



## TATUAGEM NA PROPAGANDA: EFEITOS DE SENTIDOS E DISCURSOS

Lucirley Alves de Oliveira<sup>1</sup>

O presente texto analisa os discursos a cerca da tatuagem que atravessam algumas propagandas publicitárias impressas direcionadas para o público feminino, veiculadas na revista de circulação nacional *Caras*, em janeiro e novembro de 2012, com os títulos de *Resultado de salão todos os dias*, da *TRESemmé*, e *A primeira coleção a gente nunca esquece*, da *Mandi*, sob a perspectiva da Análise do Discurso de origem francesa (doravante AD) que, conforme Orlandi (2009), trabalha não com a língua fechada, como um sistema abstrato, mas com a língua no mundo, com formas de significar, com os processos de produção de sentido, relacionando a linguagem a sua exterioridade. Vale ressaltar que ao propor uma análise cujo objeto é o discurso, passa-se a lidar com um objeto de caráter sócio-histórico e ideológico, uma vez que “o discurso é o lugar em que se pode observar essa relação entre língua e ideologia, compreendendo-se como a língua produz sentidos por/para os sujeitos”<sup>2</sup>.

Nesse sentido, podemos considerar a tatuagem como uma materialidade discursiva, pois ela não ativa apenas memórias sociais, históricas e comportamentais, mas também proporciona uma abordagem linguístico-discursiva, o que a transforma efetivamente em objeto de interesse das ciências linguísticas e, em especial, em objeto da AD, como neste trabalho.

Sabe-se que a prática social e cultural da tatuagem<sup>3</sup> é reconhecida atualmente em todo o mundo, no entanto, não é possível precisar o momento do seu surgimento, o local exato, tampouco o seu precursor. A história da humanidade mostra que desde os tempos das cavernas algumas reproduções gráficas já faziam referência a homens pintados ou tatuados. No Ocidente, especificamente, a prática da tatuagem se manifestou de diferentes formas de acordo com os momentos político, cultural e social de cada região. Na Idade Média, por exemplo, a prática da tatuagem foi extinta pelo Cristianismo, retomando na época da Modernidade através dos capitães e marinheiros que tinham contato com outras culturas, durante as tradicionais expedições realizadas no século XVIII.

Perez F. (2003) acrescenta que após essa fase, durante todo o século XIX e início do século XX, a prática da tatuagem ganhou um novo rumo e passou a peregrinar pelos setores marginais da

---

<sup>1</sup> Pós-graduada em Ensino de Língua Portuguesa e suas Literaturas (2013), pela Universidade de Pernambuco (UPE). E-mail: lucirleyalves@yahoo.com.br

<sup>2</sup> Idem, ibidem.

<sup>3</sup> De acordo com Reis (apud Rocha, 2009) a tatuagem é um movimento artístico feito na pele com tinta “basicamente natural” e agulha ou instrumentos que “machuquem” a pele para que haja absorção da tinta. Dessa maneira, “você destrói uma célula que produz a melanina e coloca ali o pigmento. A pele fagocita esse pigmento até a própria pele se ‘fechar’”, explica.



sociedade, incluindo penitenciárias e cárceres<sup>4</sup>, quartéis e a própria rua. Em decorrência disso, presidiários, soldados, e meretrizes, por exemplo, figuraram-se como principais agentes dessa prática. Assim sendo, “a tatuagem se situava socialmente nas margens da sociedade, esse era seu novo contexto e referente sócio-cultural”<sup>5</sup>. Essa conjuntura só começou a mudar após a invenção da máquina elétrica pelo estadunidense Samuel O'Really, em 1891, que gerou a necessidade de utilizar energia elétrica e fez com que os tatuadores se fixassem em alguns lugares, geralmente nas grandes cidades do começo do século XX, como São Francisco e Nova Iorque, ambas nos Estados Unidos, o que de certa forma trouxe também mais profissionalização para esse ramo, fazendo emergir o tatuador moderno e ampliando “o campo de oferta e demanda da tatuagem”<sup>6</sup>, que atingia, assim, segundo Perez F. (2003, p. 21), o status de “privilegio das culturas marginais”, representadas nos anos 60 pelos “rockeros, os teddy boys, bikers, os Hell's Angel (LE BRETON, 2002, p. 61), que usaram a tatuagem como um ornamento, associado às suas vestimentas, que os identificava e também marcava sua vontade de estar à margem da sociedade”, e nos anos 70 pelos punks e skins, assumindo uma postura ainda mais radical ao utilizar o próprio corpo como forma de protesto social, através das roupas agressivas e de modificações corporais.

Chegados os anos 80, a prática da tatuagem inicia uma nova fase pautada principalmente por um novo ambiente cultural, relacionado, para Perez F. (2003, p. 27), com alguns fatores, sendo em primeiro lugar, uma “nova forma de conceber e de relacionar-se com o corpo, na qual as ‘modificações corporais’ fazem parte de um novo estilo, de uma nova busca, que identificam o sujeito contemporâneo”. Nesse processo, é inegável a participação fundamental da publicidade e dos meios de comunicação de massa, em especial da televisão, que passaram a divulgar a tatuagem como “um ornamento a mais da pessoa”<sup>7</sup>. A internet também ajudou na popularização e nessa ressignificação do valor da tatuagem para a sociedade no final do século XX e início do século XXI. “O pensamento em relação à tatuagem, o preconceito em relação à tatuagem, tudo, começou a ser muito quebrado [...] através da globalização. O *boom* da tatuagem se deu muito pela globalização”, conclui Reis (apud Rocha, 2009, p. 34, grifo do autor).

Com isso, percebe-se que a tatuagem passa a ser considerada mais recentemente, não só como uma prática ligada à marginalidade, mas também à arte perpetrada em um suporte peculiar, a pele. A prática da tatuagem recupera, de certa forma, a sua configuração inicial, na época das grandes navegações, quando era entendida como uma arte exótica. Ressalta-se ainda que essas diferentes maneiras de conceber a tatuagem permanecem presentes nas sociedades atuais, ao passo que uma concepção não exclui a existência das outras, ficando a critério de cada segmento da

---

<sup>4</sup> Segundo Perez F. (2003), foram nesses ambientes que a tatuagem adquiriu grande importância, já que lá “aprendia-se a tatuar, praticava-se, experimentava-se, realizava-se a primeira tatuagem”. A tatuagem chegou a ser conhecida como “flor do presídio”, provavelmente porque mais da metade da população carcerária era adepta da prática. Recentemente, o *Jornal do Commercio* publicou uma série de reportagem denominada *Ternura e delito na carne*, retratando a prática da tatuagem em algumas penitenciárias do Estado de Pernambuco, que não se difere muito da retratada nos séculos passados. A série é assinada por Fabiana Moraes e está disponível em: <<http://especiais.ne10.uol.com.br/ternuraedelito/>>.

<sup>5</sup> Idem, ibidem, p. 19-20.

<sup>6</sup> Idem, ibidem, p. 20.

<sup>7</sup> Idem, ibidem, p. 28.

sociedade a consonância ou não com essas concepções. Para a AD, essa relação é externada através da noção de Formação Discursiva (FD), definida, de acordo com Brandão (1996), Leandro Ferreira (2001), Orlandi (2009) e Pêcheux (2009), como lugar onde é determinado o que pode e deve ser dito e também o que não pode e não deve ser dito, considerando uma determinada Formação Ideológica<sup>8</sup> (FI) dada em uma situação de enunciação específica. Dessa maneira, as formações discursivas manifestam no discurso as formações ideológicas, servindo como ponto de conexão entre língua e discurso.

Orlandi (2009, p. 43-45) indica dois tópicos fundamentais para a compreensão da noção de FD. O primeiro diz que “o discurso se constitui em seus sentidos porque aquilo que o sujeito diz se inscreve em uma formação discursiva e não outra para ter um sentido e não outro”, indicando que as palavras não possuem sentidos nelas mesmas, todavia seus sentidos resultam das formações discursivas em que se inscrevem, de tal modo que estes sentidos sempre são definidos ideologicamente. E o segundo considera que “é pela referência à formação discursiva que podemos compreender, no funcionamento discursivo, os diferentes sentidos”, uma vez que uma mesma palavra pode significar de forma diferente considerando a formação discursiva em que se inscreve. Do mesmo modo, podemos compreender que a tatuagem pode significar de maneiras distintas quando utilizada em diferentes condições de produção, como nas propagandas a seguir:

**Figura 1 - Propaganda *Mandi* (nov. 2012)**



<sup>8</sup> A formação ideológica é considerada um “conjunto complexo de atitudes e de representações, não individuais nem universais, que se relacionam às posições de classes em conflito umas com as outras. A FI é um elemento suscetível de intervir como uma força em confronto com outras forças na conjuntura ideológica característica de uma formação social. Pêcheux (1975) afirma que as palavras, expressões, proposições, mudam de sentido segundo as posições sustentadas por aqueles que as empregam, sentidos esses que são determinados, então, em referência às formações ideológicas nas quais se inscrevem estas posições” (LEANDRO FERREIRA, 2001, p.15).



Nessa propaganda é possível notar a presença de duas tatuagens, uma no antebraço direito e outra no punho esquerdo da modelo. Essas tatuagens ativam diferentes memórias, porém nessa condição de produção pode ser associada a uma FD da tatuagem como ícone de transgressão, de rebeldia, onde a presença dessas tatuagens é autorizada, podendo e devendo aparecer para compor, junto com as outras representações, o discurso de uma juventude resistente ao sistema social dominante e que buscam expor esse posicionamento ideológico através de atitudes que fujam da “normalidade”, chocando pela imagem e pelas palavras. Por outro lado, essa forma de se colocar para o mundo não tem aqui um caráter negativo. Existe aí uma resignificação dessas representações, que são vistas, dessa maneira, como uma atitude “fashion”, uma tendência de moda contemporânea. As tatuagens e as memórias ativadas nessa propaganda passam de transgressão, de marginalidade, para uma de estética, que foram produzidas a partir de modificações no jogo de forças e de sentidos determinadas por certas formações ideológicas ao longo do tempo. Outras representações nos ajudam a compor esta FD, como a postura que a modelo é apresentada, com punhos fechados, rosto voltado para o alto, olhar de cima para baixo, lábios entreabertos, e pernas ligeiramente afastadas. Tal postura ativa memórias de enfrentamento, de resistência, de desdém. Os punhos fechados assemelham-se a postura de ataque quando se está prestes a reagir contra um opositor. A roupa em tons neons reporta a não neutralidade, a necessidade de se destacar, de se afirmar, de ser diferente. A blusa, em especial, possui inúmeros furos seguindo a tendência “podrinha” e “estonada”, e com a frase em inglês “Fuck the system”, que traduzida para o português é “Foda-se o sistema”, mesma inscrição que a modelo possui tatuada em um dos braços só que de forma abreviada “FTS”. Do ponto de vista gráfico, os enunciados aparecem em caixa alta e numa fonte comum, sem muitos detalhes, com exceção do nome “Thaila Ayala” na primeira linha da página da direita, o que reforça a questão da não neutralidade, da necessidade em se destacar de forma personalizada, gerando o efeito de ser único, de individualidade. O plano de fundo dessa peça em geral é verde, compondo nesse cenário um tom de verde militar, remetendo a guerra e confronto e, ao mesmo tempo, a força e resistência. Dessa forma, podemos compreender que a FD da tatuagem presente nessa propaganda da *Mandi*, tem um quê de transgressora e rebelde, mas de forma resignificada trazendo para os seus discursos irreverência e jovialidade.

Figura 2 - Lançamento da linha *TRESemmé* no Brasil (jan. 2012)

Ao contrário da propaganda analisada anteriormente, a tatuagem não aparece nessa da *TRESemmé*. E foi justamente isso o que mais chamou atenção para este trabalho, uma vez que é de conhecimento público que a atriz e modelo Thaila Ayala possui várias tatuagens pelo corpo. Esse apagamento é motivado porque as memórias discursivas ativadas pela tatuagem não são desejáveis nessa condição de produção. Ao mesmo tempo, esse apagamento atesta uma presença. Entra em questão o que Orlandi (2007) chama de *política do silêncio*, ou *silenciamento*, que funcionam como o obrigar a dizer ou calar, o fazer calar, o tomar a palavra, o silenciar. Porém, esse calar significa. O silêncio significa na sua relação com a história e, nesse caso, o apagamento das tatuagens remetem a uma FD contrária à prática da tatuagem e a qualquer memória que dela venha a surgir, por isso, não pode e não deve aparecer associada aos discursos dessa campanha. Essa contrariedade revela que a tatuagem é vista nessa condição como algo negativo, marginalizado, e que caminha no sentido oposto das outras representações apontadas nessa propaganda, como o clássico, o tradicional, e o conservadorismo, sendo dominante o discurso da beleza feminina clássica. Esses discursos podem ser apreendidos não só através do apagamento das tatuagens, mas também pelas cores predominantes na peça publicitária, que são o preto e o branco; pela postura da modelo, sentada, com as pernas juntas, os braços cruzados sobre as pernas, coluna reta, cabelos alinhados, dividido ao meio, um leve sorriso no rosto, que pode ser associado, de certa forma, a imagem de um dos mais famosos quadros do Renascimento italiano, que é a *Mona Lisa*, de Leonardo da Vinci; e pelos enunciados presentes nessa propaganda.



Como efeito conclusivo, podemos dizer que as duas propagandas expostas neste trabalho carregam consigo diferentes discursos acerca da tatuagem, seja pela sua presença ou pela sua ausência. Na campanha *A primeira coleção a gente nunca esquece*, da *Mandi*, a tatuagem e as outras representações nela evidenciadas fazem uma ligação desses elementos com uma atitude transgressora e rebelde, própria da juventude, mas não de forma negativa. A campanha da *Mandi* consagra esses discursos como “fashion”, como um modelo a ser seguido através das tendências de moda atual. A tatuagem assume, assim, um papel relevante na formação da identidade contemporânea através da identificação de diversos segmentos da sociedade com essa prática. Já na campanha *Resultado de salão todos os dias*, da *TRESemmé*, os discursos da tatuagem são negados, evidenciando um posicionamento contrário a essa prática e aos discursos que ela carrega. A tatuagem é vista, então, como inconveniente, item negativo, marginalizado e, por isso, indesejável. Contudo, a negação da tatuagem nessa campanha atesta a presença dela e só é possível chegar a essa conclusão porque se leva em conta a relação da linguagem com a sua exterioridade, postulada pela AD.

Identificamos, dessa forma, diferentes formações discursivas sobre a tatuagem, bem como outras formações discursivas que atravessam essas propagandas, como a da mulher, por exemplo, que de forma superficial pode ser apontada como durona, moderna e descolada por um lado, ou como tradicional e bem sucedida pelo outro. Através do mecanismo de antecipação podemos compreender que na primeira propaganda, a da *Mandi*, o discurso é o do “dane-se o sistema”, enquanto que na segunda propaganda, a da *TRESemmé*, o discurso é o da “inserção no sistema” através da estética do equilíbrio e da perfeição da forma, inerente ao clássico e contrário à estética contemporânea da primeira propaganda.

Faz-se necessário lembrar que essas conclusões a que chegamos estão intrinsecamente ligadas à relação língua-discurso-ideologia, proveniente do entendimento de que a materialidade específica da ideologia é o discurso e que a materialidade específica do discurso é a língua. Sabendo que a ideologia é uma condição para a composição do sujeito e dos sentidos, tendo em vista que, segundo Pêcheux (2009), não há discurso sem sujeito e não há sujeito sem ideologia, sendo ela a responsável pela interpelação do indivíduo em sujeito e pela produção dos dizeres destes, permitindo que as palavras se unam as coisas por meio desse efeito imaginário que permite a construção dos sentidos aqui evidenciados.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BRANDÃO, Helena H. Nagamine. *Introdução à Análise do Discurso*. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1996.
- LEANDRO FERREIRA, M. C. (coord.). *Glossário de Termos do Discurso*. Porto Alegre: UFRGS. Instituto de Letras, 2001.



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
VI SEMINÁRIO DE ESTUDOS EM ANÁLISE DO DISCURSO  
1983 - 2013 – Michel Pêcheux: 30 anos de uma presença  
Porto Alegre, de 15 a 18 de outubro de 2013

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

\_\_\_\_\_. *Análise de Discurso: princípios e procedimentos*. Campinas, SP: Pontes, 2009.

PÊCHEUX, Michel. *Semântica e discurso: uma crítica à afirmação do óbvio*. Traduzido por Eni P. Orlandi et al. 4. ed. Campinas: Editora da Unicamp, 2009. Tradução de *Les Vérités de la Palice*, 1975.

PEREZ F., Andréa Lissett. *TATUAR E SER TATUADO, "Etnografia da Prática Contemporânea da Tatuagem", Estúdio: Experience Art Tattoo – Florianópolis – SC – Brasil*. 2003. 151f. Dissertação. (Mestrado em Antropologia Social) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2003. Disponível em: <<http://www.antropologia.com.br/divu/colab/d28-aperetz.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2013.

ROCHA, Gabriela. A arte da tatuagem. *Revista Eclética*. Rio de Janeiro: n. 29, p.31-37, jul./dez. 2009. Disponível em: <<http://puc-riodigital.com.puc-rio.br/media/9%20-%20a%20arte%20da%20tatuagem.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2013.