

---

## **O CORPO ENQUANTO MÍDIA: uma análise semiótica da objetificação e pressões estéticas sofridas pelos corpos femininos retratadas em videocliques.<sup>1</sup>**

Deborah Sales GOMES<sup>2</sup>

Geovanna da Hora ANDRADE<sup>3</sup>

Alene Lins<sup>4</sup>

Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, Cachoeira, BA

### **RESUMO**

A partir de conceitos e de uma análise semiótica, este artigo visa discutir a objetificação feminina, as pressões estéticas sofridas pelas mulheres e o corpo feminino na sociedade e como a mídia impõe um padrão constantemente inatingível de perfeição física às mulheres, reforçando a ideia de que seu valor está ligado à aparência. A análise será qualitativa e se baseará em conceitos semióticos relacionados aos adereços corporais, mídia primária e secundária, presentes em videocliques, que se enquadram na categoria de mídia terciária. A análise visou compreender a mensagem transmitida por artistas que expõem em suas obras como o corpo feminino é tratado como objeto na sociedade contemporânea.

**PALAVRAS-CHAVE:** semiótica; mídia primária; linguagem corporal; pressão estética; objetificação.

### **INTRODUÇÃO**

A comunicação é um processo complexo que envolve diversos fatores internos e externos. Para que uma mensagem seja comunicada, é necessário um emissor e um receptor que compartilhem uma linguagem comum. A linguagem é um sistema complexo de signos que permite a transmissão de informações e significados entre as pessoas.

O corpo humano é o primeiro agente responsável pela comunicação. Os gestos, expressões faciais, postura corporal, tom de voz e outros sinais não verbais, são

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Intercom Júnior – II08 – Estudo Interdisciplinares da Comunicação do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, realizado de 4 a 8 de setembro de 2023.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso Publicidade e Propaganda da UFRB, e-mail: [salesgomesdeborah@gmail.com](mailto:salesgomesdeborah@gmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 7º. semestre do Curso Publicidade e Propaganda da UFRB, e-mail: [contatosgeoandrade@gmail.com](mailto:contatosgeoandrade@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientadora do trabalho. Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UFRB, email: [alanelinsufrb@gmail.com](mailto:alanelinsufrb@gmail.com)

---

utilizados para transmitir mensagens e emoções. A linguagem corporal é uma forma importante de comunicação e pode ser interpretada de maneira intuitiva pelos indivíduos.

Logo nesse contexto surge o corpo como a nossa primeira forma de conexão com o mundo. Através do corpo, podemos compreender não só a nós mesmos, como também aos outros seres. Desse modo, o corpo humano é muito mais do que um simples recipiente que abriga nossos órgãos e tecidos, ele é uma expressão de nossa identidade, nossas experiências e emoções, e também um emissor de sentidos e significados para os outros.

No entanto, é fundamental reconhecer que o corpo não é apenas uma forma de expressão, mas também pode reforçar desigualdades de poder e dominação, especialmente em relação às mulheres. A objetificação feminina é uma forma de opressão que se manifesta em várias áreas da sociedade, envolvendo questões de gênero, poder e sexualidade. Esse tema complexo e multifacetado tem sido discutido há anos e ainda persiste na sociedade contemporânea.

A escritora e feminista americana, Naomi Wolf (2018), argumenta que a cultura ocidental possui uma obsessão pela beleza e juventude feminina. Wolf afirma que as mulheres são socializadas para se verem como objetos sexuais, e a mídia e a publicidade reforçam essa visão, promovendo a ideia de que o corpo feminino é um objeto de desejo para os homens. Assim, o corpo feminino é tratado como uma “coisa”, um objeto. Ignorando a individualidade, emoções e preferências da mulher. A mídia e a cultura popular constantemente "bombardeiam" as mulheres com imagens e mensagens que enfatizam a importância da aparência física como o aspecto mais relevante de sua identidade.

Baitello (2000) destaca o pioneirismo de Hugo Pross (1971), autor que desenvolveu uma teoria bem fundamentada sobre o corpo como primeira forma de mídia. Segundo ele, toda comunicação humana começa na mídia primária, na qual os participantes individuais se encontram cara a cara e imediatamente presentes com seu corpo. E por meio destas formas de comunicação, é possível compreender o outro comunicador e de se fazer compreendido.

Podemos entender o corpo como uma forma de mídia, um veículo de comunicação que transmite significados. Ele utiliza diversos signos, como imagem,

---

formato corporal, texturas, movimentos e comportamentos, atribuídos como características. Cada elemento do corpo emite uma mensagem e pode ser interpretado de várias maneiras. Um simples sinal em que se utiliza os dedos indicador e polegar colados em formato circular pode ser entendido como um simples “ok”, ou algo pejorativo, dependendo de fatores diversos como o contexto utilizado.

Nessa análise, visamos compreender as mensagens transmitidas pelos vídeos de duas artistas: Alva, com o vídeo "Meu Bem", e Melanie Martinez, com o vídeo "*Mrs. Potato Head*". Utilizando conceitos semióticos relacionados aos adereços corporais e ao uso de mídias primárias e secundárias nos vídeos, que se enquadram na categoria de mídia terciária. Visamos ampliar a discussão sobre a objetificação do corpo feminino. Essa discussão é especialmente relevante na sociedade contemporânea, que demonstra maior receptividade a essa temática.

Abordar o cenário atual da música pop no Brasil e no mundo implica falar sobre um ambiente em constante mutação, onde novos artistas surgem com frequência, nem sempre alcançando a grande mídia, mas conseguindo construir uma base de fãs fiéis que consomem suas obras. As autoras dos nossos objetos de análise fazem parte desse cenário.

Melanie Martinez é uma artista estadunidense, que possui contrato com a gravadora Atlantic Records e possui uma grande visibilidade internacional e uma grande base de fãs ao redor do mundo, já no caso de Alva, é um pouco diferente por ser uma artista brasileira recém-lançada, sem qualquer conexão ou apoio das grandes gravadoras, sendo considerada uma artista “alternativa” pelos padrões da mídia. Duas mulheres, com culturas, nacionalidades e em contextos diferentes, que retratam através da sua música uma situação comum, vivida por tantas outras mulheres mundo afora.

A escolha por analisar os dois vídeos se dá pela ligação temática, "*Mrs. Potato Head*" retrata de forma central a dominação do corpo feminino, enquanto "Meu bem" surge para lutar contra as imposições sociais pela juventude eterna. Mesmo com mensagens principais diferentes, o seu contexto é complementar, ambos abordam questões ligadas diretamente ao feminismo.

O objetivo dessa discussão está principalmente nos elementos visuais dos vídeos, mas também utilizamos elementos textuais e trechos das músicas para enriquecer a compreensão e interpretação das peças. O foco é discutir a objetificação

---

feminina, as pressões estéticas enfrentadas pelas mulheres, as consequências disso e a representação do corpo feminino na sociedade.

Além disso, abordamos como a mídia impõe um padrão inatingível de perfeição física, reforçando a ideia de que o valor das mulheres está intrinsecamente ligado à sua aparência. Como abordagem metodológica qualitativa, realizamos uma análise dos materiais audiovisuais, buscando estabelecer um paralelo entre os dois vídeos e como o corpo é representado em cada um deles a partir de um referencial teórico que engloba autores de diversas áreas do conhecimento, que discutem desde a semiótica até questões de gênero, como o feminismo.

### **MRS. POTATO HEAD: O CLIPE E SEU CONTEXTO SOCIAL**

Para entender a história por trás da composição de "*Mrs. Potato Head*" de Melanie Martinez, é importante considerar o contexto social no qual o videoclipe se passa. A canção foi lançada em 2015 como parte do álbum de estreia da cantora, intitulado "*Cry Baby*". Desde então, as músicas e vídeos ganharam notoriedade por sua crítica explícita a feridas sociais enraizadas em nossa sociedade.

O álbum *Cry Baby* é composto por treze vídeos, todos disponibilizados no YouTube. Essas peças audiovisuais narram as experiências da personagem *Cry Baby*, alter-ego de Melanie, desde o seu nascimento apresentada na faixa-título do álbum, ao seu crescimento em uma família disfuncional retratado em "*Dollhouse*" e "*Sippy Cup*", bem como inseguranças, culpas e amores mencionadas em "*Mrs. Potato Head*" e "*Soap*", até os vídeos de "*Tag, You're It*" e "*Milk and Cookies*" ao retratarem o sequestro e abuso sexual sofrido pela personagem.

Dessa forma, é possível acompanhar todo o tratamento narrativo e estético depositado em seu álbum, no qual possui em suas faixas, histórias individuais e complementares da personagem, permitindo que o espectador testemunhe sua trajetória ao passo onde a crítica e a consciência social ficam cada vez mais explícitas. Nas palavras da cantora em entrevista para a revista Vogue:

Cry Baby está tão perto do meu coração de uma forma que me sinto tão conectado ao personagem, ou como se eu fosse o personagem. Eu realmente quero ter certeza de que todos os meus álbuns se conectem e contem uma história maior no final. Eu quero que isso seja apenas o começo da história de Cry Baby. (MARTINEZ, 2016).

---

É nesta vertente que Melanie Martinez lançou "*Mrs. Potato Head*". Em um contexto social marcado por um movimento crescente de conscientização sobre os padrões de beleza inatingíveis e a pressão que a sociedade coloca sobre os corpos femininos com o intuito de moldá-los a padrões pré-estabelecidos. Uma vez que, a mídia e a indústria de beleza servem como mantenedores para o que é considerado socialmente como “belo”, como ter corpo magro e formas bem definidas, sendo que, para atingi-lo pode ter sido feitos procedimentos estéticos, dietas e uso de produtos cosméticos (Flor, 2009; Ribeiro 2016).

Assim, as mulheres são expostas diariamente a essa cultura que as objetifica e sexualiza. A objetificação do corpo feminino é um fenômeno que, segundo Boris e Holanda (2007), tem como público-alvo os homens, apesar de afetar diretamente as mulheres. Isso porque a sociedade patriarcal, em que vivemos, atribui às mulheres o papel de objeto sexual para satisfazer os desejos masculinos.

A mídia se aproveita dessa visão “objetificadora” para favorecer o consumo, através da valorização de um tipo de corpo idealizado pelos homens, a escolha de roupas que evidenciam a sensualidade, além de promover um estereótipo de mãe e esposa presente para satisfazer à família e o homem como elemento central. Para Bourdieu (1998, p.52):

A dominação masculina, que constitui as mulheres como objetos simbólicos, cujo ser (esse) é um ser-percebido (percipi), tem por efeito colocá-las em permanente estado de insegurança corporal, ou melhor, de dependência simbólica: elas existem primeiro pelo, e para o olhar dos outros, ou seja, enquanto objetos receptivos, atraentes, disponíveis. Delas se espera que sejam ‘femininas’, isto é, sorridentes, simpáticas, atenciosas, submissas, discretas, contidas ou até mesmo apagadas. E a pretensa ‘feminilidade’ muitas vezes não é mais que uma forma de aquiescência em relação às expectativas masculinas, reais ou supostas, principalmente em termos de engrandecimento do ego. Em consequência, a dependência em relação aos outros (e não só aos homens) tende a se tornar constitutiva de seu ser.

Assim, em "*Mrs. Potato Head*", Melanie aborda diretamente essa pressão para se adequar a esses pré-requisitos, questionando se a dor que as pessoas sentem ao mudar sua aparência é realmente justificada. Coloca em explícita evidência e crítica o quanto a sociedade, a mídia e principalmente o "patriarcado" sustentam um sistema opressivo sobre a identidade e subordinação feminina. Ao passo em que permite a legitimação da

---

relação entre corpo e consumo, ao propagar uma dimensão simbólica de comportamentos, valores, estilos de vida e aparência que ditam os desejos das consumidoras e as colocam como objeto do desejo do outro.

Por esse motivo, Martinez escreveu a música, visando explorar as pressões que ela sentiu para se enquadrar aos padrões de beleza da indústria musical. Assim, em entrevista para a revista Vogue, a cantora destaca que estava cansada de se sentir como se precisasse mudar sua aparência para ser aceita na indústria.

Quando eu escrevi essa música, eu estava passando por muitas inseguranças pessoais sobre minha aparência, e isso foi um lembrete de que eu sou bonita do jeito que eu sou, naturalmente, mesmo que eu não sinta isso. Eu queria que essa fosse a mensagem para outras mulheres, também, que estão lutando com a mesma situação. (MARTINEZ, 2016)

Desta forma, ao examinarmos a trajetória e produção da artista, torna-se viável compreender que sua obra foi moldada por vários fatores. Por meio de uma análise mais minuciosa, é possível reconhecer que o ambiente em que ela vivia, bem como as sensações que experimentava e os eventos pelos quais passava, exerceram um impacto significativo sobre a produção artística criada.

Tendo em vista a extensão do videoclipe e o grande número de quadros, elementos e cenas presentes, foi feita uma análise minuciosa sobre as sequências presentes em dois minutos de vídeo, para facilitar o entendimento e a própria análise do material videográfico.

A peça audiovisual começa com uma cena no qual a personagem principal, está penteando uma boneca enquanto assiste a um comercial de televisão e come biscoitos. As mulheres nos comerciais oferecem diversos produtos de beleza e pílulas de emagrecimento como soluções rápidas para a obtenção da beleza ideal, as aparições dessas personagens secundárias, são sempre de contentamento e realização. A reação de *Cry Baby* ao bombardeio de informações é parar de comer e olhar para seu próprio corpo com descontentamento e suspirar angustiada.

A personagem continua assistindo às propagandas até que se levanta e vai até o banheiro, onde pára em frente ao espelho com um semblante triste. Em uma sequência de ações, a personagem tenta obter a beleza oferecida nas propagandas, colocando papel nos seios para aumentá-los, passando batom, colocando uma peruca loira e tomando pílulas de emagrecimento.

---

Através dessa sequência, é possível perceber a angústia e o sofrimento presente na personagem, evidenciando o quanto ela não está bem mentalmente. A linguagem não verbal neste trecho é muito significativa. Segundo Navarro (2010), a linguagem não verbal é uma forma de comunicação tão poderosa quanto a fala, capaz de transmitir emoções e intenções de uma maneira que as palavras muitas vezes não conseguem. No vídeo, a linguagem não verbal é utilizada de diversas formas, desde os gestos e expressões faciais dos personagens até a cenografia e a edição.

Ela volta em sentido a televisão, senta e começa a rir atordoadamente. Pega o controle e inicia a próxima sequência da trama. Enquanto isso, a letra da música começa com a linha "Se você não nasceu com o que quis / Você pode comprar um par de enfeites". Isso sugere que a sociedade incentiva a mudança da aparência das pessoas, para que elas possam se encaixar em padrões considerados "belos". Isso é agravado no trecho seguinte "Se você quiser se sentir atraente / Pode sempre consultar um profissional / Furam alfinetes em você como se fosse um vegetal". Aqui, a cantora compara a pressão da sociedade para as pessoas serem bonitas a um lado sombrio, um lado que promove a violência e a dor.

O refrão é particularmente poderoso, com a cantora cantando "Oh Sra Cabeça de Batata, diga-me / É verdade que a dor é beleza? / Será que um novo rosto vem com uma garantia? / Será que um rosto bonito te torna melhor?". Isso sugere que a cantora está ciente da pressão que as pessoas sentem para mudar sua aparência e questiona se a beleza realmente pode aliviar a dor. A mensagem central do vídeo é clara: a sociedade cria padrões de beleza que são inatingíveis e, em seguida, pressiona as pessoas para mudarem sua aparência para se encaixar nesses padrões. Isso leva a uma busca interminável pela perfeição que muitas vezes resulta em dor e sofrimento.

Além disso, a letra da música faz referência à ideia de que a beleza é uma forma de capital social, que pode ser usada para obter vantagens na vida, como empregos, amigos e relacionamentos. Essa ideia é particularmente relevante em um mundo cada vez mais focado na aparência física, onde as pessoas são julgadas pela sua aparência antes mesmo de serem conhecidas.

Após apresentar a mídia terciária e fazer uma breve análise da mídia primária, no que se refere à relação à linguagem verbal do vídeo, agora exploraremos mais detalhadamente essa forma fundamental de comunicação. Na qual, envolve a interação

---

entre diferentes modalidades, incluindo a fala, a linguagem corporal e as expressões faciais, eficazes na transmissão de uma mensagem central.

A linguagem não-verbal é um mecanismo capaz de reforçar o que está sendo dito por meio de gestos, posturas e expressões. Guiraud (2001), salienta que, fala-se com o corpo e o corpo fala de diversos modos, Lunardelli (2021) complementa, fala-se com o corpo quando são utilizados gestos, mímicas para transmitir informações e o corpo fala à medida que é utilizado para comunicar realidades extracorpóreas.

Desse modo, é de suma importância falar sobre a comunicação não-verbal de "*Mrs. Potato Head*", uma vez que essa é uma parte importante do clipe utilizada para transmitir emoções na narrativa. Como mencionado, os primeiros dois minutos de cenas trazem a personagem principal angustiada e em conflito com seu próprio corpo pelo bombardeio de informações gerados pelas propagandas de televisão sobre a personagem.

Assim, a linguagem não-verbal é um elemento chave na atuação da personagem e na expressão dos personagens secundários. A forma como ela se movimenta e se expressa transmite uma mensagem de desconforto e inadequação com sua aparência em toda a cena, também podemos perceber traços de angústia e sofrimento presente na personagem, evidenciando o quanto ela não está bem mentalmente, isso se justifica pela mídia secundária.

Baitello (2001, p.235) cita o trabalho de Pross (1971), que afirma que a mídia secundária enfatiza as simbologias para além da presença do corpo, no qual indica que o sujeito está utilizando de ferramentas para fortalecer o alcance de sua mensagem. Podendo a mídia se desgarrar do emissor para fixar-se em outro suporte. Assim, em cena, podemos perceber o uso excessivo de maquiagens e vestimentas, assim como aspectos no ambiente no qual a personagem se encontra, que simbolizam uma infantilização e problemas psicológicos presentes na personagem.

No contexto da análise de vídeos, a semiótica, conforme formulada por Charles Sanders Peirce, é uma área do conhecimento que se dedica ao estudo dos processos de significação. Peirce (PEIRCE, CP 2.228)<sup>5</sup> concebeu a semiótica como uma tríade de elementos interligados: o signo (ou representamen), o objeto e o interpretante.

---

<sup>5</sup> Como convencionado nos trabalhos sobre Peirce, utilizaremos a referência CP. para sua obra *Collected Papers* aqui citada, sendo o primeiro número referente ao livro e o segundo ao parágrafo.

---

O signo é aquilo que representa algo para alguém, o objeto é o referente ou aquilo que o signo representa, e o interpretante é o efeito que o signo produz no intérprete.

Um signo é qualquer coisa que está relacionada a uma Segunda coisa, seu Objeto, com respeito a uma Qualidade, de tal forma a trazer uma Terceira coisa, seu Interpretante, para uma relação com o mesmo Objeto, e isso de maneira tal a trazer uma Quarta para uma relação com aquele Objeto da mesma forma, ad infinitum. Se a série é rompida, o Signo, nesse ponto perde seu caráter significante perfeito. (PEIRCE, CP 2.92)

Essa abordagem triádica torna a semiótica uma ferramenta valiosa para a análise de videoclipes, por permitir investigar como os elementos visuais, sonoros e simbólicos presentes se relacionam para criar significados e emoções transmitidos ao espectador. Os signos também são usados eficazmente no clipe para transmitir mensagem ou abrir margens para interpretação de um acontecimento na trama.

Para Santaella (1983) o signo é uma coisa que representa outra coisa: seu objeto. Ele só pode funcionar como signo se carregar esse poder de representar, substituir uma coisa diferente dele. Dessa forma, sua passagem se torna presente em contextos como: A cirurgia plástica, a peruca, o personagem masculino e o próprio título da obra, que serão explicados a seguir.

Analisando o vídeo na totalidade e saindo um pouco dos aspectos que envolvem os dois minutos de sequência do audiovisual, a cirurgia plástica é representada por meio do ato de demarcações no rosto da personagem, assim como a sala de cirurgia e o processo de remodelação do seu corpo, sendo símbolos de transformação e mudança. Já o personagem masculino entra como um signo de poder, que representa o abuso psicológico e ato de posse por homens sobre os corpos femininos.

Também é possível perceber o papel do próprio título da obra como um signo que sugere a ideia de cirurgia plástica. *Mrs. Potato Head* ou popularmente conhecido como "Senhora Cabeça de batata", é um brinquedo infantil originário dos Estados Unidos, que fez muito sucesso em sua aparição na franquia de filme Toy Story da Walt Disney. No filme, o brinquedo pode ser montado e desmontado, adicionando peças e modificando o rosto dele inteiro. No clipe ele muda de gênero, torna-se senhora “cabeça de batata”.

Do mesmo modo, a peruca carrega três significados além da superfície, em primeira instância, a peruca dá à mulher representada, características que não são dela,

---

não a pertencem naturalmente, fazendo-a refém de padrões estéticos impostos pela sociedade. Em segunda instância, a peruca desempenha mais uma vez um papel simbólico, desta vez relacionado à opressão masculina, que persiste em impor ainda mais transformações na aparência feminina. E em terceira instância, na cena de desfecho da trama, a peruca entra como forma de conscientização, pois ao tirá-la, aparentemente a personagem se nega a seguir normas impostas pela sociedade.

Outro elemento importante é a presença constante de espelhos no clipe, que simbolizam a autoimagem e a reflexão sobre a própria aparência. Essa presença reforça a ideia de que a pressão para atender aos padrões de beleza impostos pela sociedade é constante e intensa, e que muitas vezes pode levar à perda de identidade.

O clipe apresenta em suas mídias primárias e secundárias os elementos que contribuem para a narrativa visual e aprofundam a mensagem da música. As mídias primárias incluem a própria cantora, a música, a personagem *Mrs. Potato Head* e os objetos que a rodeiam, enquanto as mídias secundárias incluem elementos como maquiagem, próteses, roupas, revistas de moda e anúncios publicitários.

## **MEU BEM: O CLIPE E SUAS REPRESENTAÇÕES**

Como um grito de revolta e um manifesto contrário às imposições sociais a respeito dos corpos de mulheres, seu envelhecimento e a cobrança a respeito da feminilidade, “Meu Bem” escancara o reflexo da sociedade atual. É crescente a busca por procedimentos estéticos e subterfúgios para modificar os corpos num padrão inventado e completamente irreal visando uma falsa e plastificada juventude eterna.

A artista Alva utiliza a linguagem da música, do corpo e da imagem para revisitar questões importantes sobre o papel do corpo feminino na sociedade contemporânea. Tendo o corpo não só como a temática principal do vídeo e música, mas também como um dos objetos centrais desta análise, é preciso elucidar que "Para a semiótica, o corpo é entendido como um sistema de signos que comunicam significados através de seus gestos, movimentos e aparência física" (SANTAELLA, 2010, p. 56).

Visualmente aparecem 4 personagens, Alva, uma versão infantil dela e duas dançarinas que atuam como “opressoras” e manipuladoras de marionetes/manequins, em um fundo preto com o chão molhado que reflete todas as imagens, como um espelho. Em relação à gravação das cenas, o diretor utiliza muito de primeiríssimos

---

planos, planos médio e americanos, como estratégia para colocar o espectador no ponto de vista do observador ativo. O clipe conta com uma edição composta por muitos flashes de imagens com poucos segundos, o que passa ao espectador uma sensação de agitação e uma certa agonia.

Com uma iluminação mais focal e indireta em contraste com o fundo preto, o foco da cena sempre está nas pessoas e em suas ações. Todas as personagens estão vestidas em roupas de cor nude, sendo as dançarinas com macacão estilo segunda pele, que deixa apenas os rostos de fora, remetendo muito à imagem de um manequim plástico. Já Alva e sua versão mirim estão vestidas em roupas tidas como “roupa de baixo” e cintas que fazem alusão às roupas cirúrgicas utilizadas após a realização de cirurgias estéticas, a criança com um top e short de lycra e Alva com uma espécie de lingerie/cinta e meias 7/8.

Segundo Benedetti (2019, p. 45) "A cobrança estética pela juventude eterna é uma imposição social, cultural e histórica que tem sido imposta especialmente às mulheres". Nesse sentido, o videoclipe de "Meu Bem" se apresenta como uma forma de resistência e contestação a essa imposição estética. Todo o gestual, figurinos e elementos presentes no clipe está diretamente ligado à pressão estética e todos os seus possíveis desdobramentos na visão das mulheres que passam cotidianamente por isso, principalmente ligados ao envelhecimento feminino e a eterna cobrança da sociedade em relação à imagem de eterna juventude e feminilidade, mesmo que forjadas.

Todas estas cobranças moldam a relação das mulheres com a sua imagem e principalmente seus corpos, desde seus primeiros anos de vida. Por isso a presença da criança no clipe reforça ainda mais esse panorama. Nos primeiros segundos do clipe, mais especificamente aos 8 segundos, a versão mirim de Alva aparece pela primeira vez segurando um sorvete enquanto ele derrete, logo após este mesmo sorvete é retirado de sua mão pelas personagens/dançarinas que aqui chamarei de “agentes da opressão” e de imediato estas reprodutoras do comportamento da sociedade já começam ao intervir no corpo e comportamento da criança, ajustando a sua postura e começam a maquiá-la.

A partir desta cena pode-se interpretar em concordância com Wolf (2018, p. 115) que "A cultura da beleza não é natural, ela é criada e mantida através de um esforço constante." E as mulheres são sempre ensinadas a empenhar as suas energias nisso, afinal de contas é incutido socioculturalmente nas mulheres que elas sempre almejam

---

estar na classificação das mulheres bonitas, afinal de contas ser “feia”, gorda ou fora de qualquer padrão é tido como um castigo. A beleza é utilizada como um mecanismo de controle feminino.

A busca incessante pelo alcance desses padrões socialmente estabelecidos, faz com que cada vez mais as mulheres busquem alterações estéticas, por meio de procedimentos muitas vezes invasivos e dolorosos. "O uso recorrente de procedimentos estéticos para o não envelhecimento das mulheres é uma forma de opressão que reforça padrões de beleza inatingíveis e mantém a indústria da estética em constante crescimento" (TORRES, 2017, p. 8). E com a globalização e as facilidades proporcionadas pelo desenvolvimento da internet e difusão das redes sociais, mulheres cada vez mais jovens recorrem à indústria estética.

Sendo o corpo, uma mídia primária utilizada na comunicação entre os indivíduos. Desde a primeira infância, o ser humano aprende a utilizar a sua linguagem corporal para transmitir intenções e emoções, por meio de gestos, expressões faciais e postura corporal. No que diz respeito ao conceito de mídia primária e secundária, Marshall McLuhan (1964, p. 26), em seu livro "Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem", define a mídia primária como aquela que é diretamente ligada ao corpo humano, como a voz e a escrita à mão, enquanto a mídia secundária está relacionada à trajes, acessórios e outras extensões do corpo humano (1964, p. 26).

A partir deste conceito é possível analisar as emoções transmitidas através do corpo e das expressões faciais das personagens e toda a simbologia do seu gestual. É importante salientar que apenas será analisado o gestual de algumas cenas dentro da minutagem pré-estabelecida anteriormente e que se encontram na decupagem em anexo.

Durante as cenas na qual a cantora se encontra deitada lateralmente, no chão molhado, remontando a um espelho, e sozinha em quadro, todo o seu gestual e expressões faciais remontam a um desalento, uma tristeza e talvez uma depressão, por não fazer parte do padrão de beleza cobrado pela sociedade. Enquanto canta trechos como: “Meu bem/ Eu tô aqui pra envelhecer também/ Se eu não sou aquilo convém/ A gente tem que se enxergar além/ Do que um só corpo”, a apatia é percebida pelos movimentos aparentemente desconexos, o semblante sereno e olhar distante. Não curiosamente esta é uma das cenas mais repetidas ao longo do clipe, pois retrata e objetifica os danos mentais causados pelas imposições estéticas.

---

Na mídia primária, as imagens das mulheres retratadas estão diretamente ligadas aos padrões de beleza impostos pela sociedade, como corpos esculpidos e peles perfeitas. Geertz, destaca a importância da imagem como meio de expressão simbólica. Para ele, a imagem é uma representação simbólica que transmite uma mensagem, uma ideia ou um valor cultural específico (GEERTZ, 2008, p. 114).

Essas imagens reforçam a ideia de que a beleza é fundamental para a felicidade e o sucesso das mulheres, perpetuando a pressão estética que elas sofrem. E como este sofrimento é inculcado desde a infância, o próprio clipe traz uma sequência na qual a criança passa a enxergar o sorvete não mais como um prazer, mas sim como uma fonte de tristeza e sofrimento, visto que ele pode acarretar um ganho de peso que faz com que seu corpo não seja mais considerado padrão e por isso você não é mais lida como um exemplo de beleza.

Além desses exemplos, alguns outros gestos e coreografias presentes no clipe remetem a ideia de marionete e manequim, onde pessoas controlam o seu corpo, sua postura, sua posição e com isso eliminam a espontaneidade. As expressões faciais não passam uma naturalidade e sim uma plasticidade caricata e angustiante, reforçando todos esses aspectos. Estas cenas são as que Alva e sua versão mirim aparecem junto às dançarinas, que impõe as opressões sobre o corpo de outrem.

A escolha de objetos cenográficos como pincéis de maquiagem, seringas de injeção e esparadrapos refletem toda a coesão presente na obra. Evidenciam a crítica pelo constante aumento da procura por procedimentos estéticos e ainda reforçam a coerção da sociedade diante do corpo feminino. Os figurinos escolhidos, mesmo que sem nenhuma extravagância, também aludem a essa pressão pelo alcance do padrão.

A presença de peças dos vestuários femininos difundidas ao longo dos séculos como sinônimo de feminilidade não passam despercebidas. O sutiã, as cintas, as meias, os detalhes em renda e o uso de cor clara, em tons de nude são elementos que, historicamente e culturalmente, estão vinculados ao ideal de feminilidade e a construção dessa imagem feminina, além disso, passam a sensação de que todas as personagens encontram-se despidas e/ou vulneráveis.

É interessante perceber, que mesmo tendo um corpo considerado “padrão”, a cantora Alva se sente pressionada, principalmente pela mídia e pelo cenário que está inserida. O que faz com que ela se utilize do próprio meio para criticar essas imposições

---

sofridas de maneira impactante e coerente. Esta obra abre espaço para reflexão não só das mulheres, mas de toda a sociedade sobre o quão danoso é continuar reproduzindo o ciclo de pressão estética onde as mulheres são vítimas, desde sempre.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A comunicação é fundamental para a sociedade desde seus primórdios, mas sua relevância é ainda mais evidente na atualidade, onde está presente em diversas formas e meios. Com o constante avanço tecnológico, novas possibilidades e formas de se comunicar e se expressar, porém, mesmo com essas mudanças, o corpo ainda é considerado a forma primária e primordial de comunicação.

Diante do exposto, pode-se concluir que o corpo é uma mídia e, como tal, é um veículo de comunicação que envolve muito mais do que simplesmente uma expressão física. Ele é também um emissor e receptor de sentidos e significados, que pode ser usado para expressar uma variedade de mensagens, não apenas através da linguagem verbal, como também através da linguagem não-verbal, que por sua vez, é interpretado por meio da cultura e da sociedade em que estamos inseridos.

No entanto, o corpo feminino, em particular, é frequentemente objetificado, sendo tratado como um objeto a ser contemplado e desejado, em vez de ser valorizado como uma expressão da própria identidade da mulher. A objetificação do corpo feminino é um tema complexo que envolve questões culturais, sociais e históricas. É a partir da dominação masculina que a mulher é constituída como objeto simbólico, cujo ser é percebido e valorizado pelo olhar do outro.

Essa objetificação faz com que a mulher se torne dependente do olhar e da aprovação do outro, em detrimento de sua própria autonomia e liberdade, no qual é constantemente reforçada pela mídia e pela publicidade, que reproduzem estereótipos e padrões de beleza inatingíveis e irreais. Esses modelos pré-concebidos, por sua vez, causam consequências negativas na autoestima, na saúde mental e na autonomia das mulheres. Elas são constantemente pressionadas a se enquadrarem em estereótipos de beleza impostos pela sociedade, que podem constantemente levar à insegurança, ansiedade e até mesmo a distúrbios alimentares.

Como uma declaração de oposição às pressões sociais que envolvem os corpos femininos, o processo de envelhecimento e as expectativas relacionadas à feminilidade,

---

“Meu Bem” e “Mrs. Potato Head” escancaram o reflexo da sociedade atual. Ambos revisitam a importância de desafiar as normas sociais que tentam moldar os corpos femininos de acordo com um ideal inatingível, majoritariamente fundido por homens e sempre pautado pela visão do outro. Eles ressaltam a necessidade de aceitação e valorização das características únicas de cada mulher, promovendo uma visão mais inclusiva e empoderada do corpo feminino.

A linguagem da música desempenha um papel crucial nessa expressão artística. As letras das músicas transmitem mensagens de resistência, autoaceitação e liberdade. Elas confrontam as expectativas impostas pela sociedade e incentivam as mulheres a se amarem como são, rejeitando a ideia de que precisam se modificar para se encaixar em um padrão.

A estética visual dos vídeos também contribui para a mensagem transmitida. Por meio da performance das artistas, dos cenários e dos elementos visuais utilizados, é possível criar uma atmosfera impactante e simbólica. Esses recursos visuais reforçam a crítica à superficialidade e à artificialidade da busca por uma suposta juventude eterna, destacando a importância da autenticidade e da valorização da diversidade.

Os elementos visuais, figurinos e outras características presentes nos clipes estão diretamente relacionados à pressão estética sofrida pelas mulheres e às cobranças relacionadas à beleza e aos padrões exigidos pela sociedade. Esses clipes são um manifesto feminista que aborda de forma poderosa e coesa um tema muito presente na sociedade atual, trazendo à luz questões sobre a imposição social, cultural e histórica da busca pela juventude eterna, especialmente imposta às mulheres.

É possível observar também como os elementos de mídia primária, o corpo das artistas e demais personagens, e mídia secundária, como os figurinos, acessórios e cenários escolhidos, foram utilizados para reforçar visualmente a mensagem principal das músicas e dos clipes. Além disso, foi possível perceber como a imagem é utilizada como ferramenta de empoderamento feminino, já que as artistas se colocam como protagonistas do seu próprio vídeo, desafiando os padrões de beleza impostos pela sociedade e mostrando que a autoaceitação e a autoestima são mais importantes do que a busca incessante por um padrão de beleza inatingível.

Por fim, a análise semiótica dos videoclipes de “Meu Bem” e “Mrs. Potato Head” nos mostra como a música e a imagem podem ser utilizadas para revisar

---

questões sociais importantes e incentivar o empoderamento feminino, além de nos fazer refletir sobre a importância da mídia primária, o corpo, como uma das principais ferramentas de comunicação e expressão de ideias e sentimentos.

## REFERÊNCIAS

**ALVA questiona sobre a beleza e a estética no clipe de ‘Meu Bem’.** Universo Abominável. 2020. Disponível em: <<https://www.oniversoabominavel.com/musica/alva-questiona-sobre-a-beleza-e-a-estetica-no-clipe-de-meu-bem/>> Acesso em 03. mai. 2023

**ALVA, Meu bem.** Youtube, 1 de out. de 2020. Disponível em: <<https://youtu.be/CroiE1qPAuY>> Acesso em 03. mai. 2023

Bacha, Maria de Lourdes. **A teoria da investigação de C.S.Peirce.** 1997. 186 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 1997.

BAITELLO Jr., Norval. O Tempo Lento e o Espaço Nulo: mídia primária, secundária e terciária. In: FAUSTO Neto, Antônio et al. (Org.). **Interação e sentidos no ciberespaço e na sociedade.** Porto Alegre: EDIPUCRS, 2001.

BENEDETTI, Maria Laura. **A juventude eterna: a cobrança estética sobre as mulheres.** Revista Feminista, v. 27, n. 1, 2019. p. 41-48. TORRES, Juliana. Procedimentos estéticos e opressão: a construção social da beleza feminina. In: Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2017. Anais... São Paulo: Intercom, 2017. p. 1-15.

BOURDIEU, Pierre. A Dominação Masculina. Trad. Maria Helena Kühner. 2.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

PEIRCE, C. S. Collected papers. v. 1-6 editado por C. Hartshorne & Paul Weiss; v 7-8 editado por A. W. Burks. Cambridge, Mass; Harvard University Press, 1933- 1978.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação das culturas.** Rio de Janeiro: LTC, 2008.

LIMA, Silvia Cristina França. OLIVA, Rodrigo. **A estética da hiperestilização em videoclipes narrativos: um estudo sobre a videografia da artista Melanie Martinez.** Comunicação Audiovisual do XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 31 de maio a 2 de junho de 2018.

**A look inside Melanie Martinez’s beautifully twisted world.** Vogue. Agosto, 2016. Entrevista concedida a Mathias Rosenzweig. Disponível em: <<https://www.vogue.com/article/melanie-martinez-cry-baby-lollapalooza>> Acesso em: 4 de maio de 2023.

MARTINEZ, Melanie. **Mrs. Potato Head.** Youtube. Dezembro, 2016. Disponível em: <<https://youtu.be/wkri1NUq9ro>> Acesso em: 4 de maio de 2023.

MCLUHAN, Marshall. **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem.** São Paulo: Cultrix, 1964.

---

Navarro, J. (2010). **O corpo fala: a linguagem silenciosa da comunicação não verbal**. Rio de Janeiro: Sextante.

SANTAELLA, Lúcia. **Corpo e comunicação: Sintoma da cultura**. Paulus, 2010. SILVA, Luciana Ribeiro da. **O papel da mídia na difusão de padrões estéticos**. In: IX Colóquio de Moda, 2018. Anais... São Paulo: Anhembi Morumbi, 2018. p. 123-129.

\_\_\_\_\_. **O que é Semiótica**. São Paulo: Brasiliense, 1983.

SANTOS, Paula Fernanda Savitras Dos et al.. **Objetificação do corpo da mulher: o ser-em-si e o objeto, um estudo de representações sociais**. **Anais V Desfazendo Gênero...** Campina Grande: Realize Editora, 2021. Disponível em: <<https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/79336>>. Acesso em: 09/07/2023.

SIGNORINI, T. ; BORTOLI, M. M.; **A busca pelo “novo” frente a semiótica: signo, subjetividade, projeção e representação**. R. Eletr. Cient. Inov. Tecnol, Medianeira, v. 8, n. 16, 2017. E – 4972. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/recit>>. Acesso em: 09/07/2023.

WOLF, Naomi. **O mito da beleza: como as imagens de beleza são usadas contra as mulheres**. Rio de Janeiro: Rocco, 2018.