

MEU PRIMEIRO SUTIÃ: UM OLHAR PSICANALÍTICO E CULTURAL SOBRE O MAL-ESTAR NA PUBERDADE

Márcio de Abreu¹

Em 1987, um comercial de televisão produzido pelo renomado publicitário, Washington Olivetto, ganhou aclamação nacional. A peça publicitária foi encomendada pela marca de lingerie Valisère e ficou popularmente conhecida no Brasil pelo título *Meu Primeiro Sutiã* (Eu Amo TV, 2020). O comercial tem início com um grupo de meninas, aparentemente entre os doze e treze anos de idade, em uniforme escolar, que se exercitam durante uma aula de educação física. Os takes iniciais são realizados em plano fechado, com o propósito de limitar o campo de visão do espectador e trazer o seu foco para algum elemento específico da imagem. A intensão da fotografia é confirmada pelo olhar da protagonista que, direcionado aos seios das outras garotas e, em seguida, aos seus próprios seios, atua como guia para o olhar do próprio espectador. De maneira natural, somos levados a notar, junto com a protagonista, que os contornos dos seus mamilos estão à mostra, tornados visíveis pela transparência da camisa branca com a qual se encontra vestida. O mesmo não pode ser percebido no caso das outras meninas que compõem a cena. Com isso, o comercial busca chamar a atenção do espectador para o seguinte fato: a protagonista está sem sutiã. A intenção do primeiro ato é confirmada em uma cena de vestiário, onde vemos que a protagonista é realmente a única que não dispõe deste acessório do vestuário feminino.

A sequência seguinte se desenrola em um quarto de dormir. Mãos adultas, femininas, colocam sobre a cama uma caixa embrulhada para presente. Em seguida, é revelado ao espectador que este é o quarto da própria protagonista, palco do segundo ato, e que o presente deixado em cima da cama se trata de um sutiã. A sequência continua com cenas da protagonista provando o acessório, com expressões de deleite e admiração diante da sua própria imagem no espelho. A relação da protagonista com o próprio corpo,

¹Márcio de Abreu é realizador audiovisual e doutorando em Psicologia Social pela Universidade Federal da Bahia. Contato: voltadomundo@gmail.com

antes de vergonha e estranhamento, assume agora um olhar de encanto, conferindo à cena um misto de sensualidade e inocência.

Por fim, no terceiro e último ato, vemos a protagonista caminhar em meio a uma multidão. Ela usa uma camisa branca, bastante transparente. Dessa vez, seus seios estão cobertos pelo sutiã. Um jovem rapaz, aparentemente mais velho que a protagonista, caminha em sentido contrário. Ao passar ao lado da garota, o rapaz detém-se por um instante e direciona seu olhar de maneira absolutamente indiscreta para os seios da menina. Assustada, ela imediatamente cobre a parte do corpo com o material escolar que traz nas mãos. Passado o “perigo”, ouvimos uma voz feminina dizer: “o primeiro Valisère a gente nunca esquece”. A protagonista esboça um leve sorriso.

Para além do seu propósito comercial (executado com maestria, havemos de reconhecer), a peça publicitária de Washington Olivetto levanta algumas questões centrais referentes aos temas da puberdade e da adolescência, ainda que tais questões surjam de maneira subjacente e, possivelmente, não intencional. Nesse sentido, destaca-se aquilo que Sandra Dias (2000) descreve como um sentimento de estranheza em relação ao próprio corpo, espécie de mal-estar decorrente da perda da imagem narcísica infantil que o revestia. Começamos por entender esse mal-estar e essa estranheza como efeitos subjetivos de uma transformação que acontece no nível físico e que implica na substituição do corpo infantil pelo corpo adulto, tanto quanto numa tomada de posição em relação à partilha dos sexos (Monteiro & Lage, 2007). Aqui, é preciso fazer uma distinção entre puberdade e adolescência, no sentido de que esta última deve ser interpretada como um desdobramento cultural da primeira, específico das sociedades ocidentalizadas e ao qual não se pode atribuir qualquer caráter universal.

Por outro lado, embora seja possível atribuir um caráter universal à puberdade (no sentido das transformações fisiológicas que todos os seres humanos estão destinados a vivenciar após um determinado tempo de vida, com exceção de alguns raros casos, considerados patológicos pelas ciências médicas), é necessário que os efeitos subjetivos produzidos pelo fato natural sejam devidamente contextualizados a partir da sua inscrição nas séries institucionais e sociológicas de uma determinada cultura. Apenas pela consideração da relação entre o natural e o cultural pode a puberdade adquirir uma dimensão simbólica propriamente dita e desdobrar-se em adolescência (Birman, 2011).

Uma definição de cultura é a de um sistema dinâmico de construção e troca de significados que produz interpretações mais ou menos estáveis da realidade, compartilhadas entre os membros de um determinado grupo social (Valsiner, 2014). A esta definição deve-se acrescentar que a mediação cultural, por meio de sugestões sociais, canaliza para uma direção preferencial os afetos produzidos a partir de nossas experiências pessoais. Uma das principais características da cultura é fornecer sugestões sociais que orientam sentimentos (Tateo, 2018), de tal forma que apenas pela crítica cultural poderemos encontrar as respostas para o mal-estar e o sentimento de estranheza que as transformações corporais características da puberdade são capazes de produzir no/a adolescente.

No caso da protagonista de *Meu Primeiro Sutiã*, a entrada na fase púbera é representada, no comercial, pelo desenvolvimento dos seios. A transfiguração do fenômeno natural em fenômeno cultural acontece por meio da sugestão social de que os seios de uma mulher devem ser escondidos/protegidos do olhar alheio. Tal sugestão se dá de maneira indireta, internalizada pela protagonista a partir da constatação de que os seios das suas colegas de escola estão cobertos/protegidos pelo sutiã. Até então, o fenômeno natural não havia sido motivo de preocupação para a protagonista, o que indica a própria naturalidade do fenômeno. Ao se dar conta do tabu social em relação à exposição dos seios, uma mudança na relação afetiva entre a protagonista e o seu corpo é produzida. Dessa maneira, o olhar sobre uma transformação física natural se torna um olhar culturalmente construído, passando a expressar vergonha quanto à própria transformação e inaugurando uma relação ambígua entre a protagonista e seu corpo, resultando em mal-estar e na sensação de estranhamento.

Para uma melhor compreensão do processo acima descrito, é preciso que adotemos uma visão crítica sobre a ordem familiar e social na qual a protagonista encontra-se inserida. Tal ordem foi historicamente constituída em correlação com a construção de um determinado saber sobre a sexualidade que implicou em modos específicos de produção e regulação dos corpos. É nesse contexto que surge a família nuclear moderna (constituída pelas figuras do pai, da mãe e dos filhos), caracterizada por uma divisão estrita entre os poderes paterno/masculino e materno/feminino. Se, por um lado, a figura paterna/masculina se inscrevia no registro da governabilidade do espaço público, por outro, a figura materna/feminina se inscreveu no registro da governabilidade do espaço privado, sendo o campo da família o local principal da sua aplicação (Birman, 2011). Essa

contextualização nos é oferecida de maneira implícita pelo comercial, quando vemos mãos adultas femininas colocar em cima da cama da protagonista a caixa de presente contendo o seu primeiro sutiã. Sabemos, intuitivamente, que se tratam das mãos de sua mãe, responsável pela condução do processo iniciático ao qual a menina será submetida. A *mise-en-scène* indica que estamos no domínio do privado. Contudo, o quarto bem arrumado, a trilha sonora suave, a caixa de presente e a cena em que a garota, já em posse da vestimenta, admira a própria imagem no espelho, naturalizam e romantizam a violência do ato. Afinal, em última análise, trata-se de um regime de produção, regulação e controle do corpo feminino.

O tema da iniciação diz respeito a uma mudança de estado (neste caso, do corpo infantil para o corpo adulto) que incide diretamente sobre o mistério do sexo e do desejo, no qual a referência a um determinado saber assume uma função diretiva (Costa & Poli, 2010). No entanto, o saber a partir do qual se dará a produção, regulação e controle do corpo feminino tem como referência o seu Outro sexual. Essa relação é confirmada no terceiro e último ato do comercial, quando a protagonista, em meio a uma multidão, é confrontada pelo olhar desejante de um rapaz mais velho. Estamos agora no espaço do público, local de governabilidade do masculino. Aqui, nos é revelado uma das possíveis razões do mal-estar feminino em relação ao corpo na fase púbere. É o olhar masculino, objetificante, que orienta e conduz uma construção cultural do olhar da protagonista sobre o próprio corpo, assim como o saber a partir do qual ela assumirá uma conduta culturalmente adequada. O feminino (representado pelos seios da protagonista) precisa ser mantido no privado (representado pelo sutiã), devidamente resguardado dos “perigos” de um espaço público dominado pelos homens. O corpo feminino se torna, dessa forma, o locus de enunciação simbólica da ordem familiar e social acima descrita. O leve sorriso, esboçado pela protagonista nos últimos segundos do comercial, indica que ela foi capaz de compreender e internalizar um saber sobre o corpo feminino que determina o seu lugar enquanto mulher. O processo iniciático foi bem sucedido.

A análise aqui apresentada indica que os papéis de gênero, assim como seus efeitos psíquicos na fase púbere, encontram-se diretamente relacionados não só à designação sexual, mas à própria construção cultural da alteridade sexual. É a partir do posicionamento do Outro sexual, seja como objeto de ameaça ou como objeto de posse, que alguns papéis de gênero começam a ser culturalmente definidos, baseados em associações simbólicas entre um determinado sexo e noções de fragilidade e passividade

(no caso das pessoas sexualmente designadas como “mulheres”) ou de força e agressividade (no caso daquelas sexualmente designadas como “homens”). Essas associações simbólicas ajudam a definir os limites de atuação e autonomia atribuídos para corpos masculinos e femininos numa determinada ordem familiar e social.

Como apontado por Dias (2000), a teoria freudiana destaca duas grandes transformações da fase púbere: um novo fim sexual, atribuído ao corpo adulto, e a escolha do objeto sexual ao lado de uma nova excitação sexual da qual não se pode escapar. Nesse sentido, a confusão e o mal-estar, gerados pelas transformações físicas vivenciadas pelas garotas durante a puberdade, podem ser explicados pela ambiguidade da situação produzida pela mudança. De uma perspectiva cultural, a inevitável e inadiável transformação física na fase púbere é a razão da perda da liberdade e da inocência características da infância, já que este novo corpo (agora de uma mulher, e não mais de uma menina) se tornou o objeto de cobiça de um Outro sexual masculino que é, a um só tempo, objeto de curiosidade e desejo feminino, mas também de temor e ameaça.

Curiosamente, o correlato masculino da experiência vivida pela jovem de Meu Primeiro Sutiã pode ser encontrado em uma peça publicitária da marca de chocolates Garoto, produzida em 1995 pelo mesmo Washington Olivetto do comercial da Valisère (Arquivos 1000, 2014). Dessa vez, a perspectiva sobre o corpo feminino se dá diretamente a partir do olhar masculino. À primeira vista, o comercial busca representar a perda da inocência de um conjunto de garotos que, prestes a entrar na fase púbere, expressam, através do olhar, as primeiras manifestações do desejo sexual pelo sexo oposto. Como no comercial da Valisère, os olhares dos meninos operam como uma espécie de guia para o olhar do espectador, que é bombardeado por uma sequência de imagens de mulheres (adultas, em sua grande maioria) em roupas curtas/justas ou seminuas (uma delas explicitamente nua). Os planos fechados em determinadas partes dos corpos femininos indicam que seios, nádegas e pernas são os alvos preferenciais dos olhares dos garotos. Não à toa, a trilha sonora é composta pela canção *I Had the Craziest Dream*, interpretada por ninguém mais que Frank Sinatra, um dos maiores galãs e sedutores da história da música estadunidense. Nos últimos segundos do comercial, ouvimos uma voz masculina dizer: “Bombons Garoto, estes bombons ainda vão ajudar você a realizar seus sonhos, meu garoto”.

Começaremos com o mais óbvio, ou seja, a função cultural do comercial de mediar a naturalização e romantização da objetificação sexual do corpo feminino, assim como a

lascivização sensual da curiosidade infanto-juvenil masculina em relação ao sexo oposto. Tal função pode ser notada na cena em que um grupo de garotos, em sala de aula, usam a técnica do espelho no tênis para olhar por baixo da saia da professora; ou quando vemos dois meninos em uma janela usarem um binóculo para flagrar uma mulher de lingerie na janela em frente; ou mesmo quando um garoto observa, pelo buraco de uma fechadura, a nudez de uma mulher em pleno banho; ou ainda na cena em que um menino simula um afogamento para forçar um beijo na salva-vidas que, ludibriada por sua atuação, tenta reanimá-lo com uma respiração boca-a-boca. Nessas cenas, vemos as pulsões características da puberdade adquirirem expressões culturais que auxiliam, a um só tempo, na construção social do masculino como ameaça sexual, quanto do seu direito de violar, em certas circunstâncias, o privado feminino, ainda que os atos dos garotos sejam representados como peraltices aparentemente inocentes. Se, em *Meu Primeiro Sutiã*, nos é oferecida a perspectiva da “presa”, em *Bombons Garoto* somos convidados a testemunhar o processo de formação dos “predadores”. Mas de que forma a dimensão cultural das transformações físicas da puberdade incide na relação entre o jovem do sexo masculino e o seu próprio corpo? Abordarei essa relação a partir de uma prática bastante comum nesta fase e que, por razões óbvias, não chega a se tornar ato em *Bombons Garoto*, embora o seu espectro paire sobre todo o comercial, a saber: a masturbação púbere.

Para além do prazer proporcionado pela manipulação da genitália, a masturbação masculina na puberdade busca na ejaculação a confirmação biológica (supostamente irrefutável) da aptidão para o sexo; uma espécie de aval concedido pela própria natureza para que o jovem dê início a uma vida sexualmente ativa. Assim, no caso dos meninos, a primeira ejaculação se torna o propósito primordial da masturbação púbere, mais pelo seu sentido simbólico de confirmação do que pela sensação de prazer que ela promete. Por essa perspectiva, as alterações físicas, como a mudança do timbre de voz e o surgimento dos primeiros pelos faciais e pubianos, mesmo que possam ser alvo de ocasionais gozações por parte dos adultos, juntam-se à capacidade de ejacular para compor o conjunto de transformações fisiológicas que irão autorizar e forçar o jovem adolescente a desempenhar o seu papel social de “macho”.

Em se tratando do período histórico em questão, não era raro que a transição fosse “oficializada” por meio do rito iniciático da visita à “zona”. Conduzido por um membro mais velho da família, do sexo masculino (que poderia ser um primo, um tio, um irmão, ou mesmo o próprio pai do garoto), o jovem era levado a um bordel, onde era introduzido,

por uma “mulher da vida”, aos mistérios do sexo. Em sua dimensão simbólica, este rito de passagem reforça o domínio masculino sobre o espaço público (aqui entendido como o não-familiar, ou o fora da família), já que, em termos de valores, são o bordel e a prostituta (e não a rua e os seus transeuntes) o oposto negativo do lar e da mãe. Essa prática cultural é descrita de maneira bastante detalhada (com requintes de vulgaridade) na canção Puteiro em João Pessoa, lançada pela banda de rock Raimundos (1994), um ano antes do lançamento do comercial da Garoto. Com esses exemplos, quero sugerir que o mal-estar masculino em relação às transformações físicas na fase púbere pode estar associado à própria ansiedade produzida pelo momento de transição social que se anuncia, assim como pela sensação de insegurança frente a possibilidade de não estar preparado ou disposto a assumir o papel social de “macho” que, em virtude da sua designação sexual, lhe foi reservado.

De maneira bastante breve, propus algumas hipóteses e reflexões acerca do mal-estar produzido pelas transformações físicas características da puberdade, a partir de um referencial teórico psicanalítico e psicológico-cultural. Para isso, escolhi como objeto de análise duas peças publicitárias de Washington Olivetto, por considera-las representativas de uma ordem familiar e social (assim como de um modelo de família nuclear) que caracterizou as décadas finais do século XX. Embora já tenham se passado quase três décadas desde o lançamento desses comerciais, muitos dos valores expressos por esses produtos culturais continuam a persistir na atualidade, chegando mesmo a passarem por uma espécie de reavivamento cultural. Desse modo, espero que as reflexões aqui apresentadas possam ter alguma utilidade para uma discussão mais atual acerca do tema.

Certamente, uma análise mais extensa sobre os aspectos psicológicos das transformações físicas na puberdade precisaria levar em conta os efeitos da linguagem nos processos de tomada de posição do sujeito na referência sexuada (Natahi & Douville, 2008). Como apontado por Costa e Poli (2010), afirmar-se homem ou mulher, sem que esses significantes tomem sua consistência da anatomia ou da escolha do objeto sexual e amoroso, é um dos grandes desafios com o qual o jovem se confronta na fase púbere e na adolescência. Mas este é um tema a ser explorado em uma outra oportunidade.

Referências

- ARQUIVOS 1000. *Comercial chocolates garoto – 1995*. Youtube, 8 de Junho de 2014. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9SPwVRS81fi> Acesso em: 9 de Junho de 2021.
- BIRMAN, J. (2011). Tatuando o desamparo. In: M. Cardoso (Org.), *Adolescentes* (pp. 25-43). São Paulo: Escuta.
- COSTA, A., & POLI, M. C. (2010). Sexuação na adolescência: um ato performativo. *Psicologia Política*, 10(19), 141- 150.
- DIAS, S. (2000). A inquietante estranheza do corpo e o diagnóstico na adolescência. *Psicologia USP*, 1(1), 119- 135.
- Eu Amo TV. *Meu primeiro sutiã – Valisère – 1988*. Youtube, 1 de Agosto de 2020. Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=2Cxt_qi4aiw&t=1s Acesso em: 9 de Junho de 2021.
- MONTEIRO, K., & LAGE, A. M. (2007). A depressão na adolescência. *Psicologia em Estudo*, 12(2), n. 2, 257-265.
- NATAHI, O., & DOUVILLE, O. (2008). O que nos ensina a jovem homossexual sobre o que é ser uma adolescente?. *Tempo Psicanalítico*, 40(1), 77-104.
- RAIMUNDOS. *Puteiro em João Pessoa*. São Paulo: Banguela Records, 1994. CD (3:07min).
- TATEO, L. (2018). Affective semiosis and affective logic. *New Ideas in Psychology*, 4, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.newideapsych.2017.08.002>
- VALSINER, J. (2014). *An invitation to cultural psychology*. London: Sage.