



## DISCURSOS SOBRE A GENITÁLIA FEMININA: PRODUTOS ERÓTICOS, CIRURGIAS PLÁSTICAS E DISCURSOS INJUNTIVOS<sup>1</sup>

Juliana Karina Voigt<sup>2</sup>

Aline Oliveira Amorim<sup>3</sup>

A condição sócio-histórica da mulher na sociedade ocidental é marcada pelo controle institucional ao seu corpo e à sua performance, e pela tardia conquista de direitos. Dentre as facetas nas quais incorre a tendência sistemática de regular e interditar a mulher e o feminino, pode-se destacar a sexualidade, bem como aspectos vinculados à aparência física da mulher e aos comportamentos sociais. Provindas de mais de um discurso, as injunções impostas sobre as mulheres advêm, ainda e principalmente, do discurso religioso (ROCHA, 2009). Sabe-se que a tradição judaico-cristã exerce papel central sobre o significante 'mulher' ao longo da história. A medicina, como exemplo, no período medieval, propagou a discursividade religiosa em relação ao corpo da mulher.

Nesse sentido, o presente trabalho fundamenta-se nos pressupostos teóricos da Análise do Discurso, de orientação francesa de Michel Pêcheux ([1975], 2014; [1983], 2015), bem como em obras relevantes aos estudos feministas, que discorram acerca do significante mulher (BEAUVOIR, [1949] 2016; DEL PRIORE, 1997; FRIEDAN, [1963] 2020; ITABORAÍ, 2015; KEHL, 2016; MILLET, [1970] 1974; ROCHA, 2009). Dessa forma, trabalharemos com o dispositivo teórico-metodológico próprio da Análise de Discurso - que se constrói no ir e vir teoria e análise (PETRI, 2013), entre descrição e interpretação (PÊCHEUX, [1983] 2015) -, buscando refletir acerca dos efeitos de sentidos que constituem a historicidade do (e sobre o) órgão sexual feminino.

Para tal, mobilizaremos os conceitos de discurso, ideologia, sujeito, e memória discursiva, a fim de analisar e interpretar o *corpus* composto por recortes vinculados a materiais sobre os quais discorreremos a seguir. O primeiro deles, a himenoplastia, uma cirurgia que consiste em restaurar o hímen de mulheres que já tiveram relações sexuais. O segundo, um procedimento estético realizado na região genital feminina, nomeado como "harmonização íntima". E por último, um produto erótico para mulheres, "Hímen Artificial Virginity SoftLove", que joga com a possibilidade de trazer de volta a virgindade feminina, o hímen já não existente.

Com base nos estudos e rupturas propostos pela teoria francesa, o nosso interesse está no funcionamento discursivo, em compreender o "como" e não "o quê". Interessa-nos, ainda, o que não está

<sup>1</sup> O presente trabalho resulta do desenvolvimento de projeto de iniciação científica. Processo nº 2020/12553-8, Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (FAPESP).

<sup>2</sup> Pós-doutoranda pela FFCLRP - USP; Mestra e Doutora em Letras, pela Unioeste; Pós-graduada em Língua Portuguesa e Literatura pelo ESAP. Graduação em Letras (Português/Italiano) pela Unioeste. Jornalista pela UNIPAR. E-mail: julianakvoigt@gmail.com.

<sup>3</sup> Graduada em Biblioteconomia e Ciência da Informação (USP), bolsista de iniciação científica FAPESP. E-mail: aline\_amorim@usp.br.

dito, mas está significando, os discursos-outros presentes nos anúncios de produtos e cirurgias, as determinações discursivas que concretizam o falar sobre a parte íntima feminina. Destarte, reforçamos que a reflexão aqui realizada, bem como os resultados obtidos levam em conta a relação do linguístico com o exterior da língua e os efeitos de sentido entre interlocutores suscitados a partir da tríade: Linguística, Materialismo histórico e Ideologia (PÊCHEUX, [1975], 2014; ORLANDI, 2020). Dito isso, seguiremos à análise dos recortes selecionados.

**Figura 1 – Manchete Himenoplastia<sup>4</sup>**

Celebridades

## Youtuber faz cirurgia de reconstrução de hímen e rifa “nova virgindade”

Ela disse que pretendia ter a primeira experiência após o procedimento com o namorado, mas que desistiu ao saber que foi traída

Ranyelle Andrade

03/11/2020 20:15, atualizado 03/11/2020 20:15

Reprodução/Instagram

A Figura 1 diz respeito a uma manchete que relata um episódio que repercutiu e gerou discussões na *internet*, em 2020, após ser anunciado por um homem, de personalidade pública. A amiga dele estaria rifando sua “nova virgindade”, após a realização de uma cirurgia de reconstrução do hímen. Posteriormente, a mulher em questão alegou ter realizado uma ninfoplastia, e não uma himenoplastia, mas nos ateremos aos efeitos de sentido em jogo nesse primeiro momento, materializados no recorte da reportagem veiculada pelo meio de comunicação Metrópoles. Sendo assim, a manchete anuncia que uma youtuber “rifa a nova virgindade”, e que seu plano original ao realizar o procedimento cirúrgico era de “ter a primeira experiência após o procedimento com o namorado”, frustrada após a descoberta de uma traição da parte dele. Sobre isso, são possíveis alguns gestos de análise.

Primeiramente, é preciso pensar a lógica mercadológica que aqui se insere em relação à virgindade feminina, mas não só a ela, como também ao corpo da mulher, à sua sexualidade. Historicamente já discursivizados como ponto de convergência do caráter que a mulher assumiu como propriedade privada de um responsável – pai, irmãos, esposo ou outros parentes homens -, surgem novos sentidos na atualidade ao se falar em vendas, leilões, e agora, rifas dessa virgindade. Mais do que isso, rifa-se uma segunda, uma nova virgindade. A memória discursiva da importância desse estado feminino – virgem – parece justificar a comercialização e o consumo até mesmo de uma virgindade reconstruída por técnicas humanas, um espectro. Ademais, supostamente, a mulher havia realizado a cirurgia para viver essa “nova primeira vez” com seu namorado, caso em que os sentidos em circulação sobre o tema poderiam vir a ser outros, se a situação viesse a conhecimento público. Não nos cabe aqui refletir acerca dos possíveis sentimentos dessa mulher, mas sim apontar como o trecho analisado abre margens para a significação de que, uma vez anulada a motivação amorosa, vem à tona a motivação da venda dessa virgindade, que pela via do discurso aparece como um bem que é dotado de valor – seja sentimental ou financeiro. Assim, com base em dizeres de uma alegada liberdade sexual, filiados a formações discursivas neoliberais, o efeito ao redor da virgindade da mulher, de propriedade privada exclusiva - adquirível por somente uma pessoa e uma única

<sup>4</sup> Fonte: <https://www.metropoles.com/celebridades/youtuber-faz-cirurgia-de-reconstrucao-de-himen-e-rifa-nova-virgindade>. Acesso em: 03 jan. 2022.

vez - atualiza-se para um efeito de recurso passível de ser (re)consumido por diversas vezes e por mais de um comprador.

**Figura 2 – Postagem harmonização íntima<sup>5</sup>**



O recorte acima foi retirado do perfil, no Instagram, do médico Bruno Jacob, ginecologista e especialista em estética íntima. Na mídia social, o médico apresenta inúmeras possibilidades de cirurgias e procedimentos estéticos realizados na vagina e chama as suas seguidoras de 'ginecats'. Ao navegar pela página em questão, nos deparamos com um procedimento intitulado "harmonização íntima". De acordo com o especialista, "as pessoas acham estranho deixar ele (grandes lábios) maior, [...], não necessariamente ele ficará maior, as vezes tirar uma ruguinha, fazer um contorno, melhorar a hidratação, a textura e até a volumização já dá uma outra cara na periquita<sup>6</sup>". A partir da sequência discursiva recortada, podemos fazer algumas reflexões. A primeira delas está relacionada à própria palavra harmonização, que sugere estar em harmonia, em concordância com algo. E aqui já podemos nos questionar: qual seria o "padrão" estético para a região íntima feminina? Ele existe? Ademais, observando o título do post, que diz: "não é só no rosto que faz", podemos interpretar que a harmonização facial é um imperativo às mulheres. Uma vez que ao utilizar a negação, o autor do enunciado afirma a necessidade (ou imperativo) do procedimento de harmonização na face.

De acordo com a Sociedade Brasileira de Cirurgia Plástica (2020), a harmonização facial pode ser descrita como "um conjunto de procedimentos estéticos na face que inclui vários deles, dependendo da análise do profissional e do objetivo do paciente", sendo comuns, enquanto medidas não cirúrgicas, o uso de toxina botulínica e preenchimento com ácido hialurônico. Surfando na onda de harmonizar (seja qual for o efeito de sentido suscitado aqui), a indústria da beleza tem potencializado seus ganhos nos últimos anos. De acordo com Sanches (2018), no cenário de imposições sobre corpos femininos, as práticas sociais ocorrem sob a comanda do mercado, do sistema capitalista, "cujas armas para incitar o consumo são as

<sup>5</sup> Fonte: <https://www.instagram.com/p/CYooZA7Aa1C/>. Acesso em: 02 jan. 2022.

<sup>6</sup> Texto retirado da Figura 2.

técnicas publicitárias que circulam no ambiente midiático” (SANCHES, 2018, p. 107). É interessante analisar que o contexto da imposição sobre o corpo pode influenciar a relação do sujeito com o seu corpo, já que esse corpo é “[...] nas condições sócio-histórica em que vivemos, parte do corpo social tal como ele está significado na história. Isto quer dizer [...] que o sujeito relaciona-se com o seu corpo já atravessado por uma memória, pelo discurso social que o significa [...]” (ORLANDI, 2012, p. 93).

Assim, chamamos a atenção para algo recorrente ao universo das mulheres, o já-lá do discurso: seguir padrões corporais rotulados como “ideal”. Ao longo da história, podemos enumerar “os ideias de beleza vigentes” e as diversas maneiras de alcançá-los. Afinal, “um corpo belo é aquele que apresenta determinadas características, arquétipos aceitos e naturalizados em uma determinada época e cultura” (SANCHES; PERSICHETTI, 2020, p. 5). Atualmente, vivemos sob a égide das mídias sociais, com filtros que padronizam a face e com um número exorbitante de procura por cirurgias, inclusive para a região íntima. Pensando no trabalho da ideologia, podemos afirmar que a imposição sobre o corpo feminino está sempre em cena, é a memória discursiva ressignificando o já-aí da imposição, da necessidade de seguir padrões e de fazer do seu corpo um objeto de agrado ao outro: é o que vemos na divulgação sobre harmonização íntima.

Orsatto (2014) afirma que a “beleza” é uma temática inerente às pautas femininas. Para ela, o que acontece é uma dissimulação do empoderamento feminino, que é, na verdade, a objetificação imposta pela lógica capitalista. “A mulher é incentivada a modificar seu corpo com cirurgias plásticas, adquirir produtos de beleza que a deixarão mais jovem e bonita, frequentar academias, comprar roupas e acessórios etc. para atender às imposições impostas historicamente por uma sociedade centrada no homem” (ORSATTO, 2014, p. 187). Assim, vê-se que a harmonização íntima, divulgada pelo médico, segue os efeitos de sentido de outrora, calcados numa visão machista e narcísica sobre escolhas e necessidades femininas. Nas atuais condições de produção, o consumo é imperativo e as mulheres seguem reféns de um sistema que diz a elas como ser, como agir e como harmonizar a sua região íntima.

**SD 1.** A primeira vez a gente nunca esquece! E que tal relembrar essa experiência e proporcionar ao seu parceiro a sensação de tirar a sua virgindade? Virginity é um pequeno hímen biodegradável, tem como finalidade imitar a virgindade feminina. Ele se adere à vagina com a própria lubrificação, criando uma membrana que se rompe com a penetração. É um produto perfeito para brincar com o fetiche masculino de ser o primeiro. DICA: Para melhorar a sensação do hímen falso, use um adstringente. Combinando esses dois produtos você irá proporcionar um prazer inimaginável para você e seu par<sup>7</sup>.

A sequência discursiva acima foi extraída de um *sex shop online* que revende o produto erótico “Hímen Artificial Virginity SoftLove”. Sobre os sentidos em jogo, alguns pontos necessitam de atenção. O recorte se inicia com a constatação de que “a primeira vez a gente nunca esquece”. É preciso já questionar: a que sujeitos se refere esse “a gente”? Seria a todas as pessoas, ou somente a mulheres – uma vez que esse é o público consumidor do produto em questão? Não podemos afirmar com certeza. Outro ponto relevante engloba passagens em que a SD trata da proposta do hímen artificial, a saber: “relembrar essa experiência e proporcionar ao seu parceiro a sensação de tirar a sua virgindade”, bem como “brincar com o fetiche masculino de ser o primeiro” – nesse último caso, o produto é descrito como “perfeito” para tal finalidade. Aqui, funcionam efeitos de sentido acerca da virgindade feminina e do ato de “tirá-la”.

---

<sup>7</sup> Fonte: <https://www.luarosatoy.com/himen-artificial-virginity-3un>. Acesso em: 03 jan. 2022.

Primeiramente, o uso do produto, no *corpus* em questão, é reduzido à companhia de um parceiro homem, sendo silenciada e interditada a possibilidade de uma parceira mulher, ou ainda arranjos outros, tais como aqueles que incluam sujeitos transexuais. Além disso, o recorte salienta o uso do produto como um meio de proporcionar a esse homem “a sensação de tirar a sua virgindade”, o que levanta questões acerca dessa alegada sensação. Sabe-se que a virgindade feminina é atravessada por uma historicidade de aquisição e posse do corpo da mulher, em especial ao se observar sua participação como requisito e consumação do matrimônio outrora, e ainda hoje em alguns grupos sociais. Fala-se ainda na existência de um “fetiche masculino de ser o primeiro”; dessa forma, sustentamos a leitura de que ambos, sensação e fetiche, aqui referenciam essa memória - que se atualiza e faz presente pela via da língua/história/ideologia – da virgindade feminina como pedágio para a obtenção tanto do corpo da mulher, como dela mesma. Ao mesmo tempo, o próprio discurso materializado na SD abre tropeços nessa oferta. Dessa forma, o uso de expressões como “imitar a virgindade feminina”, “hímen falso”, e “brincar com o fetiche masculino de ser o primeiro” – com destaque para os termos “imitar”, “falso” e “brincar” -, transparece a presença de um impossível que circunda o estratagema.

Depois de interpretar discursivamente a himenoplastia, a harmonização íntima e o hímen artificial, podemos compreendê-los como efeitos de sentido imperativos dentro de uma formação social que ainda vê o significante ‘mulher’ atrelado à subordinação patriarcal, ao narcisismo imagético e ao prazer masculino. Ainda, devemos lembrar que enquanto sujeitos inseridos no mundo capitalista, a ordem do consumo é também imperativa. Bauman (2010) afirma que a cultura líquido-moderna atual não tem “pessoas” a cultivar, mas clientes a “seduzir”.

Observa-se, então, que a memória discursiva e as regras do mercado de consumo geram efeitos de sentido sobre produtos e realizações cirúrgicas e estéticas sobre a região íntima das mulheres. Sentidos esses que compactuam com o reforço da submissão feminina, da necessidade de seguir e estar dentro de um padrão e da valorização da virgindade. O já-lá e as atuais condições de produção possibilitam que muitas vezes enunciados, como os analisados aqui, sejam recebidos de maneira passiva e natural. Vale, no entanto, atentar-se aos movimentos discursivos e refletir acerca da não transparência da língua e da interpelação ideológica do sujeito.

## REFERÊNCIAS

- BAUMAN, Z. **Capitalismo Parasitário e outros temas contemporâneos**. Rio de Janeiro: Editora ZAHAR, 2010.
- BEAUVOIR, S. **O segundo sexo: a experiência vivida**. 3. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2016. v. 1 e 2.
- DEL PRIORE, M. Magia e Medicina na Colônia: o corpo feminino. *In*: DEL PRIORE, M. (org.); BASSANEZI, C. (coord. de textos). **História das Mulheres no Brasil**. São Paulo: Contexto, 1997. p. 78-113.
- FRIEDAN, B. **A Mística Feminina**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2020.
- ITABORAÍ, N. **Mudanças nas Famílias Brasileiras (1976-2012): Uma Perspectiva de Classe e Gênero**. Tese (Doutorado) – UERJ, Rio de Janeiro, 2015.
- KEHL, M. R. **Deslocamentos do feminino: a mulher freudiana na passagem para a modernidade**. 2. ed. São Paulo: Boitempo, 2016.
- MILLETT, K. **Política Sexual**. Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1974.
- ORLANDI, E. P. **Análise de Discurso: princípios e procedimentos**. 13. ed. Campinas: Pontes Editores, 2020.

- ORLANDI, E. P. **Discurso em análise**: sujeito, sentido, ideologia. Campinas: Pontes Editores, 2012.
- ORSATTO, F. L. O. **Outra mesma imagem de mulher**: a representação do feminino na revista Nova. 2014. Tese (Doutorado em Linguagem e Sociedade) – Universidade Estadual do Oeste do Parana, Cascavel, 2014.
- PÊCHEUX, M. **O Discurso**: estrutura ou acontecimento. 7. ed. Campinas: Pontes Editores, 2015.
- PÊCHEUX, M. **Semântica e Discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. 5. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2014.
- PETRI, V. O funcionamento do movimento pendular próprio às análises discursivas na construção do "dispositivo experimental" da análise de discurso. *In*: PETRI, V.; DIAS, C. P. (org.). **Análise do discurso em perspectiva**: teoria, método e análise. Santa Maria: Ed. da UFSM, 2013.
- ROCHA, P. **Mulheres sob todas as luzes**: a emancipação feminina e os últimos dias do patriarcado. Belo Horizonte: Editora leitura, 2009.
- SANCHES, R. D. **Corpus Alienum**: efeitos do discurso das novas dietas, corpo-projeto e mídia. Ribeirão Preto, 2018. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/59/59142/tde-01082018-110612/publico/rodrigocorrigida.pdf>. Acesso em: 20 dez. 2021.
- SANCHES, R.D; PERSICHETTI, S. Ascensão e queda pelas imagens midiáticas: o caso Gabriela Pugliesi. **Revista Observatório**, Palmas, v. 6, n. 5, p. 1-21, 2020. Disponível em: <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/11188>. Acesso em: 2 jan. 2022.