



## **“O primeiro sutiã de uma menina trans”: a cultura publicitária ressignificando corpos femininos.**

Rochelle Cristina dos Santos <rochelle.ufsc@gmail.com>

Este artigo tem por objetivo fazer uma análise comparativa entre a peça publicitária “O primeiro Valisère a gente nunca esquece” - criada pela agência WGGK no ano de 1987 –, e o vídeo viral “O primeiro sutiã a gente nunca esquece”, criada pela Madre Mia filmes para ANTRA (Associação Nacional de Travestis e Transexuais). O primeiro vídeo versa sobre o início da puberdade de uma adolescente, e de como um sutiã, peça íntima do vestuário feminino, marca simbolicamente esta transição. Esta peça publicitária é amplamente conhecida na cultura popular brasileira, tendo sido premiado, referenciada, e seu bordão “o primeiro Valisère a gente nunca esquece” foi adaptado para diversas versões, principalmente “o primeiro sutiã a gente nunca esquece. Nas palavras de João Anzanello Carrascoza, o *Ready-Made* na publicidade consiste em trabalhar com o processo criativo a partir de enunciados fundadores. No ano de 2019, trinta e dois anos após a primeira veiculação do comercial da marca de lingerie Valisère, a ANTRA é o cliente de um remake que se apropria do significado do primeiro sutiã na vida de uma menina, agora de uma menina trans. O busto feminino é um dos símbolos mais representativos na vida de uma mulher, seja ela biológica, ou trans. O sutiã é uma peça do vestuário carregada de significados, sendo pelo seu uso, ou até mesmo por seu simbolismo em alguns momentos e pautas dos feminismos. Sendo utilizado como símbolo da transição de uma menina trans, o vídeo “O primeiro sutiã a gente nunca esquece” oferece oportunidades de pensar a roupa como possibilidade de ruptura e aceitação de gênero. Para além da peça íntima em si, a relação entre dois vídeos publicitários possibilita um maior aprofundamento de questões que envolvem a moda enquanto um sistema comunicacional. Gilles Lipovetsky aponta que a publicidade é organizada a partir da lógica organizacional da moda, assim como as técnicas de



comunicação publicitária são um dos recursos utilizados para disseminar um produto, serviço ou comportamento. A análise dos vídeos é um caminho para compreender não apenas as questões de gênero, mas também sobre como a moda em suas diferentes esferas ajuda a construir identidades. Para além das questões individuais, a moda também auxilia na transferência de significados e na aceitação de modelos propostos, principalmente através de mecanismos da indústria cultural, tais quais um vídeo produzido para se tornar um viral publicitário.

Palavras-Chave: Trans(ição/sexualidade). Cultura Publicitária. Sutiã.

