

# **“ESCURECEU TUDO LÁ ATRÁS? CLARI EFFECT RESOLVE”: branqueamento e biopolítica da beleza no Brasil contemporâneo<sup>1</sup>**

## **“DID IT GET DARK BACK THERE? CLARI EFFECT RESOLVES”: whitening and the biopolitics of beauty in contemporary Brazil**

Julio César Sanches <sup>2</sup>

**Resumo:** O artigo analisa as publicidades da substância clareadora Clari Effect e sua relação com a história do branqueamento no Brasil e as dinâmicas de embelezamento como estratégias da biopolítica. A partir dos estudos sobre as relações raciais no Brasil e suas intersecções nos estudos de gênero e sexualidade, abordamos o fenômeno de clareamento íntimo masculino como representativo da manutenção de ideais eugenistas e heteronormativos no século XXI. Propomos uma análise sobre a persistência dos valores estéticos da branquitude heteronormativa nas práticas de beleza na cultura brasileira e concluímos que os cosméticos clareadores atuam como agentes da desnegrificação do corpo no Brasil contemporâneo.

**Palavras-Chave:** Branqueamento. Biopolítica da beleza. Desnegrificação.

**Abstract:** This article analyzes the advertisements of the whitening substance Clari Effect and its relationship with the history of whitening in Brazil and beautification dynamics as biopolitical strategies. Based on studies on racial relations in Brazil and their intersections in gender and sexuality studies, we address the phenomenon of male intimate whitening as representative of the maintenance of eugenic and heteronormative ideals in the 21st century. We propose an analysis of the persistence of aesthetic values of whiteness in beauty practices in Brazilian culture and conclude that whitening cosmetics act as agents of the denegrification of the body in contemporary Brazil.

**Keywords:** Whitening. Biopolitics of beauty. Denegrification.

## **1. Introdução**

A política de branqueamento da população brasileira, que teve o seu apogeu nas três primeiras décadas do século XX (1900-1930), possibilitou o fortalecimento de diferentes práticas de controle das populações negras no país. Dentre as mais diversas ações de enfrentamento da presença negra no território e na cultura nacional destacava-se a vigilância

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação, Raça e Interseccionalidades. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2025.

<sup>2</sup> Professor Adjunto do Departamento de Teoria da Comunicação da Universidade do Estado do Rio de Janeiro e do Programa de Pós-graduação em Relações Étnico-Raciais do Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca - CEFET/RJ. Doutor em Comunicação e Cultura pela UFRJ. [sanches.julius@gmail.com](mailto:sanches.julius@gmail.com)

em torno das práticas de higiene e beleza, assim como o cuidado com a sexualidade e a interdição de relacionamentos interracialis. O movimento eugenista que se consolidou no Brasil a partir da década de 1920 preocupou-se com a aparência do povo brasileiro, colocando a temática a partir da compreensão de que a superioridade racial do branco era refletida no corpo, ao passo que as noções de inferioridade negra e indígena eram referendadas pelo discurso pseudocientífico da eugenia (STEPAN, 2004).

Renato Kehl e Hernani Irajá, por exemplo, destacavam a importância da simetria física e da regulação das fisionomias e silhuetas de mulheres e homens brancos por meio da predileção daqueles que eram considerados obras-primas da natureza, em contraste com aqueles que seriam entendidos como anomalias do processo evolutivo da humanidade: negros, indígenas e outras raças. As noções de beleza e feiura da época foram definidas, sobretudo, pelo marcador racial, quando a brancura tornou-se um ideal social amplamente compartilhado nos discursos políticos, acadêmicos e literários, e as demais tonalidades de pele passaram a ser interpretadas como um problema social a ser combatido (JARRÍN, 2023).

As elites da Primeira República idealizaram o branqueamento da população brasileira por meio da construção de uma imagem de si que fosse compatível com os valores e representações de europeus caucasianos, articulando a essa imagem um projeto de ascensão cultural e civilizatória aos moldes da Europa. Os brancos brasileiros buscavam consolidar a república com o discurso de desenvolvimento da nação baseado na superioridade racial do branco europeu que, nessa perspectiva, deixou um legado cultural e biológico nos trópicos. Articulando os interesses ideológicos de diferentes grupos sociais, as elites econômicas e políticas viabilizaram a migração de italianos, espanhóis, poloneses, alemães e outros, para aumentar o número de pessoas brancas em solo brasileiro e, assim, poderem gerenciar o processo de apagamento da presença negra na sociedade (SANTOS, 2022).

Dentre as diferentes estratégias eugenistas, exterminar os fenótipos, traços, marcas, semblantes e silhuetas que descendem de negros é um dos artifícios mais silenciosos do processo de branqueamento da população, operando em práticas de cuidado com a aparência a partir do paradigma estético da brancura como normal e ideal. Diante do fenômeno de branqueamento que se constituiu nos últimos séculos, este artigo pretende analisar a persistência das práticas de clareamento de pele como estratégia da biopolítica da beleza no Brasil do século XXI (JARRÍN, 2023). Levando em consideração a racialidade como elemento da forma social que constitui a cultura brasileira (SODRÉ, 2023), realizaremos uma análise do

discurso utilizado pelas peças publicitárias da marca de saúde íntima masculina e estética *Intimen Brasil*.

A partir do mapeamento e coleta de materiais publicitários da empresa *Intimen Brasil* na plataforma *Instagram* (@intimen.br), analisaremos as publicações da marca referentes aos produtos de clareamento da região anal masculina, mais especificamente sobre a divulgação do produto *Clari Effect* – sérum clareador. Os materiais analisados fazem parte da estratégia de divulgação do produto de clareamento da região anal masculina veiculados no ano de 2024, com vídeos, imagens e textos sobre a importância do cuidado com a estética e saúde da região íntima masculina. Seguido por mais de 65.6 mil pessoas<sup>3</sup>, o perfil da marca *Intimen Brasil* (@intimen.br) promove o *Clari Effect* como uma substância eficaz para a saúde e a estética íntima, produzindo e compartilhando sentidos sobre a cor de pele da região anal, beleza, higiene e saúde sexual do homem.

A análise parte da adoção dos estudos raciais no Brasil (SODRÉ, 2023; MUNANGA, 2023; NASCIMENTO, 1978; SANTOS, 2022; RAMOS, 1995; SCHUCMAN, 2020), associando-os às perspectivas contemporâneas dos estudos de gênero e sexualidade numa vertente crítica queer (PRECIADO, 2009, 2017; SAÉZ, CARRASCOSA, 2016). Acionamos ainda os estudos sobre história do corpo e beleza no Brasil (SANT’ANNA, 2005, 2014; DIWAN, 2003, JARRÍN, 2023). Neste artigo, assumimos uma abordagem interdisciplinar com o intuito de investigar a significância da persistência dos discursos de branqueamento na cultura brasileira.

No que diz respeito a metodologia, compreendemos as publicações da *Intimen Brasil* como documentos de um fenômeno social e comunicacional. Nesse sentido, consideramos que o documento suscita o caráter interpretativo desde a coleta e produção do acervo de pesquisa, sendo utilizado como uma ferramenta metodológica. Assim, concordamos com Marialva Barbosa (2020) no entendimento de que o documento “(...) é sempre um documento do presente, mesmo que se reporte a alguma teia de significação do passado” (BARBOSA, 2020, p. 115). Portanto, esta é uma pesquisa de caráter documental e qualitativa de análise do discurso publicitário da marca *Intimen Brasil* sobre o produto cosmético *Clari Effect*.

## 2. Branqueamento no Brasil

---

<sup>3</sup> Dados referentes ao acesso da conta @intimen.br na plataforma *Instagram* em 27 de janeiro de 2025.

Abdias do Nascimento (1978) classificou a política de branqueamento da população brasileira como um processo de genocídio do negro no Brasil, destacando o modo como o projeto político ideológico exortava a brancura como símbolo de beleza, civilização e progresso; e apontava a negrura como fenômeno ligado à feiura, incivilidade e atraso da nação. Abdias do Nascimento compreendia que o branqueamento da cultura brasileira era um sintoma do racismo que constituía as relações interpessoais e institucionais no Brasil desde o período colonial. Entretanto, a análise de Nascimento (1978) se concentrou na efetivação do branqueamento a partir do processo de mulatização da população brasileira, nos séculos XIX e XX, quando mulheres negras eram violentadas e exploradas sexualmente por homens brancos, resultando no nascendo de indivíduos mestiços de pele clara.

Nas palavras de Abdias do Nascimento (1978), “o processo de mulatização, apoiado na exploração sexual da negra, retrata um fenômeno de puro e simples genocídio. Com o crescimento da população mulata a raça negra está desaparecendo sob a coação do progressivo clareamento da população do país” (p. 69). A intensificação desse fenômeno de mulatização analisado por Abdias do Nascimento permitiu, décadas depois, o aprofundamento da ideologia eugenista no Brasil do século início do XX e implicou em um ideal de branqueamento que reiterava o status de dominação racial, convocando os mestiços a clarear a pele como fórmula de acesso à brancura.

As políticas migratórias de europeus brancos para o Brasil nas últimas décadas do século XIX fracassaram, inviabilizando o processo de branqueamento total da população. Contudo, o projeto eugenista das elites políticas, econômicas e intelectuais do século XX buscava se consolidar em diferentes estratégias de combate à degeneração racial. Como assinala Ynaê Lopes dos Santos, “o racismo científico estava muitas vezes escancarado no pensamento social brasileiro, que buscava saídas possíveis e eficientes para ‘salvar’ o país” e apostava, sobretudo, em formas de aperfeiçoamento racial pela “depuração” do sangue negro, “ou seja, na ‘melhoria’ por meio do cruzamento inter-racial” (SANTOS, 2022, p. 192).

A mestiçagem passou a ser entendida, por parte dos intelectuais eugenistas, como fórmula de aperfeiçoamento racial, onde o legado biológico do branco europeu “limpava” as impurezas que degeneravam os negros. Nesse sentido, o mestiço era entendido como um elemento necessário no processo de melhoramento racial e social, tornando-se um símbolo do branqueamento no Brasil. Vera Regina Beltrão Marques (2002) destaca que o discurso eugenista realçava as desigualdades raciais da população brasileira, na Primeira República, por

meio de pressupostos pseudocientíficos que naturalizavam, fisicamente e biologicamente, a dominação racial dos brancos, classificando-os como sujeitos racialmente superiores.

A concepção de que brancos eram aptos à vida pública, detentores de conhecimento e poder tornou-se predominante no discurso eugenista brasileiro, consolidando a ideia de que o caráter republicano era naturalmente branco. Portanto, as estratégias de branqueamento do eugenismo visavam, sobretudo, formar uma nação desenvolvida e construir uma raça genuinamente brasileira e forte.

O eugenismo oferecia, assim, ao país a perspectiva de vir a ser nação, por meio da constituição da ‘raça brasileira’, utilizando-se do branqueamento como também do amplo arsenal de ‘intervenção genética da população’ e notadamente intervindo no curso das doenças ditas ‘deformantes da raça’. Conformando sexualmente a população, estabeleceria controles sociais e políticos que apontavam para a harmonia da ordem biológica, quando a unidade nacional se realizaria (MARQUES, 2002, p. 183).

O interesse em solucionar os problemas da sociedade brasileira por meio do processo de aperfeiçoamento racial tornava a eugenia uma ciência compatível com os interesses das elites que governavam o país. Através dos discursos de construção da raça brasileira forte e branqueada, os intelectuais eugenistas ganharam destaque no cenário político e social das primeiras décadas do século XX, ofertando estratégias de consolidação de uma identidade racial eugênica livre do peso do passado escravista e biologicamente atrasado das populações negras.

Carmen Alvaro Jarrín (2023) descreve o modo como o discurso da miscigenação foi utilizado pelos médicos eugenistas da década de 1920, quando a tese da miscigenação ganhou força em outros campos do saber médico – como o sanitarismo e o higienismo – e indicava a importância de ações combinadas entre a eugenia, a educação moral e a higienização das populações. Jarrín (2023) identificou ainda o forte apelo à uniformização da estética racial branca, fator que dava visibilidade às estratégias de melhoramento racial prometidas pelo discurso eugenista. Em linhas gerais, “a mistura contínua entre homens brancos e mulheres indígenas e africanas, por outro lado, prometia aprimorar a descendência racial da nação, o que ficaria visível na beleza filhos produzidos por essas uniões” (JARRÍN, 2023, p. 62).

A racialização da beleza da população fazia parte do projeto eugenista no Brasil. A beleza era um fator predominante nos discursos eugenistas, geralmente marcados por um forte apelo à brancura europeia. Nesse sentido, as compreensões sobre a construção da raça brasileira

superior, e fortalecida pelo sangue europeu, indicavam ainda a associação direta entre o modelo de aparência branqueada e os símbolos de beleza no país.

A possibilidade de produzir e reproduzir beleza nas populações urbanas, portanto, veio a ser um interesse central para a intelectualidade brasileira: como poderia ela garantir que seus traços favoráveis fossem transmitidos às gerações seguintes? A resposta, mais uma vez, foi a eugenia, sobretudo a versão da eugenia de Francis Galton, que se popularizou no Brasil pelos escritos do dr. Renato Kehl (JARRÍN, 2023, p. 73).

O aprimoramento racial da população brasileira era o objetivo e a construção da beleza eugênica era a forma mais visível do sucesso do empreendimento eugenista no Brasil. Na década de 1920, o médico eugenista Renato Kehl defendeu a circulação de métodos e fórmulas para o processo de branqueamento da população brasileira como única forma de salvar a nação da degeneração, das doenças endêmicas e da loucura, irradiando o desejo de consolidação de uma sociedade definida pela beleza eugênica proporcionada pelo aprimoramento racial. Em *A Cura da Fealdade*, Renato Kehl reiterou a concepção de que:

(...) a futura raça brasileira será branca, pela desassimilação, pela depuração, que se vai lentamente operando, isto é, com a eliminação dos caracteres recebidos das raças negra e salvícola. Aliás esse fenômeno se vem observando claramente, desde muito tempo, e se acha muito bem representado no belo quadro de Parreiras, onde se vê, de um lado uma velha negra – se avó – de outro a filha – mulata – que se apresenta nos braços um filho branco. Que isto dizem que três gerações foram o bastante para a despigmentação negra da pele, do produto de um mestiço da raça ariana com a etíope. (KEHL, 1923, p. 172).

O desejo de concretizar “a despigmentação negra da pele”, como destaca Renato Kehl (1923), demonstra que o projeto de branqueamento tinha uma preocupação estética que fundamentava o aprimoramento racial no campo das aparências. Logo, as técnicas de branqueamento foram sendo incentivadas e desenvolvidas em remédios e produtos de higiene daquele período, inserindo os ideias da eugenia no embrião da futura indústria de cosméticos no Brasil.

### 3. A biopolítica da beleza brasileira

A noção de embelezamento no Brasil do século XX é atravessada pela ideologia eugenista. O legado eugenista proporcionou o desenvolvimento da compreensão de que a beleza brasileira estava ligada à construção de uma imagem corporal disciplinada e comedida,



incentivando a busca por formas harmoniosas e uniformização da cor da pele. A multiplicidade de produtos e técnicas que existia para branquear a pele entre os anos 1900 e 1930, por exemplo, revela como os ideais eugenistas proporcionaram o avanço de sentidos sobre a aparência, sobretudo em relação às características fenotípicas dos indivíduos não-brancos.

Branquear a pele tornou-se uma norma social no Brasil do século XX, evidenciando o êxito da ideologia eugenista e o sua disseminação por diferentes espaços, dinâmicas e grupos sociais brasileiros. Denise Bernuzzi de Sant’Anna (2005), por exemplo, assinada que os conselhos de beleza e as publicidades de produtos de higiene e saúde, veiculadas em revistas e jornais da época, reiteravam os valores e sentidos negativos em relação à cor de pele não-branca. Isto é, “havia conselhos que sugeriam a proximidade entre sujeira, doença e pele escura. Pior ainda, havia quem empregasse a expressão ‘pele encardida’” (SANT’ANNA, 2014, p. 75).

Os sentidos de clarear, branquear e embranquecer surgem na esteira programática da ideologia racial eugenista no Brasil do século XX, produzindo um imenso arsenal discursivo sobre o modo de cuidado com a beleza e a aparência a partir dos condicionantes raciais. Nesse sentido, uma determinada política da beleza se estabelece, colocando em evidência a dimensão biológica – e nesse caso, racial – como um elemento a ser corrigido, tratado ou curado. Essa perspectiva evidencia, inegavelmente, o caráter biopolítico da beleza no Brasil, demonstrando ainda a persistência dos ideais eugênicos no decorrer dos processos históricos.

Michel Foucault (1999) analisou os modos de atuação do poder nas sociedades modernas e identificou as transições entre o poder monárquico e a sociedade disciplinar moderna. Para Foucault (1999), o exercício do poder na modernidade era dividido entre as disciplinas produzidas pelas instituições, com o intuito de adestramento individual dos corpos e subjetividades, e as biopolíticas que eram dirigidas para o gerenciamento das populações. Nesse sentido, as biopolíticas eram entendidas como práticas que envolviam as taxas de natalidade, as migrações, as doenças e, indubitavelmente, a raça e todos os problemas que tinham como objeto a administração da vida das populações.

As disciplinas lidavam praticamente com o indivíduo e com seu corpo. Não é exatamente com a sociedade que se lida nessa nova tecnologia de poder [...] é um novo corpo: corpo múltiplo, corpo com inúmeras cabeças, se não infinito pelo menos necessariamente numerável. É a noção de “população”. A biopolítica lida com a população, e a população como problema político, como problema a um só tempo científico e político, como problema biológico e como problema de poder [...]. (FOUCAULT, 1999, pp. 292-293).

A biopolítica surge como estratégia das relações de poder entre o Estado moderno e os dispositivos de regulação das populações. Nesse sentido, torna-se plausível entender a ideologia eugenista brasileira e o discurso de aprimoramento racial como biopolíticas. Nancy Leys Stepan (2004), por exemplo, afirma que “a eugenia surgiu no Brasil como resposta a prementes questões nacionais às quais os brasileiros se referiam em 1920 como ‘a questão social’: as aterrorizantes miséria e falta de saúde da população trabalhadora, em grande parte negra e mulata” (p. 336). O desejo de regulação das raças presente no pensamento social brasileiro do século XX efetivava a noção biopolítica do fenômeno.

O projeto de aprimoramento racial eugênico definia a beleza como aspecto visível da saúde e força dos indivíduos entendido como racialmente superiores. Logo, o processo de embelezamento passou a se configurar a partir de uma hierarquia racial que colocava o branco e a imagem branqueada no topo da escala moral e social da beleza. Como destaca Carmen Alvaro Jarrín (2023), os eugenistas brasileiros estavam “(...) montando uma hierarquia estética em que a branquidade era, claramente, a qualidade mais desejável e dominante, e que a racialização caminhava com as avaliações estéticas do corpo” (p. 81).

A pulverização da estética da brancura implicou num avanço das biopolíticas eugenistas no cotidiano social brasileiro, ganhando força na indústria cosmética, publicidade, imprensa, nos discursos médicos, políticos, literários e científicos, tornando o desejo de saneamento da nação uma metáfora da limpeza do corpo da população. As práticas de cuidado com a aparência passaram a ser mediadas pelo interesse do aprimoramento racial. Como assinala Maria Bernardete Ramos Flores, “ora, entre uma concepção e as práticas políticas que daí emergem não há fronteiras ou quaisquer distinções. O culto da beleza, na perspectiva do discurso médico-intelectual, haveria de tornar-se importante na vida cotidiana” (FLORES, 2000, p. 100).

O culto à beleza branqueada faz parte de um processo histórico e cultural que merece ser analisado a partir do reconhecimento da existência de práticas de “desnegritização”, como conceitua Muniz Sodré (1999). Assim, podemos considerar que o poder de disseminação da escala de cor, como referência à superioridade racial branca, possibilitou o desenvolvimento de práticas, objetos, técnicas e tecnologias que investiram na brancura como símbolo de beleza. Nesse sentido, a existência de um conjunto de artefatos, enunciados e representações da brancura como sinônimo de beleza sustenta o ódio à negrura e a tudo que ela significa. Em síntese, a produção simbólica e material da beleza e seus signos da brancura viabiliza uma verdadeira ojeriza àquilo que pode ser classificado como escuro, negro, preto etc.



Há toda uma história de “superioridade” entre peles mais claras e peles mais escuras. É como se a “humanidade” se medisse na razão inversa do escurecimento epidérmico. Daí as técnicas de “desnegrificação” (cremes para as peles e cabelos, lentes de contato, cirurgias plásticas etc.), que concorrem para aumentar a distância entre e a negritude absoluta (SODRÉ, 1999, p. 198).

As técnicas e práticas de desnegrificação fazem parte da biopolítica da beleza, que revestem essas ações com significados ligados à moral, à ética e à estética da superioridade racial branca. A existência e ampla divulgação de cremes, pomadas, loções, tônicos, sabonetes e substâncias para branquear ou clarear a pele escura, demonstra a persistência de um projeto político e ideológico de dominação racial, onde o claro é valorizado e o escuro é combatido. Isso quer dizer que, no caso do Brasil, “(...) a branquidade é o ideal não marcado pelo qual todos os corpos são medidos” (JARRÍN, 2023, p. 224).

A ênfase dada ao branqueamento por diferentes produtos e técnicas de embelezamento revela o poder da biopolítica da beleza na cultura brasileira, onde as questões raciais parecem ser adjacentes do fenômeno de cuidado com a aparência, mas, na realidade, são a base de sustentação de tais práticas e procedimentos. Se analisarmos o surgimento da indústria cosmética nos Estados Unidos da América, no século XIX, e suas ramificações na cultura brasileira do século XX, teremos um diagnóstico pautado no controle e disciplinamento das fisionomias e fenótipos dos indivíduos não-brancos, sobretudo mulheres.

Giovana Xavier (2022) analisou as publicidades de diferentes produtos cosméticos que circulavam em periódicos estadunidenses entre o final do século XIX e início do XX e identificou como os anúncios prometiam o branqueamento de pele como salvação para a condição inadequada de mulheres negras. Em um dos materiais analisados, Giovana Xavier (2022) explica como o discurso da beleza era mobilizado naquela época:

O produto era anunciado como “o mais necessário para a toalete das senhoras”. Embora o público de *senhoras* não seja racial ou fenotipicamente adjetiva, o texto afirma que a ele escura precisa ser “corrigida”, o que estimulava mulheres de cor a sonharem com um futuro melhor, após resolverem seu problema (XAVIER, 2022, pp. 84-85).

A referência aos problemas da cor negra, nos anúncios de produtos e técnicas de embelezamento, também estavam presentes na imprensa e publicidade brasileiras do início do século XX. Produtos como *Sabão Aristolino*, *Perolina*, *Loção de Vênus*, *Água de Junquilha*, *IANOP*, *Creme Simon*, *Creme Rugol*, *Creme Vindobona* e outros, faziam parte de um amplo

arsenal de substâncias que prometiam a cura das moléstias de pele, branqueavam a cútis e embelezavam as mulheres da época (FIG. 1).



FIGURA 1 – Publicidade do *Creme Rugol*, 1934.  
FONTE: *A Cigarra*, 1934, ed. 002, p. 2.

O apelo ao branqueamento de pele estava presente nos conselhos de beleza amplamente veiculados na imprensa brasileira do início do século, destinando-se sobretudo aos cuidados com a aparência feminina. A dimensão de controle da cor da pele era majoritariamente dedicada às mulheres negras e mestiças, sendo elas as principais receptoras dos sentidos de correção, uniformização e harmonização da pele e de outras partes do corpo. Inegavelmente, a perspectiva de gênero tornava a biopolítica da beleza mais intensa em relação à feminilidade, ofertando modos de correção e disciplina baseados nos valores morais da brancura.

No Brasil, a biopolítica da beleza no universo feminino associava a higiene do corpo da mulher ao espaço doméstico, correlacionando a limpeza da pele, mãos, rosto e cabelos às roupas, utensílios e espaços do lar, planificando assim as noções de disciplina da aparência numa estética *clean* dos anos 1950. Essa concepção intensificou o fenômeno da brancura da pele feminina, implicando num intenso trabalho discursivo sobre a importância e necessidade da higienização de si e do ambiente familiar. O discurso eugênico-higienista implicou na compreensão de que “torna-se necessário acabar de vez com todos os esconderijos da sujeira,

por mais ocultos e minúsculos que eles sejam, tanto do corpo quanto da casa” (SANT’ANNA, 2005, p. 131).

A vigilância sobre o corpo feminino se apresentava nas metáfora da casa limpa como sinônimo de saneamento corporal. Ocorre que no caso de mulheres negras e mestiças, a reiteração da ideia de sujeira encontrava predominância no tom da pele e nas características fenotípicas que denunciavam o “defeito de cor”<sup>4</sup>. O que era entendido como um problema social, isto é, racial, seria modificado por meio do cuidado com a aparência, tornando o uso de produtos de higiene e beleza indispensáveis no cotidiano feminino. Essa concepção teve ressonância em todo o século XX e foi ganhando outros contornos no decorrer do tempo, incluindo os homens nos parâmetros raciais da biopolítica da beleza no Brasil.

O século XXI trouxe novos elementos para pensarmos o fenômeno do branqueamento de pele, envolvendo sujeitos, identidades e representações que até então não faziam parte do cenário social anterior. A seguir, falaremos sobre o procedimento de clareamento anal masculino, colocando em evidência aspectos contemporâneos sobre branqueamento, corpo, raça, gênero e sexualidade. Sob o véu da saúde íntima e da estética, o clareamento anal promete *status* e reconhecimento, apresentando novos sentidos e complexificando ainda mais o processo de aquisição da brancura.

#### 4. Clareia tudo...tudo mesmo!

No século XX, a história dos produtos para branquear a pele revela as disputas políticas e sociais em torno da raça e da ideologia eugenista no Brasil. De modo silencioso, os significados culturais do branqueamento encontraram nos ideais de beleza o refúgio perfeito para a proliferação do racismo. Neste trabalho, compreendemos que os sentidos sobre a brancura foram intensificados mesmo com o declínio do movimento eugenista brasileiro, após a década de 1940, dando a entender que a brancura permaneceu como símbolo de privilégio

---

<sup>4</sup> *Defectu coloris* era o termo em latim que tratava de um fenômeno jurídico-administrativo do Brasil Colônia. Negros libertos e seus descendentes podiam pedir às autoridades coloniais a dispensa do defeito de cor para o exercício de atividades públicas de reconhecimento social, desde que reconhecessem a existência de um defeito de cor em sua condição de origem racial. Ver OLIVEIRA, Anderson José Machado de. “Dispensamos o suplicante *in defectu coloris*”: em torno da cor nos processos de habilitação sacerdotal no bispado do Rio de Janeiro (1702-1745). **Topoi (Rio de Janeiro)**, v. 21, n. 45, p. 775–796, set. 2020.

social em uma cultura hierarquizada e marcada por conflitos raciais, como é o caso da brasileira.

O sentido da brancura e o processo de branqueamento estão diretamente ligados à posição social que o sujeito branco possui nas culturas ocidentais modernas. Lia Vainer Schucman (2020) compreende que o lugar de privilégio do branco está relacionado com a história do colonialismo e do imperialismo, definindo o sistema de poder racial branco como branquitude. Graças aos privilégios materiais e simbólicos oferecidos pela condição social do branco, os sujeitos de pele branca possuem uma posição de dominação em relação às pessoas não-brancas. Assim, constrói-se o lugar social da superioridade racial do branco, constituindo a branquitude como sistema que garante todos os recursos necessários para a manutenção das desigualdades raciais e do racismo.

Na sociedade brasileira, os indivíduos, querendo ou não, são classificados racialmente logo que nascem. Nos classificados socialmente como brancos recaem atributos e significados positivos ligados à identidade racial à qual pertencem, tais como inteligência, beleza, educação, progresso etc. A concepção estética e subjetiva da branquitude é, dessa maneira, supervalorizada em relação às identidades raciais não brancas, o que acarreta a ideia de que a superioridade constitui um dos traços característicos da branquitude (SCHUCMAN, 2020, p. 68).

O desenvolvimento dos ideais estéticos da branquitude faz parte da história da beleza no Brasil. Afinal, é impossível descolar os procedimentos de cuidado com a aparência dos significados culturais da raça, como vimos anteriormente, principalmente porque esses signos fazem parte dos valores morais que regem a hierarquia estética impulsionada pelo racismo. Diante desse panorama, torna-se imprescindível perguntar: e no século XXI, o que os produtos de clareamento de pele têm a nos dizer sobre as significações culturais da racialização no Brasil? Para responder a essa pergunta, faremos uma análise dos materiais de divulgação do produto *Clari Effect*, da empresa de cosméticos e de saúde íntima *Intimen Brasil*.

A gramática do branqueamento de pele utiliza diferentes sinônimos para o processo de aquisição de tonalidades de pele clara. Assim, fabricam-se diferentes dizeres sobre a prática de branqueamento, incluindo nesse grupo de sentido a palavra clareamento. Clarear é o ato de tornar-se claro, aclarar etc. No que diz respeito à cor da pele, o aspecto claro sempre esteve presente na formação da hierarquia racial, ocupando o lugar de privilégio dado à dimensão estética da branquitude (Schucman, 2020; Ramos 1995). Assim sendo, o significado de clarear

carrega consigo o sentido cultural que valoriza a brancura e aqueles que buscam manter-se brancos.

A publicidade de *Clari Effect* anuncia que o produto “Clareia tudo...tudo mesmo!”, indicando o poder clareador da substância de pele que, ao que tudo indica, conduz a um sentido de clareamento para além da pele do consumidor. A afirmação peremptória do clareamento aponta para uma determinação do branqueamento para além da pele e indica uma oportunidade de tornar-se branco. Esta publicidade funciona, ao mesmo tempo, como promessa de clarear toda a experiência dos sujeitos que utilizarem *Clari Effect*, oportunizando o acesso à posição social da brancura.



FIGURA 2 – Publicidade *Clari Effect*, 2024.  
FONTE: Instagram: @intimen.brasil.

Guerreiro Ramos (1995) destaca que a brancura é o critério dominante da estética social brasileira. Com referência a todo o sistema social escravista, que dividia brancos dominadores de negros dominados, Ramos compreendia que o processo de espoliação colonial escravista também desenvolvia violências baseadas em “um sistema de pseudojustificações, de



estereótipos, ou a processos de domesticação psicológica”, concluindo que “a afirmação dogmática da excelência da brancura ou a degradação estética da cor negra era um dos suportes psicológicos da espoliação” (RAMOS, 1995, p. 220).

A significação da brancura na cultura brasileira é marcada pela história da colonização que, apesar do tempo e das transposição dos regimes de poder, conserva no século XXI a condição de privilégio em escala local e global. Os conselhos de beleza e saúde íntima promovidos pelo perfil @intimen.brasil participam da manutenção do projeto de branqueamento social. Contudo, a oferta de clareamento do produto *Clari Effect* só adquire força junto a um amplo contexto social, cultural e histórico capaz de reiterar a hierarquização racial, que admite a prerrogativa da brancura como bela e a negrura como feia.



FIGURA 3 – Publicidade *Clari Effect*, 2024.  
FONTE: Instagram: @intimen.brasil.



“Escureceu tudo lá atrás? Clari Effect resolve!”. Esse é o enunciado de um dos anúncios patrocinados da marca *Intimen Brasil* para a divulgação do sérum clareador anal em 2024. Essa informação é fundamental para entendermos que o processo de clareamento de pele atua não apenas nas partes visíveis do corpo, no espaço público, mas também em regiões íntimas e sexuais – que pertencem ao ambiente privado. A pergunta produzida na publicidade indica a existência de situações em que a região perianal masculina pode apresentar um processo de escurecimento de pele, que nesse caso será combatido pela fórmula clareadora do sérum *Clari Effect*. Escurecer, nesse sentido, é um erro a ser corrigido.

*Clari Effect* promete resolver o problema de escurecimento da região perianal, proporcionando o clareamento anal e a aquisição da brancura pelo consumidor. O uso da exclamação no texto publicitário indica também um caráter imperativo, convidativo e convocatório para o uso do produto. Caso o ânus esteja escurecido, a substância clareadora de *Clari Effect* restituirá a cor clara e tudo que ela simboliza na cultura brasileira. A imagem das nádegas de um homem de pele clara, usando cueca branca e o produto *Clari Effect* em uma das mãos, apresenta signos que embaralham as significações da sexualidade masculina.

A presença da peça íntima na cor branca é parte significativa do repertório cultural da limpeza e higiene na cultura ocidental. Georges Vigarello (1996), por exemplo, identifica como as roupas brancas tornaram-se símbolos de uma moralidade higienista na Europa do século XVI, destacando que a brancura da vestimenta passou a significar cuidado e limpeza corporal. Isto é, os modernos entendiam que “a roupa de baixo retém transpiração e impurezas”, portanto, “troca-las é, no fundo, lavar-se” (VIGARELLO, 1996, p. 67). Nesse sentido, usar roupas íntimas brancas e mantê-las brancas aciona o entendimento da limpeza e pureza, significados que estão diretamente associados à brancura da pele e à condição de superioridade racial.

Usar roupas íntimas brancas, possuir pele branca e combater o escurecimento anal é a tônica do anúncio de *Clari Effect*. Nesse contexto, faz-se necessário falar sobre a região perianal e o desejo de clareamento que é evidenciado pelo oferecimento do produto cosmético. Paul B. Preciado (2009) nos diz que o ânus é o símbolo da castração heterossexual, região do corpo que deixou de ser entendido como um órgão e passou a atuar apenas como orifício excretor. A sustentação da masculinização heteronormativa do corpo está, nesse sentido, no desprezo ao ânus e a todos aqueles sujeitos que desviam do regime da heterossexualidade.

Apesar de pertencer a uma dimensão privada, Preciado afirma a castração do ânus ocorreu no ambiente público: “posto a disposição dos poderes públicos, o ânus foi costurado, fechado, selado. Assim nasceu o corpo privado” (PRECIADO, 2009, p. 136). Portanto, o ânus e seus significados pertence ao domínio público, ao mesmo tempo que é privatizado, castrado e regulado pelo regime heteronormativo. A concepção de Paul B Preciado (2009) é importante nesta análise porque apresenta um deslocamento da vigilância anal e da sexualidade masculina do público para o privado, tornando a região perianal masculina uma cicatriz do processo masculinização do corpo. Como concluem Javier Saéz e Sejo Carrascosa, “o regime heteronormativo limpa seu próprio território e apaga suas trilhas referentes ao desejo anal” (SAÉZ; CARRASCOSA, 2016, p. 95).

Apesar do perfil da empresa *Intimen Brasil* não declarar de modo explícito o público-alvo dos anúncios, entendemos que o produto *Clari Effect* faça parte do arsenal cosmético e de saúde íntima de homens gays, visto que a experiência da heterossexualidade masculina tem como princípio a retirada do ânus da lista de órgãos sexuais (SAÉZ; CARRASCOSA, 2016; PRECIADO, 2009). Em outras palavras, o grupo consumidor de *Clari Effect* é homossexual e tem o desejo de cuidar da aparência do ânus. O silenciamento do perfil consumidor da substância de clareamento anal é algo sintomático nas mais de 354 postagens<sup>5</sup>, direcionando o discurso apenas aos cuidados estéticos e de saúde íntima masculina sem referências ao desejo e prazer sexual.

As publicações do perfil @intimen.br na plataforma *Instagram* anunciam o *Clari Effect* como a solução perfeita para o clareamento anal, ao passo que encobre o público consumidor dessa técnica cosmética por meio de um discurso obtuso. De modo mais explícito, a empresa não direciona a representação a homens gays, mas deixa nas entrelinhas que este seja o seu público-alvo. Esse silenciamento nos leva a compreender a existência de um incomodo com as marcas ou manchas na região perianal que adquiram a tonalidade de pele escurecida, além do silenciamento de que o produto é majoritariamente, se não exclusivamente, consumido por homens gays. Isso quer dizer que raça e sexualidade se interseccionam neste fenômeno, cujo controle está nas mãos da heteronormatividade compulsória e da branquitude.

Ao olharmos para as publicações da marca *Intimen Brasil* no *Instagram*, percebemos que os modelos selecionados para a divulgação dos produtos são, majoritariamente, jovens e

<sup>5</sup> O número de postagens é referente à data de escrita deste trabalho. Ver <https://www.instagram.com/intimen.br/> - acesso em 04 de fevereiro de 2025.

musculosos. Além disso, identificamos um equilíbrio na presença de homens negros e brancos nas imagens e vídeos de divulgação, mas nos chama a atenção o fato de que a estética jovial e musculosa domina as representações das peças publicitárias do *Clari Effect*. A aparência heteronormativa é dominante nas publicidades da marca, colocando em evidência o mecanismo ostensivo de visibilidade do corpo másculo, virilizado e belo. Entretanto, o fenômeno possui contradições que merecem ser analisadas.

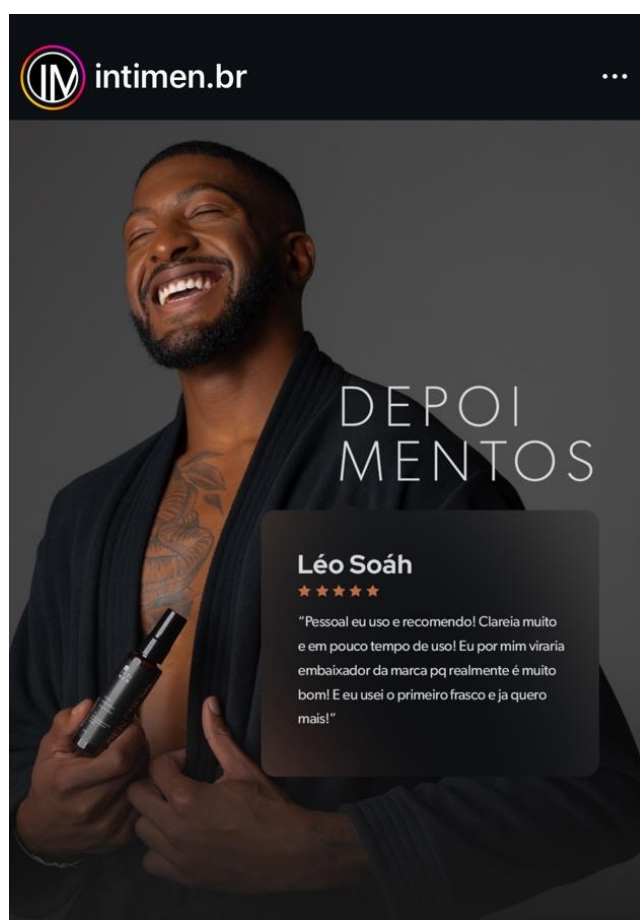


FIGURA 4 – Publicidade *Clari Effect*, 2024.  
FONTE: Instagram: @intimen.brasil.

Como um produto de clareamento anal masculino é divulgado por modelos com uma aparência heterossexual? A contradição faz parte do jogo discursivo elaborado nas publicidades de *Clari Effect*. A produção visual da marca reproduz a aparência heterossexual como norma e define o parâmetro da brancura como um objetivo a ser alcançado por brancos e não-brancos. Como na divulgação de depoimentos de consumidores satisfeitos com a substância clareadora, a imagem de um homem negro sorrindo define a alegria de poder alterar

a tonalidade do ânus, ao mesmo tempo que garante um ideal de cuidado íntimo e de saúde masculina (Fig. 4). As peculiaridades presentes nesta representação residem no apagamento do corpo homossexual feminilizado, isto é, na invisibilidade do corpo daqueles que são culturalmente chamados de bichas, além de apontar o desconforto com a tonalidade da pele escurecida. Afinal, o imperativo heterossexual e branco apresentado pelas publicidades do *Clari Effect* impede que outras representações de masculinidades sejam apresentadas.

As ambivalências do fenômeno de clareamento anal masculino reiteram violências raciais e de gênero capazes de retroalimentar o ódio homofóbico que recai sobre o corpo da bicha, assim como o racismo direcionado ao corpo negro. Como assinalam Javier Saéz e Sejo Carrascosa, “o cu é a essência da bicha, é seu *leitmotiv* e órgão pelo qual perde a sua dignidade e se converte no abjeto, no indesejável e exterminável” (2016, p. 154). E se pensarmos nas bichas pretas com o ânus escurecido, falaremos propriamente sobre a abjeção e o nojo que conjuga raça, gênero e sexualidades desviantes.

O acervo de postagens do perfil da empresa *Intimen Brasil* no *Instagram*, assim como a existência da substância clareadora *Clari Effect*, revela que a prática clareamento anal possui contradições que merecem ser analisadas no amplo espectro dos discursos de beleza no Brasil contemporâneo, levando em consideração as intersecções de raça, gênero e sexualidade. Enquanto técnica estética e de saúde, como classificam o *Clari Effect*, o clareamento anal masculino faz parte de um amplo arsenal de produtos, substâncias, práticas e moralidades que reencarnam o processo de desnegrificação do povo brasileiro, definem parâmetros estéticos a partir de uma biopolítica da beleza e acionam as normas de gênero e sexualidade para a perpetuação do regime político da heterossexualidade compulsória.

## 5. Considerações finais

Como falar dos produtos para clarear a pele no Brasil do século XXI? Uma possível resposta para essa pergunta está na compreensão das permanências e resíduos da história do branqueamento na cultura brasileira contemporânea. Apesar do fracasso do projeto eugenista em depurar o sangue negro e em criar um aprimoramento racial branco, alguns vestígios dessa história sobreviveram às mudanças temporais, políticas e culturais do Brasil. A existência de produtos cosméticos que prometem clarear a pele, na contemporaneidade, revela a persistência

de elementos eugenistas no cotidiano brasileiro e atestam a continuidade daquilo que Muniz Sodré classificou de *forma social escravista* (SODRÉ, 2023).

Pomadas, cremes, sabões e loções clareadoras fazem parte da gigantesca indústria de beleza no Brasil, compondo o cenário de cuidado com a aparência a partir de modelos e padrões estéticos branqueados. Essas substâncias clareadoras funcionam como artefatos de uma história das relações raciais no Brasil, evidenciando todo o arsenal simbólico e material de combate ao sujeito negro. Enquanto técnica de desnegrificação, os cosméticos clareadores funcionam pela promessa de prestígio da brancura. Nesse sentido, o sérum clareador anal *Clari Effect* participa dessa dinâmica de reiteração e reencenação dos valores estéticos da brancura na cultura brasileira.

Como ressalta Sueli Carneiro (2023), a partir da concepção de “dispositivo de racialidade”, os efeitos da ideologia do branqueamento continuam presentes no cotidiano e nas práticas sociais brasileiras. Assim sendo, devemos considerar que:

O ideal de brancura não está abandonado; é imposto ao imaginário social pela cultura dominante através da exibição permanente de seus símbolos, que expressam os seus sucessos materiais e simbólicos como demonstração de superioridade “natural”, cotejados sistematicamente com os símbolos de estigmatização da negritude – seu contraponto necessário (CARNEIRO, 2023, p. 54).

A persistência do branqueamento como técnica de embelezamento demonstra a conservação do regime de dominação psíquica e física das populações não-brancas no Brasil contemporâneo. O espólio do colonialismo se materializa nas imagens, representações e textualidades que tomam a brancura como norma e o processo de clareamento como fundamental para aquisição de um *status* racial privilegiado. Mesmo se tratando de regiões íntimas, como no caso do ânus, a lógica do clareamento faz ver o poder de dominação elaborado pela branquitude há séculos.

O ódio à cor negra e a aparência afrodescendente são regulados por discursos e representações que almejam estabilizar o procedimento de desnegrificação, balizando a produção de imagens e textualidades que destacam a brancura como sinônimo de privilégio e reconhecimento social. Nesse sentido, resolver o problema da cor, no Brasil, diz respeito ao processo de apagamento cultural e genocídio negro, fenômenos marcantes no surgimento do Estado e suas instituições, assim como na imprensa, literatura, esportes, artes e ciências.

As publicações analisadas neste artigo demonstram a atuação das mídias na reiteração dos símbolos da branquitude em detrimento da imagem do corpo negro. Desnegrificar é a tônica do discurso que a indústria cosmética aciona nas plataformas digitais e nos processos comunicacionais publicitários, onde a gramática do branqueamento é reforçada por imagens de satisfação e prazer, contrapondo-se à avalanche de representações midiáticas que tomam a negritude como um estigma.

A cor negra no Brasil é compreendida como um problema social. Ela traz consigo os sentidos de um incômodo articulado pelas elites culturais, políticas e econômicas que formam a branquitude brasileira moderna e contemporânea. O corpo negro no Brasil é o símbolo da abjeção racial, sendo comumente tratado como marginal, descartável e feio. Como alvo de ataques diretos e silenciosos, a epiderme enegrecida atesta a existência de conflitos raciais no país. É nesse sentido que devemos destacar que as disputas entorno da cor fazem parte de uma temporalidade de longa duração, em que sentidos do passado fazem-se presentes na atualidade e colidem com estratégias de luta por equidade social, justiça e visibilidade dos movimentos sociais negros.

A partir da análise realizada e de toda bibliografia mobilizada neste artigo, concluímos que o racismo brasileiro é epidérmico, com forte apelo à cor de pele como símbolo de *status*, privilégio e reconhecimento social. É por isso devemos olhar para os produtos clareadores com atenção e cuidado. Afinal, a aparência, que é desde sempre racializada e generificada, merece ser analisada a partir das dinâmicas de poder que envolvem a branquitude e o regime heterossexual como instâncias regulatórias. Acreditamos que quando a melanina acentuada dos corpos negros deixar de ser tratada como um problema a ser resolvido, teremos avançado na luta contra o racismo e seus efeitos na cultura brasileira.

## Referências

BARBOSA, Marialva. **Comunicação e método:** cenários e práticas de pesquisa. Rio de Janeiro: Mauad X, 2020.

CARNEIRO, Sueli. **Dispositivo de racialidade:** a construção do outro como não ser como fundamento do ser. Rio de Janeiro: Zahar, 2023.

DIWAN, Pietra Stefania. **O espetáculo do feio:** práticas discursivas e redes de poder no eugenismo de Renato Kehl. 1917-1937. 2003. Dissertação (Mestrado em História). Programa de Pós-graduação em História. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2003.



FOUCAULT, Michel. **Em defesa da sociedade**. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

JARRÍN, (Carmen) Alvaro. **A biopolítica da beleza**: cidadania cosmética e capital afetivo no Brasil. Rio de Janeiro: Editora UNIFESP: Editora FIOCRUZ, 2023.

MARQUES, Vera Regina Beltrão. Raça e noção de identidade nacional. O discurso médico- eugenista nos anos 1920. In: SEIXAS, Jacy A; BRESCIANI, Maria Stella; BREPOHL, Marion. (orgs.). **Razão e paixão na política**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2002.

MUNANGA, Kabengele. **Rediscutindo a mestiçagem no Brasil**: identidade nacional versus identidade negra. Belo Horizonte: Autêntica, 2023.

NASCIMENTO, Abdias do. **O genocídio do negro brasileiro**: processo de um racismo mascarado. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

OLIVEIRA, Anderson José Machado de. “Dispensamos o suplicante *in defectu coloris*”: em torno da cor nos processos de habilitação sacerdotal no bispado do Rio de Janeiro (1702-1745). **Topoi (Rio de Janeiro)**, v. 21, n. 45, p. 775–796, set. 2020.

KEHL, Renato. **A cura da fealdade**. São Paulo: Monteiro Lobato, 1923.

PRECIADO, (Paul) B. Terror anal: apuntes sobre los primeros días de la revolución sexual. In: HOCQUENGHEM, Guy. **El deseo homosexual**. Madrid: Melusina, 2009.

RAMOS, Guerreiro. **Introdução crítica à sociologia brasileira**. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 1995.

SAÉZ, Javier; CARRASCOSA, Sejo. **Pelo cu**: políticas anais. Belo Horizonte: Letramento, 2016.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. Cuidados de si e embelezamento feminino: fragmentos de uma história do corpo no Brasil. In: SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. (org.). **Políticas do corpo**: elementos para uma história das práticas corporais. São Paulo: Estação Liberdade, 2005.

SANT’ANNA, Denise Bernuzzi de. **História da beleza no Brasil**. São Paulo: Contexto, 2014.

SANTOS, Inaê Lopes dos. **Racismo brasileiro**: uma história de formação do país. São Paulo: Todavia, 2022.

SCHUCMAN, Lia Vainer. **Entre o encardido, o branco e o branquíssimo**: branquitude, hierarquia e poder na cidade de São Paulo. São Paulo: Veneta, 2020.

SODRÉ, Muniz. **O fascismo da cor**: uma radiografia do racismo nacional. Petrópolis/RJ: Vozes, 2023.

SODRÉ, Muniz. **Claros e escuros**: identidade, povo e mídia no Brasil. Petrópolis/RJ: Vozes, 1999.

STEPAN, Nancy Leys. Eugenia no Brasil, 1917-1940. In: Hochman, G., Armus, D. (Orgs.). **Cuidar, controlar, curar**: ensaios históricos sobre saúde e doença na América Latina e Caribe. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2004.

VIGARELLO, Georges. **O limpo e o sujo**: uma história da higiene corporal. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

XAVIER, Giovana. **História social da beleza negra**. Rio de Janeiro: Rosa dos Tempos, 2021.