi entre outros, através da Língua-de-espuma em que Orlandi (2007, p. 99) diz que “os sentidos não ecoam, os sentidos se calam”, e que impedem os sentidos de repercutir e circular diante a tal realidade, em que a resistência fala

mais alto, diante a censura a qual foi imposta, com a proibição da circulação dessa propaganda, devido a exposição da divulgação do corpo da mulher negra e do policial naquele espaço.

Percebe-se que os espaços públicos são formados pelas polêmicas, em que chocam opiniões e difundem as realidades daqueles que sofrem com os discursos da interdição dos sentidos que não circulam. Assim, como argumenta Amossy (2017, p. 43) - “Para compreender o que é polêmica na sua especificidade, pode-se buscar, basicamente, em três fontes: os dicionários, o discurso corrente e as conceitualizações científicas”.

Observemos, que existem diversos conceitos para o termo polêmica na sua particularidade, e que é necessário trazer neste trabalho essas considerações de Amossy para compreensão dos fatores que geram as polêmicas. Assim, Amossy (2017, p. 49) argumenta que “A polêmica é, portanto, um debate em torno de uma questão de atualidade, de interesse público, que comporta os anseios das sociedade mais ou menos importantes numa dada cultura”.

Vejam os interesses de uma sociedade afetam de modo geral em diversas questões sociais, principalmente por meio do comportamento dos sujeitos que fazem parte de um grupo social em que nas relações políticas, sociais e históricas em que se produzem os efeitos de sentidos, se manifestam dando significação aos discursos à sua volta.

Entretanto, o campo publicitário de lingerie da marca Duloren expõem elementos sociais a serem retratados em vários lugares, e que de acordo com o período histórico manifestado, trata de temas polêmicos, preconceituosos e desprezados em uma sociedade ao longo da história gerando amplos efeitos de sentidos para significar.

Essa reprodução compõem os distintos efeitos de sentidos por interlocutores, pois, os sentidos podem ser diferentes para/por sujeitos, o que acarretará equívocos em que “os sentidos fazem, produzindo seus efeitos, os sentidos podem ser outros” (ORLANDI, 2017, p. 176). E assim, a propaganda de lingerie utiliza como entremeios estratégicos o sentido da imagem da mulher nas diversas “operações midiáticas” das suas campanhas.

O corpo apresentado nessa campanha mostra a imagem de uma jovem negra trajando roupas íntimas e segurando um quepe militar com ar desafiador. Atrás dela, um homem sentado ao chão com a camisa aberta e feição de cansaço. Os dois aparecem num cenário que, pela memória histórica, faz remeter a uma favela com casas humildes no cenário atrás da mulher.

Os efeitos de sentidos causados com a imagem do corpo retomam a ideia de pacificação do morro. O programa de pacificação das favelas do Rio de Janeiro foi colocado em prática a partir de 2008 e tinha como objetivo retomar o controle das regiões da favela que estavam dominadas pelo tráfico. A noção de pacificação é retomada nesta propaganda, fazendo deslizar o sentido, no jogo com a polissemia. Nesse sentido o enunciado: pacificar foi fácil, quero ver dominar, indica que pacificar um morro teria sido fácil, mas difícil seria dominar uma mulher negra da favela e vestida em uma lingerie.

O corpo negro é trazido no contexto da favela, neste sentido, sendo retomada a ideia de mulher negra como sexualmente disponível, uma vez que o enunciado “difícil é dominar” retoma, pela memória, a ideia de potência sexual da mulher negra. Assim, o sentido do corpo dessa mulher se torna o de um corpo

impossível de controlar, mas ao mesmo tempo que necessita de controle a partir da inscrição ideológica como um corpo sexualmente indomável.

Assim, diante a divulgação dessa propaganda, a censura foi imposta e como definiu Orlandi (2007, p. 104) “a censura - é a interdição da inscrição do sujeito em formações discursivas determinadas, isto é, proibem-se certos sentidos porque se impede o sujeito de ocupar certos lugares, certas posições”. Logo, a censura é um discurso que acontece em diferentes formações discursivas que se relacionam em tudo que pode e deve ser dito em relação a outros discursos.

Neste seguimento, os recortes dos espaços públicos, como a favela, produzem diversos sentidos, com base em Orlandi (2017, p. 205) “esses recortes do espaço público configuram diferentes condições de produção de sentidos em sua materialidade (historicidade)”. Essa reflexão, caracterizada pelo o sentido é que demonstra a favela como espaço de exclusão de quem lá vive, ainda com base nos escritos da autora, “aqueles cuja existência não nos interessa, aqueles que não deveriam existir” (ORLANDI, 2017, p. 205).

Na formulação da campanha, a empresa Duloren utilizou o espaço acessível da favela, tanto quanto, o corpo da mulher negra como significações de sentidos que simbolizam novas formas de reflexão e denúncia diante a desconstituição do espaço urbano e social daquela comunidade. Conforme Orlandi (2017, p. 195) a “inscrição no corpo como anúncio/denúncia de que o confronto do simbólico com o político faz problema (reivindicação de si)”.

## REFERÊNCIAS

AMOSSY, Ruth. **Apologia da polêmica**. São Paulo: Contexto, 2017.

CORBIN, Alain; COURTINE, Jean-Jacques; VIGARELLO, Georges. **História do corpo: Da Renascença às Luzes**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

G1, Globo. **Conar determina retirada de anúncio de lingerie da Duloren em favela**. Disponível em: <http://g1.globo.com/economia/midia-e-marketing/noticia/2012/10/conar-determina-retirada-de-anuncio-de-lingerie-da-duloren-em-favela.html>. Acesso em: 08 out. 2019.

ORLANDI, Eni Puccineli. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2001.

ORLANDI, Eni Puccinelli. **Análise de Discurso**. In: ORLANDI, Eni Puccinelli; RODRIGUES, Suzy Lagazzi. **Introdução às ciências da linguagem: discurso e textualidade**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2006. p. 11-31.

ORLANDI, Eni Puccineli. **As formas do silêncio: no movimento dos sentidos**. Campinas, SP: Ed. da UNICAMP, 2007.

ORLANDI, Eni Puccineli. **Discurso em Análise: Sujeito, Sentido e Ideologia**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2017.

PÊCHEUX, Michel. **Análise de Discurso: Michel Pêcheux**. Campinas, SP: Pontes Editores, 2015.