



**Bianca Leite Dramali**

**“Quarto tem que ter tema?”:**  
Por uma pedagogia do consumo na e da gravidez

**Tese de Doutorado**

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção de grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação, do Departamento de Comunicação Social da PUC-Rio.

Orientador: Prof. José Carlos Souza Rodrigues

Rio de Janeiro  
Maio de 2021



**Bianca Leite Dramali**

**“Quarto tem que ter tema?”:**

Por uma pedagogia do consumo na e da gravidez

Tese apresentada como requisito parcial para obtenção de grau de Doutor pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da PUC-Rio. Aprovada pela Comissão Examinadora abaixo

**Prof. José Carlos Souza Rodrigues**

Orientador

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

**Prof<sup>a</sup>. Bruna Sant Ana Aucar**

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

**Prof. Alexandre Augusto Freire Carauta**

Departamento de Comunicação Social – PUC-Rio

**Prof<sup>a</sup>. Maria Alice de Faria Nogueira**

Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ

**Prof<sup>a</sup>. Rosamaria Luiza de Melo Rocha**

Escola Superior de Propaganda e Marketing – ESPM-SP

Rio de Janeiro, 26 de maio de 2021

Todos os direitos reservados. É proibida a reprodução total ou parcial do trabalho sem autorização da autora, do orientador e da universidade.

## **Bianca Leite Dramali**

Bacharel em Comunicação Social – Habilitação Publicidade, pela Universidade Federal Fluminense. Mestre em Comunicação pela PUC-Rio. MBA em Administração e Sistemas de Informação pela UFF. Atualmente, é Professora Assistente na Escola Superior de Propaganda e Marketing. Foi professora substituta na UFF, conteudista e professora na Estácio e no Instituto Infnet, e em outras instituições de ensino. Integra o grupo de pesquisa ReC – Retórica do Consumo (UFF).

### Ficha Catalográfica

Dramali, Bianca Leite

“Quarto tem que ter tema?” : por uma pedagogia do consumo na e da gravidez / Bianca Leite Dramali ; orientador: José Carlos Souza Rodrigues. – 2021.  
252 f. : il. color. ; 30 cm

Tese (doutorado)–Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Departamento de Comunicação Social, 2021.  
Inclui bibliografia

1. Comunicação Social – Teses. 2. Consumo. 3. Gravidez-ostentação. 4. Formação da subjetividade. 5. Pedagogia do consumo. 6. Representações da gestação. I. Rodrigues, José Carlos Souza. II. Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Departamento de Comunicação Social. III. Título.

CDD: 302.23

*Dedico esta tese ao meu filho para que reconheça no conhecimento, na curiosidade da pesquisa e no processo constante de aprendizagem a sua maneira de ser e estar no mundo, transformando quem e o que está a sua volta em algo melhor do que ali encontrou.*

*Dedico também a todos os mestres que em tantas situações transformaram experiências de vida e de saber em experiências de aprendizado.*

## Agradecimentos

Escolher um tema de pesquisa – ou ele nos escolher – é um processo cheio de surpresas. O tema é concebido e gestado como um filho. É processo que envolve alegria e angústias, medos e superações. E eis aqui o parto. Nasce a tese.

Tese de quem entrou no doutorado visando a pesquisar as diferentes perspectivas e versões da felicidade na publicidade através dos tempos. Tese de quem chegou a ensaiar os primeiros passos de uma pesquisa sobre as narrativas do câncer, após ter aulas sobre testemunho e memória, mas que foi desaconselhada pelo seu sábio orientador, porque este poderia ser um tema dolorido e sofrido ao longo do campo de pesquisa.

Tese de quem encontrou na gestação o tema que refletiria da melhor forma possível o nascimento de um novo momento da minha vida. Depois de ter passado pelo câncer de mama, muita coisa mudou em mim. Mas não mudou a vontade de me superar. E continuar estudando e pesquisando. Muitas foram também as permanências. E dentre elas o interesse em continuar estudando o consumo. Afinal foi este o interesse que me trouxe até a PUC-Rio, em sua conexão entre os campos da Antropologia e da Comunicação.

Nesta jornada do doutorado, não consegui ser o que considero a aluna exemplar que sempre fui e que consegui sustentar até o mestrado. Com planilhas que organizavam congressos, publicações, e fichamentos de tudo que se lia. No doutorado, por uma série de motivos diversos, diferentes ao longo dos anos, não consegui ser esta pessoa. E me frustrei comigo mesma. Por vezes paralisei. E pensei de verdade em desistir. Não me sentia mais capaz. Mas me lembrei que agora eu era outra, lembram? Havia renascido. E a forma que me manteve renascida se sustenta por um mantra que inventei e adotei para mim: “meu melhor é meu possível”. Mas antes disso, a exaustão física e emocional me bateu à porta por diversas vezes. Buscando continuar sendo a pessoa que não cabia mais em mim. E eis o que trago e apresento aqui: o meu melhor. O meu possível.

Quando chegou a pandemia, o campo de pesquisa em relação às visitas aos quartos e entrevistas com as gestantes já estava concluído. Ao longo de cerca de dois anos ele foi sendo construído. Antes ainda, etnografias flutuantes foram realizadas por mim em feiras de gestantes. O projeto de pesquisa se pretendia

grandioso em seu desenho inicial: uma série de escutas de diferentes naturezas, como especialistas, médicos, organizadores de feiras de gestantes, gestores de maternidade, mães de diferentes gerações... ufa... típico daquela Bianca que queria abraçar o mundo e batia no peito “eu dou conta”. Mas não foi como planejado. E tudo bem. Porque foi como deveria ser.

Entre idas e vindas, indecisões e escolhas, o percurso metodológico foi digamos que tortuoso, por uma série de motivos. Mas entre tropeços e belas paisagens, cá está o meu trabalho.

E dedico o mesmo primeiramente à minha família, que me suportou, nos dois sentidos da palavra, durante este percurso. Meu marido André me dando mais do que o suporte emocional, mas também logístico para que tudo isso fosse possível. Até cadeira mais confortável, para as infinitas horas que eu passaria sentada produzindo, ele escolheu com todo o carinho. E ao meu filho, Rafael, com os sorrisos e beijinhos que sempre me desejam sorte e me dão energia para prosseguir. Ah, e os seus desenhos! Sempre feitos “para te deixar mais alegre, mamãe”. E funcionaram, ah como funcionaram...

À minha mãe que partiu para pátria espiritual em julho de 2019, deixando um vazio enorme. Mas que se preenche com a saudade gostosa dos melhores momentos que passamos juntas. E com a certeza de que, de onde estiver, vai celebrar comigo mais esta conquista, quando ela chegar.

Ao meu pai, que já não está por aqui desde 2003, mas que sempre vibrou por mim e por minhas conquistas. Sempre foi um dos maiores entusiastas do meu empenho e esforço nos estudos e no trabalho.

À minha irmã Bruna, que segurou uma barra pesadíssima com a doença da minha mãe. Não foram poucas as vezes que brigamos e nos desentendemos. Mas estávamos todos muito fragilizados. E agora somos eu e ela para manter vivas as nossas memórias. E o amor fraterno se faz presente nos menores gestos que ganham sentidos grandiosos.

Agradeço aos amigos de jornada acadêmica, João Vitor Rodrigues, Lucas Gamonal e Marcella Azevedo. Desabafos eternos... Obrigada pela paciência.

Agradeço a paciência e compreensão do meu orientador. E desculpo-me por não ter sido talvez a orientanda que teria sido no mestrado. Quem sabe em outra oportunidade podemos construir algum outro trabalho, em outras condições?

Aos membros da banca, o meu muito obrigada também pela paciência, pelo presente de terem aceitado meu convite e pela participação de cada um de vocês nesta jornada.

A todos os professores do PPGCOM PUC-Rio o meu muito obrigada. Cada um de vocês a seu modo me aconselhou caminhos, desde o mestrado até o doutorado, me indicando leituras em aulas ou congressos, e me ajudando a construir o que hoje aqui entrego.

Agradeço imensamente ao apoio da incansável Marise, na condução carinhosa e acolhedora dos obstáculos que precisei enfrentar.

À Capes e à PUC-Rio, pelos auxílios concedidos, sem os quais este trabalho não poderia ter sido realizado. O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

Minha gratidão a PUC-Rio por ser a instituição que me acolheu em minha formação de pós-graduação acadêmica *stricto sensu* até aqui. Não fui durante o doutorado a mesma parceira que fui no mestrado. Acabei não sendo tão presente e participativa quanto naquela ocasião há 10 anos, quando concluía meu mestrado em 2011. E cheguei a me envergonhar e me ressentir disso. Mas, como disse, o meu melhor foi o meu possível. Espero poder voltar a esta instituição para outras oportunidades de aprendizagem e trocas.

Como diz a escritora e palestrante Brené Brown, “o que não precisamos no meio das nossas batalhas é sentir vergonha de sermos humanos.”

Antes de encerrar, queria deixar aqui a minha homenagem a France Beatriz, uma querida gestante, com quem trabalhei na Infoglobo, e em outras oportunidades. Ela fez parte da minha equipe por duas vezes. Sempre dedicada e com um sorriso que iluminava a todos nós. France estava muito feliz com a sua gestação quando conversamos por ocasião da pesquisa. Mas a Covid-19 a levou de nós. E seu sorriso agora ilumina outras searas.

Peço que os espíritos de Luz a protejam. E agradeço a eles por podermos estar aqui hoje, com saúde, compartilhando um ambiente de aprendizagem, moral e intelectual.

Gratidão por ter esta oportunidade tão rara em um País tão desigual como o nosso. Se a minha pesquisa ajudar despertar um pouco de reflexão sobre a responsabilidade que temos de repensar a nossa sociedade, a nossa forma de ser e

estar no mundo, já desde antes de conceber uma nova vida, já deixei um pouco do legado que gostaria.

## Resumo

Dramali, Bianca Leite; Rodrigues, Jose Carlos Souza. **Quarto tem que ter tema?": por uma pedagogia do consumo na e da gravidez**. Rio de Janeiro, 2021. 252 p. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

A pesquisa em questão tem como tema o consumo na (e da) gravidez. O objetivo é buscar compreender como a pedagogia da gravidez é atravessada pela formação da subjetividade do indivíduo contemporâneo, que prescreve uma miríade sem fim de objetos, modos de ser e fazer, a partir de uma performance esperada socialmente. Aqui são mapeadas e analisadas as práticas, rituais, objetos e representações de consumo relativos à gravidez, que por vezes parecem imperativas para que se performe como uma boa gestante. A pesquisa de campo teve como métodos centrais a realização de entrevistas com grávidas durante visita aos quartos do bebê – ambos ainda sendo gerados e construídos. E contou também com etnografia flutuante em feiras de bebês e gestantes. Durante a realização do campo de pesquisa, fica evidente a centralidade do quarto do bebê como espaço dedicado a este filho imaginado, mediado por imagens de ultrassom e outros objetos que o antecedem e encenam sua vida, mesmo antes de estreiar no mundo fora do útero.

## Palavras-chave

Consumo; gravidez-ostentação; formação da subjetividade; pedagogia do consumo; representações da gestação; quarto de bebê.

## **Abstract**

Dramali, Bianca Leite; Rodrigues, Jose Carlos Souza. (Advisor). **“Does the bedroom must have a theme?”: For a pedagogy of consumption in and of pregnancy.** Rio de Janeiro, 2021. 252 p. Tese de Doutorado – Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.

The research in question has as its theme consumption in (and) pregnancy. The objective is to seek to understand how the pedagogy of pregnancy is crossed by the formation of the subjectivity of the contemporary individual, who prescribes an endless myriad of objects, ways of being and doing, based on a socially expected performance. Here, practices, rituals, objects and representations of consumption related to pregnancy are mapped and analyzed, which at times seem imperative in order to perform as a good pregnant woman. The field research had as central methods the realization of interviews with pregnant women during a visit to the baby's rooms - both still being generated and built. And it also had fluctuating ethnography at fairs for babies and pregnant women. During the realization of the research field, the centrality of the baby's room becomes evident as a space dedicated to this imagined child, mediated by ultrasound images and other objects that precede and stage his life, even before debuting in the world outside the womb.

## **Keywords**

Consumption; shown off pregnancy; formation of subjectivity; consumption pedagogy; representations of pregnancy; baby's room.

## Sumário

1. Introdução .....	20
2. Metodologia .....	34
2.1. Percurso Metodológico .....	35
2.2. Bases Conceituais .....	45
2.3. Delimitação do Estudo .....	46
3. Subjetividade contemporânea e consumo.....	49
3.1. O 'ser' contemporâneo: narrativas, performance e visibilidade .....	54
3.2. Consumo como fato social e modo de vida.....	65
3.3. Objetos como marcadores sociais e memória das experiências.....	70
3.4. Rituais: dando sentido à experiência.....	75
3.5. Revisão bibliográfica sobre as relações entre consumo e gestação .	83
4. O bebê mediado e midiaticado: vida encenada.....	96
4.1. Empreendendo o projeto gravidez: gestação ou gestão de uma nova vida? .....	107
4.2. O Show do Eu intra e extrauterino .....	123
4.2.1. Quando o corpo se torna objeto e imagem .....	127
4.2.2. Gravidez-ostentação: rituais e gravidez como consumo de experiências .....	146
4.3. Enxoval e mala da maternidade: gestação (d)e excessos – inventário do nascimento.....	157
4.3.1. Perspectiva geracional do enxoval.....	165
4.3.2. Os dilemas dos bens: objetos ou significados? Excesso ou essencial? Útil ou inútil? .....	173
4.4. Andar, ver e ouvir os bens: <i>flâneur</i> na feira de gestantes .....	194
4.5. Quarto como cenário de uma vida imaginada .....	205
5. Considerações finais .....	222
6. Referências bibliográficas .....	240
Apêndices.....	246
Apêndice A .....	246
Apêndice B .....	250
Apêndice C.....	251

## Lista de figuras

- Figura 1: imagens de algumas das telas do app Baby Center, reproduzidas em <https://www.appgeek.com.br/gravidez/> .....22
- Figura 2: site que se propõe a oferecer certificação em baby planner apresenta as etapas do projeto gestação e os papéis que serão desempenhados pela profissional. ....24
- Figura 3: a linha do tempo da gestação online apresentada em um dos referidos relatórios da Winnin. Publicado em seu perfil no Instagram em dezembro de 2020.....26
- Figura 4: Evento promovido para gestantes pela UNIMED ao qual tive acesso como pesquisadora para observar as narrativas e comportamentos acerca da gestação e do saber médico .....38
- Figura 5: Conteúdos sobre gravidez atraem mulheres que não estão grávidas ou ao menos se apresentam como tentantes.....52
- Figura 6: Conteúdos sobre gravidez são tão lindos que dão até vontade de ser mãe de novo. ....53
- Figura 7: destaque do primeiro episódio do programa *Boas Vindas* do *GNT* se dá nos objetos. Enfeites e lembranças de maternidade se equivalem aos bebês. ....58
- Figura 8: Alguns exemplos de produtos que liberam tempo dos pais nos cuidados com os bebês e que são vendidos como comodidades que não podem faltar no enxoval .....59
- Figura 9: Algumas das representações no universo da gestação que denotam a vitória, a conquista pelo esforço empreendido pela mãe ao conseguir ter o seu bebê. ....64
- Figura 10: uma das imagens do post que ilustrava o texto aqui em parte reproduzido. ....65
- Figura 11: quarto como cenário, mesmo que não seja cômodo. Mesmo que seja um cômodo compartilhado com outros membros da família. O conceito de quarto-cenário atravessa as classes sociais. ....74
- Figura 12: bebê finlandês em sua caixa-berço, presente da seguridade social do país. ....97

Figura 13: enxoval do bebê finlandês, fornecido pelo Estado, é composto de uma caixa de papelão com 63 peças. "É uma espécie de símbolo da sociedade igualitária finlandesa. Todo mundo tem a mesma caixa, seja rico ou pobre", diz a nova mãe Heini Särkkä. "A caixa tem tudo o que o bebê precisa. Ela dá um bom começo de vida especialmente para famílias pobres" .....	97
Figura 14: a caixa vem com um colchão e por isso é usada também como berço para os bebês. Mas atualmente em apenas 37% dos casos é de fato o 'berço' do bebê. Na maior parte das casas o bebê tem seu quarto e a caixa se torna uma segunda caminha. ....	98
Figura 15: os itens das caixas mudam todo ano e em 2018 havia 63 itens.....	99
Figura 16: lógicas diferenciadas na relação do consumo de bens e objetos na gestação: sociedade em que o consumo ganha centralidade desde antes do nascimento. ....	100
Figura 17: cenas do filme O Show de Truman .....	103
Figura 18: site da baby planner citada durante uma das minhas entrevistas. ....	110
Figura 19: projeto nascimento em andamento .....	112
Figura 20: Novos hábitos de consumo na gestação.....	115
Figura 21: Pedagogia do consumo na gestação atravessa classes socioeconômicas e se adequa, mas se mantém presente na jornada .....	116
Figura 22: pintura de barriga e souvenirs da gestação .....	117
Figura 23: pinturas de barriga já não necessariamente precisam representar o bebê. ....	118
Figura 24: a audiência sempre espera e cobra o próximo capítulo. E a vida real segue a pedagogia da gestante mediada por experiências e objetos de consumo. ....	119
Figura 25: mães experientes dão conselhos às <i>vloggers</i> de como o quarto imaginado e a vida real podem ser bem diferentes.....	120
Figura 26: imagem do site da maternidade mostra família que comemora o nascimento do bebê em transmissão ao vivo em sala de cinema na própria maternidade .....	124
Figura 27: mês-sário postado no Instagram. O consumo está presente até mesmo na temática da celebração, com a centralidade do produto NAN, fórmula que substitui ou complementa a alimentação do bebê.....	127

- Figura 28: perfil aberto no Instagram localizado através do monitoramento das hashtags já aqui descritas. .... 129
- Figura 29: corpo como moldura para as imagens da experiência gestacional. O modelo de estetização da gestação é global. O mesmo é reproduzido no exterior e no Brasil. A lógica de consumo de fato se faz presente na linguagem . 129
- Figura 30: como registrar a evolução da gestação até o nascimento. Esta é apenas uma das sugestões possíveis para inspirar as demais gestantes para que possam cumprir com as suas tarefas de compartilhamento do regime de visibilidade nas redes sociais digitais. .... 130
- Figura 31: perfil aberto no Facebook localizado buscando pela palavra-chave ultrassonografia. Intervenção na imagem da ultra é muito comum para representar o sexo do bebê. Neste caso trata-se de uma “princesa” como diz o post..... 130
- Figura 32: post no Instagram identificado a partir do monitoramento das *hashtags* já aqui apresentadas, mostra o relato da mãe que esperava por Manu e recebeu Bernardo, diante de seu enxoval todo rosa, não expõe preocupação neste sentido. Mas nos comentários, há quase que uma indignação com o “erro” dos médicos, que teriam com isso tirado da mãe “a maior alegria que é arrumar as coisinhas do bebê”. Mas me pergunto: ela não teve este prazer? Ela não arrumou o quanto, armário e cômoda para chegada do seu filho, seja lá de que sexo fosse? ..... 131
- Figura 33: perfil aberto no Facebook localizado buscando pela palavra-chave ultrassonografia. A ansiedade por ver o bebê e descobrir o sexo. E, claro, tornar visível mais esta etapa da jornada do projeto gestação. Na ilustração ao lado, um post de marca de mobiliário para quartos de bebê, traduzindo a ansiedade das gestantes por ver seu bebê no dia da ultra. .... 132
- Figura 34: Corpo imagem, dentro e fora do útero. E podemos notar a pedagogia das experiências de gestação, com pessoas marcando gestantes para que também possam fazer uma imagem como esta. E outras contando que já têm uma imagem nos mesmos moldes. .... 133
- Figura 35: Post do Instagram mostra um dos *souvenirs* possíveis desta experiência chamada gestação: print de placenta..... 134
- Figura 36: barrigas de gesso como metáfora e metonímia do corpo grávido..... 137
- Figura 37: Resultados de busca #barrigadegesso no Instagram no dia 10/08/2018..... 137

Figura 38: resultados de busca pela #printdeplacenta no Instagram no dia 06/07/2018.....	138
Figura 39: resultados de busca pela #placenta no Instagram no dia 09/08/2018 .....	139
Figura 40: resultados de busca pela #placenta no Instagram no dia 09/08/2018 .....	139
Figura 41: resultados de busca pela #cotoumbilical no Instagram no dia 09/08/2018.....	140
Figura 42: resultados de busca pela #pingentedeleite no Instagram no dia 09/08/2018.....	141
Figura 43: resultados de busca pela #pósparto no Instagram no dia 09/08/2018 .....	142
Figura 44: cicatrizes como marcas do nascimento - resultados de busca pela #pósparto no Instagram no dia 09/08/2018.....	142
Figura 45: cena do programa <i>Além da Conta</i> gravado na feira Baby Nit.....	147
Figura 46: céu estrelado do Centro de parto norma Pro-Matre São Paulo.....	149
Figura 47: imagens localizadas em buscas no Google pela palavra EPINO na seção imagens do Google, que remetem a vídeos, blogs e vlogs voltados à gestação. ....	154
Figura 48: exemplo de foto de ensaio fotográfico para o <i>book</i> de gestante (19/07/2020) .....	155
Figura 49: obstetra exhibe bebê que acabou de ajudar a trazer ao mundo .....	156
Figura 50: trecho do guia de compras do enxoval do bebê sugerido pelo blog disponível em quatro páginas planilhadas .....	158
Figura 51: imagem de enxoval montado no exterior, publicada no site vaipradisney.com .....	159
Figura 52: trecho do <i>post</i> sobre enxoval do bebê publicado no blog vaipradisney.com.....	159
Figura 53: item classificado pela blogueira como recomendado .....	160
Figura 54: Vídeo do tipo “Usados e acabados” publicado no YouTube .....	162
Figura 55: capa e alguns dos anúncios presentes na primeira edição de <i>Pais &amp; Filhos</i> .....	167
Figura 56: Seção de compras e anúncio de carrinho de bebê (1979)....	167
Figura 57: em 1993 quarto ainda parece ser um espaço dedicado para o sono do bebê.....	168

Figura 58: passados quase 10 anos, em 2001, o quarto passa a ter mais um atributo além do conforto: o aconchego. E a decoração aos poucos vai se fazendo mais presente. ....	169
Figura 59: em 2001 o chá de bebê aparece em reportagem que propõe um chá de bebê moderno.....	169
Figura 60: ainda na edição de 2001 conteúdos publicitários que marcam o início do processo de gestação atravessado pelo consumo que vivemos atualmente: feira de bebê e gestante e quartos projetados para bebês. ....	170
Figura 61: Anuário Guia do bebê, com mais de 900 / 1000 produtos para a mãe e o bebê .....	171
Figura 62: tradição mantida no controle do inventário do bebê.....	172
Figura 63: bebê gestado no universo digital.....	172
Figura 64: o universo material do bebê-menina .....	176
Figura 65: gravidez-ostentação: quantas bolsas são necessárias para construir a imagem esperada de uma gestante atualmente? Como em um catálogo de moda, a gestante exibe orgulhosa o conjunto de bolsas que combinam com o estilo do quarto. ....	182
Figura 66: e o bebê vai às compras junto com seus pais. Forma de prestar que está rede especializada encontrou para ofertar atendimento mais personalizado aos pais, que encantou a CH, uma das minhas informantes.....	183
Figura 67: Imagem de post do Instagram obtido a partir do monitoramento de <i>hashtags</i> aqui já informadas. Agora a bebê já pode chegar porque a mala da maternidade já está pronta, etiquetada, com a vida imaginada ali dentro de cada peça, e com tudo pronto para fotografar e compartilhar.....	184
Figura 68: lembrete do que não pode faltar na mala da maternidade colado no espelho do armário de uma das minhas informantes (BB).....	185
Figura 69: entrada da Mega Gestante e Bebê no Riocentro – setembro de 2018.....	194
Figura 70: Mimosices e coisas de menino, coisas de menina. Ou melhor, príncipes e princesas.....	196
Figura 71: objetos que precisam ser explicados. Para proteger, segurar, censurar (este seria o propósito do “avental de amamentação”?) .....	197

Figura 72: para guardar do próprio bebê (ninhos) às suas roupinhas e mamadeiras. Tudo separado, organizado, como se não se pudesse viver sem eles. ....	199
Figura 73: cardápio de temas e elementos decorativos .....	203
Figura 74: “para sua segurança” agora e no futuro. No dia a dia, feito de tecido e espuma ou de tecnologia genética. ....	204
Figura 75: cena do programa Missão Design, da GNT, com o tema quarto de bebê exibido em 28.12.18 .....	206
Figura 76: quarto como cenário, não precisa nem ser cômodo, basta ser paisagem, .....	207
Figura 77: afinal, o que é tema? .....	208
Figura 78: planejado x realizado. A organização imaginada x organização real. Aqui o filho de TR já havia nascido. Não era mais imaginado. Era real. ....	210
Figura 79: organização dá o tom deste e de outros quartos: armário, cômodo e porta-fraldas. Tudo organizado enquanto o bebê não chega. Tudo pronto para o desempenho produtivo do cuidar se dê da melhor forma, atingindo todos os objetivos. Filho de EM ainda sendo gestado. ....	210
Figura 80: berço co-leito.....	211
Figura 81: Quarto do Pedro. Que não era pra ter tema. Mas se tornou tema de sua festa de 1 ano de idade .....	214
Figura 82: Quarto do filho de ER.....	215
Figura 83: quarto do filho de EM. Também sem referência de um tema mais evidente e explícito. Com orgulho de ser autoral .....	216
Figura 84: raro espaço dedicado ao brincar no enxoval do bebê.....	217
Figura 85: quarto modulado e brinquedos.....	217
Figura 86: quarto com tema náutico.....	218
Figura 87: quarto temático sobre bonecas .....	219
Figura 88: quarto sem tema, compartilhado entre irmãos. Menos imaginado e mais vivido. Menos cenário, mais espaço.....	220
Figura 89: Consumo de pátina – quadro presente na família há três gerações.....	221
Figura 90: post indica que o nascimento se aproxima .....	231

## Lista de tabelas

Tabela 1: relação de entrevistas realizadas com visita aos quartos dos bebês.....	39
Tabela 2: Tipologia de valor de Holbrook (1999).....	145
Tabela 3: classificação proposta pela autora – parte 1 .....	235
Tabela 4: classificação proposta pela autora – parte 2 .....	235

*“A verdade é que se você comparar um filho com notas de papel, o verdadeiro valor já se perdeu. Se sua dúvida é ‘ter um filho ou ter grana?’ aconselho você ter a grana. Quem faz este tipo de comparação não saberá dar valor verdadeiro a uma criança.”*

*Camila Pickler em artigo “Incalculável”, publicado em Mãe Fora da Caixa (2017).*

# 1. Introdução

*“A sensação é a de que quase nada que fazemos está certo. Tem opinião e pesquisa para tudo.” Patrícia Corvo, roteirista, em entrevista à Revista Gol de maio de 2019, na reportagem Mãe, passado e presente.*

A forma como se nasce e se morre em uma dada sociedade pode revelar muito sobre a sua cultura, formas de ser e estar no mundo. E para nascer, tem que gestar. Por isso, este é um estudo que convida a pensar sobre os impactos que há na forma ser e estar grávida, mediada por objetos e experiências colecionadas até o nascimento, em um recorte da camada média da sociedade brasileira.

A pergunta que ilustra o título desta tese nasce de uma das escutas de campo. Uma das minhas informantes ligou para a mãe, que mora na Bahia, para contar que estava grávida. Ao dar a notícia, a primeira pergunta que ouviu de sua mãe foi: “e aí, já escolheu o tema do quarto”, ao que ela surpresa respondeu: “Oxê, mas quarto tem que ter tema?”.

Embebida desta inquietação do que a gestante tem ou não que fazer, pode ou não pode, considerando as suas decisões de consumo, que guiei o meu olhar no campo de pesquisa. E a este processo que chamei de pedagogia do consumo<sup>1</sup> na e da gestação. É este o fenômeno que dá centralidade à pesquisa desenvolvida e aqui apresentada. Tal pedagogia é o fio que conecta os dados coletados e dá sentido às análises empreendidas.

O interesse pelo tema surgiu inicialmente por ter vivido eu mesma, como gestante em 2014, esta prescrição social do que eu deveria comprar, que curso deveria fazer, o que o meu filho não poderia deixar de ter de jeito nenhum, que tinha que fazer chá de bebê, e tantas outras quase imposições. Em determinado momento me vi cercada de listas infinitas de enxoval e objetos que nem bem sabia para que serviam. Estava sendo apresentada a esta pedagogia da gestação.

---

<sup>1</sup> O termo pedagogia do consumo já foi anteriormente empregado em artigo publicado na Revista Signos do Consumo, publicada pela USP. No artigo, a discussão se dava em torno de “como a publicidade ensina ao consumidor modos de usar os objetos de consumo”. Produzido pelo Grupo de Pesquisa ReC – Retórica do Consumo, o artigo pode ser encontrado em: <https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/44594>

A centralidade dos objetos de consumo ligados à gestação, me levou a uma primeira incursão em feiras de gestante e bebê. Onde se revelaram descobertas bem interessantes. Mas foi depois que ouvi esta frase de uma das minhas primeiras informantes que percebi que a visita aos quartos dos bebês seria central para a pesquisa. E lá fui eu visitar os quartos em construção, enquanto o bebê também se desenvolvia. E reconheci o quarto como um cenário para empreender um projeto de vida e de subjetividade de um ser que ainda nem estava ali efetivamente encarnado em sua vida extrauterina, mas já representado e imaginado a partir dos espaços e objetos.

É notório que há uma prescrição para muitos de nossos papéis sociais e contextos de vida. Mas talvez um dos papéis mais controlados, vigiados e manualizados seja de fato papel da mãe. Primeiro porque há uma quase obrigatoriedade imposta socialmente de que toda mulher deveria engravidar e ser mãe. As que não são porque não querem, ou não são porque não podem fazê-lo por alguma questão biológica, são vistas como seres desviantes da norma.

E quando, finalmente a mulher segue o seu “curso natural” e engravida, há uma série de prescrições médicas e sociais do que ela deve ou não fazer.

A pedagogia da maternidade é a cada dia mais intensamente complexificada. Em entrevista sobre a maternidade na contemporaneidade, publicada na *Revista da Gol* de maio de 2019, a psicóloga e psicanalista Miana Rappaport diz que “as organizações familiares deixaram de ser o centro”. Na mesma reportagem, o pediatra Daniel Becker afirma que “o que restou como referência é a mídia, e ela explodiu com diferentes formas de criar filhos, muitas vezes opostas. Não existe mais um consenso.

A reportagem continua explorando o impacto da mídia na experiência da maternidade, desde a gestação, trazendo o exemplo do aplicativo BabyCenter, no Brasil desde 2008, e com mais de 100 milhões de pessoas impactadas no mundo. No campo de pesquisa realizado por mim, todas as informantes haviam também baixado o referido aplicativo. Parece mesmo que esta espécie de gestação gamificada, onde você consegue acompanhar a sua performance, e do bebê, a cada dia, ou ‘fase do jogo’, está dada e estabelecida. Assim esta torna-se uma experiência

estendida e extracorporal da gestação. Em apps como este, o seu diário da gestação, por assim dizer, já vem pronto, prescrito, pré-preenchido.



Figura 1: imagens de algumas das telas do app Baby Center, reproduzidas em <https://www.appgeek.com.br/gravidez/>

A reportagem afirma ainda que obstetras notam que suas pacientes chegam aos consultórios muito mais bem informadas quando comparado a outros tempos. Isso porque algumas mulheres chegam a dobrar as buscas na internet quando descobrem que estão grávidas. “Hoje 100% das gestantes são sugestionadas por esta ferramenta. Do tipo de parto à alimentação”, afirma a obstetra Eleonora Fonseca. Ela conta que já precisou esclarecer dúvidas sobre a necessidade ou não de um determinado procedimento por conta de um post de uma influenciadora no Instagram. Suas pacientes entendiam que seria necessário fazer o mesmo que a influenciadora havia feito em relação a medicamentos anticoagulantes.

Alguns pais, como Bruno Nazar, outro entrevistado na referida reportagem, podem se pegar pensando como ele: “se minha filha não tiver aquele carrinho cheio de gadgets, certamente terá algum atraso”. A sensação que temos é que de fato se vivencia uma pedagogia da gestação gamificada. Cheia de etapas e fases, reflete uma sensação de tempo que anseia a conquista e vislumbra sempre a próxima etapa. Um tempo que não espera ou contempla. Nesta lógica somos desautorizados a desenhar e vivenciar o roteiro de nossa própria experiência, como gostaríamos.

Como se não existisse espaço para criar nossa própria vivência. Ao contrário, se pegam emprestados roteiros e macetes de outros, na vitrine das vivências e experiências de gestação disponível principalmente nas redes sociais digitais.

A pedagogia da gestação é também seriada. Suas narrativas estão espalhadas por aí em uma série de narrativas em linguagem audiovisual. Vídeos que narram este passo a passo, tanto de ‘pessoas comuns’, quanto de figuras públicas. Nestes episódios da série, experiências, rituais, espaços e objetos contribuem para que sejam articulados os sentidos e a configuração da vida do bebê, da gestante e da família que o irá receber.

Atravessada pela influência midiática, a maternidade, desde a gestação, é cercada de um time de especialistas que hoje vai muito além dos médicos. São doulas; baby planners<sup>2</sup>; fotógrafos; a maternidade como espaço de experiência de consumo - e não como espaço médico apenas; os fornecedores de lembrancinhas; organizadores de eventos como chá de revelação e chá de bebê; fisioterapeutas; enfermeira do curso de gestante; nutricionistas; arquitetos que vão conceber o quarto do bebê, e tantos outros que vou apresentar aqui neste trabalho, a partir da perspectiva e experiência das minhas informantes.

Especificamente pensando a figura da *baby planner*, podemos fazer uma analogia com o papel de cerimonialista, por exemplo. Só que, neste caso, o evento é o nascimento de um bebê. O evento é a vida. E mesmo que não haja uma baby planner envolvida, a gestação se fez projeto na nossa sociedade moderno-contemporânea.

---

<sup>2</sup> Profissionais responsáveis por acompanhar o projeto gestacional, incluindo, por vezes, até mesmo a compra do enxoval no exterior. Operam como se fossem consultoras particulares da gestação.

## QUAIS AS FRENTES DE TRABALHO DE UMA BABY PLANNER?



Figura 2: site que se propõe a oferecer certificação em baby planner apresenta as etapas do projeto gestação e os papéis que serão desempenhados pela profissional.

<https://www.carolbaldin.com/certificacaobabyplanner>

Nota-se que engravidar é cada vez mais encarado de fato como um projeto gerenciado com uma lógica empreendedora, postura e atitude que marcam a subjetividade contemporânea, indicando que cada um de nós é responsável pelo fracasso ou sucesso nas mais diversas esferas de vida, não apenas no mundo do trabalho. Dito isto, engravidar torna-se um empreendimento. Empreendimento em que, se há falha, a culpa recai sobre a mulher que, por não ter empreendido todos os passos que a levariam ao sucesso, fracassou em sua jornada. Alguns exemplos destes ‘fracassos’ seriam: permanecer tentante<sup>3</sup>; não ter comprado o objeto A ou B; não ter montado o quarto com isso ou aquilo; não ter vivido alguns dos rituais como chá de revelação ou chá de bebê; não conseguir ter parto normal; não entrar em trabalho de parto; e, depois do nascimento, tantos outros ‘fracassos’ que recaem sobre a maternidade, como não ter conseguido amamentar, por exemplo. Neste projeto do gestar, o cronograma é definido pela natureza humana: nove meses. Mas a forma como esta experiência será vivenciada será fortemente impactada pela cultura em que está imersa a gestante. E o bebê, mergulhado no líquido amniótico

<sup>3</sup> Termo empregado para identificar as mulheres que estão tentando engravidar.

e conectado ao corpo de sua mãe pelo cordão, mantém-se biologicamente vivo. Enquanto é, ao mesmo tempo, culturalmente concebido extra útero por seus bens, espaços e memórias de experiências de gestação que o compõem antes mesmo de ele nascer.

Em nossa sociedade centrada no consumo, há a cada dia mais formas de intensificar esta experiência. Já que não é possível alterar o cronograma, o que se faz é cercá-lo de mais etapas de projeto e alocar mais pessoas na jornada. E tudo a partir de dadas pedagogias, a depender do estilo de vida de cada gestante. Mudam as pedagogias de acordo com valores e visões de mundo. Mas muitas lógicas atravessam, mesmo que de forma adaptada, até mesmo a fronteira do poder aquisitivo, da classe socioeconômica, como vamos ver ao longo deste trabalho.

Ao que parece, a dinâmica de engravidar, pensada a partir da perspectiva do consumo pode, em alguns pontos, se comparar, a uma série de outras experiências da sociedade contemporânea. Assim como há mercado para planejar roteiros de viagens ou cerimônias de casamento, com o objetivo de tornar aquela experiência inesquecível, a mesma lógica se dá com o fenômeno da gestação.

Em dois recentes relatórios da Winnin<sup>4</sup>, empresa especializada em monitoramento de tendências de comportamento a partir de produções audiovisuais para internet, a gravidez esteve em evidência como conteúdo em alta no último ano. Tanto no relatório que traz os vídeos, temas e formatos campeões em engajamento em 2020, quanto em outro material dedicado a discutir a audiência crescente de vídeos que envolvem a gestação, podemos constatar o que outras evidências há tempos já demonstravam. Gravidez e consumo estão cada vez mais imbricados.

---

<sup>4</sup> [https://www.winnin.com/reports/campeoes-de-engajamento-2020?utm\\_campaign=report\\_rewind&utm\\_source=instagram&utm\\_medium=social&utm\\_content=report\\_rewind\\_instagram\\_linktree](https://www.winnin.com/reports/campeoes-de-engajamento-2020?utm_campaign=report_rewind&utm_source=instagram&utm_medium=social&utm_content=report_rewind_instagram_linktree) e [https://www.instagram.com/p/CIvm0MuM3ev/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CIvm0MuM3ev/?utm_source=ig_web_copy_link)

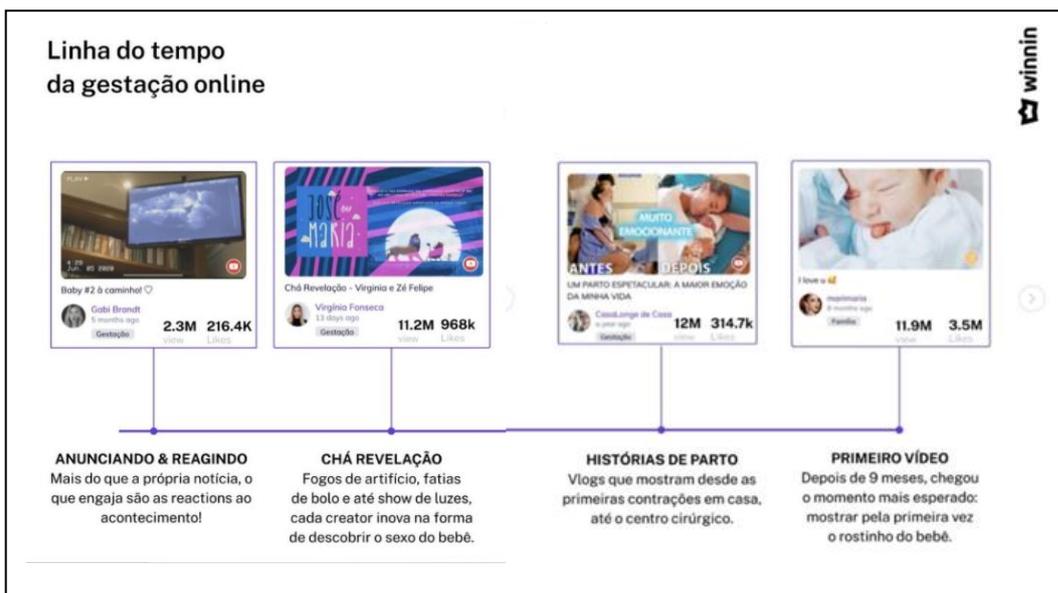


Figura 3: a linha do tempo da gestação online apresentada em um dos referidos relatórios da Winnin. Publicado em seu perfil no Instagram em dezembro de 2020.

Isso pode ser verificado a partir do crescente interesse no consumo de conteúdo sobre o tema. E, claro, na variedade, e constantes novidades, em produtos e serviços centrados neste momento do ciclo de vida.

Ao longo deste trabalho tais evidências serão demonstradas de várias formas. Por exemplo: pela maior presença que os bens materiais ganharam ao longo do tempo nas revistas especializadas; ou ainda pelas narrativas de gestantes revelando que, para muitas, os primeiros pensamentos e preocupações, assim que souberam que estavam grávidas, passaram por algum elemento do consumo, como o quarto ou o enxoval, por exemplo.

Nesta pesquisa busquei entender os marcos que fizeram com que a experiência da gestação se tornasse uma experiência de consumo. Como as narrativas de uma dada pedagogia da gravidez tiveram a sua centralidade deslocada da saúde e passaram a estar imersas em práticas e significados relacionados a objetos, rituais e emoções imperativas para que se performe a imagem de uma boa gestante. Tema tão amplamente explorado pelas mídias, que passa a atrair uma audiência para além de mulheres gestantes ou tentantes.

Para ajudar a entender a transformação do fenômeno da gestação mediada e midiaticizada pelo consumo, cabe aqui trazer a teoria de Grant McCracken (2003)

acerca do movimento do significado no mundo dos bens. Como afirma o autor, “os bens de consumo têm uma significação que vai além do seu caráter utilitário e de seu valor comercial” (McCRACKEN, 2003, p.99). Segundo ele, os significados estão sempre em trânsito, partindo do mundo culturalmente constituído, onde se dão as experiências cotidianas regidas pelas crenças e princípios da cultura, e chegando até os consumidores individuais a partir do dos bens de consumo. “O significado que organizou o mundo torna-se, através dos bens, parte visível e demonstrável deste” (McCRACKEN, 2003, p.103). A publicidade e o sistema de moda se encarregam de embeber os bens de significados. E os rituais de posse, troca, arrumação e despojamento são os meios pelos quais estes significados são transmitidos aos consumidores por meio dos bens. Cabe ressaltar que o autor entende a cultura como detentora “das lentes através das quais todos os fenômenos são vistos” e “plano de ação da atividade humana”, “especificando comportamentos e objetos” (McCRACKEN, 2003, p.101).

Uma vez contextualizado o tema e as manifestações que motivaram a empreender esta pesquisa, trago a seguir os objetivos da mesma e ainda como os resultados desta pesquisa serão apresentados capítulo a capítulo.

A pesquisa tem por objetivo analisar a gestação mediada e midiaticizada pelo consumo, a partir do mapeamento de suas práticas, bens, experiências e rituais. O estudo possibilita identificar as representações sociais da gestação, manifestadas nas narrativas das gestantes e na mídia.

Como objetivos específicos, busquei: (I) identificar e analisar as práticas rituais da gravidez; (II) compreender a partir dos objetos a configuração das subjetividades da mãe e do bebê; (III) mapear os percursos e os fatores de influência nas decisões de consumo da gestante; e (IV) observar o quarto do bebê como local de convergência entre objetos e cenário, como lugar primeiro de formação de subjetividade.

Como hipóteses de pesquisa, considere os seguintes itens:

- A imagem e identidade de “boa gestante” são forjadas por suas escolhas de consumo, da concepção ao puerpério.

- A mídia e os especialistas, médicos ou não, exercem papel de influência importante nas decisões de consumo na gestação.
- A materialidade da gestação sofre adaptações quando observamos diferentes classes sociais, mas há itens considerados obrigatórios para ser gestante nos tempos atuais.
- Práticas de consumo que têm como valor central a simplicidade, como o consumo compartilhado e a prática do “faça você mesmo”, invadem também o universo da gravidez criando um contraponto com as práticas mais massivas.
- Mulheres que já são mães configuram a maior influência na definição do inventário de bens materiais e práticas de consumo na gestação.
- Há diferença entre a primeira e demais gestações no que diz respeito às práticas de consumo.
- O tipo de parto escolhido impacta na demais vivências e consumos da gestação.

Entende-se aqui a gestação, planejada ou não, do momento em que se constata a gravidez até o parto. No caso das gestações planejadas, contemplou-se o consumo desde a preparação para concepção – exames, medicações e tratamentos. A pesquisa se estendeu até o nascimento, tratando apenas de tópicos que fossem relativos a decisões de consumo e experiências empreendidas durante a gestação, como itens de enxoval, tipo de parto, maternidade, dentro outros bens e serviços.

Para essa investigação o percurso se deu a partir da perspectiva da antropologia do consumo e da antropologia cultural. E de autores que tratam da formação da subjetividade contemporânea, uma vez que as decisões de consumo estão embebidas nesta perspectiva. E o próprio papel de mãe e o significado de ter um filho são impactados pelos valores sociais centrais da nossa sociedade moderno-contemporânea.

Quanto ao ineditismo do tema no campo da comunicação, podemos afirmar que não há produções que se proponham a esse tema, com o recorte aqui apresentado. A produção que abarca os objetos e a materialidade do consumo como perspectiva de análise é também reduzida no Brasil. Quanto à gestação e consumo, o que se encontra são trabalhos mais recentes, em nível de graduação, que tratam da gestação de celebridades. Há o trabalho de dissertação de Ana Luiza de

Figueiredo Souza, mestre pela Universidade Federal Fluminense, que recebeu menção honrosa na Compós de 2020. Sua pesquisa trata da análise de conversas em blogs de maternidade, sobre o direito de não ser mãe. Já no exterior, foram identificados mais trabalhos que associam gravidez e consumo, que são referenciados ao longo deste documento.

O que há com mais frequência no campo da comunicação são trabalhos sobre maternidade, como é o caso da pesquisa de doutorado empreendida por Adriana Braga (2008), publicada em livro sob o título de *Personas materno-eletrônica*, que é referência no campo.

A ideia do tema surgiu ao observar a infinidade de itens consumidos que hoje parece se fazerem necessários para denotar a boa gestante, no cuidado com ela mesma e com o seu bebê. O enxoval, como uma espécie de “lista de compras da mãe e do bebê” ganha diversas versões a depender de quem a produz. Durante a gestação do meu filho, me surpreendi com a quantidade de coisas que me diziam serem necessárias, essenciais, para mim ou para o meu filho, como poltrona de amamentação, cremes hidratantes, e conchas e pomadas para seios. Além disso, chamam a atenção também algumas frases como “como alguém tão pequeno pode precisar de tanta coisa?”, que ouvi algumas vezes nas incursões no campo de pesquisa – e que coincide com que pensei quando fui gestante em 2014. As listas de enxoval são compostas por uma verdadeira profusão de objetos que por vezes não deixam claras as suas reais aplicações. E surpreendem também pela variedade e volume de itens. E as suas diferentes versões.

Uma das minhas entrevistadas chegou a contar que, quando estava comprando o enxoval do seu filho nos Estados Unidos, colocava as pilhas de roupa na cama, separadas por idade (meses) e via como estava a altura de cada uma delas, para ver se não tinha exagerado em uma determinada faixa etária, e deixado alguma outra a desejar. Medir o consumo pela altura da pilha de objetos é algo que não pode ser testemunhado sem que se gere uma série de reflexões.

Outro fato que chama a atenção, em dada camada social, são as viagens para compra do enxoval. Há um mercado em torno dessa prática de consumo, incluindo

algumas consultoras especializadas no assunto, que chegam oferecer o serviço de realizar a compra pela gestante se assim desejar, ou acompanhá-la em suas compras.

Como o estudo se dá no campo da comunicação, contemplei também como contextualização do estudo, tanto a mídiatização de relatos pessoais acerca da gestação em redes sociais digitais, principalmente Instagram, YouTube e Facebook, quanto também as produções midiáticas<sup>5</sup>, que pretendem tratar desse momento de vida, quando a mulher ganha a identidade passageira de gestante, não de mãe propriamente. Nos estudos de língua inglesa sobre gestação e consumo, não é incomum encontrar a expressão “mum-to-be”, o que reforça esta identidade de uma mulher em vias de se tornar mãe.

Reforço que esta incursão nas produções midiáticas de veículos e programas especializados em gestação se deu em caráter contextual e exploratório, não compondo o corpus propriamente dito da pesquisa. No capítulo sobre percurso metodológico isso ficará mais claro. Mas adianto que a pesquisa se dá no campo da comunicação por alguns aspectos: por pensar a perspectiva comunicacional do consumo; por observar que o processo de mídiatização da vida privada ocorre a cada dia de forma mais intensa; e por constatar, através do campo de pesquisa, que as experiências gestacionais são mediadas por objetos e práticas prescritos socialmente, que comunicam e representam o que se espera da ‘boa gestante’ atualmente.

Esta pesquisa contribui para o campo da comunicação e ciências sociais aplicadas por se enquadrar na perspectiva da antropologia do consumo, uma das áreas correlacionadas com o campo em questão, e que dialoga com o mesmo ao considerar a publicidade, e suas variantes comunicacionais, como narrativas do consumo. Ademais, as práticas e representações de consumo são elementos essenciais à comunicação social, uma vez que é sabido que o consumo comunica.

Cabe destacar também que a própria origem do campo da antropologia do consumo se dá a partir dessa lógica da análise do conjunto de objetos e seus significados culturais. Podemos afirmar isso a partir da leitura de *O mundo dos*

---

<sup>5</sup> Exemplos: programas de TV, revistas especializadas.

*bens*, originalmente publicado em 1979, em que Mary Douglas e Baron Isherwood afirmam que o conjunto de bens que selecionamos e reunimos comunicam identidades. Analisam a relação entre os bens, entre os sujeitos e os objetos e, conseqüentemente, entre sujeitos. A partir dessa seleção de objetos que nos cercam e compõem o nosso estar-no-mundo, construímos nossas pontes e muros em nossas relações sociais.

O estudo em questão será assim apresentado nas próximas páginas. Após esta introdução, no capítulo 2, dedico-me a esclarecer o percurso metodológico empreendido por mim nesta pesquisa. Nele, explico como observei e analisei as narrativas e conversas com as gestantes durante o meu campo de pesquisa, onde foram realizadas visitas ao quarto do bebê. E como as mesmas podem também ser analisadas a partir dos registros fotográficos, em visitas a estes quartos do “baby-to-be”<sup>6</sup>. Esclareço também como se deu a vivência da observação flutuante em feiras e eventos de gestantes. Falo sobre como a pesquisa documental apoiou a contextualização do estudo, a partir da análise interpretativa do conteúdo de revistas e outras mídias especializadas em gestantes. Apresento as minhas bases conceituais. E, para encerrar este capítulo, trago as delimitações do estudo. Não deixo de narrar também os obstáculos encontrados ao longo do percurso.

No capítulo 3 a proposta é apresentar a fundamentação teórica acerca do consumo e da formação da subjetividade contemporânea. A cada item deste capítulo trago alguma evidência que ilustre como consumo e subjetividade estão imbricados no universo da gestação. Trato de temas e conceitos que passam pelas questões das narrativas e dos imperativos da performance e da visibilidade. Discuto o consumo como fato social e modo de vida. Apresento os objetos como marcadores sociais e como representação de memória das experiências e ainda os rituais como sendo responsáveis por dar sentido às experiências. Encerro este capítulo com uma revisão bibliográfica sobre outros estudos que se debruçam sobre a relação de gestação e consumo.

No capítulo 4 a proposta é analisar os imperativos e imposições de consumo na jornada da gestação, decupando o que seria, esta nova pedagogia da gestação.

---

<sup>6</sup> Termo empregado por mim em analogia ao termo “mum-to-be” por se tratar de um quarto e um filho em construção

Nele apresento os resultados da análise de campo que revela o bebê mediado e midiaticizado, desde o teste de gravidez até os relatos de parto. A ideia é apresentar como a gravidez é mediada pelo consumo e constantemente midiaticizada em toda a sua jornada, o que reforça a disseminação de novas práticas, experiências e define um modo ser gestante na atualidade.

Neste capítulo também trago a discussão do consumo da e na gestação a partir do espaço que ganha cada vez maior centralidade, por ser o cenário em que a gestante sonha acordada com o seu bebê. Um espaço físico que encena uma nova vida, da futura mamãe e do bebê. Trago o quarto como de fato um cenário, por observar a presença do mesmo em todas as camadas sociais. Mesmo em casas mais humildes, por exemplo, em que não há cômodos, há quarto de bebê, com os espaços delimitados por elementos decorativos e mobiliário. Os objetos delimitam este espaço chamado quarto. Assim o quarto se faz cenário. Palco onde se dará o início de uma nova vida, forjada desde antes de nascer por aquele espaço e objetos. Analiso as minhas experiências de campo durante o *tour* de quarto (e *tour* de cômoda) nas casas das minhas informantes.

Só mais recentemente, após realizadas as visitas aos quartos, que pude constatar que havia uma vasta presença de narrativas de *tour* de quarto e *tour* de cômoda no YouTube. Narrativas empreendidas por gestantes, famosas ou não, que exibem com orgulho os bastidores e cenário do evento que está para estrear em sua vida. Estes vídeos começam a se apresentar em maior volume de 2015 para cá. Tal evidência só corrobora a centralidade do quarto como objeto de estudo que corporifica as relações gestante e bebê mediadas pelo consumo. Destaca-se a forma pela qual a lógica empreendedora é valorizada nestas narrativas. Elogios nos comentários como “que mãe caprichosa!” são comuns, principalmente quando ela faz questão de dizer que quis arrumar tudo sozinha. Além disso, faz-se presente também o imperativo da produtividade e da praticidade: tudo tem que estar disposto para que a produção diária de um bebê instagramável, lindo e cheiroso seja facilitada no dia a dia.

Cabe aqui ressaltar que, mesmo que o quarto esteja presente no título deste trabalho, o meu foco de pesquisa se deu, a partir das descobertas realizadas durante o percurso metodológico que apresentarei no capítulo a seguir, a questão da

pedagogia de consumo da e na gestação. O que me interessa é “tem que”. Claro que o quarto se configura como um elemento importante no mosaico que compõe os processos de midiaticização e pedagogia da gravidez. Mas achei importante deixar aqui claro este ponto para que sejam alinhadas as expectativas quanto à centralidade do quarto no capítulo 4 onde os resultados do campo são apresentados.

## 2. Metodologia

Desde a concepção do objeto de estudo até a entrega do relatório final, o trabalho de pesquisa requer uma atenção sistemática e cuidadosa em todas as suas etapas.

Sobre a construção do objeto de pesquisa, Bourdieu explica, na segunda parte de seu livro *A profissão de sociólogo*, o que há de particular no objeto de estudo das ciências sociais: “a maldição das ciências humanas, talvez, seja o fato de abordarem um objeto que fala” (BOURDIEU, 1999, p.50). Com isso, buscar extrair conceitos e problemas a serem pesquisados a partir apenas das falas dos sujeitos-informantes pode nos impedir de perceber mais possibilidades de abordagem e interpretação que extrapolem as nossas perspectivas e preconceções, bem como a dos informantes investigados, como complementa Bourdieu.

A tão perseguida objetividade ou neutralidade do pesquisador é, no campo das ciências humanas, apenas algo que se busca alcançar, sem nunca chegar lá de fato. Até mesmo os dados que poderíamos julgar neutros, não o são porque a coleta deles já foi submetida a uma dada visão de mundo, perspectiva, escolha de um sujeito que observa o seu objeto, também sujeito, no caso das ciências sociais. Assim, “da mesma forma que não existe gravação perfeitamente neutra, assim também não há perguntas neutras” (BOURDIEU, 1999, p.55). Soma-se a isso o fato de que formular os questionamentos de pesquisa apenas com as próprias categorias do pesquisador ou com as categorias que ele pensa fazerem sentido para os informantes, limita a pesquisa. Com isso,

(...) o sociólogo que recusa a construção controlada e consciente de seu distanciamento ao real e de sua ação sobre o real, pode não só impor aos sujeitos determinadas questões que não fazem parte da experiência deles e deixar de formular as questões suscitadas por tal experiência, mas ainda formular-lhes, com toda ingenuidade, as questões que ele próprio se formula a respeito deles, por uma confusão positivista, entre as questões que se colocam objetivamente aos sujeitos e as questões que eles se formulam de forma consciente. Portanto o sociólogo terá de fazer uma difícil escolha quando, desencaminhado por uma falsa filosofia da objetividade, vier a tentar anular-se como sociólogo (BOURDIEU, 1999, p. 51).

Assim, seguindo o que MILLS (2009) chama de artesanato intelectual, descrevo a seguir o meu percurso metodológico no trabalho de pesquisa desenvolvido durante o doutorado. E, como em todo o percurso, destaco os atalhos, percalços e trajetórias que me trouxeram até aqui. Esta foi uma gestação intelectual bastante conturbada para mim. Devido a uma série de fatores externos e internos, mas espero que um dia possa de fato me orgulhar deste bebê que nasce agora para o mundo acadêmico. A história de vida deste projeto, desta tese-filho é narrada agora nos itens a seguir.

## **2.1. Percurso Metodológico**

Quando o tema da pesquisa começou a se concretizar em torno da relação de consumo e gestação, logo me veio à mente a imagem da publicidade de feiras de gestantes e bebês. Lembrei-me de imediato de fotos e vídeos em centros de convenções lotados de stands e de objetos das mais diversas formas e naturezas de uso, recheados de significados. Este era o símbolo, a imagem mental de consumo e gestação que me ocorreu em um primeiro momento como possível campo de estudo.

Foi então que, em paralelo a isso, desenvolvi a minha primeira incursão no campo de pesquisa, a partir de um método apresentado em uma disciplina que estava cursando no doutorado com a profa. Cláudia Pereira. Trata-se do método da etnografia flutuante (PÉTONNET, 2009, p.102), que guiou a minha observação inicial em uma feira de gestantes e bebês, que vinha sendo anunciada aqui em Niterói, onde moro, chamada Baby Nit.

Buscando fugir, ao menos em parte, dessas armadilhas da pesquisa em ciências sociais, decidi iniciar a minha pesquisa sobre consumo na gravidez por uma incursão presencial na feira de bebês, em Niterói, no dia 12 de maio de 2017. Nessa primeira iniciativa de entrada no campo, tinha dois objetivos: deixar que o meu objeto de estudo suscitasse questões de pesquisa, e queria também experimentar um método de pesquisa novo para mim: a observação flutuante.

Ele consiste em permanecer vago e disponível em toda circunstância, em não mobilizar a atenção sobre um objeto preciso, mas em deixá-la “flutuar” de modo que as informações o penetrem, sem filtro, sem a priori, até o momento em que pontos de referência, de convergências, apareçam e nós chegamos, então, a descobrir as regras adjacentes (PÉTONNET, 2009, p.102).

O que chama atenção nessa proposta etnometodológica são dois pontos principais:

- Estar disponível e atento durante a sua prática, a fim de descobrir o que está sendo observado, fazendo com que surjam novos questionamentos, provocando um convite a novas incursões;
- Não planejar a sua observação. Realizar uma observação sem um instrumento de coleta de dados previamente estruturado.

A prática da observação flutuante surge como uma proposta etnometodológica no estudo das cidades, pelas mãos de Colette Pétonnet (2009), com seus primeiros estudos realizados no início da década de 1980. Provavelmente inspirada pelos preceitos da antropologia francesa que deixa com que o objeto de pesquisa se construa a partir do campo, sem um projeto pré-definido. Com esse método a autora propõe que tudo se inicie por uma caminhada despreziosa pela cidade. E descubra-se a partir daí, seus residentes e transeuntes anônimos, frequentes ou não, que se observe e arquitetura do local, que se busquem os sentidos e significados de determinados trajetos, práticas e símbolos, sem um destino pré-determinado.

Esta mesma feira posteriormente serviu de palco para um episódio do programa *Além da Conta*, apresentado pela atriz Ingrid Guimarães, no canal *GNT*. Neste episódio, exibido em janeiro de 2018, a também atriz, Sheron Menezes, grávida de seu primeiro filho, foi entrevistada enquanto percorria os corredores desta feira na cidade de Niterói.

Para fins de contexto, este programa discute as práticas consideradas pelo mesmo como exageradas de consumo, o que se costuma identificar por consumismo. Há trechos neste episódio sobre gestação que geram muitas descobertas interessantes para a pesquisa. Por isso a Baby Nit como parte integrante

do meu *corpus* de pesquisa está presente tanto na minha observação flutuante, que se deu em duas datas diferentes, quanto na análise da narrativa do programa de TV citado anteriormente.

Além da feira Baby Nit, compôs também o *corpus* da minha pesquisa a tradicional Feira da Gestante e Bebê do Riocentro. Por lá também empreguei esta mesma prática de observação flutuante. E as descobertas empreendidas por lá, a partir do que vi, ouvi e senti também compuseram os achados de pesquisa, que são demonstrados nos capítulos seguintes.

Além disso, tive a oportunidade de entrar em contato com os organizadores deste evento, a Jornada dos primeiros mil dias, apresentando-me como pesquisadora. O evento aconteceu no dia 24 de fevereiro de 2018 na Associação Médica Fluminense de Niterói. O evento contava com a fala de uma série de especialistas com obstetras, enfermeiras, nutricionistas, psicólogos, com espaço de convivência no café da manhã e nos intervalos. Nesta oportunidade, ouvindo as palestras e percebendo a reação e comentários das gestantes também pude refletir sobre alguns pontos da minha pesquisa. Neste espaço também circulei pelo enorme salão que abrigava o evento, enquanto ele se desenrolava. E interagi informalmente com algumas gestantes e organizadores do evento durante os intervalos. Foi uma manhã imersa no universo da gestante a partir da perspectiva médica, que envolvia consumo alimentar, práticas e modos de fazer em relação à amamentação, orientações em relação à escolha do parto e da maternidade. Todos considerados itens muito importantes na cesta de produtos e serviços para uma gestante e um bebê saudáveis.



Figura 4: Evento promovido para gestantes pela UNIMED ao qual tive acesso como pesquisadora para observar as narrativas e comportamentos acerca da gestação e do saber médico.

Este estudo aqui apresentado, quanto à natureza de coleta, seguiu os preceitos metodológicos de uma pesquisa de abordagem qualitativa, de cunho exploratório, que se valeu de métodos baseados em observação nas casas das informantes, acompanhadas de entrevista, e ainda da etnografia flutuante nos eventos e feiras destinados ao universo da gestante.

Quanto às entrevistas e incursões de observação nos quartos dos bebês, foram realizadas 14 visitas entre novembro de 2017 e março de 2020, como podem ser verificadas na tabela abaixo:

Gestante	Data da entrevista	1o filho	Idade	Onde Mora	Posição Social
TR	nov/17	Sim	35	Santa Rosa	camada média-alta
LP	dez/17	Não	39	Botafogo	camada média
ER	dez/17	Sim	33	Recreio	camada média
GL	dez/17	Sim	33	Tijuca	camada média-alta
AD	fev/18	Sim	42	Botafogo	camada média
SP	fev/18	Sim	35	Itaboraí	classe popular
BB	jul/18	Sim	28	Barra	camada média
CH	set/18	Sim	32	Jacarepaguá	camada média
PS	jul/19	Não	42	Piratininga	camada média-alta
AJ	mar.-20	Não	37	São Gonçalo	classe popular
PA	dez/19	Sim	38	São Paulo	classe média-alta
EM	mar/19	Sim	32	São Paulo	classe média-alta
FB	mar/20	Sim	32	Méier	classe popular
KP	mar/20	Sim	40	Barra da Tijuca	classe média

Tabela 1: relação de entrevistas realizadas com visita aos quartos dos bebês

Mais detalhes a respeito do perfil das informantes são apresentados no capítulo 4, quando apresento as análises dos dados de campo. Tal contextualização se faz essencial tanto para entender a perspectiva da origem dos dados, como também apoiar a compreensão das análises realizadas.

O critério de seleção dos sujeitos se deu a partir do seguinte critério: quando alguém de minha rede postava nas redes sociais que estava grávida, ela entrava na minha lista de possíveis informantes de pesquisa. O mesmo se deu por indicação de outras gestantes que não pertenciam à minha rede propriamente dita. Então fazia contato via mensagem direta, apresentava o meu tema de pesquisa e agendava visita à casa da gestante. Assim sendo, a maior parte das gestantes foi ouvida a partir do seu 3º mês de gestação. Isso porque o anúncio da gravidez costuma acontecer, por riscos de perda do bebê, apenas a partir do 3º mês. Mas algumas, por questões de dificuldade de conciliar agenda para a visita, foram ouvidas entre o 5º e 8º mês.

As variáveis que considerei como obrigatórias para a seleção foram: ter anunciado que estava grávida em alguma rede social; aceitar que eu pudesse fazer uma visita à sua casa, para que pudéssemos conversar e conhecer o espaço e as coisas do bebê. Além disso, há variáveis também de natureza classificatória, por assim dizer, que garantem a diversidade de escutas. Assim considerei na seleção: tempos variados de gestação; se já tinha filhos ou não; se a gravidez foi planejada ou não; classes sociais diversificadas (AB e C); mulheres mais jovens e mulheres mais velhas. Para fins de classificação socioeconômica, considerei como critérios o local onde mora, já que pude estar na casa da gestante, aspectos relacionados ao

estilo de vida e ocupação profissional dos membros da família que estava esperando o bebê.

Havia uma intenção inicial de que a conversa fosse estendida no mesmo núcleo familiar ou em outro, para outras gerações de mães, a fim de obter uma perspectiva geracional da gestação. Mas só consegui realizar um destes encontros. O meu objeto de pesquisa, talvez de forma mais acelerada do que alguns outros, já se configura como uma contagem regressiva em si: eu sabia que a informante estava grávida, fazia contato para convidar e agendar visita e, quando víamos, entre compromissos com médicos, compra de enxoval, organização de chá de bebê e tantos outros compromissos envolvendo a jornada da gestação, o bebê já estava prestes a nascer ou já havia nascido. Não que eu não pudesse agendar com a mãe daquela gestante ou outra mãe em outro momento, mas acabei por escolher investir em estender a escuta a mais gestantes em vez de disputar a agenda da pesquisa entre mães e gestantes. Essa foi uma escolha que precisei fazer.

Uma outra intenção enquanto a pesquisa ainda era projeto, é que eu faria ao menos duas visitas à casa da gestante. Uma em que ela ainda estaria gestante e o quarto ainda seria apenas cenário. E outra em que ela já fosse mãe com seu bebê nos braços, agora em um quarto vivido, não mais imaginado. Mas este foi outro percalço da pesquisa. Entre ampliar as escutas de novas gestantes ou retornar ao campo com a mesma gestante três meses depois do nascimento, por questão de tempo, escolhi ampliar a amostra de gestantes. O retorno aos quartos montados se deu por vídeos e fotos que as informantes me enviaram. Porque mantive contato e trocas com ao menos algumas delas durante alguns meses após o nascimento do bebê.

Registro aqui essas intenções de pesquisa, por assim dizer, para que fiquem aqui registradas como oportunidades de futuras pesquisas, para mim, ou para qualquer outro pesquisador que venha a se interessar pelo mesmo objeto de pesquisa. Na conclusão deste trabalho, deixarei mais indicações de pesquisa futura, porque o que não me faltou neste projeto foram ideias férteis de pesquisa, com a licença de fazer sim este trocadilho alinhado ao tema.

A pesquisa também contou com uma observação realizada em redes sociais em meio digital. Ao longo de todo processo de pesquisa acompanhei algumas *hashtags* no Instagram, como indicado a seguir: #gravidinha; #bolsadematernidade; #gravidez; #malamaternidade; #futuramamae; #pingenteleitematerno; #printdeplacenta; #gravidas; #quartinhodebebe; #postpartum; #saidadematernidade; #mamaebebe. Estes tópicos foram selecionados por estarem recorrentemente presentes em posts do Instagram sobre gravidez. Claro que há uma série de outros termos, mas escolhi seguir aqueles que faziam mais sentido quando pensado o tema da pesquisa: consumo e gestação.

Com este levantamento de manifestações espontâneas, em perfis abertos, são expostas evidências que ampliam as escutas do campo. E mostram o quanto a formação da performance e da pedagogia da gestante está de fato atravessada pela comunicação e pelas mídias. Isto permite avaliar como os preceitos da subjetividade contemporânea são expressos pela gestante em suas redes sociais. E como estas mesmas lógicas mergulham o bebê no universo de consumo, onde ele próprio, em algumas situações se torna objeto.

Além desta observação que fiz no Instagram, que posso considerar também flutuante, por assim dizer, cheguei a realizar iniciar entradas em alguns grupos sobre gravidez e maternidade no Facebook. Cheguei a começar a sistematizar os grupos que localizei por lá, as suas métricas e tipos de conversas. Os critérios de escolha levaram em consideração itens como seguidores e grau de atividade. Alguns deles haviam sido selecionados para um mergulho mais profundo, de observação participante de fato, quando ainda estava definindo a metodologia que de fato iria adotar. Mas esta coleta ficou pelo caminho, tanto por questões ligadas ao cronograma da pesquisa, quanto em razão de ter notado que os principais posts que de fato faziam sentido à abordagem da minha tese, transbordavam para o Instagram e eram lá reproduzidos por perfis diversos de gravidez. Estes posts me chegavam no Instagram a partir das *hashtags* que eu acompanhava, já há mais tempo do que o Facebook.

De todo modo, trago neste estudo alguns elementos ali observados enquanto acompanhei alguns destes grupos de gestante e seus diálogos no Facebook. Sem a pretensão de me aprofundar, categorizando e analisando estes grupos, posts e

comentários, por exemplo. Penso ser útil registrar aqui estes achados iniciais pois podem vir a constituir uma nova perspectiva de pesquisa futura.

É sabido que a pesquisa requer escolhas e foco, e por isso precisei deixar para trás as comunidades de gestantes (e tentantes) no Facebook pelos motivos expostos. De todo modo, tanta a observação empreendida no Instagram, quanto no Facebook, serviram para otimizar a contextualização e compreensão do objeto. Mas, reforço, não estão aqui colocados como elementos constituintes do *corpus* de pesquisa.

Após realizadas as visitas aos quartos, constatei que havia uma vasta presença de narrativas de *tour* de quarto e *tour* de cômoda no YouTube. Narrativas empreendidas por gestantes, famosas ou não, que exibem com orgulho os bastidores e cenário do evento que está para estreiar em sua vida. Tal evidência só corrobora a centralidade do quarto como objeto de estudo que corporifica as relações gestante e bebê mediadas pelo consumo. Destaca-se a forma pela qual a lógica empreendedora é valorizada nestas narrativas. Elogios nos comentários como “que mãe caprichosa!” são comuns, principalmente quando ela faz questão de dizer que quis arrumar tudo sozinha. Além disso, fazem-se presentes também os imperativos de produtividade e da praticidade: tudo tem que estar disposto para que a produção diária de um bebê instagramável, lindo e cheiroso seja facilitada no dia a dia. Por isso, arrisquei também algumas análises de vídeos no YouTube.

Nestes vídeos, localizados a partir das mesmas hashtags seguidas no Instagram, encontrei, em outros formatos, as mesmas manifestações de consumo e gestação que já vinha observando no Instagram. Lá consegui encontrar materiais como os já citados *tour* do quarto do bebê e *tour* de cômoda; ritual de preparação da mala de maternidade; relatos de parto e muitas outras temáticas relativas à gravidez e ao consumo. Estes espaços e momentos também são apresentados no Instagram. Por isso, decidi focar a observação mais detida, para fins de contextualização do objeto, no Instagram, que acabou por convergir as evidências necessárias à compreensão do fenômeno no recorte de pesquisa proposto por mim.

Preocupada em obter, ao menos como comparativo, uma perspectiva histórica e geracional da relação entre consumo e gestação, a partir da mídia,

busquei publicações especializadas que pudessem me trazer este olhar. Mas este movimento de coleta ocorreu justamente no início da pandemia do novo coronavírus, o que impossibilitou o acesso aos acervos físicos da Biblioteca Nacional, por exemplo. Mas consegui contactar o atual proprietário da publicação *Pais e Filhos*, que gentilmente me disponibilizou edições impressas antigas da revista, quase um exemplar ao menos de cada década, como solicitei e o que foi possível ser enviado para mim. E por que a escolha deste título? Porque esta é a única publicação especializada que continua sendo publicada até os dias atuais e que cobriu ao menos três gerações de mães, porque a sua edição número 1 é do ano de 1968. Foram analisadas as publicações das seguintes datas: a primeira edição da revista, de setembro de 1968; edição de junho de 1979; edição de janeiro de 1985; a edição de setembro de 1993; edição de março de 2001; edição de março de 2013; edição de julho de 2016; edição de agosto de 2018; edições de junho, julho e setembro de 2020. Esta foi a forma que encontrei de estruturar e demonstrar numa perspectiva temporal alguns dos marcos relacionados ao consumo da e na gestação.

Assim, reforço que o *corpus* da minha pesquisa é principalmente formado pelos relatos de minhas quatorze informantes, somados a registros fotográficos e observação de campo, tanto realizado na casa das informantes, quanto nos percursos em feiras e eventos para gestantes. Já a coleta e posts salvos do Instagram, a partir do acompanhamento de hashtags ligadas à gestação, cumprem uma função contextual e exploratória, que amplia para além das entrevistas, o universo da gestação e do consumo, tema que motivou este estudo. Destaco ainda que as hashtags foram sendo enriquecidas ao longo do tempo até mesmo a partir das próprias entrevistas. Ou por visitas a eventos e feiras destinadas a gestantes.

Cabe destacar que o Instagram, uma das redes sociais virtuais mais utilizadas no Brasil e no mundo, retrata experiências e vivências das mais diversas naturezas, como registros de momento mais prosaicos e cotidianos, ritos de passagem e marcos relevantes nas histórias de vida daqueles que ali se fazem personagens. Não registrar e compartilhar estes momentos é como se fizessem deles inexistentes. A condição da existência do fato vivido passa a ser a sua visibilidade.

A pesquisa contou também com revisão bibliográfica, buscando artigos de produção nacional e internacional, a fim de compreender aspectos do fenômeno

social analisado, sob outras perspectivas já produzidas por outros pesquisadores, dos campos da Antropologia e da Comunicação.

Julgo que minha pesquisa possa pertencer ao grupo de pesquisas que lançam mão da Semiótica como perspectiva metodológica. Entendendo aqui a semiótica como ciência que se dedica a estudar a produção de sentido, tendo nas linguagens seu objeto privilegiado de análise (IASBECK, 2008, p.193).

Trabalhar semioticamente um objeto de pesquisa significa relacioná-lo como maior e o mais significativo número e natureza de possibilidades que ele comporta buscando compreendê-lo em movimento, dinâmico e operante, ainda que tais relações possam, eventualmente, estabelecer paradoxos incontornáveis. É, pois, alastrando o espectro de sua atuação, adensando as possibilidades de sentido e projetando tendências e novas frentes de atuação desse mesmo objeto (IASBECK, 2008, p.203).

Numa abordagem multidisciplinar, lanço mão de uma perspectiva antropológica para analisar os elementos observados em campo. Entendo ainda que, a Semiótica, como conceituada aqui, represente uma análise interpretativa, um dos três principais métodos de interpretação das Ciências Sociais<sup>7</sup>. “A análise interpretativa visa à explicação do fenômeno mediante operações lógicas de síntese e de amplificação levando (...) a um nível superior de abstração e de generalização” (LOPES, 2005, p.152).

As análises aqui empreendidas pretendem seguir a relativização proposta pela Antropologia Social. Levando em consideração que “não existe fato sociológico independentemente da referência à sociedade global em questão” (DUMONT, 1985, p; 13). Por isso, é essencial fazer as leituras e interpretações que se seguem de forma a relativizar tais análises no contexto de nossa sociedade de consumo, com seus valores, categorias, hierarquias e representações.

A construção do estranhamento em relação ao objeto de estudo escolhido promove sentimento análogo ao descrito abaixo:

(...) causou perplexidade e a perplexidade diante de um fato social pode ser útil para o exercício de reflexão ao abrir os olhos para a diferença. Fazer análise comparativa é comum no estilo de

---

<sup>7</sup> Os outros dois são o dialético e o funcionalista. Para um aprofundamento no tema, ver *Pesquisa em Comunicação*, de Maria Immacolata Vassallo de Lopes. São Paulo: Edições Loyola, 2005.

interpretação em antropologia e pode ser um bom ponto de partida para pensar cultura e consumo. Também, como atitude antropológica típica, vamos relativizar, permitindo o estranhamento, oferecendo outra escala de valores e, eventualmente, encontrando pistas para entender alguns significados do consumo (ROCHA, 2000, p. 20).

É, então, a partir desta perspectiva metodológica que empreendi as análises dos dados coletados durante a minha pesquisa.

## 2.2. Bases Conceituais

As bases conceituais da presente pesquisa passaram por autores ligados à Antropologia do Consumo, como Mary Douglas e Baron Isherwood [1979; 2006] em sua obra *O Mundo dos Bens*; Everardo Rocha (1995) e sua abordagem acerca do consumo em *Sociedade do Sonho*; Daniel Miller [1998; 2002] em *Teoria das Compras*, e em artigo publicado sobre maternidade em *Consuming Motherhood* (2004); Grant McCracken em seu livro *Cultura e Consumo* [1988; 2003], com seus conceitos efeito Diderot, significado deslocado, categorias culturais e princípios culturais; Colin Campbell e seu conceito de *day dreaming* descrito em *A Ética Romântica e Espírito do Consumismo Moderno* [1987; 2001] e um artigo mais recente, de 2006, onde autor se propõe a explorar as bases metafísicas do consumo moderno. Para dar conta da interpretação de manifestações de consumo na gestação que atravessam as camadas socioeconômicas e outras perspectivas de agrupamento social, lanço mão do conceito de apropriação imitativa proposto por Simmel [1904; 2006], do *trickle-across*, proposto em 1963 por Charles W. King, que defende que a difusão de ideias se dá de maneira horizontal em membros de um mesmo agrupamento social, e que para isso a centralidade dos líderes de opinião e inovadores na disseminação do que é moda faz-se central. E também do *trickle-down*, primeiramente proposto por Simmel em 1957 e posteriormente revistado por Grant McCracken em seu livro aqui já citado, *Cultura e Consumo* [1988; 2003].

Como o quarto do bebê surgiu como um elemento central que conecta formação de subjetividade contemporânea e consumo, desde a primeira entrevista, fez-se necessária a fundamentação teórica que trata sobre o tema. Para isso recorri aos seguintes autores e conceitos: Paula Sibilia e o *Show do Eu* (2008); Nicole

Aubert e Claudine Haroche em *Tirania da Visibilidade* (2013); João Freire Filho e Maria das Graças Pinto Coelho em *A promoção do capital humano*; Louis Dumont em sua obra sobre *O Individualismo – Uma perspectiva antropológica da ideologia moderna* [1983; 1985] e Giles Lipovetsky em *Felicidade Paradoxal* (2007), *A Cultura-Mundo* (2011) e *Estetização do mundo* (2015).

Na interlocução entre comunicação e antropologia, o arcabouço teórico se baseou em *Comunicação e significado* (2006) e *Antropologia e comunicação – Princípios Radicais* (2008), ambos de José Carlos Rodrigues.

Para pensar as questões do corpo que surgiram no campo, lanço mão das obras de José Carlos Rodrigues, em seus livros *Tabu do corpo* (1983) e *O corpo na história* (1999). Também *Antropologia do corpo* (2016) e *Antropologia dos sentidos* (2016), ambos de David Le Breton, além do conceito de “imitação prestigiosa”, proposto por Marcel Mauss (1974).

Ademais, realizei levantamento bibliográfico em busca de produções acadêmicas, nacionais e internacionais, na área de Comunicação Social ou em áreas afins, como Antropologia, por exemplo, acerca da gestação e sua relação com o consumo. Tais referências serão analisadas e devidamente assinaladas no próximo capítulo, quando trago o resultado deste levantamento.

### **2.3. Delimitação do Estudo**

Cabe reforçar que este não é um estudo sobre maternidade. A pesquisa discute o consumo na e da gestação. Assim, o período considerado aqui como gestação considera bens, serviços, ideias e experiências consumidos pela futura mãe desde a preparação para gravidez, no caso de gravidez planejada, até o parto. Trata-se da análise dos modos de viver a gestação, a partir de uma dada pedagogia da formação do indivíduo contemporâneo desde o ventre, atravessada pelo consumo.

Do parto em diante, a minha pesquisa se encerra. O parto em si já não foi objeto da minha análise. Passo por este momento do ciclo de vida da gestante, como rito de passagem e como um dos tantos outros itens da lista de decisões de consumo

que a gestante precisa empreender. Relatos de parto são objeto de estudo extremamente interessantes para fins de análise do discurso em pesquisas futuras. E já há algumas pesquisas desenvolvidas neste sentido. Mas aqui eles estão presentes apenas de maneira tangencial como parte da pedagogia das emoções, também desejadas e consumidas na pedagogia de consumo aqui analisada. Ou seja, os relatos de parto ganham função de fonte de informação para que a gestante saiba como performar os seus sentimentos e sonhar<sup>8</sup> com um parto tão lindo quanto o de fulana, bem do jeitinho que ela viu no vídeo, assistiu no programa de TV ou leu no Instagram. De preferência com aquela mesma sala de parto que viu num post ou pode conhecer em seu curso de gestante.

E por que o consumo da gestação? Ao longo da jornada no campo de pesquisa notei que havia um processo de desejo de consumo pela gestação. Não necessariamente por ser mãe. Mas por estar grávida. E viver aquele projeto da gestação. Desde o planejamento, passando pelo acompanhamento do crescimento da barriga, escolhas de consumo associados desde a maternidade e tipo de parto, passando por rituais como chá de revelação e chá de bebê, chegando até o enxoval e tema de quarto. Neste universo da gravidez, há objetos de desejo, como em qualquer outro processo de consumo. Quero aquela maternidade. Aquele fotógrafo para o book de gestante. Fazer enxoval com aquela baby planner. E tantas outros quereres revelados durante o campo.

Para algumas mulheres, que têm dificuldade de engravidar, ficar grávida é um objetivo tão central, que empreendem uma série de tentativas e tratamentos, e se intitulam tentantes. Esse é um grupo de mulheres que troca muito nas redes sociais. Há uma rede de apoio de mulheres que passaram igualmente por aquela situação. E uma torcida focada em dizer uma para outra que um dia “o seu milagre irá chegar”. Não fiz um estudo sobre a gestação deste grupo específico de mulheres, mas penso que entender as tentantes em uma futura pesquisa pode ser algo bastante interessante.

Importante também explicar o motivo de eu não ter enveredado pela fundamentação teórica dos estudos de gênero, apesar de entender a sua importante

---

<sup>8</sup> Aqui cabe compreender este sonho a partir do conceito de *day dreaming*, proposto por Grant McCracken [1987; 2001]

contribuição para pensar e repensar o tempo presente. Esta foi uma escolha da pesquisa, por entender que não daria conta de me aprofundar no tema com a atenção que ele merece. Isso porque outros arcabouços me seriam mais úteis para o estudo em questão, na perspectiva metodológica e teórica escolhida, pautadas na Antropologia do Consumo e nos estudos de formação do indivíduo e da subjetividade contemporânea.

Outros aspectos que ficaram também fora do escopo desta pesquisa referem-se à gestação em famílias homoafetivas, gestações viabilizadas a partir de tratamentos para engravidar e ainda o processo de adoção. No processo de adoção, por exemplo, há a espera por um filho, na maior parte das vezes, muito maior do que os nove meses de uma gestação. A adoção poderia ser compreendida como uma espécie de gestação extrauterina. E quando a adoção é de fato viabilizada, não há quase tempo para o preparo baseado no consumo. Só esta característica do fenômeno analisado a partir deste recorte já proporcionaria um estudo comparado bastante interessante. Mas ele não foi aqui desenvolvido.

Assim, o universo de possibilidades deste tema é imenso. E foi necessário de fato ter um recorte cuidadoso para tornar a pesquisa possível. Penso que estes e outros aspectos relacionados ao consumo e gravidez irão propiciar pesquisas futuras extremamente promissoras, viabilizando uma perspectiva comparativa com o presente estudo.

### 3. Subjetividade contemporânea e consumo

Aqui devemos registrar que, desde os anos oitenta, Roberto DaMatta chamava atenção para os significados do consumo, acentuando sua importância como objeto de estudo. Para ele, havia uma perda intelectual no fato de que fenômenos como o consumo e a publicidade, entre outros, não estivessem presentes na pauta do debate antropológico e que fossem relegados a uma quase clandestinidade, por força da ênfase atribuída à ideia de produção como chave explicativa da realidade social (ROCHA, 2002, não paginado).

Consumimos o mundo publicizado<sup>9</sup> que nos cerca. Formado por produções simbólicas a partir das quais podemos conhecer, identificar e selecionar “modos de viver”, “emoções”, “estilos de vida” e “visões de mundo”, esta prateleira de identidades, subjetividades e experiências é infinita. Há uma vasta oferta de conceitos que dão forma a nossa sociedade moderno-contemporânea, e alimenta o seu ciclo de consumo. Campbell (2001), afirma que o que consumimos são “os significados simbólicos que se acham vinculados aos produtos” não necessariamente os produtos propriamente ditos.

Repletas de imagens, mas também de recursos ou figuras de linguagem, como jogos de palavras ou metáforas, tais mensagens midiáticas ou midiaticizadas, se valem da conotação para que se aproximem da narrativa mítica. Sobre esse tema, explica Barthes (1985), a mensagem publicizada será tão mais eficaz quanto mais múltipla em possibilidades de leituras e de significados. “Todos esses signos ancestrais, que são signos duplos, dilatam a linguagem em direção a significados latentes e são assim ao homem que os recebe o próprio poder de uma experiência de totalidade” (Barthes, 1985, p.166). Assim, podemos concluir que à publicidade cabe expor o produto ou serviço – ou seja, a sua denotação – mas esse processo de

---

<sup>9</sup> O que quero passar com esse termo é a ideia que não só o que costumamos chamar de publicidade, como anúncios em mídia impressa ou filme em intervalo comercial de TV, representam a publicidade em nossos dias atuais. O que ocorre é que estamos envolvidos, nos mais diversos meios e momentos, em um ambiente publicizado, midiático e midiaticizado. Para aprofundar esse conceito, ao qual não pretendo me deter neste trabalho, recomendo que consultem o conceito de Ecologia da Mídia. Além disso, nos livros *Magia e Capitalismo* e *Sociedade do Sonho*, e em alguns de seus artigos, Everardo Rocha também coloca que não se refere em suas análises apenas à dita publicidade tradicional de comerciais de TV, anúncios impressos e *spots* de rádio, mas sim às comunicações de massa midiaticizadas em geral. “Não se pode evitar rigorosamente a recepção de anúncios. Ela se impõe à revelia de nossa vontade.” (ROCHA, 1995, p. 132).

exposição e propagação se dá por uma narrativa rica em sentido – ou seja, sua conotação.

Para Baudrillard (2008), a manipulação dos significados pela mídia, liberaria os signos da associação com objetos específicos. Assim, segundo ele, haveria uma autonomia do significado sobre o significante, o que dá à mensagem a possibilidade de fazer múltiplas associações desta com os mais diversos produtos, concedendo certo *glamour* a produtos que teriam, assim, seus significados *originais* subscritos por novos significados. Essa autonomia do significado geraria uma saturação de imagens e representações, ofuscando a realidade social, ao que dá o nome de “estetização da realidade”: a representação seria mais real do que o objeto representado.

Aplicado à gestação, a representação da gravidez, da grávida e de todo o processo até o nascimento do bebê, ao que parece, ao menos nas redes sociais digitais, seria mais real do que a gravidez propriamente dita. Esvaziada da prescrição e pedagogia de como ser e estar grávida atualmente, que emoções sentir, que experiências viver é como se não se houvesse vivido a gestação. Se não há narrativa da vivência recheada de imagens, boas histórias e emoções, é como se não tivesse havido. Para ser real se faz necessário que a representação seja instagramável e compartilhável. Se eu não compartilho, não vivenciei por completo aquela experiência.

Essa livre associação que há de significados e representações aos mais variados significantes confirmaria, assim, a precedência de uma necessidade imaginada pelo indivíduo auto-ilusivo<sup>10</sup>, regido pelo hedonismo moderno. É muitas vezes na reação que temos às representações comunicadas pela mídia que conhecemos e reconhecemos a nossa identidade. Não se faz necessário nem mesmo adquirir o produto, ou usufruir do serviço, para obter prazer: a própria experiência

---

<sup>10</sup> O indivíduo auto-ilusivo é aquele sujeito moderno-contemporâneo cujas origens foram apresentadas por Colin Campbell em *A ética romântica e o espírito do consumismo moderno*. O *daydream*, ou sonho auto-ilusivo, vivenciado constantemente por este sujeito, diferencia-se da fantasia, por apresentar maior relação de possibilidade com a realidade. O indivíduo auto-ilusivo e seu hedonismo moderno, busca este prazer imaginativo associado a bens e serviços, consumindo antes de tudo, os significados em que estão imersos.

de consumir a mensagem já o geraria, ao alimentar a imaginação da realização de um desejo já pré-existente em nós.

Vi isso acontecer em meu campo de pesquisa em alguns dos comentários aos vídeos sobre mala da maternidade, *tour* de quarto e *tour* de cômodo do YouTube. Há ocorrências repetidas em vídeos diferentes, de seguidoras diferentes e em perfis diferentes, de comentários escritos por mulheres que não estavam grávidas, e diziam não pretender engravidar tão cedo. Mas que adoram acompanhar vídeos sobre gestação. Trata-se de um consumo hedônico de mensagens sobre gestação. Consome-se a experiência alheia da gravidez. E isso se torna entretenimento ou sonho, a depender da perspectiva de quem consome. Assim, os consumidores também “manipulam ativa e simbolicamente os produtos que adquirem a partir de seus próprios desejos” (BARBOSA, 2008, p.54).

Não é difícil constatar que a própria gravidez passa a ser um objeto de desejo e consumo. Se antes a barriga-grávida se mostrava objeto de fascínio e estetização, atualmente, em uma sociedade que valoriza a experiência, a estetização parece ir mais além. Torna-se estetizada a própria experiência da gestação. Assim, a gestação sai de um campo de sentidos mais associados a aspectos biológicos e passa a se embeber de fetichismo.

A fetichização da gestação pode ocorrer de duas formas: na relação mediada por cada vez mais objetos e rituais entre gestante e bebê; e ainda nas relações sociais entre mulheres grávidas, tentantes, mães, ou as que dizem que amar estes conteúdos sobre gravidez mesmo sem estarem grávidas ou já terem filhos. Neste segundo tipo de relação o objeto seria a própria experiência da gestação. Assim, o que se constata é um processo intensificado de consumo simbólico da gestação e do que a sua experiência representa, se vivida em sua pedagogia contemporânea. Que visa intensificar os sentidos e emoções de cada uma das etapas. E, faz parte desta pedagogia, digamos assim, coletivizar memórias antes restritas ao individual e privado. O valor da experiência está em seu compartilhamento. Caso contrário é como se ela não tivesse sido de fato vivenciada. A intensidade com que se vive uma experiência se relaciona ao como e quando eu compartilho e a torno pública. E é isso que podemos observar nas evidências a seguir. Onde pessoas comuns publicizam a sua experiência de gestação.

Nos mais diversos canais e *vlogs* do YouTube, que tenham como personagem central a gestante e sua jornada, encontramos comentários como os que vemos abaixo, de mulheres que não estão grávidas, mas amam acompanhar vídeos sobre gravidez. Esses comentários são ainda mais presentes em vídeos que tratem diretamente de temas relativos ao consumo. Como aqueles que mostram a arrumação da mala da maternidade, fazem um *tour* pelo quarto – e cômoda – do bebê, ou os que tratam dos rituais da gestação, como chá de revelação ou relatos de parto.



Figura 5: Conteúdos sobre gravidez atraem mulheres que não estão grávidas ou ao menos se apresentam como tentantes.

<https://www.youtube.com/watch?v=i8UIJdTjUKg> (acesso em 6.12.2020)

Há comentários em que mulheres que são mães dizem que até ficaram com vontade de ter outro filho:

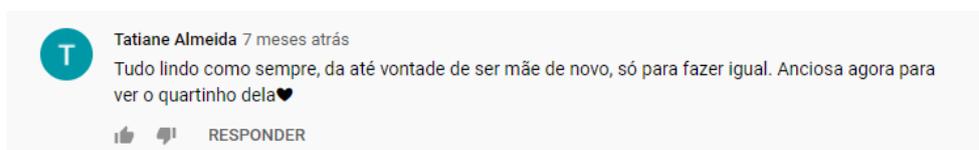


Figura 6: Conteúdos sobre gravidez são tão lindos que dão até vontade de ser mãe de novo. <https://www.youtube.com/watch?v=i8UIJdTjUKg> (acesso em 6.12.2020)

Aqui neste capítulo serão apresentados e discutidos também os fundamentos teóricos em relação aos objetos, vivências, emoções e experiências rituais da pedagogia contemporânea da gestante.

Como já foi dito anteriormente, um dos elementos motivadores do estudo se deu justamente pela quantidade significativa de objetos envolvidos na gestação. E, posteriormente, já durante o campo de pesquisa, à centralidade do espaço denominado quarto, que pode ou não ser cômodo. Mas é sempre cenário.

Daniel Roche [1997; 2000], em seu livro *A História das Coisas Banais*, analisa o nascimento do consumo entre os séculos XII e XIX, a partir dos espaços, objetos e tecnologias, como a luz elétrica, por exemplo. Ele afirma que:

O aumento das coisas, a melhoria das rendas, a especialização dos espaços trazia inflexões sensíveis em relação ao modo de vida da sociedade tradicional. Eles modificavam o ritmo de aquisição para o necessário e para o supérfluo. Criavam uma nova relação do ter e do ser, na exposição das riquezas que era preciso, ou não, expor. (...) a análise dos interiores e do mobiliário consequente revelava os progressos da intimidade e do conforto (ROCHE, 2000, p. 248).

A dicotomia entre necessário ou supérfluo não será uma discussão aqui empreendida. Isso porque na perspectiva de análise desenvolvida por mim nesta pesquisa, a da Antropologia do Consumo, cabe compreender os valores e necessidades das mais diversas naturezas, e não apenas as funcionais ou racionais. São tão compreensíveis quanto estas as necessidades movidas pela emoção ou aspectos simbólicos, de elevado valor sociocultural. Não se visa a fazer nenhum juízo de valor na apresentação dos resultados de pesquisa. Quanto ao ser, ter, expor e compartilhar, vamos verificar que, do século XIX para cá, intensificou-se o

movimento de que estivessem na intimidade e no conforto os símbolos mais iminentes de progresso pessoal.

É neste caldo de intensificações de objetos e novos espaços, que se dá a formação da subjetividade moderno-contemporânea, sobre a qual discutiremos a seguir.

### 3.1. O 'ser' contemporâneo: narrativas, performance e visibilidade

Mas o que são exatamente as subjetividades? Como e por que alguém se torna o que é, aqui e agora? O que nos constitui como sujeitos históricos, indivíduos singulares, embora inevitáveis representantes de nossa época, partilhando um universo e certas características idiossincráticas com nossos contemporâneos? (SIBILIA, 2008 p. 16).

Recorrendo à teoria de Dumont acerca do individualismo, onde a relação com a materialidade dos objetos se dá, em sua posse e uso, a partir de sua posição social ocupada, o indivíduo é um fenômeno infra social. Já numa sociedade onde relação com a materialidade dos objetos se dá através da lógica de ter ou não condição de consumir este ou aquele objeto, num sistema social aberto, desprendido do tecido social e de suas regras, o indivíduo pode ser entendido como um fenômeno sociológico. Aqui nasce a noção de indivíduo moderno e, com ela, a nossa sociedade de consumo.

Se as subjetividades são modos de ser e estar no mundo (...) seus contornos são elásticos e mudam ao sabor das diversas tradições culturais. (...) é inegável que a nossa experiência também seja modulada pela interação com os outros e com o mundo. Por isso, é fundamental a pregnância da cultura na conformação do que se é. E quando ocorrem mudanças nessas possibilidades de interação e nessas pressões históricas, o campo da experiência subjetiva também se altera, em um jogo por demais complexo, múltiplo e aberto (SIBILIA, 2008 p. 16).

Assim, podemos afirmar que a formação da subjetividade moderno-contemporânea é atravessada pela forma como a nossa sociedade se relaciona com o consumo. Em uma livre associação de ideias, podemos pressupor que a formação da identidade do bebê também é impactada pelos objetos e estímulos que o cercam em seu primeiro pedaço de mundo: seu quarto.

Da fixidez das posições sociais que determinavam o consumo de cada um, passamos à mobilidade social e de identidades. Da intimidade do lar, passamos para o espaço público e hoje, de maneira intensificada, ao que podemos chamar de *Tiraniyas da visibilidade* (2013), título de Nicole Aubert e Claudine Haroche. Onde quer que estejamos, no dito espaço público ou privado, a experiência vivida precisa ser visibilizada e narrada. Até mesmo a vida, ainda intrauterina, se faz pública.

Um dos marcos na intensificação da materialidade na gestação se dá a partir da adoção da prática médica do ultrassom. É recente – um pouco mais de 50 anos – a possibilidade de realizar ultrassonografias obstétricas e conhecer o filho, e apresentá-lo aos outros, antes mesmo do nascimento. Protocolo médico obrigatório durante os exames de pré-natal, esta é uma prática que reconfigura bastante o processo de gestação e os significados do mesmo.

Uma pesquisa em antropologia cultural, realizada por Lilian Krakowski Chazan (2007), apresenta um estudo antropológico sobre ultrassom obstétrico. Em seu primeiro capítulo – “Construções do olhar e do corpo” – ela nos traz, entre muitas outras considerações, aspectos relativos ao processo de medicalização da gravidez e criação do campo da obstetrícia.

A partir do final da década de 1950, o ultrassom fetal passou a desempenhar um papel relevante nessa ampliação de monitoramento e vigilância, operando em uma via de mão dupla: sua produção decorre das condições culturais e sócio-históricas nas quais a medicina está inserida, ao mesmo tempo que a visualização propiciada pela tecnologia produz novos significados, que passam a informar a cultura médica e a leiga. (...) Tanto a construção do olhar quanto o processo de medicalização dos corpos em geral, e da gravidez e do parto em particular, assim como a constituição da obstetrícia como profissão, fazem parte do processo biopolítico que desemboca no momento atual e no qual vigoram a vigilância e o monitoramento como dispositivos do poder disciplinar (CHAZAN, 2007, p.37).

A autora continua ainda nos trazendo reflexões sobre como o conjunto de valores compartilhados culturalmente acerca da gravidez, a partir do advento da ultrassonografia, cria novas identidades e subjetividades. Passar a ter a possibilidade de enxergar o corpo do bebê por dentro, dentro do corpo da mãe, faz com que se alterem os significados e representações da gravidez. E passa a ser

elemento de constituição de identidade do bebê desde as suas primeiras imagens e sons.

Talvez por esta lógica impregnada da ideia de promover um *Show do Eu*, como na proposta de Paula Sibilia (2008), narrativas de pessoas comuns que vivenciam a sua gestação, passam a ter espaços abertos em programas de TV, ou audiência certa e crescente nas redes sociais, como Instagram e YouTube, por exemplo. E é sobre isso que discutiremos a seguir.

E o bebê para ser, precisa aparecer nas redes sociais, em sua primeira imagem para mundo: a imagem da ultrassonografia. Ou, antes ainda, a sua representação por objetos, como testes de gravidez ou itens de enxoval, como sapatinhos ou roupinhas. Seriam imagens que configuram uma espécie de metonímia do bebê.

Cada vez mais, é preciso aparecer para ser. Pois tudo aquilo que permanecer oculto, fora do campo da visibilidade – seja dentro de si, trancado no lar ou no interior do quarto próprio – corre o triste risco de não ser interceptado por olho algum. E, de acordo com as premissas básicas da sociedade do espetáculo e da moral da visibilidade, se ninguém vê alguma coisa é bem provável que esta coisa não exista (SIBILIA, 2008, p. 112).

Temática antes restrita a quem estava passando por este momento de vida – ou ao menos estava tentando engravidar – o assunto passa a se aproximar de uma pauta de interesse geral. E a pedagogia do gestar, por exemplo, começa a ser transmitida e repercutida em narrativas, relatos e testemunhos. Seja na TV, sejam através de *posts* onde é possível acompanhar a gestação passo a passo, de famosos e de pessoas comuns. A gestante e o bebê tornam-se pautas de curiosidade pública, mesmo quando não envolve pessoas famosas, configuram histórias interessantes de acompanhar. A gestação transborda a categoria biológica e médica e se torna narrativa, texto cultural, não mais isoladamente uma história de vida. Observa-se que muitas vezes a trajetória da gestante é contada a partir da perspectiva da jornada do herói<sup>11</sup>. O que faz com que toda e qualquer gestante possa encarnar um personagem interessante.

---

<sup>11</sup> Joseph Campbell (1949)

Um dos eventos em que tive a oportunidade de participar em meu campo de pesquisa chamava-se Jornada dos Mil Dias, em referência ao tempo da gestação até os dois anos da criança. E durante o evento o roteiro daquela experiência foi combinado entre os presentes. Todos saíram dali sabendo claramente que papéis desempenhar, como performar uma “boa” gestante em suas mais diversas práticas, emoções e atitudes. O que comer, o que comprar, como decidir o parto, como escolher a maternidade, e tantos outros preceitos baseados no imperativo “você tem que...”.

Esta jornada também é narrada em retrospectiva, a partir do parto, no programa *Boas-Vindas*, do canal *GNT*. Ele é um destes marcos em que podemos evidenciar a comunicação desta nova pedagogia da gestação. O programa teve sua primeira temporada em 2013. No ar até hoje, é uma das evidências a partir da qual podemos notar a intensificação da mediação<sup>12</sup> e midiaticização da gestação. No site do programa, quando se busca pelo termo “primeiro episódio”, a pesquisa traz como resultado “veja os enfeites dos personagens do primeiro episódio de *Boas Vindas*”<sup>13</sup>.

Podemos notar que o destaque em nada está centrado em aspectos voltados à saúde da bebê ou da gestante, como muito se via em antigos manuais como o clássico *A Vida do Bebê* do Dr. Rinaldo Delamare, publicado originalmente em 1941 e última revisão realizada em 1998. Nele, objetos do enxoval, preparo do quarto e escolha da babá, são o mais próximo que chegamos dos bens e serviços consumidos durante a gestação. Todos ganham aspectos meramente funcionais e ocupam apenas dez páginas de todo o manual.

---

<sup>12</sup> Mediação deve ser lido, no contexto do trabalho de pesquisa aqui apresentado, da forma como nos esclarece Santaella em *Linguagens líquidas na era da mobilidade*. “Portanto, para sermos fiéis ao sentido legítimo de mediação, devem estar nele implicados a afecção, a percepção e a cognição mediada do mundo pela linguagem, pelos signos. O conceito de mediação não deve ser simploriamente entendido como meio de comunicação e nem mesmo como ambiente cultural e social que os meios criam. Mediação é, sobretudo, um conceito epistemológico que envolve a grandeza humana, que é também a nossa tragédia de só ter acesso ao mundo físico, afetivo, sensório, perceptivo, cognitivo, pela mediação dos signos (SANTAELLA, 2011, p. 207- 208). Já o conceito de midiaticização, deve ser compreendido a partir de PRADO (2013). O mesmo é apresentado mais adiante ainda neste capítulo.

<sup>13</sup> <https://gnt.globo.com/programas/boas-vindas/noticia/veja-os-enfeites-dos-personagens-do-primeiro-episodio-de-boas-vindas.ghtml>

Quando analisamos o resultado de busca na internet pelo primeiro programa *Boas-Vindas* do *GNT*, notamos que a centralidade está nos objetos, como representações dos bebês que foram personagens do primeiro programa. Os objetos em questão são o enfeite de porta da maternidade e lembrancinhas com as quais os visitantes são presenteados.



Figura 7: destaque do primeiro episódio do programa *Boas Vindas* do *GNT* se dá nos objetos. Enfeites e lembranças de maternidade se equivalem aos bebês.

A imagem em questão pode nos levar a refletir: seriam os bebês equivalentes aos enfeites? Quem é sujeito e objeto? Quem ou o que é representação? Reflexões desta natureza vêm sendo feitas por especialistas em educação e psicologia a respeito de como atualmente a nossa sociedade vem encarando as motivações para ter filhos. Rosely Sayão é uma delas. Em palestra ministrada em 2010 no Programa *Café Filosófico*, promovido pela CPFL e exibido na *TV Cultura*, a psicóloga já alertava para o seguinte fato: “para muitas famílias ter filhos transformou-se em ato de consumo”<sup>14</sup>.

Ter filhos pode ser a construção de um sonho de consumo. (...) A ideia hoje de ter filhos é apresentada de uma maneira tão sedutora, que parece muito simples, muito bonito ter filhos. Essa ideia apresentada para o nosso consumo parece fotografia de peça publicitária. (...) A gente compra muito mais para exibir do que para vivenciá-la. (...) Perdemos a ideia de que ter filhos

<sup>14</sup> <https://www.institutocpfl.org.br/2010/04/23/filhos-melhor-nao-te-los/>. A palestra completa pode ser acessada em <https://www.youtube.com/watch?v=8hQvDOyGmlg>.

significa abdicar de algumas coisas, pelo menos temporariamente, de algumas coisas na vida (ROSELY SAYÃO – palestra ministrada em novembro de 2010 no Café Filosófico).

Esse não desejo de abdicar de algumas coisas por conta de filhos, citado pela psicóloga, se torna tangível em produtos que liberam tempo da família no cuidado com os filhos, como cadeirinhas de descanso e o polêmico retorno da mamadeira vitoriana, que permite que o bebê mame sozinho. Esta discussão será aprofundada ao longo do trabalho, quando analisarmos a relação das gestantes com enxoval do bebê.



Figura 8: Alguns exemplos de produtos que liberam tempo dos pais nos cuidados com os bebês e que são vendidos como comodidades que não podem faltar no enxoval

Na análise da psicóloga, este contexto se intensifica quando somada à sociedade de consumo, temos a perspectiva da sociedade do espetáculo. Teoria elaborada por Guy Debord, afirma que “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (DEBORD, 1997, p16-17). Para o autor, o natural e o autêntico não teriam mais espaço na nossa sociedade. Esta leitura nos ajuda a entender como a vida ordinária da rotina de uma mulher à espera de um bebê pode se tornar extraordinária e sedutora. Cada uma das experiências vividas, narradas ou midiaticizadas por gestantes, sejam elas pessoas comuns ou celebridades, passam a fazer parte da lista de desejos de consumo de uma grande parte das mulheres. E faz com que haja um grande estranhamento em relação àquelas que decidem não ter filhos, tema analisado em recente dissertação de mestrado em Comunicação na UFF – Universidade Federal Fluminense, que tem como título *Me deixem decidir se quero*

*ou não ser mãe: narrativas pessoais de mulheres sobre maternidade nas mídias sociais*, de autoria de Ana Luiza de Figueiredo Souza.

Em publicação mais recente, de 2016, na Folha de São Paulo, onde ela atua como colunista, Rosely Sayão reforça: “as pessoas têm tido filho como objeto de consumo. Temos e depois não sabemos o que fazer”<sup>15</sup>. Não é objetivo deste estudo tratar de aspectos diretamente relacionados à maternidade ou educação dos filhos. Minha proposta é pensar o consumo na e da gestação. Mas é inevitável pensar que esta forma de encarar o “ter filho” vem impactando, de alguma maneira, as configurações e manifestações geracionais mais recentes. Ao longo das discussões aqui apresentadas nos próximos capítulos, pode-se notar que por vezes a gestação parece de certa forma descolada da responsabilidade de ter filhos, descolada da maternidade ou paternidade. Parece por vezes haver o desejo por estar grávida, seduzida por narrativas e experiências de outras mulheres, mas não a consciência sobre o que acontece depois que o bebê deixa de ser a representação em uma imagem de ultrassom ou uma sensação de movimento no ventre da mulher, e passa a ser filho. Onde o quarto deixa de ser cenário temático e passa a ser espaço físico para os cuidados reais de que um recém-nascido necessita.

Na reportagem da *Revista da Gol*, em novembro de 2019, que tem como entrevistada a psicanalista Maria Homem, afirma-se que “posts, likes e compartilhamentos têm mudado a forma como construímos os nossos ideais de existência – aquilo que queremos ser, construir, vivenciar”. O texto elucidava ainda que esta invenção de nós mesmos ganha uma nova camada para além do que já estava posto como esferas de influência: experiências vividas, mídia, arte e nossa própria família.

As pessoas levam a foto do Instagram e falam: quero esse cabelo, essa tatuagem, essa roupa. Ainda não sabemos como mensurar o quanto estamos afundados nesse mosaico de ideais, que não existem, mas parecem possíveis de serem compradas. Maria Homem, psicanalista, em entrevista à *Revista da Gol* de novembro de 2019.

---

<sup>15</sup> <https://www1.folha.uol.com.br/ilustrada/2016/07/1787776-temos-tido-filho-como-um-objeto-de-consumo-diz-rosely-sayao-na-flip.shtml>

Tal fenômeno configura o que Gilles Lipovetsky e Jean Serroy (2015), em *A estetização do mundo: viver na era do capitalismo artista*, chamam de um mundo transtético, onde a vida é cenografada, roteirizada, estetizada em todas as suas esferas de manifestação

... um mundo transtético. Uma espécie de hiperarte, em que a arte se infiltra nas indústrias, em todos os interstícios do comércio e da vida comum. O domínio do estilo e da emoção se converte ao regime hiper: isso não quer dizer beleza perfeita e consumada, mas a generalização das estratégias estéticas com finalidade mercantil em todos os setores das indústrias de consumo (LIPOVETSKY; SERROY, 2015).

Maria Homem continua sua análise acerca de como a presença intensificada das redes sociais no mundo contemporâneo produzem realidades imaginárias e estetizadas. A estetização da vida seduz para o que quer que esteja sendo propagado. Até mesmo experiências de vida. Viagens, pratos, músicas, trabalhos e gestação, nesta perspectiva, podem estar todos, lado a lado, correndo desenfreadamente pelo seu feed, numa mesma vitrine de estilos de vida imaginados, disponíveis para a nossas escolhas de consumo.

Nas redes estamos roteirizando, sendo diretores de set, câmera e editores. Ou seja, produzimos realidades imaginárias, onde inventamos um personagem para nós mesmos. E, em alguns casos, ele se torna o protagonista. (...) Muita gente não dá conta de perguntas sem respostas, de tanta complexidade, e por isso acaba criando narrativas simples, que dão um sentido para aquela vida. Maria Homem, psicanalista, em entrevista à *Revista da Gol* de novembro de 2019.

Nicole Aubert e Claudine Haroche, reúnem em *Tiraniyas da visibilidade* (2013) diversos autores que, assim como elas, pensam a relação da visibilidade e formação de subjetividades. Destacam-se ao longo da obra, algumas características que marcam estes nossos tempos. Ficam acentuadas a midiatização permanente como prática social; a exigência da visibilidade como condição de legitimidade e reconhecimento; impressões de “desapropriação de si”, como se o sujeito se tornasse imagem; a “extimidade” como sendo a necessidade de validação pelo outro de aspectos constituintes do nosso eu, para maior valorização destes aspectos por nós mesmos; atitudes ostentatórias, presentes tanto nas manifestações midiatizadas sobre consumo quanto na expressão dos sentimentos; ideologia da performance.

Todos configuram-se como pontos de apoio cruciais às análises dos dados de campo da pesquisa aqui empreendida.

Por exemplo, quando trato, no capítulo 4 deste trabalho da questão de um suposto excesso de objetos no enxoval do bebê, ou ainda do quarto como cenário, cabe considerar que “O indivíduo passa, assim, a ser considerado, apreciado, julgado pela quantidade de signos, de textos e de imagens que ele produz, incitado a exibi-los incessantemente.” (AUBERT; HAROCHE; 2013, p.14). O bebê ainda não será, assim que nascer um produtor ativo de signos de visibilidade. Mas nasce imerso neles. E estes signos em quantidade irão contribuir para forjar a sua subjetividade em formação.

“Na sociedade hipermoderna (...) escondem-se a vida e a morte comuns” afirma Jacqueline Barus-Michel, uma das autoras presentes no *Tiranias da visibilidade*. A partir desta perspectiva, podemos entender que a gestação comum também não teria lugar. Esta precisa configurar espetáculo, fértil em signos e imperativos de emoções, para que se configure visibilizada e passível de interesse por sua visualização.

Cabe aqui ainda trazer o conceito de mediação que considero nesta pesquisa. Segundo José Luiz Aida Prado (2013), em *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*, mediação

é o movimento incessante na direção do consumo, é a convocação sem cessar de enunciadores variados para que os públicos consumam discursos, produtos e serviços nas superfícies mediáticas e fora dela (PRADO, 2013, p. 162).

Para visibilizar a gestação, mediada e mediadora, é preciso investir na performance, no sentido de representar e interpretar o papel de gestante. É preciso seguir a jornada sugerida por outras narrativas que a precederam para que possa narrar a sua própria vivência como gestante, seguindo um dado roteiro com capítulos pré-definidos, como já apresentei inicialmente na introdução deste trabalho

Uma outra perspectiva sobre performance, no sentido de desempenho, configura como importante elemento constitutivo das subjetividades

contemporâneas. E, claro, também se faz presente nas experiências de gestação analisadas em minha pesquisa.

Esse é o charme moral, por assim dizer, da retórica da performance: nas empresas, nas universidades e em outros ambientes sociais competitivos, proclamam-se que os prêmios e as recompensas serão destinados, sem exceção, aos comparativamente melhores, aos mais esforçados, aos mais habilidosos, como ocorre nas competições genuinamente esportivas. As diferenças de posição no pódio se afiguram como justas desigualdades. Um discurso de honra ao mérito individual que, com seus entusiásticos aplausos aos vencedores, ofusca as díspares possibilidades de aquisição das competências estimadas pelo mercado, erigido em árbitro supremo de nosso valor pessoal (FREIRE FILHO; COELHO, 2011 p. 49).

No campo empreendido por mim nesta pesquisa, pude constatar que a preocupação com esta performance, no sentido de desempenhar o máximo de esforços para conquistar algo, está presente desde antes de engravidar. Aquelas que planejaram a gestação, receavam falhar, não conseguindo engravidar, permanecendo como tentantes. Depois, quando já gestantes, o foco da performance muda, na tentativa de empreender o trabalho de parto e o parto natural ou normal. São exercícios, leituras, consultorias, procedimentos, medicamentos, tudo como se fosse de fato um treino para uma competição, consigo mesma, e com todas as narrativas de lindos partos midiáticos, que povoam a sua mente. Se o lugar desejado no pódio não for conquistado, como esperado, ou se escolha consciente for pela cesárea ainda durante a gestação, os discursos visam a enaltecer aquele lugar como também conquistado com esforço e mérito, de uma gestante que quer o melhor para si e para o seu bebê. Neste caso, as narrativas nas redes sociais, passam pela recuperação da cirurgia e orgulho da cicatriz, por exemplo. Marcas da vitória que dão valor social àquela experiência.

Tal tangibilização da conquista é representada por imagens e objetos, como os que podemos ver abaixo. Este é um post da *Revista Crescer*, repostando a mensagem de uma gestante portadora de trombofilia que, por isso, para conseguir manter a gestação, precisa injetar uma medicação diariamente para que a gravidez se torne viável.



Figura 9: Algumas das representações no universo da gestação que denotam a vitória, a conquista pelo esforço empreendido pela mãe ao conseguir ter o seu bebê.

Uma das minhas informantes (KP – 40 anos) também passou pela mesma situação, e registrou em suas redes sociais o símbolo do seu empenho e esforço para ter o seu bebê. E foi assim que ela descreveu a sua conquista em suas redes sociais:

Trombofilia + SOP (Sínd. Ovários Policísticos). Quando a fé, perseverança, resiliência e medicina caminham juntas para vivenciarmos o milagre!

10 anos. Dentre um histórico de perdas, frustrações, receios, dúvidas, questionamentos, médicos (muitos), um som gritava mais alto no meu coração: vc tem um sonho, corra atrás, Deus prometeu, Ele cumprirá! E assim fui caminhando, Deus foi descortinando cada etapa dos inúmeros ciclos vividos para então vencermos esse diagnóstico descoberto em meio a tantos exames. E até que já caminhando para a FIV, fomos surpreendidos pelo “de repente” do Senhor, estávamos grávidos sem nenhuma intervenção médica, porém precisaríamos passar pelo uso das doídas injeções diárias, orações, força, fé e muita esperança em Deus para encerrarmos essa primeira parte da viagem chamada Gravidez! E agora vivenciamos a viagem mais linda das nossas vidas com a concretização do nosso sonho mais lindo de viver, nosso milagre! 🌸😊

Resumo dessa lição: nunca desista dos seus sonhos! Lute quantas vezes for preciso, não deixe que os obstáculos lhe vençam, se necessário for, comece tudo de novo. Obviamente passamos o momento de cansaço, do “poxa, tudo de novo..”, mas não desanime porque quando a vitória chegar o sabor de que tudo valeu a pena é muito maior que todos os sentimentos que nos invadem durante o tempo de espera. (...)



Figura 10: uma das imagens do post que ilustrava o texto aqui em parte reproduzido.

Essa foto representa as 150 "picadinhas de amor" que usei na gestação! Enfrentaria tudo de novo pra ter vc nos meus braços (...). – KP – 40 anos

Claro que este culto à performance, apresentado por Alain Ehrenberg (2010) como mito da autorrealização, se perpetua na relação dos pais com seus filhos após o nascimento. Porque, como nos explica Ehrenberg “cada um deve aprender a se governar por si mesmo e a encontrar as orientações para sua existência em si mesmo” (EHRENBERG, 2010, p.11). Ocorre que, ainda bebê, o filho não pode cuidar de sua gestão. Por isso, em publicações e guias sobre maternidade, como a *Revista Pais & Filhos*, a mãe é apontada como “heroína da performance”, segundo análise empreendida pela pesquisadora Ariane Pereira (2018), em *Ser mãe é... a maternidade normalizada pelo discurso jornalístico*.

A gestão de si mesmo é, portanto, um projeto da sociedade contemporânea, encampando pela mãe para criança, já que esta, por sua condição de criança, não pode se autoempreender, e portanto, sozinha buscar o sucesso, o sorriso e a felicidade imediatos e futuros (PEREIRA, 2018 p. 64).

### 3.2. Consumo como fato social e modo de vida

Antes de apresentar neste tópico os principais fundamentos dos estudos sobre consumo, a partir da perspectiva da Antropologia, faz-se essencial explicar o que considero como consumo nesta pesquisa.

Consumo é aqui entendido como fato social, processo de troca simbólica e sistema de comunicação. O consumo, entendido como sistema cultural é uma das perspectivas possíveis de entender a nossa sociedade contemporânea – e talvez a

mais adequada – já que é este fenômeno social que dá nome à mesma, como nos afirma Baudrillard em sua obra *Sociedade do Consumo*.

Para Marcel Mauss [1950; 2003] fatos sociais totais são fenômenos que se relacionam de maneira complexa onde:

[...] tudo se mistura, tudo o que constitui a vida propriamente social das sociedades que precederam as nossas – até as da proto-história. Nesses fenômenos sociais “totais”, como nos propomos chamá-los, exprimem-se, ao mesmo tempo e de uma só vez, toda espécie de instituições: religiosas, jurídicas, e morais – estas políticas e familiares ao mesmo tempo; econômicas – supondo formas particulares de produção e de consumo, ou antes, de prestação e de distribuição, sem contar os fenômenos estéticos nos quais desembocam tais fatos e os fenômenos morfológicos que manifestam estas instituições (MAUSS, 1950; 2003).

Trata-se de “um complexo específico de uma dada sociedade (ou de um tipo de sociedade), impossível de se sobrepor a qualquer outro” (DUMONT, 1985, p. 12). Como um contágio emocional, o fato social parte do exterior para o interior de cada indivíduo e é por cada um desses retroalimentado, num processo dialético.

[...] a noção de fato total está em relação direta com a dupla preocupação, que para nós havia parecido única até agora, de ligar o social e o individual, de um lado, o físico (ou o fisiológico) e o psíquico de outro. Mas compreendemos melhor a razão disso, que é dupla: de um lado, é apenas ao término de toda uma série de reduções que se estará na posse do fato total, que compreende: 1) diferentes modalidades do social (jurídico, econômico, estético, religioso etc.); 2) diferentes momentos de uma história individual, nascimento, infância, educação, adolescência, casamento etc. 3) diferentes normas de expressão, desde fenômenos fisiológicos como reflexos, secreções, afrouxamentos e acelerações, até categorias inconscientes e representações conscientes, individuais ou coletivas. Tudo isto é, num certo sentido, social, uma vez que é apenas sob a forma de fato social que esses elementos de natureza tão diversa podem adquirir uma significação global e tornar-se uma totalidade. (...) É preciso também que ele se encarne numa experiência individual (...) O fato social total apresenta-se, portanto, com um caráter tridimensional. Ele deve fazer coincidir a dimensão propriamente sociológica, com seus múltiplos aspectos sincrônicos; a dimensão histórica ou diacrônica; e, enfim, a dimensão fisiopsicológica. Ora, é somente em indivíduos que essa tríplice aproximação pode ocorrer (LEVI-STRAUSS, 1974; 2003, p. 23-24).

Compreender o que é um fato social total, e por que o consumo é um fenômeno assim considerado, faz-se essencial para compreensão das análises empreendidas na pesquisa aqui apresentada. Digo isso porque, a partir da instância individual de experiências de consumo na gestação, tive como objetivo compreender como elas se dão a partir de influências sociais, e como, ao mesmo tempo, tais experiências individuais retroalimentam o mesmo social que impactou suas decisões de consumo e conduta diante da gestação.

Compreendido como fato social total, podemos estudar o consumo em suas mais diversas manifestações. (1) a partir de suas práticas – aproximando-se da ideia de rito ou ritual –; (2) a partir das classificações identitárias que produz; (3) a partir das representações midiáticas da cultura de massa, responsáveis pela narrativa desse fenômeno social – aproximando-se, aqui, da ideia de mito. Em todas estas múltiplas possibilidades de estudos, sempre refletindo sobre as suas dimensões culturais e simbólicas.

No presente trabalho sobre consumo e gestação, há aspectos concernentes a estas três dimensões do consumo: práticas, classificações e representações.

Penso que contextualizar o nascimento deste campo de estudos também é de grande relevância, uma vez que tais estudos nascem em um dado de tempo de transformações de perspectiva. A complexidade social se intensificava mais e mais quando a compreensão acerca da cultura passa a ser ainda mais imperativa. E o consumo, como parte central da sociedade moderno-contemporânea, desperta o interesse de alguns pesquisadores das Ciências Sociais pelo mundo.

E numa dessas raras coincidências da construção de um campo do saber, a partir de 1968 – não por acaso, num momento de efervescência cultural no mundo ocidental – crescem as publicações que tratam do fenômeno do consumo, diretamente, ou de maneira a tangenciar o tema. Alguns desses estudos partem de uma perspectiva de análise que pensa o consumo como fruto da pós-modernidade, de caráter negativo para a sociedade, como se dá em *O Sistema dos Objetos* e a *Sociedade de Consumo* (1968) de Jean Baudrillard; ou a partir de uma perspectiva cultural, como se dá em *O Mundo dos Bens – Para uma antropologia do consumo*, de Mary Douglas e Baron Isherwood, publicado em 1979. No Brasil, em 1985,

Everardo Rocha lança *Magia e Capitalismo*. Em 1987, dando continuidade a esse viés cultural para uma análise do consumo, Colin Campbell lança o seu *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*. Assim, como nos afirma Livia Barbosa (2008) em *Sociedade de Consumo*, a década de 1980 marca o despertar do interesse sociológico pelo tema do consumo em si.

Reconhece-se que o fenômeno social do consumo é essencial à reprodução social em qualquer sociedade e, assim, todo ato de consumo seria essencialmente cultural. No entanto, outro elemento adicional que faz despertar esse interesse das Ciências Sociais sobre o tema do consumo é o fato de este fenômeno ganhar uma centralidade fundamental em nossa sociedade contemporânea, “preenchendo, entre nós uma função acima e além daquela satisfação de necessidades materiais e de reprodução social comum a todos os demais grupos sociais” (BARBOSA, 2008, p. 14). Esses são apenas alguns dos exemplos da eclosão e nascimento do campo de estudos do consumo, abarcando suas representações e suas práticas.

Destaco que a perspectiva com a qual trato o consumo neste trabalho é a cultural; a que entende o consumo como fato social presente em diversas sociedades, mas manifestado, e construído culturalmente, de uma maneira única na história em nossa sociedade moderno-contemporânea. Assim, na abordagem aqui presente, o consumo – e a publicidade sendo sua narrativa – é a lente através da qual busco ler a nossa sociedade contemporânea.

Para Colin Campbell (2006) em seu artigo *Eu compro, logo sei que existo* – as bases metafísicas do consumo moderno, estaria o consumo apoiado em dois pilares: o das emoções e sentimentos e do individualismo.

Para Campbell (2001), seriam características do consumidor moderno o hedonismo, o binômio sentimento-intuição, em contraponto ao binômio autoridade-razão, o que concede a este uma ânsia insaciável pela novidade.

Os produtos midiáticos carregariam um potencial material de sonho, segundo Colin Campbell. Para ele não seria a comunicação de massa a responsável por incutir essa prática do devaneio, sendo esta, para ele, uma característica da sociedade moderna, que torna o sonho um hábito a partir da ética romântica. A esse

hábito de sonhar acordado, pensando sempre na próxima experiência de consumo que nos dará prazer, Campbell dá o nome de *daydream*.

Outro aspecto dos estudos do consumo que cabe aqui ser destacado é a relação entre consumo e totemismo<sup>16</sup>. Desenvolvida com extremo empenho e rigor teórico-metodológico, tornou-se referência nos estudos de consumo, na obra *Magia e Capitalismo*, de Everardo Rocha [1985; 1995]. O autor demonstra que, tanto a publicidade – ou as mais diversas narrativas publicizadas e midiáticas – quanto os mitos são compostos por histórias, narrativas e experiências. Compostos por fragmentos do cotidiano da sociedade onde se inserem, tanto os textos midiáticos quanto os mitos, são representações da realidade, responsáveis por manter uma determinada ordem pré-estabelecida, fortalecendo valores e regras sociais, atribuindo sentidos, distinções sociais e significações.

Assim, com o que vimos até aqui, podemos afirmar que quando consumimos, não o fazemos de forma neutra; consumimos o universo simbólico atrelado ao produto escolhido, a fim de construir as “pontes e os muros”<sup>17</sup> de nossas identidades individuais. É apenas no campo do consumo que objetos frios, advindos do campo da produção, ganham status de produto, com sua utilidade – valor de uso – seu valor de troca, e seu sentido, atribuídos socialmente. E é a publicidade a mediadora que auxilia nesse processo de produção de sentido, determinação de valores e construção do universo simbólico que passam a fazer parte da composição do produto.

As mensagens publicitárias ou midiáticas aproximam-se, assim, do sentido mágico-totêmico, da ilusão, aderente ao hedonismo moderno que rege os indivíduos em nossa sociedade moderno-contemporânea. A publicidade, bem como a midiática do cotidiano, que opera como se fosse um mercado de experiências e subjetividades, intervém e transforma magicamente a realidade cotidiana e

---

<sup>16</sup> Esta é uma relação bastante complexa para ser aqui esmiuçada e detalhada, o que fugiria aos objetivos desta pesquisa. Recomendo buscar a obra apontada no texto de autoria de Everardo Rocha. E entender a lógica totêmica a partir de *O pensamento selvagem*, de Claudie Lévi-Strauss.

<sup>17</sup> Essa expressão é cunhada por Mary Douglas e Baron Isherwood em seu *O Mundo dos Bens*, quando ela explica que os bens consumidos trazem consigo sinais simbólicos que nos aproximam de determinados grupos sociais e estilos de vida e, simultaneamente, nos afastam de outros. Assim, através do consumo afirmamos ao mesmo tempo o que somos e o que não somos, o que queremos representar como indivíduos e o que não queremos. Nossa identidade se forja através dessas escolhas de dupla função.

rotineira, sendo o objeto narrado – envolto em símbolos e representações – o elemento que permite que a mágica se dê.

O objetivo do processo [totêmico] é a permanente recuperação da totalidade e da complementaridade a partir de qualquer elemento do sistema. O totemismo (ou a publicidade), por acionar a mecânica da complementaridade, pode fazer a junção entre domínios opostos. Num caso, natureza e cultura. Noutro, produção e consumo (ROCHA, 1995a, p.107).

A publicidade seria, então, o “operador totêmico” de nossa sociedade (ROCHA, 1995a; 1995b). Esse seria o meio de inserir o produto desumanizado pela produção na rede de relações sociais, atribuindo-lhe sentido.

Assim como um ‘selvagem’ saberia inferir o tipo de comportamento de um membro do clã do Urso ou da Águia, em nossa sociedade podemos prever a personalidade de alguém que use jeans Diesel, tenha um Iphone, seja cliente do banco Itaú e dirija um Peugeot, por exemplo. O dito “pensamento burguês”, supostamente berço da “razão prática” é o mesmo espaço onde é abrigada uma “lógica do sensível” e uma “operação classificatória”, num contexto conjunto e complexo que dá sentido à sociedade moderno-contemporânea. (SAHLINS, 2003).

Aplicando esta teoria ao objeto de estudo desta pesquisa, seja o enxoval do bebê ou a maternidade escolhida para o parto, estes se embebem de sentido, configurando subjetividades e identidades, de mãe e bebê.

### **3.3. Objetos como marcadores sociais e memória das experiências**

Os objetos, as relações físicas ou humanas que eles criam não podem se reduzir a uma simples materialidade, nem a simples elementos de comunicação ou de distinção social. (...) devemos recolocá-los em redes de abstração e sensibilidade essenciais à compreensão dos fatos sociais (ROCHE, 2000, p. 13).

Sabemos que os bens são investidos de valores atribuídos socialmente, mesmo quando se verificam concretizados na esfera do indivíduo. Por isso, como nos afirmam Mary Douglas e Baron Isherwood – em seu livro *O mundo dos bens* – a teoria do consumo tem de ser uma teoria da cultura e uma teoria social (DOUGLAS; ISHERWOOD 2006, p.15).

“Os bens (...) são acessórios rituais: o consumo é um processo ritual cuja função primária é dar sentido ao fluxo incompleto de acontecimentos” (DOUGLAS; ISHERWOOD 2006, p.112). Os bens seriam, assim, marcadores sociais, que comunicam valores acerca do indivíduo ou sociedade que os possui ou consome, dando sentido às constantes trocas rituais de nossa vida social. Através deles, podemos visualizar um mapa de integração social, criando pontes e muros, como nos afirmam os autores. Isso porque a depender do conjunto de bens que me cercam estou ligado a um grupo social e desconectado de outro simultaneamente. Os bens afirmam e negam posições e valores sociais através do que comunicam. E, assim como nos rituais primitivos, marcam suas funções e dão sentido a momentos e práticas sociais marcadas na esfera individual. Os objetos carregam histórias, se relacionam entre si e “falam” sobre nós, formando uma gramática. Assim se dá a cultura material, como receptáculo de informação e de significados.

O que significa estar grávida? Ou como se prova e se vive a gravidez? Isso tem acontecido cada vez mais em torno e a partir do consumo de objetos. Como afirma Arthur Asa Berger (2009), objetos materiais e artefatos dão concretude à cultura. O mesmo autor diz ainda que tais artefatos e objetos dão forma aos valores culturais e crenças coletivas.

A ideia desde o início da pesquisa é que fosse revelado como objetos marcam e dão sentido(s) a um dado momento da vida da mulher que é a gravidez.

Artefatos surgem como formas concretas dadas, mas as sociedades humanas têm sempre se esforçado – através da construção, alteração, consumo e aplicação do significado – em fazer deles internos, e em parte definidores, deles mesmos (MILLER, 1994, p. 396).

Difícil seria pensar a gestação nos tempos atuais sem pensar a sua materialidade. Os objetos associados à maternidade parecem de certa forma definir o que é ser gestante na atualidade. Internalizada, esta materialidade parece compor a formação da subjetividade da mãe e do bebê. Até mesmo as materialidades do corpo da mãe e do bebê se reconfiguram a partir desses objetos. Cintas pós-parto, faixas que seguram a barriga e dão mais conforto à mãe, travesseiros que favorecem o formato “ideal” da cabeça do bebê, são apenas alguns exemplos dessa reconfiguração.

Os objetos ao mesmo tempo em que podem ser a lente que nos auxiliam na leitura de uma dada cultura, também afetam a cultura da qual fazem parte, como afirma Arthur Asa Berger (2009). No caso da gravidez, vemos esse impacto de maneira extrema e exemplar: duas gestantes podem viver esse momento de formas completamente diferentes a depender das escolhas, permeadas por objetos, que cada uma delas fizer, durante e após a sua gestação.

Arthur Asa Berger (2009) pensa de que forma os usos dos objetos proporcionam algum tipo de gratificação pessoal. No caso da gravidez, essa gratificação pessoal pode ser verificada em diversas práticas mediadas por objetos, como veremos mais adiante no capítulo que analisa as descobertas realizadas no campo de pesquisa, em visitas aos quartos dos bebês, ambos sendo gestados.

Dois outros aspectos dessa abordagem cabem na análise do tema em questão: *status* e papel social. O papel social da gestante segue marcado por elementos materiais que permitem a identificar como tal, não só por sua barriga, como também suas roupas especiais que valorizam a forma do corpo da gestante, expondo socialmente a sua barriga de uma dada maneira. E, a depender da escolha que faz do conjunto de objetos para si e para o filho, distingue-se a partir deles das demais gestantes.

Não raro as futuras mães escutam frases como “sua barriga está linda”, ou “você ficou muito bem grávida”, ou ainda “nem parece que está grávida”. Contextos e significados desses tipos de expressões e o como isso tem relação com as materialidades da gestação, considerando não só os objetos, como também o próprio corpo da gestante.

Os objetos materiais continuam nos apontando caminhos de interpretação social mesmo após o parto. Uma decisão que parece simples, e pela qual algumas gestantes passam, é: vou usar fraldas descartáveis ou fraldas de pano em meu filho? O que poderia, à primeira vista, conotar uma questão de limitação financeira, na verdade, nos dias atuais, aponta também para uma filosofia de vida, uma forma de pensar sustentável e mais natural. Normalmente as mães que optam pelas fraldas de pano também não usam pomadas contra assaduras, e buscam o que for mais natural para o seu filho. Tal fato pode ser pensado a partir de Stuart Hall: “é pelo nosso uso

das coisas, e o que dizemos, pensamos e sentimos sobre elas – como as representamos – que damos a elas significado” (HALL, 1997).

Mary Douglas e Baron Isherwood [1979; 2006] também são chaves no entendimento das práticas sociais analisadas sob a perspectiva do consumo. Afirmam os autores que os usos que fazemos no consumo dizem respeito ao pertencimento a um determinado estilo de vida, que ditariam nossas escolhas, e que “bens de consumo definitivamente não são meras mensagens; eles constituem o próprio sistema” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2006). Pensando a partir desta perspectiva, os objetos que embalam a gestação de um bebê o fazem de forma a seguir regras e valores de um dado estilo de vida, que configuram não só o nascer, mas sim o sistema de um dado modo de existir e ser no mundo.

Complementando ainda o cenário teórico que nos ajuda a entender as diferentes relações das gestantes contemporâneas com os objetos que as apoiam na construção desse papel social, recorremos a Daniel Miller: “se o significado dos objetos deriva das ordens nas quais eles estão incorporados, então o mesmo artefato pode mudar suas implicações simplesmente por ser introduzido numa nova ordem” (MILLER, 1994, p. 400), como se dá no exemplo dado das fraldas de pano. Estas normalmente estão presentes em todas as listas de enxoval de bebê e seus usos são diferentes: podem substituir as fraldas descartáveis ou ser usadas para cobrir trocador, auxiliar na amamentação, limpar a boca do bebê, dentre outros usos.

Isso se dá também no espaço denominado quarto do bebê. Este pode ser um cômodo da casa ou meramente um espaço delimitado por objetos que, em um cômodo compartilhado com outras pessoas e para outros fins, se torna quarto, como podemos ver abaixo em imagem vastamente compartilhada nas redes sociais com hashtags que remetiam à maternidade e à gestação. Nela vemos que a ideia de quarto de bebê como cenário da vida atravessa as classes socioeconômicas.



Figura 11: quarto como cenário, mesmo que não seja cômodo. Mesmo que se um cômodo compartilhado com outros membros da família. O conceito de quarto-cenário atravessa as classes sociais.

[https://www.instagram.com/p/CHOV2pxBcRe/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CHOV2pxBcRe/?utm_source=ig_web_copy_link)

O estudo do consumo na gravidez também pode ser interpretado a partir dos conceitos que nos são apresentados por Bourdieu [1979; 2008], que afirma que o *habitus* é o social incorporado. Ora, se é assim, podemos afirmar que objetos materiais e corpo estão conectados, não apenas pela materialidade óbvia do corpo, culturalmente constituído, mas também pela forma como desempenhamos nossos papéis sociais, com o corpo sendo elemento essencial da performance. Assim, caberia à gestante desempenhar um determinado papel. A partir disso, é possível perguntar-se: haveria um *habitus* da “boa” gestante? De que elementos este seria constituído? E quais os seus fatores de influência? Bourdieu (2008) também afirma que as mudanças sociais – e as mudanças de indivíduos e grupos inseridos nesse contexto – são marcadas por objetos materiais.

A gestação é uma mudança que ocorre individualmente na vida e no corpo da mulher, mas que é marcada por uma extrema influência social, pautada pela materialidade. Como o contexto inicialmente trazido nesta introdução nos apresentou a partir de uma jornada padronizada da gestação.

Roy Wagner [1975; 2012] em *A invenção da cultura* afirma que “há uma moralidade das ‘coisas’, dos objetos em seus significados e usos convencionais.”. Ele cita o poeta Rainer Maria Rilke para abordar a relação que se dá com as ‘coisas’ durante a infância.

Este objeto, por insignificante que fosse o seu valor, preparou o vosso relacionamento com o mundo, conduziu-vos para o centro dos acontecimentos e para o convívio com as pessoas e, mais ainda: através dele, de sua existência, sua aparência indefinida, através de sua quebra definitiva ou perda misteriosa, os senhores vivenciaram até o âmago da morte tudo o que é humano.

Vale pensar, a partir desta reflexão a que nos convida o poeta, que relacionamento com o mundo está sendo forjado a partir dos objetos atuais do universo do bebê, seus espaços, como o quarto e ainda todas as demais decisões centradas no consumo que o cercam. Porque, como afirma ainda Roy Wagner “objetos e outros fenômenos humanos que nos cercam – na verdade, todas as coisas dotadas de valor ou significância cultural – são nesse aspecto ‘investidos’ de vida; fazem parte do eu e também o criam” (WAGNER, 1975/2012 p.130).

### **3.4. Rituais: dando sentido à experiência**

Para que se dê sentido ao contexto cultural de uma dada sociedade, é necessário que haja rituais, a fim de que haja um mínimo consenso social, contendo a flutuação de significados por meio de convenções, muitas vezes permeadas por bens. Afirma Mary Douglas que “viver sem rituais é viver sem significados claros e, possivelmente, sem memória” (DOUGLAS; ISHERWOOD 2006, p.112).

O consumo seria um processo ritual que hoje marcadamente produz uma profusão de significados. Quanto mais rico em bens é o ritual, mais forte seria a intenção de fixar esses significados. A multiplicidade e complexidade do sistema de bens que hoje nos cerca só reforçam a importância ritual dos mesmos. Por serem parte visível de nossa cultura, tornam inteligível e possível a nossa convivência social através de um mínimo de fixidez de convenções sociais.

Assim, com a multiplicidade e complexidade cada vez maior de bens que cercam esse ritual de passagem da gestação, podemos entender também a crescente

intenção de fixar significados. Essa intenção se torna efetivamente concreta e realizada por meio dos mais diversos objetos e práticas.

Num mundo que tem pressa, talvez apenas a eficácia da mágica consiga atender aos desejos efêmeros, inesgotáveis, que almejam resultados imediatos, sem esforço ou longo tempo investido. Uma sociedade que vive o tempo presente parece encontrar na mágica do consumo a solução para as suas questões mais profundas, como ser feliz, belo e bem-sucedido.

Segundo Everardo Rocha, em apresentação ao livro de Mary Douglas e Baron Isherwood, o “consumo é sistema de significação, e a verdadeira necessidade que supre é a necessidade simbólica.” (DOUGLAS; ISHERWOOD 2006, p.16). Se assim se dá em nossa sociedade contemporânea, a dita sociedade de consumo, podemos afirmar a extrema pertinência e relevância do estudo dos aspectos mágicos, rituais e simbólicos em nossos tempos, que se viabilizam através das práticas e representações do consumo.

Em nossa sociedade extremamente racionalista, apenas no século XX os aspectos simbólicos ganharam destaque, através de vários pensadores, como Freud, Nietzsche, entre outros. Nesta sociedade moderno-contemporânea, o consumo parece ocupar o espaço do sagrado, em suas práticas e representações, que se dão através da narrativa publicitária, fundadora e viabilizadora do consumo. A linguagem publicitária se aproxima da narração mítica, aproximando o fenômeno do consumo do campo do mágico, do simbólico.

De fato, todos topamos acreditar no impossível. Ao olharmos para a vida social que acontece dentro das produções da Comunicação de Massa, um conjunto avassalador de constatações, levando ao inexorável estranhamento, pode ser experimentado. Quando temos notícia de mitos das sociedades tribais onde os animais falam, agem e participam ativamente da vida dos homens, sorrimos, como que traduzindo nossa desconfiança quanto à racionalidade dessas culturas. Penso que, nestes momentos, parece existir um acordo tácito para o esquecimento da semelhança das experiências (ROCHA, 1995, p.31).

Assim, podemos propor algumas aproximações entre magia e consumo, considerando aqui a magia como fenômeno social (MAUSS, 2003, p.174).

Uns confundem a magia com as técnicas e as ciências, outros assimilam-na às religiões. Ela é algo intermediário entre estas e aquelas, não se definindo nem por seus objetivos, nem por seus procedimentos, nem por suas noções (MAUSS, 2003, p.122).

Pensamos encontrar na origem da magia a forma primeira de representações coletivas que se tornaram depois os fundamentos do entendimento individual (...) uma contribuição ao estudo das representações coletivas. (...) Pensamos ter mostrado, a propósito da magia, de que maneira um fenômeno coletivo pode assumir formas individuais (MAUSS, 2003, p.177).

Ora, o que seria o fenômeno do consumo em nossa sociedade contemporânea se não uma forma de representação coletiva, assim como a magia? E que, assim como ela, também é algo social, coletivo, mas que pode se dar em esfera individual? Até mesmo porque, como afirma Durkheim [1912; 1996], há uma falsa oposição entre indivíduo e sociedade: há de haver uma criação coletiva para que haja o indivíduo – que é, assim, uma construção social. Dessa forma, o consumo, por exemplo, deve ser considerado como um fenômeno coletivo que tem no indivíduo a sua instância de verificação.

Para entender como um bem considerado profano pode ser sacralizado, é importante entender como se dá a construção do entendimento de sagrado e profano em Durkheim:

Mas o característico do fenômeno religioso é que ele supõe sempre uma divisão bipartida do universo conhecido e conhecível em dois gêneros que compreendem tudo o que existe, mas que se excluem radicalmente. As coisas sagradas são aquelas que a proibições protegem e isolam; as coisas profanas, aquelas a que se aplicam essas proibições e que devem permanecer à distância das primeiras (DURKHEIM, 1912/1996, p.24).

A classificação de um ato como sagrado (ritual) ou profano (rotineiro) é bastante relativa. Essas classificações são rotativas – termo utilizado por Van Gennep – não são classificações fixadas no tempo ou no espaço. A rotina está embebida de ritual. Assim, para que um ato cotidiano passe a ser considerado ritual basta que adquira elementos que os descolem da rotina. Ou que o que o grupo ou indivíduo que seja alvo do ritual o seja por primeira vez, como é o caso dos ritos de passagem.

Essa busca pelo descolamento da rotina e sacralização é impulsionada por uma sociedade hiperestimulada como a nossa. Que não tolera o tédio, e busca entretenimento e prazer em todas as experiências vividas, até nas mais cotidianas e profanas. Há uma corrida desenfreada pela sacralização e busca por ritualizar o que lhe for possível. Potencializando as sensações e emoções de cada experiência ao máximo. Independente da categorização dos rituais, o que constamos em nossa pesquisa é que a gravidez é repleta de práticas de caráter ritual.

A aproximação dessa dicotomia de sagrado e profano do fenômeno do consumo se dá pelo entendimento de como se opera a sacralização de um determinado bem ou objeto através de sua representação, gerando um simbolismo atribuído ao mesmo, o que lhe concede uma aura mágica. E qual seria o elemento catalisador dessa representação? A publicidade – ou midiaticização das mensagens e narrativas – seria esse mago responsável por tirar um simples bem do campo do profano e transferi-lo à esfera do sagrado. Estariam, portanto, assim representados os elementos da magia (MAUSS, 2003, p.55) no fenômeno do consumo:

1. Agentes (mágicos ou magos) – para o consumo seria a mídia e os emissores de mensagens;
2. Atos ou ritos mágicos – seriam as práticas de consumo;
3. Representações – seriam as mensagens publicitárias e midiáticas.

Para conceituação de símbolo ou representação, recorro a Baudrillard e o seu livro *Sociedade de consumo*, e ainda a Durkheim. Para este, a representação, a partir de suas análises das crenças totêmicas, seria a manifestação material de uma imagem mental. Com o advento e uso das mídias de massa pela publicidade, para Baudrillard, tudo na Sociedade de Consumo passa a ser representação (simulacro). Por isso, a realidade não significa mais o mundo natural e social – função da representação; este seria, agora, forjado pela linguagem que constitui o mundo real. E que linguagem seria essa? Signos e símbolos. Assim, em nossa sociedade contemporânea, para Baudrillard, tudo se transforma em imagem, signo, espetáculo. É a publicidade que elucida e cria essa ambiência. E o que ela busca atingir com isso? Há uma busca pela eficácia simbólica – conceito apoiado nas ideias de Edmund Leach – característica das práticas rituais. Mesmo que a

mensagem publicitária fale sobre uma possível eficácia instrumental, utilitarista, a magia do consumo só se dará no campo do simbólico.

E aqui, assim como na magia, podemos verificar as condições de possibilidade da relação entre ritual e consumo, pelas questões apresentadas abaixo, baseando-se na obra de Lévi Strauss (1974/2008), que nos traz três condições para haver ritual:

a) O “ator” deve acreditar minimamente na doutrina que ele está “representando”, conhecer o seu papel – na sociedade de consumo, esse ator seria a marca anunciante e o indivíduo emissor, que pode ser o profissional de publicidade ou qualquer indivíduo responsável pela mensagem. Isso porque vivemos em uma sociedade em que o fluxo comunicação pode ser dar de muitos para muitos.

b) A sociedade precisa acreditar na eficácia do ritual – seria a própria sociedade de consumo, que não só consome os bens propagados, bem como também a própria publicidade e tantas outras mensagens midiáticas por tantos enunciadores.

c) A pessoa que está sofrendo os efeitos do ritual precisa acreditar na eficácia ritual – na sociedade de consumo, esse elemento é representado pelo consumidor.

Aplicando essas condições à gestação e ao parto, o profissional que está conduzindo o parto seria o ator, seja ele médico, enfermeiro ou doula. A sociedade estaria representada por pessoas que já estiveram ou estão envolvidas no universo da gestação, com suas crenças e valores acerca desse momento de vida. E a pessoa que está sofrendo o ritual seria a gestante e, indiretamente, o bebê.

As práticas rituais do consumo podem até mesmo ser sacrificiais – como afirma Daniel Miller em seu livro *Teoria das Compras*. Afirmam Mauss e Hubert em sua obra sobre sacrifício que este sempre implica uma consagração: em todos eles, um objeto passa do domínio comum, ao domínio religioso – é consagrado. “(...) o sacrifício é um ato religioso, que mediante a consagração de uma vítima modifica o estado da pessoa moral que o efetua ou de certos objetos pelos quais se interessa” (MAUSS; HUBERT, 2005, p.19).

Com base nesse conceito e outros atribuídos por outros autores acerca do sacrifício, Daniel Miller constrói em *Teoria das Compras* uma relação entre compras de víveres para o lar como um ato sacrificial. Essa construção se dá a partir de sua observação de como esse abastecimento acontece em casas da Inglaterra, acompanhando donas de casa, num trabalho etnográfico, para que a partir daí possa propor uma teoria. Miller constata que:

Tanto nos rituais de sacrifício como nas compras, as representações de excesso e dissipação são sistematicamente negadas através da transformação de ambos em situações de transcendência. No caso do sacrifício, ela se materializa em uma separação entre aquilo que é ofertado à divindade e aquilo que é utilizado para consumo humano. No caso das compras, a imagem de transcendência é obtida pela transformação do gasto e da dissipação em uma atividade de economia e parcimônia (MILLER, 2002, p. 15).

Esta situação de transcendência identificada por Miller em seu campo de pesquisa, conecta-se ao que pude verificar também em minha pesquisa. Justifica-se nas narrativas das gestantes que um suposto excesso de bens apresenta um bom custo-benefício pelo motivo A ou B. E, este dispêndio de investimento vale em virtude do afeto. Um sacrifício de tempo e dinheiro em troca de um bem maior: o bem-estar de seu filho. E o quarto do bebê seria o espaço onde o objeto se torna sagrado.

Em nossa sociedade contemporânea, o sacrifício estaria ligado ao consumo como momento em que há o dispêndio do que foi produzido, assim como nas sociedades primitivas quando o mesmo ocorre ao final da produção da lavoura ou criação de animais.

O ato de comprar, assim como o sacrifício, constrói o divino da maneira com um determinado sujeito deseja. A fumaça que sobe à divindade durante a confecção do alimento no lar representa a concretização do desejo desse sujeito. E o propósito de assim se comportar não seria tanto para atender simplesmente o desejo desse outro, mas sim de continuar se relacionando com ele por meio desse ato sacrificial. A concretização do desejo da gravidez, por sua vez, pode se dar, por exemplo, na ambientação e decoração do quarto do bebê, que é preparado para o outro – o bebê – mas é pensado para que se mantenha a relação entre mãe e bebê. Igualmente podemos pensar sobre a preparação da gestante para o parto natural ou para amamentar

futuramente o seu filho. Ocorre, no entanto, que no caso da gravidez, o único indivíduo capaz de desejar é a própria gestante, em nome do seu filho.

A gravidez tem sido motivo de rentabilização de diversos negócios, desde a concepção até o parto. Assim como no caso da morte, que se transforma em transação comercial (RODRIGUES, 1983/2006), a gravidez é marcada pela oferta de diversas soluções em produtos e serviços que visam a aprimorar a experiência desse momento de vida, da futura mãe, do bebê e muitas das vezes da família que o irá receber.

No entanto, mesmo que no processo de mercantilização dos produtos argumente-se com uma possível eficácia instrumental e utilitária, a magia do consumo só se dará no campo do simbólico. Há uma busca pela eficácia simbólica – conceito apoiado nas ideias de Edmund Leach (1961/2001) – característica das práticas rituais.

Como afirma Vitor Turner (2005), o ritual é transformador. Entender rituais é entender as entrelinhas, o subentendido, o que não está explícito, declarado.

Ritos de passagem são teorizados por Van Gennep em sua obra que carrega o mesmo nome. Nesta obra, Van Gennep destaca que é importante, ao estudar esses ritos, que sejam observadas as suas fases: separação – representada pelos momentos que antecedem a passagem; margem – o rito em si –; e agregação – a conclusão do rito. Aplicadas à gestação essas fases podem ser assim analisadas.

- a. Separação: representada pelo seu estado especial como gestante;
- b. Margem: representada pelo tempo que permanece neste estado especial, que culmina no parto;
- c. Agregação: representada pelo retorno à situação inicial ou, no caso da gestação, pelo ingresso no novo status. O feto torna-se um bebê e a gestante, mãe.

A gravidez, assim, pode ser entendida como um rito de passagem atravessado e marcado pelo consumo, quando inserida nas lógicas da sociedade de consumo, onde as subjetividades são forjadas a partir dos aspectos presentes em nossa sociedade moderno-contemporânea.

Gluckman, outro estudioso dos rituais, nos propõe que, como as relações sociais são maiores e se sobrepõem à instância do indivíduo, os rituais são essenciais para marcar os nossos papéis sociais, e principalmente os ritos de passagem teriam essa característica.

Os ritos em sistemas individualistas, então, seriam ocasiões de totalização, momentos onde é possível discernir concretamente ou não (dependendo do rito) grupos e categorias inclusive de pessoas. Deste modo, nossos rituais seriam mecanismos que objetivam a busca da totalidade frequentemente inexistente ou difícil de ser percebida no nosso cotidiano. Num sistema como o nosso, onde o indivíduo sempre tem primazia, tudo já está separado conceitual e concretamente. Por causa disso, aqui o rito não divide, junta. Não separa, integra. Não cria o indivíduo, mas a totalidade (DAMATTA, 1978, p. 21).

A gravidez entendida assim como rito de passagem, inserida em nossa sociedade moderno-contemporânea, convida a gestante a vivenciar momentos e experiência em que socializa o seu papel de grávida, como o chá de revelação, chá de bebê, chá de bênçãos e/ou despedida da barriga. Tudo isso para que sua gestação e seu bebê sejam integrados à totalidade dos grupos sociais a que pertencem. Estas experiências rituais agrupam os indivíduos em totalidades, fazendo com que se identifiquem com determinados papéis sociais. No chá de revelação, por exemplo, começa a nascer a identidade e o papel social de um menino ou menina. No chá de bebê, começa a nascer a relação que aquele bebê terá com os seus bens, e ficam evidentes os papéis sociais da rede de apoio com que aquela gestante pode contar. No chá de bênçãos, a identidade e papel sacralizado da mãe são forjados a partir da sua conexão com o seu corpo, como parte integrante da natureza. O seu papel social como mulher, sua força feminina, também ali é reforçado e celebrado.

Segundo MCCRACKEN (2003, p. 114), “o ritual é uma oportunidade para afirmar, evocar, assinalar ou revisar os símbolos e significados convencionais da ordem cultural”. O autor indica a existência de quatro tipos de rituais: troca, posse, arrumação e despojamento.

Nos rituais de troca, a intenção é de que o receptor do presente receba também as propriedades simbólicas contidas no bem. Neste sentido, explorei em minhas entrevistas com as informantes, os presentes que ganharam e os seus

significados. Perguntei também os presentes que davam antes de passarem pela gravidez e se mudariam agora que estavam gestantes.

Já no ritual de posse, a intenção é acessar as propriedades significativas desse bem, como, por exemplo, o ato de despende um bom tempo discutindo e refletindo sobre o bem, mostrando e até fotografando suas posses. O processo de compra do enxoval se encaixa aqui. No meu campo de pesquisa, fica evidente que há um tempo dedicado a preparar a lista, comparar diferentes fontes de listas, ouvir outras pessoas, ir a feiras, fotografar produtos para pensar melhor ou para compartilhar com outras pessoas para ajudar a decidir. Estas e tantas outras atitudes identificam a preparação do enxoval do bebê como um ritual de posse.

Os rituais de arrumação, por sua vez, são usados para efetivar a transferência contínua de propriedades perecíveis, ajudando ao consumidor a avivar as propriedades significativas extraídas dos bens. Esta categoria ritual caracteriza-se por envolver tempo, paciência e ansiedade e, por isso aplica-se perfeitamente ao processo de *nesting*, ou preparação do quarto para chegada do bebê. É possível pensa-lo também um ritual de troca, entre a mãe que presenteia o seu filho com aqueles bens, espaços e afetos que irão cercar esse bebê.

Finalmente, os rituais de despojamento são usados para esvaziar o significado dos bens. Por exemplo, em uma venda, tenta-se apagar o significado que foi investido no bem para permite que o novo dono não entre em contato com as propriedades significativas do dono anterior. Explorei esta questão em meu roteiro de entrevista, e pude identificar critérios que fazem do bem despojável ou não. Ou ainda critérios que fazem que a gestante aceite ou não aquele bem usado.

### **3.5. Revisão bibliográfica sobre as relações entre consumo e gestação**

A fim de identificar o que já havia sido estudado sobre o tema gravidez e consumo, fiz buscas em bancos de dados de artigos acadêmicos, via Science Direct, Google Acadêmico e Scielo, bem como em Anais dos principais congressos do campo da comunicação. Interessava também à minha pesquisa a imbricação entre Comunicação e Antropologia e, por isso, alguns dos trabalhos que irei referenciar

a seguir são do campo da Antropologia. Há também perspectivas trazidas do campo da Educação, Psicologia e, claro, Comunicação. O que trago é apenas um extrato do que pude identificar. Há sim ainda mais evidências da crescente produção no entorno da temática por mim adotada nesta pesquisa, que foram localizadas e consultadas por mim durante a busca e leitura de dados secundários produzidos acerca do tema. Mas me detenho a trazer a seguir apenas parte do que julguei uma boa amostra do que pude me deparar nesta empreitada, para que possa dedicar mais espaço da tese à comunicação efetiva dos meus resultados de pesquisa. Em outra oportunidade de produção acadêmica de artigos e demais publicações, posso me estender a partir de outros achados desta minha pesquisa exploratória de dados secundários.

Destaco ainda que o recorte proposto por mim em minha tese configura de fato ineditismo de pesquisa, uma vez que me proponho a pensar a relação entre consumo e gestação a partir da materialidade do quarto, dos objetos que permeiam a jornada gestacional e ainda os seus rituais. Tudo isso pensado a partir da mediatização da gestação. E do bebê – e gestante – mediados a partir do consumo de objetos, a partir dos preceitos da formação a subjetividade contemporânea.

Bom, vou iniciar agora o compartilhamento de alguns dos resultados desta minha busca por outros estudos que tangenciam o tema por mim eleito para pesquisa.

Estudos do campo da Educação não foram ativamente pesquisados por mim, mas nos procedimentos de buscas por trabalhos sobre gestação identifiquei esta tese de Cláudia Amaral dos Santos (2009): *Toda boa mãe deve... governamento das maternidades para constituição de infâncias saudáveis e normais*. Neste trabalho a pesquisadora se dedica a compreender as questões normativas da maternidade a partir da análise da obra *A vida do bebê*, do Dr. Rinaldo Delamare, em duas de suas edições. Sua pesquisa, assim, busca analisar o discurso médico e as relações de poder.

Há artigos que tratam do consumo e da gestação a partir das narrativas publicitárias. Entendendo aqui a publicidade como narrativa do consumo (ROCHA, 1985; 1995). Em artigo apresentado no Intercom de 2018, Renata Alcalde e Mônica

Rebecca Ferrari Nunes, analisaram a campanha *Embarazados*, para a marca Huggies. E centraram a análise na estetização da ‘barriga-grávida’. Para as autoras, a “‘barriga-grávida’ aparece deslocada do corpo como uma metonímia de uma dádiva sagrada do feminino”. A barriga-grávida, seria assim, uma metonímia da gestação. Pensando a gestação como dádiva sagrada do feminino a partir de uma dada lógica social que impõe uma condição de existência única à mulher: ser mãe, mas antes, ser grávida, conceber, gerar e parir uma vida.

Ainda segundo as autoras, “a barriga-grávida se torna um meio de comunicação, um corpo-mídia entre a mãe e os outros considerando que o corpo-mídia exerce fascínio sobre pessoas que sorriem e tentam tocá-la”.

Esse corpo-mídia parece de fato exercer certo fascínio pelo mundo contemporâneo. Isso porque nota-se que há manifestações culturais nas redes sociais que transcendem o idioma e os países. A gestação e a maternidade por vezes são retratadas de maneira muito similar por várias parte do mundo. Isso fica evidente em alguns *posts* do Instagram, onde encontra-se uma certa pasteurização de algumas práticas associadas ao consumo, como no caso do chá de revelação, por exemplo. Esta pode ser mais uma das manifestações do que Lipovetsky (2011) havia chamado de cultura-mundo.

Cultura-mundo significa o fim da heterogeneidade tradicional da esfera cultural e a universalização da cultura mercantil, apoderando-se das esferas da vida social, dos modos de existência, da quase totalidade das atividades humanas. Com a cultura-mundo dissemina-se em todo o globo a cultura da tecnociência, do mercado, do indivíduo, das mídias, do consumo e, com ela, uma infinidade de novos problemas que põem em jogo questões não só globais (ecologia, imigração, crise econômica, miséria do Terceiro Mundo, terrorismo...) mas também existências (identidade, crenças, crise dos sentidos, distúrbios de personalidade...) (...) A cultura-mundo designa a era da formidável ampliação do universo da comunicação, da informação, da midiatização. (...) Eis a era do mundo hipermediático, do cibernundo, da comunicação-mundo, estágio supremo, mercantilizado da cultura (LIPOVETSKY, 2011 p. 9-10).

Pude notar este fenômeno na prática quando monitorei as hashtags no Instagram. Muitos eram os posts que se apresentavam em outros idiomas, às vezes

sem fácil identificação de sua origem, mas conectados pela mesma hashtag, a mesma estética, o mesmo formato narrativo da gestação, por assim dizer.

Cabe aqui também registrar este artigo sobre a publicização do parto nas redes sociais. *O parto é meu: os regimes de visibilidade e vigilância sobre o corpo grávido e o parto*, de autoria de Angélica Fonsêca, da UFF, apresentado no Intercom de 2018. A autora visa a discutir a midiaticização especificamente do parto, como nos indica o trecho abaixo:

E por que o nascimento de uma criança seria notícia? Por que o tempo de contração, o trabalho de parto, a amamentação dessas crianças seriam objeto de exposição e de interesse público? (...) Na atual cultura do espetáculo, mães que expõem seus partos convocam a audiência a penetrar a ordem pública da vida cotidiana, a fim de tornar cada membro do grupo de seguidores bons gestores de si. No imperativo da boa forma, a intimidade como espetáculo (SIBILIA, 2008) não resguarda muitos segredos ao olhar da alteridade, expõem-se o corpo ao extremo e as limitações dos indivíduos de forma completa, sem cortes. De fato, tanto o parto como a gravidez – divulgados e compartilhados – podem ser pensados como um pequeno “acontecimento de discurso”, peça de uma narrativa mais ampla acerca do sujeito, fortemente ligada a um tipo contemporâneo de ser e saber. Assim, problematizar o interesse do “público” sobre o parto e o corpo grávido – e seus ínfimos detalhes –, suspender a “naturalidade” da audiência acerca daquilo que tradicionalmente era vivido no âmbito familiar (muitas vezes, apenas na intimidade da mãe e do pai ou da mãe e do médico), significa problematizar as próprias condições de possibilidade para que a intimidade passasse a ser não apenas o alvo de interesse, mas, o elemento central da grande narrativa proferida no mundo contemporâneo (FONSÊCA, 2018 p. 2).

Se as gestantes podem assistir a tantos partos antes de terem os seus, podem idealizar como será o seu. Podem desejar que seja assim como aquele ou completamente diferente daquele outro. O que pode gerar, claro, frustrações, já que cada experiência de parto é única. Mas passa-se a querer um parto deste ou daquele jeito, como se estivesse escolhendo algum produto ou serviço em seu *feed* das redes sociais.

Imagens midiaticizadas da gestação também, claro, estão presentes nos meios, digamos assim, tradicionais, como as revistas especializadas no tema maternidade, por exemplo. Foi justamente este o objeto de estudo de Maria Collier de Mendonça

que, em 2010, dedicou sua pesquisa de mestrado nas análises semióticas da representação da gravidez e da maternidade nas revistas *Pais e Filhos* e *Crescer*.

No artigo “Tensionamentos maternos na contemporaneidade: articulações com o cenário brasileiro”, publicado em junho de 2020, a pesquisadora Ana Luiza de Figueiredo Souza, como a proliferação de discussões sobre a maternidade, no âmbito das mídias sociais, encontra paralelos e divergências quando comparamos narrativas do Brasil e do exterior. Sua pesquisa já foi anteriormente citada aqui referindo-se à sua dissertação de mestrado.

Da mesma pesquisadora temos ainda o artigo apresentado no Intercom de 2017, “Sabe o que Rola nessa Internet que Ninguém Fala?: Rupturas de Performances Idealizadas da Maternidade no Facebook”, em coautoria com Beatriz Brandão Polivanov, discutem, a partir de um post-desabafo de uma mãe a questão idealizada da maternidade, desde o desejo de ter filhos até a maternagem.

Da figura da Virgem Maria, passando por campanhas médicas no século XIX até o conteúdo de boa parte das revistas contemporâneas voltadas para o público feminino, a maternidade é tomada como aspecto essencial da vida das mulheres, regida pelos sentimentos de amor, devoção e cuidado. Tornar-se mãe é, nessa construção que podemos chamar de “hegemônica” da maternidade, sinônimo de realização, plenitude, e as ações maternas devem ter o bem-estar e a felicidade dos filhos como principais motivadores. Apesar de ser alvo de discussões nos anos mais recentes, a maternidade permanece como um referencial identitário importante na vida das mulheres. Ainda é grande a cobrança para que sejam mães – ou que pelo menos desejem sê-lo – e, uma vez com filhos, os valores de afeto, dedicação e zelo aparecem como exigências que as próprias mães fazem a si mesmas. Espera-se que priorizem as necessidades das crianças em detrimento das suas próprias, sobretudo no que diz respeito à imagem corporal (SOUZA; POLIVANOV, 2017).

No ABCiber 2017, a mesma autora publicou o seguinte artigo, como parte da sua trajetória de pesquisa de mestrado: “Afinidades e divergências ao debater a maternidade no Facebook: um estudo de caso nas páginas “desintoxicação do romantismo” e “Já falou para o seu menino hoje”. Neste artigo a autora análise a recepção, nestes dois grupos, de uma reportagem que narra o número cada vez maior de mulheres que escolhem não ter filhos.

Localizei em minha pesquisa também estudos interessantes no campo da psicologia, como este de Viviane Andrade Pereira, em sua tese de doutorado pela PUC-Rio, defendida em 2016, *Ter ou não ter filhos: desejo ou destino? - Família, subjetividade feminina e maternidade*. Neste trabalho a discussão se dá acerca do novo papel da mulher na sociedade e o dilema em ter ou não filhos. A pesquisadora em seu campo realiza entrevistas com mulheres casadas sem filhos, e identifica na narrativa das mesmas a liberdade de escolha consciente em não ser mãe, mas ao mesmo tempo um certo ideal ainda presente de felicidade incompleta por não experimentar a maternidade. Em um dos capítulos desta tese, discute-se como os filhos podem ser considerados em nossa sociedade contemporânea, como já discutido aqui também, como objetos de consumo. A pesquisadora relembra Bauman, que afirma:

Objetos de consumo servem a necessidades, desejos ou impulsos do consumidor. Assim também os filhos. Eles não são desejados pelas alegrias do prazer paternal ou maternal que espere que proporcionem - alegrias de uma espécie que nenhum objeto de consumo, por mais engenhoso e sofisticado que seja, pode proporcionar. Para a tristeza dos comerciantes, o mercado de bens de consumo não é capaz de fornecer substitutos à altura, embora essa tristeza de alguma forma seja compensada pelo espaço cada vez maior que o mundo do comércio vem ganhando na produção e manutenção desses bens (BAUMAN, 2004 p.59).

Ao que parece, a busca por consumir emoções e experiências, que são sucessivas e intensas em um curto espaço de tempo, como se dá durante a gravidez, pode ser o que o move algumas das mulheres quando desejam a gestação. Como já dito, por vezes parece que a experiência e a consciência da gestação se dão de maneira apartada da maternidade, como pude observar em algumas narrativas presente nas redes sociais e em algumas das entrevistas realizadas.

Isso porque a gestação é cada vez mais uma experiência vendida, principalmente nas redes sociais, como algo divertido, recheado de eventos, emoções, compras e presentes. Descrevendo assim, quem não vai querer comprar este pacote de benefícios?

Segundo afirma o relatório da WGSN, empresa multinacional especializada em monitoramento de tendências e estudos de futuro,

vemos a maternidade viralizar rapidamente por meio de imagens e propagandas poderosas, que são compartilhadas por milhões de entusiastas no mundo inteiro. (...) Esse alto grau de celebração e exposição da maternidade e gravidez vem contribuindo para as mudanças de comportamento do consumidor (WGSN – relatório tendências de consumo - Millennials – a maternidade progressista).

Neste sentido, a viralização da gestação<sup>18</sup> como tema na cena midiática das redes, implica na discussão sobre quando de fato aquele ser nasceria, então, para o mundo se, mesmo antes do parto, sua vida já é narrada e compartilhada com tantos. Por vezes, bebês sendo ainda gestados ganham perfil em redes sociais, como Facebook e Instagram. A relação do bebê e a cibercultura é discutida no 1º Simpósio Internacional Subjetividade e Cultura Digital (2017). Dois artigos tratam da tecnologia como mediadora e propulsora da midiatização da maternidade. A questão é trabalhada pela pesquisadora Heloisa Lopes Silva de Andrade em seu artigo “O marco zero da criança na cena da cibercultura”. Nele são analisadas duas peças publicitárias em vídeo. A pesquisadora conclui que “antes do nascimento, já impera sobre o corpo do sujeito a condição de uma ‘existência em conexão’, cuja construção da subjetividade está vinculada aos rastros das experiências na cibercultura.”

Em outro artigo apresentado neste mesmo simpósio, a pesquisadora Luana Nogueira de Farias traz uma discussão do campo da psicanálise sobre a tecnologia como elemento mediador e quase que substituto das dúvidas e inseguranças que são normais no processo de maternagem, durante a amamentação ou de cuidados do recém-nascido, como entender o choro do filho. A tecnologia promete às mães a precisão de, via app, identificar o motivo do choro e a gestão da performance da amamentação, por exemplo. Assim, no artigo Entre a boca e o seio, a tecnologia: discussões psicanalíticas sobre o encontro mãe-bebê, a pesquisadora afirma:

(...) destacamos a ilusão presente no contexto das promessas digitais e as dificuldades aterrorizantes diante do “não saber” e da “falta de controle” no momento das adversidades presentes no início da relação mãe-bebê, principalmente na amamentação. A ética do cuidado com o bebê inclui um conjunto de normas, mas com a primazia da aceitação do direito a equivocarse, à incompletude, cada vez menos presente nos apetrechos

---

<sup>18</sup> Viralização esta já evidenciada anteriormente também em outro relatório de mercado, da empresa de monitoramento de vídeos, Winnin.

tecnológicos, os quais regulam uma nova estética da subjetivação, cujo conhecimento sensorial e rítmico, dos sentidos do corpo, recebe a marca de outro conhecimento, o digital.

Frutos da tese de doutorado *Nascer em “berço de ouro”*: *Os quartos infantis como instância de socialização de crianças pertencentes a estratos sociais favorecidos*, desenvolvida entre 2014 e 2018, por Cibele Noronha de Carvalho, da UFMG, destaco dois artigos da pesquisadora. Um deles converge bastante com os interesses da minha pesquisa e se intitula *Quartos das crianças contemporâneas: a construção de um novo objeto de pesquisa*. Publicado em 2019, no campo de estudos da Educação, propõe estudo a partir de um novo objeto de estudo denominado “cultura do quarto”. Neste artigo a autora propõe analisar “o conceito de cultura material da infância, o uso da noção de espaço nas pesquisas acadêmicas e, por fim, a relação entre sujeitos (no caso, crianças) e objetos.” Em junho de 2020, a pesquisadora da UFMG, em parceria com Maria Alice Nogueira da mesma Universidade, publicou os resultados de sua pesquisa de campo em quartos infantis. O artigo “Nascer em berço de ouro: o quarto infantil como instância socializatória”, traz como resultado das visitas a quartos de crianças entre 3 e 11 anos de idade, análises em relação aos seguintes aspectos:

i) traços decorativos que apontam para o ideal educativo da autonomia e para uma socialização genderizada; ii) objetos que servem de suporte à rememoração de gerações anteriores; iii) decorações representativas de um *ethos* cosmopolita; e iv) móveis que conferem ao quarto feições de anexo da escola (CARVALHO; NOGUEIRA, 2020).

Esta seria uma interessante continuidade da minha pesquisa: retornar aos quartos dos antes ainda não-nascidos e agora crianças, a fim de entender permanências e mudanças em relação aos valores e significados impressos no espaço e nos bens de seus quartos.

Se nos estudos brasileiros a relação entre consumo e gestação não está de fato posta, reiterando o ineditismo da tese aqui apresentada, já nos estudos internacionais, encontrei, com mais recorrência nas pesquisas e artigos publicados, a associação dos temas ligados à maternidade e consumo. Não necessariamente focado apenas no período da gravidez, mas já foram publicações que se aproximaram mais da abordagem empreendida por mim em minha pesquisa. Como

em “The commodification of motherhood: normalisation of consumerism in mediated discourse on mothering”, de Natalia Krzyżanowska, publicado no jornal *Social Semiotics* de 2020. A pesquisadora se propõe a analisar como a automidiatização normaliza uma visão da maternidade mercantilizada e voltada para o consumo. Como afirma a autora,

(...) o artigo analisa como a maternidade se torna cada vez mais ligada, em discursos públicos, às relações econômicas de adquirir ou ganhar bens materiais - em vez de ser visto como um processo ou papel social ou individualmente significativo (KRZYŻANOWSKA, 2020).

O seu campo de pesquisa se dá a partir da análise de discursos mediatizados na Suécia e na Polônia, o que evidencia mais uma vez que este parece ser um fenômeno mais global, como já havia notado no monitoramento de hashtags no Instagram. Segundo nota também a pesquisadora, há uma orientação à comoditização dos bens e práticas de consumo ligadas à maternidade, passando esta a ser a principal característica das “boas mães”. Sendo também “uma característica fundamental na forma de expressar as identidades e emoções maternas contemporâneas”.

Haveria ainda, segundo a pesquisadora, um discurso cada vez mais hegemônico da

mercantilização da maternidade, que normaliza uma visão inserida na mentalidade estritamente relacionada ao consumo, que exclui ideologicamente e tacitamente mulheres e mães que não conseguem acompanhar estes padrões de estilo de vida e consumo construídos discursivamente, fundados no status social e material. (...) desejo neste artigo capturar a mudança mais ampla no discurso público, mediado de cima para baixo e de baixo para cima, que tem se sustentado progressivamente e que, eventualmente, torna o consumo normalizado e solidificado, impulsionando uma visão econômica da maternidade. A principal hipótese do artigo é, portanto, que aumentada pela lógica inicial de mediação de cima para baixo e de baixo para cima, incluindo aqui recursos também de automidiatização, há uma contínua mercantilização da maternidade, normalizando uma visão estritamente voltada para o consumo da maternidade. Levando também a um modelo sócio pedagógico de maternidade fortemente vinculado a práticas e padrões de consumo – projetados como específico para as mães. (...) a maternidade, assim, deixaria de ser vista apenas como socialmente ou individualmente significativa, para ser recontextualizada em práticas econômicas de adquirir e ganhar bens materiais,

ajustando-se aos padrões de consumo que, antes de mais nada, caracterizariam as “boas” mães. Tal processo limitaria a maternidade a um conjunto de produtos e outros artefatos de consumo *must-have-mother*, automidiatizados por celebridades ou não. Isso traz uma perspectiva limitada que considera as formas de ter ao invés da forma de ser mãe (KRZYZANOWSKA, 2020).

Ainda segundo ela, as “mulheres-mães” têm as suas relações corporificadas por diferentes bens materiais. Isso implica em vincular cada vez mais a maternidade a práticas e expressões ligadas a seus produtos e artefatos mercantilizados, o que naturaliza e normaliza a relação entre a maternidade e o consumo. Assim a figura da “boa mãe” passa por ser uma “boa consumidora”, incluindo aí, como afirma outra pesquisadora da área, suas preocupações “com as crianças como um ‘projeto de consumidor’” (CLARKE, 2014 p.45).

Tive acesso também em minhas pesquisas à publicação *Consuming Motherhood*, editado por Janelle S. Taylor, Linda L. Layne e Danielle F. Wozniak. Publicado em 2004, traz discussões acerca da relação da maternidade com o consumo. O livro conta com os seguintes artigos que foram úteis à minha perspectiva de pesquisa: “Motherhood under capitalism”, de Barbara Katz Rothman; e “Maternity and Materiality: become a mother in consumer culture”, de Alison J. Clarke. Neste último discute-se o fato de que ‘ter’ um filho consiste em um processo “muito mais complexo do que o mero nascimento ou criação biológica de um bebê”. Afirma-se ainda que o processo em que mutuamente são constituídos mãe e bebê se dá através de um dado grupo de objetos, seus processos de compra e suas consequentes relações.

Como um cenário inteiro de novas atividades, papéis e comportamentos que se apresentam a *mother-to-be*, os produtos, em suas trocas e compras, tornam-se meios-chave através dos quais são construídos e negociados os tipos de maternidade. (...) o processo de “tornar-se mãe” envolve simultaneamente conceituação social e de materialidade” (CLARKE, 2004 p.56).

Sobre rituais e gestação, temos o trabalho de Sara Afflerback, Amanda Koontz Anthony, Shannon K. Carter e Liz Grauerholz publicado em *Gend. Issues* (2014) 31:1–20: “Consumption Rituals in the Transition to Motherhood”. No artigo as autoras se propõem a identificar e compreender dois rituais que marcam a transição da gestante para mãe. O primeiro identificado por elas é o *nesting*, que

consiste na preparação do espaço da casa para receber o bebê. Aqui estão contemplados os arranjos principalmente os arranjos em relação ao quarto do bebê, com sua decoração, móveis e objetos do enxoval do bebê. O segundo ritual mapeado pelas pesquisadoras é o *gifting*, processo que envolve o recebimento de presentes para o bebê. O que significa que a identidade do bebê também será forjada pela rede social da família que o receberá. Do trabalho de campo das pesquisadoras, surgem as seguintes considerações:

O principal tema que emergiu dos dados foi o conceito de “necessidades”. Por exemplo, as mães falaram sobre a “necessidade” de criar um espaço para a criança ou a “necessidade” de transformar a criança em gênero. (...) tornou-se aparente que as definições das participantes de “necessidades” eram derivadas de interação compartilhada práticas. As maneiras pelas quais as gestantes acumulam itens e sabedoria para cuidar dos filhos foram ritualizados e transformados em tradição. Uma comparação posterior revelou estas práticas interacionais como formas de rituais de consumo, o que ajudou a ambos criar e atender às “necessidades” das futuras mães durante o seu ingresso na maternidade (AFFLERBACK; KOONTZ; CARTER E GRAUERHOLZ, 2014).

Do campo multidisciplinar que promove o encontro entre uma pesquisadora de Design, Emma Waight, e outra da Geografia, Kate Boyer, o artigo “The role of the non-human in relations of care: Baby Things”, nos apresenta as seguintes perspectivas acerca da relação entre os bens materiais e o cuidado com o bebê. A pesquisa de campo contou com 30 entrevistas com mães e trabalho de pesquisa etnográfica em 14 bolsas de roupas infantis em diferentes partes da Inglaterra e da Escócia.

(...) além do trabalho de aquecer os corpos dos bebês e fornecer conforto, as coisas do bebê funcionam dentro de conjuntos de cuidados como um meio e uma métrica de cuidado paterno. Dentro da literatura de consumo, o trabalho de provisionamento doméstico (normalmente empreendido pelas mães) foi considerado uma expressão de amor pelos outros. A partir desta lógica, exploramos neste estudo as formas de participação e “capacidades de cuidado” da própria matéria – objetos como cobertores, pelúcias e chupetas para cuidar de bebês e crianças pequenas. (...) Argumentamos que a matéria desempenha um papel ativo no trabalho de cuidar, e mostrou algumas das diferentes maneiras pelas quais as coisas do bebê participam relações de cuidado da criança pequena: tanto com a questão de “cuidar” dos filhos, quanto com os pais (predominantemente mães) cuidando da matéria. Além de proporcionar conforto, as coisas do bebê funcionam como uma sedimentação do cuidado e

suas práticas, servindo como um marcador ou métrica dessas práticas. (...) Esta interpretação baseia-se na literatura que defende o significado social e cultural da matéria conforme ela surge estar entrelaçado com as práticas e rotinas cotidianas. Já reconhecido por ser capaz de um papel performativo nas experiências humanas de apoio emocional e consolo (para exemplo, memorizando ligações com o passado e com outros distantes), e como um sinal de devoção, demonstramos o papel do não humano na produção ativa das relações de cuidado como um aspecto das relações sociais de forma mais ampla. (...) assim caberia uma maior atenção à relação mutuamente constitutiva entre os humanos e não humanos na parentalidade, considerando as práticas humano-não-humanas não como binários, mas como um encontro inserido nas práticas de cuidado (WAIGHT; BOYER, 2018).

A seguir ilustro ainda alguns outros artigos e demais publicações que me auxiliaram no mapeamento do que já vinha sendo produzido no entorno da temática proposta por mim em minha pesquisa:

- a. “Good Mothers” Breastfeed: Discursive Constructions of “Good Motherhood” in Infant Feeding Health Promotional Material in Ireland – publicado no *Journal of the motherhood initiative*, volume 11 nº 1. O artigo trata da relação entre a prática a amamentação e a representação do que seria uma “boa mãe”. A análise se dá a partir de duas campanhas publicitárias sobre o tema.
- b. No campo de estudos da psicologia, localizei este estudo quantitativo: “a experiência da gravidez: o corpo grávido, a relação com a mãe, a percepção de mudança e a relação com o bebê”. Autoria de Ana Meireles e Maria Emília Costa. Publicado em: *Psicologia*, vol. xviii (2), 2005, Edições Colibri, Lisboa, pp. 75-98. Neste artigo é apresentada uma metodologia, previamente desenvolvida pelo campo psi, que se vale de uma série de variáveis para que se possa medir alguns fatores que marcam as mudanças vividas durante o processo de gestação.
- c. Publicado em *Notions of Family: Intersectional Perspectives Advances in Gender Research*, Volume 17, 209–239, “A campaign for good motherhood: exploring media discourse” on Sarah Palin, Hillary Clinton, and Michelle Obama during the 2008 presidential election campaign. Autoras: Heather E. Dillaway e Elizabeth R. Pare. O artigo se propõe a analisar os discursos de diferentes vozes de mulheres, que

figuram entre as principais lideranças femininas norte-americanas, durante as eleições de 2008. O que se busca é uma análise comparativa das diferentes imagens de “boa mãe” propagadas pelos diferentes discursos.

#### 4. O bebê mediado e midiaticado: vida encenada

Se até mesmo os bebês modelam ativamente a vida das pessoas à sua volta, contribuindo para a constituição de seus mundos sociais, certamente deve haver uma lição para nós, como analistas que buscam a compreensão da vida social em geral. Investigar a maneira pela qual os bebês estão enredados na vida de seus parentes (Harkness & Super, 1996; Le Vine, Miller, & West, 1998) e em instituições mais amplas – tanto locais como globais – também deve produzir um registro significativo na questão da “estrutura”. Se prestarmos suficiente atenção às ideologias nativas relacionadas aos bebês, bem como a suas vidas cotidianas, eles poderiam nos guiar em direção à avaliação equilibrada de estrutura e de agência que tantos entre nós buscamos (GOTTLIEB, 2009).

Será que estudar o universo no entorno do bebê, antes mesmo de sua chegada ao mundo extrauterino, nos ajudaria a pensar sobre a sociedade? Seria possível contribuir para uma teoria social? Não vou responder esta questão agora. Mas trago uma evidência de campo que nos ajuda a pensar.

Em 2013 a *BBC* fez sua primeira reportagem sobre o tema: bebês finlandeses que dormiam em caixa de papelão. Em 2016 outra reportagem no portal do veículo indicava que a prática já havia se espalhado por outros países do mundo. E que startups estavam desenvolvendo negócios de impacto social para que a ideia e a prática se espalhassem ainda mais por outros locais.

Mas afinal do que estamos falando e o que isso tem a ver com a pesquisa aqui apresentada? Em fevereiro de 2019 nova reportagem produzida pela *BBC* explica no detalhe todos os aspectos históricos e culturais desta prática. A reportagem que traz como título A ideologia por trás da tradição de pôr bebês para dormir em caixas de papelão na Finlândia, entrevista uma etnóloga, mães e membros da seguridade social do país. E nos traz muitas reflexões interessantes acerca da relação do consumo, objetos, gravidez e formação de subjetividade.



Figura 12: bebê finlandês em sua caixa-berço, presente da seguridade social do país.

A tal caixa é na verdade um programa social promovido pela Kela, a agência de seguridade social do governo. Distribuída pelo Estado desde 1938, nela constam atualmente 63 peças que compõem o enxoval de todos os bebês finlandeses, independente de classe socioeconômica ou composição familiar. Ela é um presente do Estado e seu objetivo, quando foi criada, era promover a melhoria da saúde materna e infantil. E enfrentar também o baixo crescimento populacional entre as duas guerras mundiais.



Figura 13: enxoval do bebê finlandês, fornecido pelo Estado, é composto de uma caixa de papelão com 63 peças. "É uma espécie de símbolo da sociedade igualitária finlandesa. Todo mundo tem a mesma caixa, seja rico ou pobre", diz a nova mãe Heini Särkkä. "A caixa tem tudo o que o bebê precisa. Ela dá um bom começo de vida especialmente para famílias pobres".

Desde 1949 a “caixa do bebê” é distribuída para todos os futuros pais da Finlândia.

Ela se tornou uma experiência compartilhada de conexão entre gerações e até parte da identidade nacional da Finlândia. "Meus pais ainda têm a caixa deles", conta Heidi. "Eles guardam decorações de Natal nela". Até o atual presidente Sauli Niinistö recebeu uma caixa ano passado por conta do nascimento de seu filho em fevereiro. "Como ele poderia recusar a caixa?", comenta a socióloga Anna Rotkirch, que coordena o Instituto de Pesquisa Populacional da Federação da Família Finlandesa. "É um hábito muito finlandês. **Ele ajuda a criar coesão e confiança na sociedade ao dar a todas as crianças um começo parecido para a vida**" (grifo meu).



Figura 14: a caixa vem com um colchão e por isso é usada também como berço para os bebês. Mas atualmente em apenas 37% dos casos é de fato o ‘berço’ do bebê. Na maior parte das casas o bebê tem seu quarto e a caixa se torna uma segunda caminha.

A reportagem afirma ainda que:

Gerações de finlandeses cresceram usando exatamente as mesmas roupas de bebê que vinham na caixa. Alguns acreditam que isto reflete a abordagem igualitária da Finlândia e estabelece um senso de responsabilidade social compartilhada.

As roupas da caixa mudam todo ano, então é fácil para as mães identificarem os bebês nascidos na mesma época. "Isto geralmente se torna um assunto de conversas, e é possível se conectar com mães de crianças da mesma idade", comenta Särkkä.



Figura 15: os itens das caixas mudam todo ano e em 2018 havia 63 itens.

Há tantos anos sendo distribuída, a caixa do bebê, que se tornou um símbolo cultural finlandês, marca as mudanças de valores da sociedade daquele país. Atualmente, por exemplo, todas as roupas são de gênero neutro, o que reflete o valor de igualdade de gênero. Desde 2011, as caixas não contêm nenhuma cartilha ou livro, como já foi uma prática até então. No entanto, a etnóloga finlandesa, Särkelä afirma que os itens que seguem na caixa são escolhidos para enviar mensagens aos pais. "Cada item está lá por uma razão, mandando um recado". Ela dá exemplos sobre chupetas e mamadeira. As chupetas compunham o enxoval entre 1995 e 2000, e as mamadeira entre 1998 e 2000. Mas a fim de incentivar a amamentação, os itens foram retirados das caixas desde então.

Mães finlandesas que têm mais de um filho notam nitidamente a diferença e entendem os recados dados pelos objetos que compõem as caixas. "Dá para notar as mudanças da caixa do meu primeiro filho para a do terceiro. (...) Isso realmente mudou a maneira como eu lidei com o meu terceiro filho". A mãe entrevistada está comentando a respeito da presença de fraldas descartáveis na caixa do seu primeiro filho e de fraldas laváveis presentes na caixa de seu terceiro filho. A mensagem passada por esta mudança é a crescente preocupação com o meio ambiente e práticas sustentáveis.

As mães relatam gostar do efeito surpresa da caixa e consideram úteis também os itens incluídos que pensam também o seu processo de maternagem, como pomada para seios e almofada de amamentação, por exemplo.

O que a caixa do bebê finlandês nos ensina? Que objetos de fato comunicam significados, marcam modos de ser e estar no mundo, e podem influenciar fortemente na forma como uma dada sociedade lida com a individualidade e com a coletividade. E como se dá a sua relação com o consumo. O quanto ele é ou não um elemento definidor da vida. E que objetos promovem conversas. Conectam pessoas em torno de uma afinidade, que pode ser, como nos mostra a reportagem, geracional, por exemplo. E que também constroem muros simultaneamente, como já havia nos afirmado Mary Douglas e Baron Isherwood em *O Mundo dos bens* [1979; 2006]. Neste caso o muro se constrói entre a cultura finlandesa em torno dos objetos que povoam o nascimento de uma criança e as demais culturas, em que outras lógicas de consumo, e regimes de visibilidade do mesmo, se impõem.

PUC-Rio - Certificação Digital Nº 1612472/CA

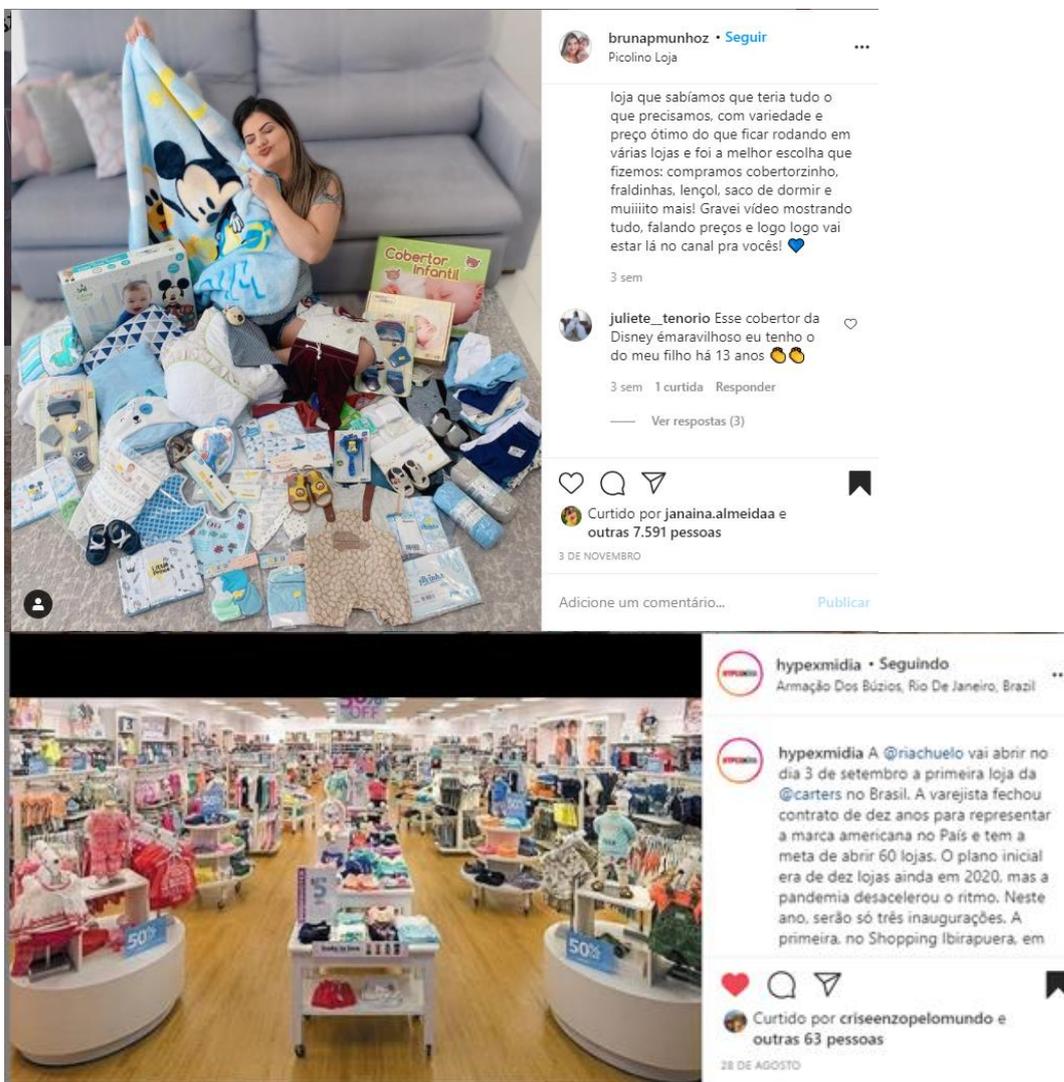


Figura 16: lógicas diferenciadas na relação do consumo de bens e objetos na gestão: sociedade em que o consumo ganha centralidade desde antes do nascimento.

Em sociedades regidas por estas outras lógicas, identifiquei em minha pesquisa, por exemplo, algumas recorrências na forma de comunicar à rede social sobre a gravidez. Observa-se que há dois momentos marcantes dessa comunicação: a descoberta da gestação, muitas vezes representada por objetos como sapatinhos de bebê. O segundo momento é o da descoberta do sexo do bebê. Em alguns casos, esse é também o momento escolhido para comunicar a gravidez. Tanto em um caso quanto no outro, a imagem prioritariamente escolhida é a da ultra, algumas vezes batizada como “primeira foto” do bebê.

Nota-se que a comunicação desses dois momentos da gestação – a descoberta da gravidez e a do sexo do bebê – são marcados pelos primeiros elementos materiais dos muitos que irão marcar todo o período gestacional.

Comprando, presenteando ou preservando coisas, mulheres e suas redes sociais constroem ativamente os seus *babies-to-be* e seus *would-have-been babies*, bebês reais, e elas mesmas como “mães reais”, dignas do reconhecimento social que este papel acarreta (LAYNE, 2000).

Pensando este processo cada vez mais intensificado de mediação da vida, a começar mesmo antes do nascimento, permitam-me fazer uma analogia. Em dado momento da minha pesquisa, não me saiu da mente a imagem de Jim Carey, estrelando o filme “Show de Truman”, em 1998. Em que consiste o roteiro deste filme? Truman Burbank, nome do personagem representado por Jim Carey, viveu desde antes de seu nascimento, até sua idade adulta na frente das câmeras. Sem saber ser personagem em sua vida real, a estrela do programa “Show de Truman”, tem sua vida filmada 24 horas por dia, em transmissão ao vivo para todo o mundo. As mais diversas emoções são provocadas pelo diretor, que cria também uma série de experiências para que a vida roteirizada de Truman torne-se interessante para audiência. O cenário onde Truman vive a sua vida desconhecidamente encenada é a cidade de Seahaven. Encerrada em um domo, a cidade impede que Truman descubra a verdade – ou mentira – sobre sua vida cenografada e roteirizada. Nesse grande laboratório da vida humana, depois de vários acontecimentos que se passam no filme, Truman encontra a porta de saída daquele que seria um mundo ficcional, mas que representava até então toda a sua verdade, toda a sua existência, mesmo antes do nascimento. O diretor do programa tenta convencê-lo a não sair do domo que o protegia dizendo que não haveria mais

verdade no mundo real, no mundo que estava para além daquela porta de saída, do que no mundo que ele já conhecia, o seu mundo artificial.

Qualquer semelhança com esta obra ficcional e a formação da subjetividade contemporânea, mesmo antes do nascimento, é mera coincidência. O que apresento a seguir são efetivamente as minhas descobertas do campo de pesquisa, a partir das metodologias apresentadas no capítulo 2 deste documento. Os pequenos “Trumans” se revelaram para este campo de pesquisa justamente a partir de seu nascimento para esta vida midiaticizada, mesmo antes de seu nascimento encarnado. Eles já existiam como imagens, representações e objetos, mesmo que em alguns casos não estivessem fartamente midiaticizados nas redes sociais, estavam invariavelmente mediados por objetos. Mas, em todos os casos pesquisados por mim, os bebês já estavam corporificados em bits e bytes, em pixels, posts e vídeos, mesmo que em momentos específicos, como descoberta da gravidez e o nascimento. Já tinham a sua subjetividade forjada desde o momento em que a rede social digital de sua mãe e seu pai ficaram sabendo de sua existência. E esta rede passa a se configurar, então, como a audiência do programa que veicula as experiências de sua existência, desde a sua vida intrauterina.

Na verdade, no caso das tentantes, que não são sujeitos abarcados aqui nesta pesquisa, seus bebês existiriam como ideias de milagre antes mesmo de se tornarem feto no ventre de suas mães, também com transmissão online.



Figura 17: cenas do filme O Show de Truman - <https://hqscomcafe.com.br/2020/10/30/frases-o-show-de-truman/>

Nos próximos itens deste capítulo a minha pesquisa de campo será apresentada. Algumas de suas pistas já foram introduzidas em passagens nos capítulos anteriores. Mas aqui, serão compartilhadas de forma mais aprofundada suas evidências, desdobramentos e análises.

Antes de iniciar, faz-se necessário apresentar detalhes sobre as informantes, bem como dos ambientes de suas residências. Informo ainda que, além de entrar em suas casas físicas, entrei também em seus espaços digitais. Até mesmo porque um dos critérios de seleção das informantes era que ela tivesse anunciado a sua gravidez em algum de seus perfis de redes sociais. Esse acompanhamento dos perfis digitais das informantes continuou sendo realizado ao longo de toda pesquisa, até o nascimento do bebê. Por isso mesmo, fui capaz de categorizar, a partir da análise deste e de outros dados, a sua relação com a midiaticização da gravidez.

Apresento agora, as informantes que tornaram possíveis as descobertas de pesquisa aqui compartilhadas e analisadas. A seleção de sujeitos de pesquisa se deu a partir de alguns critérios como: ter anunciado que estava grávida em alguma rede social; aceitar que eu pudesse fazer uma visita à sua casa, para que pudéssemos conversar e conhecer o espaço e as coisas do bebê. Além disso, para garantir

diversidade nas escutas, empreguei alguns critérios classificatórios, como: tempos variados de gestação; se já tinha filhos ou não; se a gravidez foi planejada ou não; classes sociais diversificadas (AB e C); mulheres mais jovens e mulheres mais velhas. Para fins de classificação socioeconômica, importante esclarecer que não apliquei o critério Brasil de classificação socioeconômica por entender que, mais do que renda, a variável que discriminaria comportamento de consumo na gravidez seria mais o estilo de vida do que necessariamente apenas o poder de compra. Pra isso, levei em consideração dados como: local e tipo de moradia, já que pude estar na casa da gestante, o que prioriza no uso de seu tempo e dinheiro<sup>19</sup> e ocupação profissional dos membros da família que estava esperando o bebê.

Cabe destacar ainda que a seleção das informantes se deu a partir de amostragem não-probabilística, como cabe em pesquisas de cunho qualitativo, usando técnicas de amostragem por conveniência e bola de neve<sup>20</sup>.

Vamos à apresentação das informantes:

- TR – tem atualmente 35 anos, é casada, moradora da região metropolitana do estado do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, atua como executiva de uma empresa de telecomunicações, e foi entrevistada em novembro de 2017. Sua casa apresenta decoração minimalista e contemporânea, com atenção aos detalhes que reúnem beleza e praticidade. Ambientes de médios a pequenos por ser um prédio mais novo. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro de uma camada de classe média alta brasileira.
- LP - tem atualmente 39 anos, é casada, moradora da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, grávida do seu segundo filho, atua como produtora de TV freelancer, e foi entrevistada em dezembro de 2017. Sua casa é uma casa que não conta com um projeto de decoração ou arquitetura, preza pelo conforto e aconchego e não parece estar tão focada na estética ou aparência dos ambientes. A casa parece de fato um ambiente para uso e não só cenário. Ambientes amplos por ser um prédio mais antigo. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro de uma camada média da sociedade brasileira.
- ER – tem atualmente 33 anos, é casada, moradora da zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, atua como atriz de teatro e pedagoga, e foi entrevistada em dezembro de 2017. Sua casa está localizada em um condomínio de prédios, muito amplo e repleto de serviços. Típico condomínio da região. Bem afastado de comércios e serviços, por isso tais comodidades encontram-se dentro do próprio

<sup>19</sup> O que considero aqui como sendo a manifestação do que seria estilo de vida.

<sup>20</sup> Para saber mais sobre técnica de amostragem não-probabilística, consultar o autor Naresh Malhotra.

condomínio, como academia e restaurantes, por exemplo. O apartamento é pequeno quando comparada à proporção das áreas comuns do condomínio. Decoração simples e visando otimização de espaço. A casa parece viva, em movimento. As coisas não estão todas no lugar. E nem por isso a casa parece desarrumada, mas viva. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro de uma camada média da sociedade brasileira.

- GL – tem atualmente 33 anos, é casada, moradora da zona norte da cidade do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, é analista de marketing em uma empresa privada, e foi entrevistada em dezembro de 2017. Seu apartamento é ricamente decorado e fica localizado em rua com outros prédios que parecem de mais elevada condição econômica. Poucos apartamentos por andar. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro de uma camada média-alta da sociedade brasileira.
- AD - tem atualmente 42 anos, é casada, moradora da zona sul da cidade do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, é analista de marketing em uma empresa privada, e foi entrevistada em fevereiro de 2018. Fez tratamento para engravidar e, quando havia desistido, engravidou naturalmente. Seu apartamento é localizado em uma rua bastante movimentada de Botafogo. Prédio amplo e antigo, aconchegante, mas sem luxo. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro de uma camada média da sociedade brasileira.
- SP - tem atualmente 35 anos, é casada, moradora da região metropolitana do estado do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, é professora de pilates, e foi entrevistada em julho de 2018. Mora em um condomínio simples de prédios. O apartamento é pequeno e simples. É celebrado por ela como uma conquista importante em sua vida. Por morar próximo à rodovia, disse na entrevista que nem teria muito onde usar carrinho para passear com seu filho. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da classe popular / base da pirâmide social da sociedade brasileira.
- BB - tem atualmente 28 anos, é casada, moradora da zona oeste da cidade do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, é professora universitária em instituição privada, e foi entrevistada em julho de 2018. Mora em um condomínio de prédios um pouco mais antigo, mas bem amplo e com bastante área de lazer. O apartamento é pequeno, com mobiliário mais tradicional. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da camada média da sociedade brasileira.
- CH - tem atualmente 32 anos, é casada, moradora da zona oeste do estado do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, é coordenadora de marketing em uma empresa administrado de shopping centers, e foi entrevistada em setembro de 2018. A rua onde mora, apesar de ser próxima a vias de grande movimento na região, parece calma. O prédio é mais antigo, por isso o tamanho do apartamento é confortável. A decoração parece ser feita com carinho e pelo próprio casal. Cada conquista é valorizada, como o sofá que sonhavam ter para assistir confortavelmente à TV. Havia comprado há pouco este item, e transformado um dos quartos em escritório, quando ela descobriu que

estava grávida. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da camada média da sociedade brasileira.

- PS - tem atualmente 42 anos, é casada, moradora região metropolitana do estado do Rio de Janeiro, grávida do seu segundo filho, é coordenadora em um veículo de mídia, e foi entrevistada em julho de 2019. Mora numa casa ampla e fartamente decorada com muitos detalhes e objetos. A casa tem dois andares e piscina. Seus móveis são mais clássicos, em madeira escura. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da camada média alta da sociedade brasileira.
- AJ - tem atualmente 37 anos, é casada, moradora região metropolitana do estado do Rio de Janeiro, grávida do seu segundo filho, é designer freelancer, e foi entrevistada em março de 2020. Residência simples e muito bem cuidada. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da camada popular da sociedade brasileira.
- PA - tem atualmente 38 anos, é casada, moradora de região nobre da zona leste da cidade de São Paulo, grávida do seu primeiro filho, é funcionária na operação brasileira de uma das redes sociais digitais, e foi entrevistada em dezembro de 2019. Sua residência é bem decorada e planejada, assim como reflete o quarto do seu filho. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da classe média-alta da sociedade brasileira.
- EM - tem atualmente 32 anos, é casada, moradora de região nobre da zona leste da cidade de São Paulo, é freelancer em projetos de marketing e administra um negócio de família em artigos católicos, e foi entrevistada em março de 2019. Sua residência é muito similar à descrita no perfil de PA. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da classe média-alta da sociedade brasileira.
- FB – faleceu de Covid-19 em 1º de junho de 2020. Era casada, moradora da região norte da cidade do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, trabalhava na área administrativa em uma rede de franquias de clínicas de odontologia. Ela e sua família representam bem a camada popular do Brasil que ascendeu pela educação. France sempre foi uma pessoa extremamente dedicada a aprender e fazer cada vez melhor. Trabalhamos juntas na Infoglobo e em outras oportunidades profissionais. Fiz a primeira abordagem com ela sobre a pesquisa em dezembro de 2019, assim que vi o post no Facebook sobre a sua gravidez. Ela iria viajar, então agendamos de voltar a nos falar depois das festas de fim de ano. Alguns percalços em agenda fizeram com que só retomássemos as conversas em março de 2020, mês em que estava previsto o nascimento do Pedro, seu filho. Estávamos conversando remotamente, iniciando a pesquisa e agendando visita. O bebê nasceu e ficamos de agendar a conversa presencial em sua casa assim que passasse o primeiro mês. Foi aí que a pandemia se instaurou. E a acometeu, levando a duas internações e ao seu falecimento, quando Pedro completara apenas três meses de vida. Em uma de nossas conversas, assim que o Pedro nasceu, ela disse que estava bem, mas que estavam todos com medo do vírus. Este trabalho é uma forma de reverenciar a sua memória. E marcar um momento histórico do qual não devemos nos esquecer.

- KP - tem atualmente 40 anos, é casada, moradora da região oeste da cidade do Rio de Janeiro, grávida do seu primeiro filho, é profissional de empresa de mídia, e foi entrevistada em março de 2020. A sua casa se assemelha ao padrão já descrito aqui da informante TR. Por seu estilo de vida, pode ser classificada como sendo membro da classe média da sociedade brasileira.

#### 4.1. Empreendendo o projeto gravidez: gestação ou gestão de uma nova vida?

No consultório dos analistas, na conversa entre amigas, nos relatos das redes sociais, cada vez mais encontramos mulheres em busca de palavras que possam vir a significar a experiência da chegada de um bebê em suas vidas. Para algumas, a chegada do bebê coincide com a de um abismo sob seus pés. Não apenas se dão conta de que tudo se coloca diferente do que havia sonhado, como também constataam que não encontram mais a mulher que sonhara isso. Nem o sonho se apresenta, nem o sujeito que o havia sonhado pode agora comparecer. Márcia Ciscato, em artigo *A invenção da maternidade*, publicado na *Revista Cult* de março de 2019.

Durante a minha pesquisa, identifiquei que uma boa perspectiva de análise seria a partir do processo de aprendizagem para maternidade, desde a gravidez, a partir do que pautam as mídias e publicações especializadas quando o tema é gestação.

Como havia dito na introdução deste documento, tive acesso a algumas edições passadas da revista *Pais & Filhos*, publicação mais antiga ainda em circulação que se propõe a ser um guia para criação dos filhos, da gestação aos mais diversos desafios inerentes a cada idade. Com sua primeira edição publicada em 1968, desde então é um veículo que se propõe a ensinar, orientar, questionar, alertar e diagnosticar o que há de “certo” ou “errado” na criação dos filhos. Ariane Pereira em seu livro *Ser mãe é... a maternidade normalizada pelo discurso jornalístico (2018)*, analisa as narrativas jornalísticas acerca da maternidade publicadas durante 40 anos da revista. A longevidade da publicação e fidelidade do público materno, que se reveza ao longo destes anos, por ser uma revista que se vale a um determinado período do ciclo de vida, é atribuída ao fato de a

proposta da revista de ser um passo a passo, ensinando, por exemplo, em vários momentos e recorrentemente, como amamentar, trocar fraldas, cuidados no primeiro banho, receitas de papinhas, (...) entre outros comos. Mas junto a este guia da maternidade, *Pais & Filhos* enuncia o que concerne e o que não é esperado da maternidade e da infância, configurando-se assim, também, como um manual da criança e da mãe. Isto é, dizendo o que é normal e o que anormal (...) (PEREIRA, 2018).

A este contexto, acrescentamos a internet, e os mais diversos dispositivos digitais, as chamadas “máquinas de ver”, como são discutidas por Fernanda Bruno (2008). Tais arranjos e as derivadas tiranias da visibilidade advindas dos mesmos, impactam de maneira significativa a formação de nossa subjetividade, convidando-nos a assumir determinados “modos de ser” (BRUNO, 2008). Nesta perspectiva, é potencializado o conceito de normatização tanto dos modos de ser, quanto dos modos de sentir e de se expressar. A nossa subjetividade é assim formada, forjada e quase que formatada nos mais diversos papéis sociais, incluindo os papéis de tentante, de gestante e de mãe. Passa-se a desejar a norma, e persegui-la, seguindo a lógica da performance, de conquistar o mesmo que se vê o outro vivenciando em suas experiências.

Produzindo aquilo que ninguém pode ser, ela (autovigilância) orienta o campo de experiências e escolhas sobre o que os indivíduos desejam ser. Através da identificação com os valores que regem a divisão proposta pela norma, os indivíduos passam a temer, neles mesmos e não apenas no outro, o mal ou a anormalidade. Deste modo, a norma passa a ser não tanto imposta, mas até mesmo almejada (BRUNO, 2008).

A oferta de meios de pedagogizar a gestante para seus modos de ser, ter e fazer continua presente, nos veículos de mídia, e cada vez mais também nos processos de automidiatização nas redes sociais. Além de narrativas, a oferta também se materializa em produtos e serviços como curso de gestantes e aplicativos, configurando, por assim dizer, as inovações na pedagogia e nos processos de aprendizagem vivenciados durante a gravidez. E se antes essa pedagogia da gestação passava de maneira muito central pela perspectiva da saúde do bebê e da gestante, atualmente nem só de pré-natal se faz uma boa gestação. Uma boa gestação conta com serviço como os oferecidos pelas *baby planners*, doulas, fotógrafos e todos os profissionais envolvidos na gestão de um projeto chamado gravidez.

Claro que o saber médico continua, sim, um imperativo para as gestantes. Mas o que notamos mais recentemente é que este suporte profissional à gestação passa a ter a possibilidade de mobilizar outras vozes e saberes. Tudo para que a performance do projeto gestação seja bem-sucedida. Neste projeto podem estar alocados não só o médico, mas como já falado, *baby planners*, doulas, fotógrafos, nutricionistas, fisioterapeutas, artesãos, maquiadores, e tantos outros. Podemos comparar este projeto como uma grande organização de um evento chamado nascimento. Cada um com um papel bem definido, cumpre a seu tempo, e aplicando os seus saberes, as suas funções a eles designadas. As *baby planners*, por exemplo, podem ser entendidas como cerimonialistas do nascimento. Nos casamentos, por exemplo, as cerimonialistas têm papel chave para o sucesso do evento. E vemos isso começar a acontecer também no universo da gestação, onde o evento é o nascimento.

Claro que nem todas as gestantes contratam os serviços de uma *baby planner*, bem como nem toda noiva contrata os serviços de uma cerimonialista para o seu casamento. Mas alguém assume de fato este papel, nem que seja a própria celebrante, seja ela noiva, seja ela gestante. A função de organizar este projeto chamado gestação, e seus vários eventos e atividades, precisa ser designada a alguém. Em grande parte das vezes será a própria gestante a responsável por acionar e alocar estes diversos profissionais e seus serviços, no momento certo do cronograma do projeto. Assim, é a gestante que encarna muita das vezes o papel de gestora de todo o projeto e, também cerimonialista do evento principal chamado nascimento.

Como fiquei sabendo da existência deste tipo de profissional, o *baby planner*? Durante uma das minhas primeiras entrevistas com gestantes. Estava na casa da GL<sup>21</sup>, de 33 anos, no bairro Tijuca no Rio de Janeiro, quando em meio à nossa conversa ela comenta que havia contratado o serviço de uma *baby planner*, uma amiga dela, que morava no Estados Unidos e que havia se especializado na consultoria para planejamento e compra de enxoval importado.

---

<sup>21</sup> GL atuava à época da entrevista como analista de marketing em uma empresa privada. Trago esta informação porque a relação que as informantes têm com a sua vida profissional impacta na forma como vivenciam a pedagogia de consumo da gravidez, como demonstrarei mais adiante.

Ela faz todo o planejamento da gravidez. Ela entrevista a gestante para entender a sua rotina. E planeja e gerencia quando você tem que ir ao médico fazer o que. Com quantas semanas você precisa fazer cada coisa. Quando e como você deve planejar o chá de revelação, quando fazer a sexagem fetal, quando você tem que fazer estas festinhas, quando que é a melhor época para você ir lá e fazer o enxoval, e ela faz este serviço de enxoval mesmo fora do País. Aí a gente vai lá fazer com ela. (...) ficamos lá para fazer as compras por dois dias. Primeiro dia compramos tudo o que era essencial e no segundo dia compramos roupinhas. (...) e tem produtos que ela recomenda que você compre no Brasil mesmo. (GL, 33 anos, Tijuca)

Claro que, durante a minha entrevista, busquei compreender o que seria de essencial, e ela me explicou que seriam itens como carrinho, bebê conforto, acessórios para alimentação e amamentação, mamadeira, chupeta.

Ela estava se referindo a Júlia Lavie. A imagem do site onde Júlia oferta e comercializa os serviços eu reproduzo a seguir.



Figura 18: site da baby planner citada durante uma das minhas entrevistas.

Ela se propõe a ofertar um serviço de enxoval humanizado. Este é um dos depoimentos de uma de suas clientes em seu site:

Sem dúvidas fazer o enxoval foi um dos momentos mais marcantes e divertidos da gravidez. Tão bom que já estamos nos organizando para fazer o de a partir de 1 ano, já que e optamos por comprar roupas e brinquedos até 1 ano. Desde o início sabíamos que precisávamos de uma ajuda, eu pesquisava em milhões de sites e via listas tão diferentes do que comprar e com muitos itens que eu não via sentido em ter, foi aí que conversamos com a Júlia e ela nos explicou que cada bebê precisa de itens diferentes, de acordo com a rotina dos pais e que

por isso não existia uma lista padrão. Com base no que conversamos ela montou a nossa lista, levando em consideração além da nossa rotina, o nosso orçamento (depoimento da cliente Giselle Ares).

Destaco aqui a questão colocada sobre diversão associada ao processo de escolha e compra do enxoval. Também à personalização, quase que individualização do processo de escolha dos objetos que irão compor o enxoval do bebê. Em contraponto à caixa do bebê finlandês, em que a mesma lista, a mesma caixa contendo 63 itens, atende a todos os bebês, independente da rotina dos pais ou qualquer outro fator, aqui nota-se a valorização do individualismo, ou uma perspectiva individualizante do consumo, desde antes do nascimento.

Outro comentário presente no site, da cliente Rayssa Oliveira que, ao que parece contratou tanto o serviço de compra de enxoval quanto de *baby planner*.

Fazer o enxoval com a Júlia foi a melhor decisão que tomei durante a gestação. Tive apoio e auxílio desde o início da minha gravidez até o nascimento. Fizemos o acompanhamento semanalmente e as compras do enxoval em Miami. Fui muito bem auxiliada nos dois serviços. Hoje tenho as memórias no meu diário para lembrar essa fase sempre que quiser (depoimento da cliente Rayssa Oliveira).

Notem que “a melhor decisão” da gestação foi escolher contratar alguém que assessorasse na montagem do enxoval do bebê. A centralidade do consumo, na gestão do que podemos chamar projeto gravidez, fica evidente quando esta decisão parece assumir mais protagonismo do que as que se referem ao parto, por exemplo, como costumava se dar quando era o discurso médico o que prevalecia na pedagogia da gravidez . Aqui há uma dupla comprovação desta centralidade do consumo: por se tratar da materialidade dos objetos constituintes do enxoval, como também por ser necessária a contratação de um serviço que auxilie neste processo de decisão de consumo.

Há ainda uma perspectiva bastante interessante a se destacar: até mesmo as memórias da gestação foram construídas em um processo atravessado pelo consumo. Ao contratar o serviço de *baby planner*, o acompanhamento semanal do projeto gestação, produziu um memorial, um diário que guarda os eventos, sensações e sentimentos vividos e experienciados naquele momento. Esse ritual de acompanhamento de projetos é análogo ao que ocorre na gestão de projetos

empresariais, visando performance, conferindo o que chamamos de entregáveis do projeto. Nos projetos empresariais há também documentos em que ficam registradas o que se chama “lições aprendidas”. Com base nesta comparação entre mundo de negócios e a gestação, resgatamos o conceito advindo da lógica empreendedora de visar a performance. E que ser bem ou malsucedido nesta jornada depende da sua dedicação e empenho a ela. A conquista precisa ser construída e gerenciada.

Abaixo apresento as fotos que compõem o universo da gestação da minha informante que me permitiu esta descoberta do serviço de *baby planner* durante o trabalho de campo.

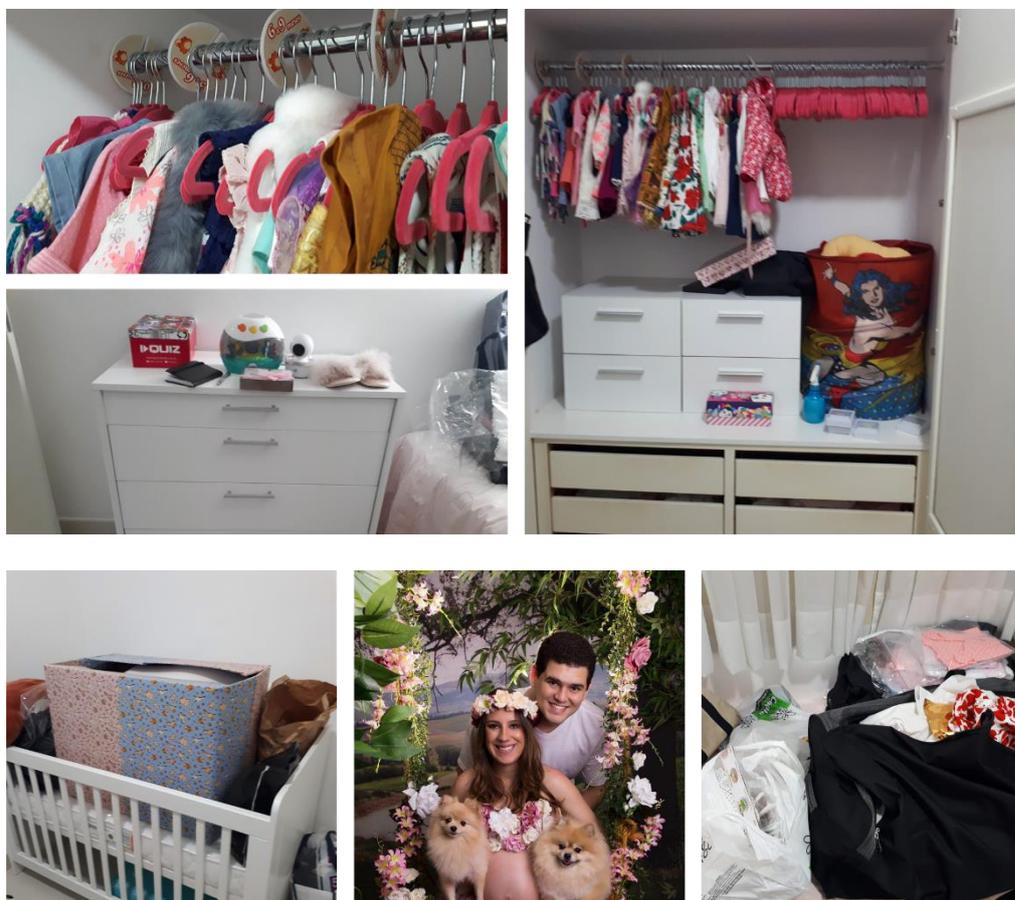


Figura 19: projeto nascimento em andamento

Destaco aqui alguns pontos importantes: nas primeiras três imagens, podemos notar que a organização não para na gestão do projeto contratado de consultoria do enxoval. Este valor se estende até à maneira como as peças que

compõem o enxoval estão dispostas no armário. Categorizados por idade e com luzes ‘adesivas’ que ajudam procurar objetos dentro do armário no escuro. Toda esta organização para que seu o desempenho como mãe naquele ambiente seja maximizado. Pela quantidade de cabides ainda vazios, percebe-se o que ainda virá pela frente em termos de volume de peças de vestuário. GL também destaca que um dos serviços oferecidos pela sua *baby planner* é o de organização do quarto do bebê. Como a Julia estava no Brasil e é sua amiga pessoal fez esta arrumação por ela.

Nas três demais imagens, destaco que dorme no berço neste momento, enquanto o bebê ainda está sendo gestado: a caixa usada no chá de revelação, que serviu para ajudar a forjar a sua identidade como menino ou menina. Este objeto está impregnado de significados. E marca o início da forma como irá trilhar a sua jornada no mundo aqui fora do útero. Nota-se também objetos que ainda serão categorizados e armazenados. Objetos de vestir, de cuidar, de cômoda, de armário, e gaveta ou de cabide. São objetos que encarnam o que antes era apenas ‘a lista de enxoval’ e agora tornam-se coisas e não mais apenas palavras. A imagem central desta última tríade sintetiza a forma como o casal escolheu representar através de imagem o momento que viviam. A representação da família que vai receber este bebê está colocada em uma ambiência romântica e bucólica e, em certa medida, quase nobre. E esta foi a imagem escolhida para estar em um porta-retrato que passou a decorar a sala do casal em questão.

Este projeto chamado nascimento precisa também de elementos a serem priorizados, como já foi rapidamente colocado também por GL em sua fala sobre o que seria essencial e por isso comprado no primeiro dia da viagem de compras de enxoval no exterior. Ao que parece, nesta pedagogia consumidora da gestação, precisa ser definido, como em qualquer outra gestão de projeto, que tarefas deste precisam ser realizadas antes das demais.

Uma outra informante, TR, 35 anos, de Niterói, região metropolitana do estado do Rio de Janeiro, me trouxe esta perspectiva em meio à nossa conversa, bem logo do início, quando falávamos sobre as primeiras decisões atravessadas pelo consumo durante a gestação. TR, diferente de GL, foi sua própria *baby planner*. Encarnou o papel de cerimonialista do nascimento do Pedro. Ela disse: “Como

gostamos muito de coisas assim de casa, a primeira coisa que a gente pensou foi buscar referências de quartos de menina e de menino. Assim, cores...”.<sup>22</sup> Depois de buscar referências sobre o quarto, a próxima decisão do projeto passava pelo enxoval. Começou a consultar amigos, que sempre perguntavam: “ah, você vai fazer enxoval fora, ou vai fazer aqui?” Aí começou a pesquisar se valia mesmo a pena viajar para fazer enxoval fora, ou se comprar aqui no Brasil era a melhor opção. Em paralelo, começou a pensar como seria a lista de compras do enxoval. Fez diversas consultas na internet para fazer a lista e recebeu também listas de dois amigos. “Fiz um *match* de tudo o que vi. O que estava ali repetido entre as listas, eu achei que era bom”. Isso gerou uma primeira versão de lista. E lista passou a se transformar em objetos. As primeiras coisas que comprou foram berço e cômoda. “Carrinho a gente comprou logo de cara também, porque a gente tinha decidido que, se viajasse, não queria trazer carrinho”. Este foi um item que ela teve que pesquisar bastante, e sobre o qual desabafou dizendo “achei mega difícil escolher”. Assim, TR me explicou que ela e o marido decidiram comprar primeiro “essas coisas grandes assim”. Interessante notar a hierarquia das tarefas do projeto: primeiro o quarto, o cenário. Depois “as coisas grandes” da cenografia. E depois os demais objetos de cena e itens do figurino.

Quando passamos a analisar o projeto da gestação narrado também nas redes sociais, pensando uma perspectiva geracional, notamos o quanto de fato mudaram os hábitos, práticas e consumo – bem como o seu papel – relativos à gestação e cuidado do bebê. E como mudam também, de acordo com o contexto socioeconômico, os usos e práticas das representações presentes nas narrativas audiovisuais. Como vemos, a lista de enxoval, pensando o mesmo como uma importante etapa e entregável do projeto, muda, aqui no Brasil, de acordo com as condições socioeconômicas da família da gestante, com seu estilo de vida, e bem como de acordo com o contexto geracional em que ela está inserida. Mudam os tempos, mudam os bens e seus usos. Causa estranhamento a ausência de alguns objetos, tão comuns em outros tempos, mas que hoje, por uma série de motivos, deixam de figurar nas listas de enxoval atuais. Isso fica evidente no exemplo que vemos a seguir. Essa constatação também esteve bastante presente na fala das

---

<sup>22</sup> Este aspecto em específico, vou desenvolver mais detidamente no item sobre o quarto do bebê, mais adiante neste capítulo.

minhas informantes, quando citavam algumas surpresas por parte da rede de mulheres que as cercavam pertencentes a outras gerações. Estas eram surpreendidas tanto pela ausência de alguns, quanto pela presença de outros que não havia quando tiveram os seus filhos.

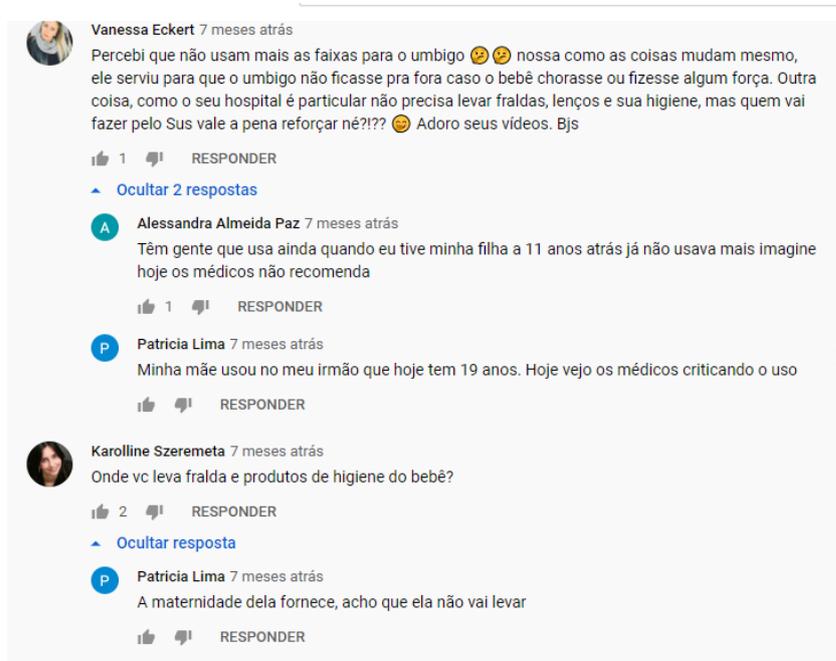


Figura 20: Novos hábitos de consumo na gestação.  
<https://www.youtube.com/watch?v=i8UIJdTjUKg> (acesso em 6.12.2020)

Podemos identificar também ressignificações e adaptações que gestantes de diferentes classes socioeconômicas produzem, para que possam vivenciar uma jornada similar de gestação, valendo-se ao máximo da mesma pedagogia de consumo de bens e experiência da gestação. Tal prática marca o movimento de *trickle-down* nas práticas de consumo, a partir do qual as dinâmicas de imitação e diferenciação entre classes se dão.

A teoria sustenta que este processo de imitação e diferenciação tem um caráter progressivo. Os novos marcadores de status arquitetados pelo grupo superior estão eles mesmos sujeitos a uma eventual apropriação subordinada, e então outros ainda mais novos precisarão ser criados (MCCRACKEN, 2003, p. 123).<sup>23</sup>

<sup>23</sup> Para McCracken, o conceito cunhado anteriormente por Simmel apresentaria algumas necessidades de revisão. Uma delas passaria pelo próprio termo, que implicaria numa metáfora que segundo ele, representaria uma “designação inapropriada” ou “um erro de metáfora. Para ele, a dinâmica *trickle-down* deveria ser compreendida mais como um processo em direção ascendente,

Isso fica muito evidente quando observamos a questão do quarto do bebê, explorada em um dos capítulos deste trabalho. Também em vídeos de mala de maternidade. Gestantes que terão seus bebês pelo SUS sinalizam em seus vídeos esta diferenciação: “mala de maternidade SUS”.



Figura 21: Pedagogia do consumo na gestação atravessa classes socioeconômicas e se adequa, mas se mantém presente na jornada. <https://www.youtube.com/watch?v=i8UIJdTjUKg> (acesso em 6.12.2020)

Dentre tantas outras escolhas e etapas do projeto – fazer ou não chá de revelação, fazer ou não sexagem fetal, fazer ou não chá de bebê, que lembrança de maternidade escolher, vai ou não congelar sangue do cordão umbilical etc... – está uma etapa-chave para a conclusão do projeto nascimento: a escolha do tipo de parto desejado. Isso acaba por impactar na escolha do médico e pode exigir até mesmo a mudança de médico, como aconteceu com a TR<sup>24</sup>.

Sobre a escolha do parto, vou me deter no item em que trato dos rituais da gestação. Mas adianto que a escolha do parto, bem como a forma com que a gestante se relaciona com o consumo em outros âmbitos da vida, impactam sobre os tipos

---

de “caça” aos marcadores de status da alta classe, e não como se quer explicar mais frequentemente como um movimento de quase imposição de gosto em movimento descendente.

<sup>24</sup> A informante TR quando decidiu pelo parto natural ainda no início da gestação, buscou médica especializada, mudando de médica que já a acompanhava há algum tempo, mas que não parecia privilegiar o parto natural, em detrimento da cesárea.

de experiências e de bens serão consumidos. Isso influencia o desenho e a gestão do projeto de gestação, o que ele vai ou não contemplar como etapas e entregas.

Um exemplo de uma etapa, por assim dizer, opcional seria a pintura da barriga. Normalmente associada ao ritual do chá de bênçãos, como identifiquei logo no início da minha pesquisa de campo em 2017, esta experiência estava mais restrita e relacionada a mulheres com uma visão de mundo mais sustentável, que optavam por partos naturais e por fraldas de pano, por exemplo. Atualmente, no entanto, já vemos este tipo de experiência se disseminar por outros perfis de gestantes, como mais uma etapa desta pedagogia da gestação mediada pelo consumo. Há os chás de despedida de barriga, por exemplo. E ainda pinturas de barriga que não trazem mais o bebê em sua posição fetal, como se dava no contexto em que foi criado, no início dos anos 1990, pela parteira mexicana Naolí Vinaver, com o intuito de representar de fato o bebê em sua posição atual no ventre, fortalecendo o vínculo entre gestante, seu corpo e o corpo do bebê<sup>25</sup>. As pinturas de barriga podem trazer agora imagens de personagens de desenho ou outras referências do mundo *pop*. Nota-se também que a experiência do momento da pintura já não é suficiente. Por isso, uma fralda de pano é utilizada para eternizar a pintura da barriga, transferindo para o objeto a permanência da memória da gestação.



Figura 22: pintura de barriga e souvenirs da gestação  
<http://www.faccamp.br/new/fiquepordentro/visualizar/1369>. Acesso em junho de 2020

<sup>25</sup> Chamada pela criadora da arte gestacional de ultrassom natural, a história e contexto do surgimento da pintura da barriga encontra-se narrada em reportagem da revista *Crescer* <https://revistacrescer.globo.com/Gravidez/Vida-de-gravida/noticia/2017/08/ultrassom-natural-voce-sabe-o-que-e.html>. Acesso em março de 2020.

Com seus sentidos originais deslocados, a pintura de barriga passa por uma popularização e um processo de ressignificação. Há um processo de dessacralização, neste sentido, porque seu significado foi deslocado de seu uso original, que tinha por função fortalecer o vínculo mãe-bebê. E não passar a ser um souvenir ou um post no Instagram.

A maior parte das representações presentes nas pinturas de barriga diz respeito ao tempo e à espera, ao sexo do bebê, ao fato da gravidez – e do bebê – representarem um presente, embrulhado com laço de fita, para futura mamãe. Já outras pinturas apelam para o humor, fazendo da barriga um cenário instagramável, ou seja, uma imagem divertida que pode e deve ser reproduzida nas redes sociais em busca de muitos likes.



Figura 23: pinturas de barriga já não necessariamente precisam representar o bebê. Mas ganham outros significados. <http://www.faccamp.br/new/fiquepordentro/visualizar/1369>. Acesso em junho de 2020.

Podemos reforçar que a pedagogia da jornada da gestação, mediada pelo consumo, e pela narrativa das mídias, ou seja, os componentes deste projeto gestação, que tem como entrega final o nascimento de um bebê, já são sabidos pela maior parte das seguidoras, grávidas, tentantes ou apenas curiosas. Elas cobram da *vlogger*<sup>26</sup>, sempre numa dada sequência lógica, o próximo vídeo com determinado tema, como podemos conferir na reprodução a seguir:

<sup>26</sup> Pessoa que posta um diário da sua vida em formato de vídeos

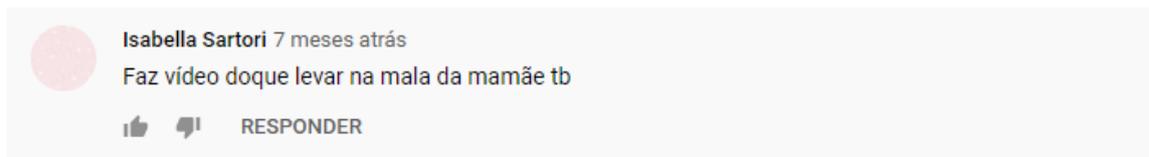


Figura 24: a audiência sempre espera e cobra o próximo capítulo. E a vida real segue a pedagogia da gestante mediada por experiências e objetos de consumo.

<https://www.youtube.com/watch?v=i8UIJdTjUKg> (acesso em 6.12.2020)

Para as *vloggers* de gestação, deixar de fazer um dos vídeos exigidos pela audiência, faz com que possa perder seguidores. Para uma gestante, não viver a sua gravidez com todas as experiências, rituais e etapas da jornada será, como dizem em experiências de viagem, ir a Roma e não ver o Papa. Há um modo de ser grávida, regido pelo consumo, que prescreve até mesmo as emoções que a gestante deveria ou não sentir.

Há uma ordem da narrativa, como nos capítulos de uma novela, que já é aguardada. Depois do vídeo em que a gestante conta que descobriu que está grávida, invariavelmente mostrando orgulhosa o teste de gravidez, dizendo se foi ou não planejada, a audiência pede que seja postado um vídeo sobre como foi a reação dela e da família ao saber. Estes momentos, claro, já tendo sido filmados e guardados pela youtuber porque ela sabe que este será um vídeo que a sua audiência já espera ansiosa. Depois, os pedidos são pelo vídeo da primeira ultra. Alguns episódios mais à frente neste diário audiovisual da gestação, a expectativa fica a cargo do chá de revelação e, mais adiante, do chá de bebê. Passa pela compra do enxoval, pela arrumação do quarto e da mala da maternidade, da gestante e do bebê. Há também os vídeos que exibem um *tour* pelo quarto e pela cômoda do bebê. Na reta final da primeira etapa da jornada dos mil dias<sup>27</sup>, começam a ser exibidas as produções que mostram a ansiedade e preparativos dos dias que antecedem a chegada do bebê. Muitas compartilham o seu plano de parto, se entraram ou não em trabalho de parto – um momento de consumo da experiência da gravidez extremamente desejado por muitas gestantes – e, por vezes, invejado por quem não consegue atingir esta performance empreendedora da gestação. Claro, há os vídeos do parto. Depois, os

<sup>27</sup> Termo utilizado por alguns especialistas, inclusive médicos, para representar o período gestacional, da concepção até os dois anos de idade do bebê.

relatos de parto, já com o bebê em casa. Os canais seguem falando sobre a rotina do puerpério e os primeiros cuidados com o bebê.

Há dois outros tipos de vídeos pautados pelos objetos que cercam a gestação e os primeiros cuidados com o bebê que são também muito comentados e esperados pela audiência: os “acabados do primeiro mês do bebê” onde as mães guardam as embalagens vazias de fraldas e cremes antiassaduras, por exemplo, e fazem comentários sobre o uso. Outros vídeos sobre o que foi útil e o que não foi do enxoval. Há um tema recorrente que fala também sobre o que a gestante não comprou no enxoval e se arrependeu. Interessante notar, analisando esta prática do ponto de vista do marketing e estudos do comportamento do consumidor, por exemplo, esta seria a etapa que é chamada de pós-venda, onde revelam-se muitas oportunidades de melhoria no produto e na prestação de serviços por parte das empresas.

Nestes vídeos, e em outros espaços de troca, como grupos e páginas do Facebook, a experiência convive com as dúvidas das mães de primeira viagem. E as novidades mais recentes sobre o universo do consumo para gestantes também estão ali presentes a todo momento.

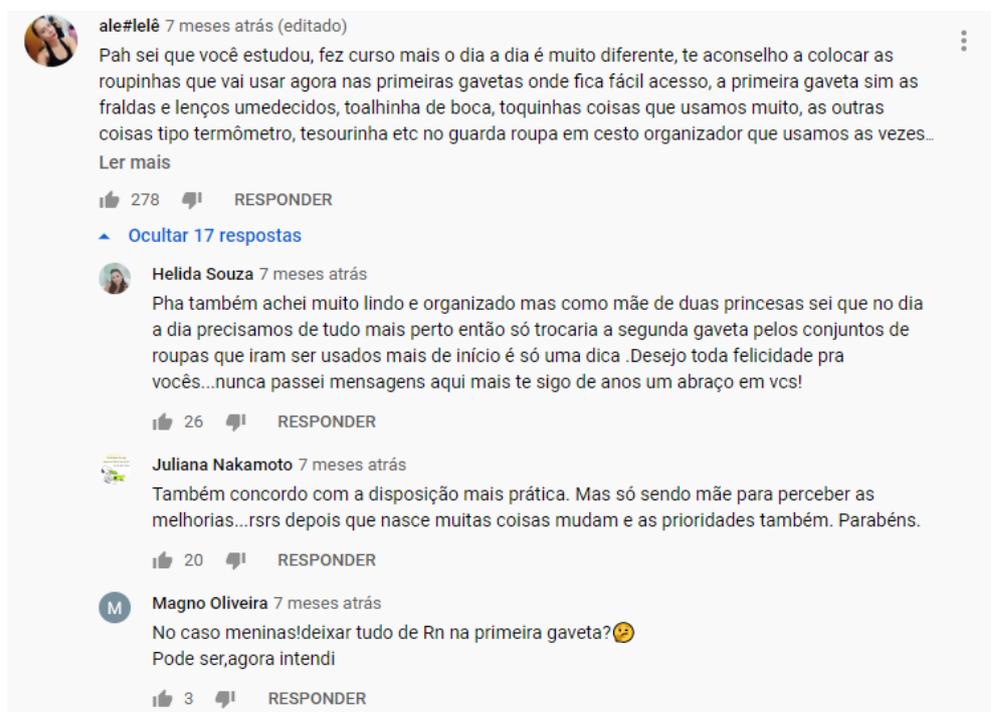


Figura 25: mães experientes dão conselhos às *vloggers* de como o quarto imaginado e a vida real podem ser bem diferentes.

<https://www.youtube.com/watch?v=-MXeb85LpD8> (acesso em 7.12.20)

Esta mesma sequência lógica e prescrita de como viver a gravidez, se dá também com gestantes comuns, que não são vloggers ou youtubers. Em seus perfis pessoais em diversas redes sociais, como no caso do Instagram, a história se repete. Capítulo a capítulo, com uma outra variação, mas a jornada é a mesma. Esta constatação se deu pelo cruzamento das descobertas realizadas pela pesquisa exploratória empreendida via monitoramento de algumas hashtags no Instagram, com esta navegação pelas narrativas em vídeos no YouTube e também, claro, quando da análise das entrevistas junto às minhas informantes.

E eu mesma, em meu percurso metodológico, me vali da etapa inicial desta jornada – a comunicação da gestação – para selecionar e recrutar as minhas gestantes-informantes. Como já explicado anteriormente, o meu critério de recrutamento para as entrevistas foi desencadeado justamente pelas postagens quem as mulheres – ou seus companheiros – comunicavam a descoberta da gestação. A partir daí, fazia o convite para participar da pesquisa.

O que pudemos ver aqui, neste item, reitera a perspectiva da gestação vivida como um processo de gestão de uma nova vida – a vida do bebê. Composta por um planejamento que pensa as etapas deste projeto, a gestante cerca-se dos mais diversos profissionais, que são devidamente alocados em suas funções, no momento certo. Tal projeto pode ser coordenado pela própria gestante ou por uma especialista – a *baby planner*. O projeto já é tão conhecido pelos fãs deste espetáculo narrativo, que no YouTube há uma certa cobrança pelo próximo capítulo, na ordem em que o projeto, o roteiro, costuma prever. Como se dá também no exemplo que eu trouxe aqui na informante TR, que ao compartilhar a notícia com os amigos, já passou a ouvir com frequência a pergunta se faria o enxoval do seu bebê no exterior. Isso porque já há uma prescrição do que esperar de uma jovem gestante como ela, com sua dada condição social e estilo de vida.

Hoje em dia, ser mãe parece mesmo requerer uma preparação prévia, como na gestão de um projeto. E o consumo apoia estas mulheres nesta jornada. É como se precisassem fazer de tudo para terem certeza de que na hora que o bebê nascer, elas estarão prontas. Serão gestantes certificadas, como gestoras do projeto nascimento. São muitos os livros voltados à gestante e sua preparação para ser mãe. Mas nem sempre as gestantes se sentem confortáveis apenas com esse suporte

bibliográfico, por isso podem recorrer aos cursos de gestantes. Nesses cursos também costumam ser entregues brindes de marcas conceituadas, voltadas para a mãe e para o bebê, e realizados sorteios de produtos, serviços e vale-compras, como pude presenciar em minha pesquisa de campo, durante o evento promovido pela Unimed<sup>28</sup>. O curso de gestante costuma fazer com que as mulheres se sintam mais seguras e preparadas, dando a uma sensação maior de que ao saber mais, controlam melhor a situação e gerem melhor este projeto. O curso de gestante pode ser considerado um ritual de preparação, uma espécie de certificação em formação da maternidade. A gestante aprende como amamentar, como se preparar para ter um parto normal, como dar banho no bebê, cuidar do umbigo e outros temas.

Ao se aproximar a hora do parto, outras decisões precisam ser tomadas: qual o enfeite usar na porta da maternidade? Que lembrancinhas fazer para aqueles que forem visitar o bebê na maternidade ou em casa? Qual a primeira roupa que o bebê irá usar, e que ficará imortalizada nas fotos do berçário e no site da maternidade? E qual a roupa com a qual o bebê vai sair da maternidade? A famosa “saída de maternidade” precisa ter tudo combinando: roupa, manta, meia, luva. Há uma decisão material também que tem a ver com a saúde futura do bebê: a decisão sobre congelar ou não o sangue do cordão umbilical. Há opiniões das mais diversas e esta também parece ser uma atitude que denota distinção. Por vezes não se sabe muito bem nem porquê e o efetivo uso que tal armazenamento pode ter no futuro, mas se as amigas e celebridades fizeram deve ser importante.

Tudo isso sendo regido pela perspectiva de que o evento – o nascimento – seja bem-sucedido. Ou seja, que apresente a performance esperada, da preparação do espetáculo, até a estreia dos “pequenos Trumans” em suas vidas extrauterinas. E que o recém-nascido encontre em sua mãe alguém que manterá bem-sucedido a continuidade da gestão de seus primeiros meses de vida.

A ambição e a injunção da performance se manifestam, também, em outros domínios existenciais. Não se trata somente de uma necessidade econômica, mas de uma doutrina ou de uma utopia de autorrealização que dinamiza o individualismo contemporâneo, dando alento moral a novas formas de concorrência e de diferenciação social. O desejo de ser mais –

---

<sup>28</sup> Jornada dos primeiros mil dias, em referência à contagem do tempo da gestação até os dois anos do bebê.

desafiando e superando, sem trégua, os próprios limites – cativa o imaginário contemporâneo, mobilizando energias psíquicas, anseios narcísicos de reconhecimento e fantasias de onipotência (FREIRE FILHO, 2012 p. 40).

## 4.2. O Show do Eu intra e extrauterino

A gestação em todas as suas etapas até o parto vem passando por transformações cada vez mais significativas. E pensar os opostos pode nos ajudar a entender um pouco esse movimento. Assim, se pensarmos a morte como oposto do nascimento – que marca o fim da gestação – podemos perceber que enquanto o fim da vida se privatiza (RODRIGUES, 1983/2006), a gravidez e o nascimento tornam-se momentos da vida cada vez mais públicos.

Desde a descoberta da gravidez – ou até mesmo antes para aquelas mulheres que se intitulam como “tentantes”, ou seja, que estão tentando engravidar – até o nascimento, cada etapa é publicizada, compartilhada, vivenciada coletivamente. Algumas mulheres que optam por ter seu parto no ambiente privado de suas casas, depois compartilham as suas experiências em relatos, fotos e vídeos. E nas maternidades, os partos também são cada vez mais filmados, fotografados e até mesmo transmitidos ao vivo em uma espécie de sala de cinema, como acontece no Cineparto da Maternidade São Francisco em Niterói, Rio de Janeiro.

O relógio digital do corredor da Maternidade São Francisco, em Niterói, marca 20h11m. Lucas nasce cabeludo, pesando 2,910 quilos e medindo 48 centímetros. Após ser examinado pelo pediatra e ter o cordão umbilical cortado pelo pai, é erguido pelo obstetra em direção a uma câmera instalada no teto da sala de parto.

Em outro andar, 20 pessoas acomodadas num auditório chamado Cine Parto observam, eufóricas, a rápida sequência de cenas ao vivo, numa TV de 52 polegadas. Quando avistam o bebê, levantam taças de champanhe e celebram o nascimento como se estivessem comemorando um gol. – Jornal O Globo (2016)



Figura 26: imagem do site da maternidade mostra família que comemora o nascimento do bebê em transmissão ao vivo em sala de cinema na própria maternidade. E as opções de buffet que podem ser escolhidas para o evento. [www.cineparto.com](http://www.cineparto.com). Acesso em 10/08/18.

Segundo dados do portal Universia<sup>29</sup>, em 2017, a PubliVídeo Nascimentos, especializada em registrar partos em maternidades particulares de São Paulo, transmitiu on-line 7.500 partos. Em outra reportagem sobre transmissão de partos, publicada no portal *Pais & Filhos*<sup>30</sup>, Natosha Kramer, de 32 anos, de Ohio, acabou tendo sua filha em casa porque no hospital em que a atenderam não identificaram que ela estava em trabalho de parto, confundindo com uma dor de estômago. Quando começou a dar à luz o seu bebê, em casa, a mãe não hesitou, e abriu a câmera transmitindo ao vivo o seu parto via Facebook. Ela afirmou: “Eu queria a memória do nascimento independentemente de ter sido em um hospital ou em minha casa. Minha mãe pegou Nola enquanto eu estava lá”. Como afirma a reportagem, “enquanto tudo estava acontecendo” ela teve ideia de iniciar uma transmissão ao vivo.

Tais experiências mostram que, em nossos dias, a experiência para ser memorizada precisa ser compartilhada. No caso do cineparto, por exemplo, pressupõe-se que para vivenciar intensamente algo, não seria suficiente fazê-lo sozinho, mas de forma igualmente compartilhada. É o transbordamento do eu, da intimidade, como num show, um espetáculo, que precisa ser notado pelo outro para ganhar valor, como explica Paula Sibilia, em *Show do Eu*. Esta necessidade do olhar do outro, potencializa a necessidade de uma dada extimidade, ou seja, a intimidade que precisa se exposta – e ser aprovada pelo outro – para ter valor para o indivíduo.

<sup>29</sup> Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2018/01/17/alem-das-fotos-e-dos-videos-parto-agora-e-transmitido-ao-vivo-pela-web.htm>. Acesso em 10/08/18.

<sup>30</sup> Disponível em: <https://paisefilhos.uol.com.br/familia/mae-faz-live-do-parto-no-facebook-apos-medicos-confundirem-contracoes-com-dor-de-estomago/> Acesso em 12/12/2020

É uma sociedade que enfatiza o que se vê e o que se coloca para ser visto, como já colocado anteriormente segundo as *Tiranias da visibilidade*, de Nicole Aubert e Claudine Haroche.

(...) cumpre levar em conta, em cada sociedade ou cultura, a importância relativa dos níveis de experiência e de pensamento que ela reconhece (...). nosso sistema de valores determina toda nossa paisagem mental. (...) Dou o nome de ideologia a um sistema de ideias e valores que tem curso num dado meio social. Chamo ideologia moderna ao sistema de ideias e valores característico das sociedades modernas (DUMONT, 1965 p.18-20).

São pilares discutidos da nossa cultura contemporânea, já discutidos no capítulo 3, a visibilidade, a midiaticização e a estetização da vida. Porque se a imagem é valor, e faz com que o indivíduo que se mostre, exista por ser visto, há necessidade de que se esteticize esta imagem que se midiaticiza. Porque não se pode compartilhar qualquer imagem, porque somos entendidos como sendo elas. Nossa identidade e subjetividade são forjados partir desta lógica. E, esta dinâmica se inicia desde antes da efetiva existência extra-uterina ou corporal. Começa a existir como informação, como imagem.

O show do eu<sup>31</sup> na gravidez se dá ainda dentro do útero, enquanto o bebê ainda é feto, e tem sua ultrassonografia, seus movimentos e batimentos cardíacos compartilhados nas redes sociais digitais. Assim, aquela frase que muitas crianças escutam “conheço você desde que você estava na barriga da sua mãe”, agora não fica mais restrita apenas à rede social mais próxima da gestante. Muitos dos seguidores e amigos da gestante podem afirmar isso porque ao acompanhar a gestante em seus perfis nas redes sociais, também estavam acompanhando aquela criança, por vezes desde a tentativa de fazê-la existir.

O enfeite da porta, os brindes, o congelamento do sangue do cordão umbilical para extrair células tronco e a contratação de um fotógrafo para a maternidade materializam este momento de ápice após meses e meses de tentativas e preparações. O nascimento não poderia ser nada menos que a estreia de um espetáculo que contou com meses de ensaio, treino e preparação.

---

<sup>31</sup> A partir do conceito proposto por Paula Sibilia (2008)

O espetáculo é ao mesmo tempo parte da sociedade, a própria sociedade e seu instrumento de unificação. (...) O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediatizada por imagens. (...) quanto mais ele [espectador] contempla, menos ele vive. (...) Quanto mais sua vida se transforma em mercadoria, mais se separa dela (DEBORD, 1997).

Refletindo a partir das lentes de Guy Debord (1997) e sua sociedade do espetáculo, podemos pensar que algumas mães, tão preocupadas com as escolhas dos objetos, ambientes e rituais que precedem a chegada de seu bebê, podem deixar de viver de fato a sua gestação como uma experiência em si já bastante relevante. São tantas as etapas deste projeto e tantas outras experiências a que se impõe, pelas lógicas do “você tem que fazer”, que a fruição daquele momento da vida da mulher pode ficar de lado em virtude da meta e da lógica empreendedora aplicada à gestação. Mas, por outro lado, podemos pensar que esta seria agora a nova forma de viver a gravidez na contemporaneidade.

Como já indicado na referência no item 3.5, a pesquisa desenvolvida por Angélica Fonsêca demonstra que é sabido que esta mediação, esta gestação-notícia, se segue até o parto. Ainda nos primeiros dias do bebê outras decisões de ordem material precisam ser tomadas: se a mãe consegue amamentar, precisa cuidar do seio com cremes, conchas, armazenar o leite, fazer compressas com bolsas específicas para isso, decidir se vai comprar, alugar ou pedir emprestada a bomba para o leite. Se não consegue amamentar, precisa definir qual o suplemento vai dar ao seu filho, com que mamadeira. Além disso, em ambos os casos, se vai ou não tentar dar chupeta. E em meio a tudo isso, precisa decidir se faz ou não o ensaio *newborn*, que tem que ser realizado em até quinze dias após o nascimento. Essa é outra recordação material – e marca de distinção social – que cerca o ser mãe na contemporaneidade. Outras decisões que marcam a relação de consumo e memória também se darão em seguida, como as lembranças de coto umbilical ou leite materno, que serão apresentados no item seguinte.

E, claro, constatamos nas redes sociais digitais, que esta mediação espetacularizada, nascida mesmo antes do bebê, vai além, e perdura durante o crescimento, registrando mes-sários e outros momentos da vida da criança. O bebê,

que agora inaugurou sua presença encarnada no mundo, apenas está no início do show que irá enredá-los nas redes das visibilidades contemporâneas.



Figura 27: mês-sário postado no Instagram. O consumo está presente até mesmo na temática da celebração, com a centralidade do produto NAN, fórmula que substitui ou complementa a alimentação do bebê.

[https://www.instagram.com/p/CHGr18zpfFB/?utm\\_source=ig\\_web\\_copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CHGr18zpfFB/?utm_source=ig_web_copy_link)

#### 4.2.1. Quando o corpo se torna objeto e imagem

Como o corpo é o primeiro lugar da inscrição, a sociedade sempre leu, encarou a mulher a partir de seu corpo e de suas produções, fechando-a na reprodução e na afetividade. A natureza – menstruação, gravidez, parto, etc., destinava as mulheres ao silêncio e à obscuridade, impossibilitando-as de outras formas de criação. Neste sentido o corpo feminino é um texto histórico, escrito diversamente ao longo do tempo. Por este motivo, não existe “um” corpo feminino, não existe uma natureza feminina, mas uma cultura em que durante séculos as mulheres foram encaradas como seres naturais (COLLING, 2014 p.27).

No contexto de formação de subjetividade regido pelo imperativo dos regimes de visibilidade, estetização e midiaticização da vida, podemos afirmar que “quanto mais vemos, menos vivemos, quanto menos vivemos mais necessitamos de visibilidade. E quanto mais visibilidade, tanto mais invisibilidade, tanto menos capacidade de olhar” (BAITELLO JÚNIOR, 2014 p. 116).

Dando continuidade à sua explicação sobre este ciclo vicioso movido pela visibilidade como imperativo de existência, Baitello Júnior (2014) coloca que o primeiro sacrificado neste processo é o próprio corpo, em sua capacidade de perceber o mundo e perceber a si mesmo – protocepção. Segundo o autor, o corpo

se reduz a “observador da observação”. Isso porque há uma “transferência das vivências do corpo para o mundo das imagens” (BAITELLO JÚNIOR, 2014 p. 117). Completa ainda que esta transferência faz com que o tempo se congele em um eterno presente, o que significaria não haver presente. Porque “a imagem de um presente será sempre a sua própria ausência. Tal qual já estava presente na palavra latina *imago*, a imagem se associa ao retrato da morte” (BAITELLO JÚNIOR, 2014 p. 117).

Que implicações há na gestação e na sua relação com o consumo, quando pensamos esta presentificação de vivências a partir das imagens midiáticas? Notamos em nossas entrevistas e observações que apenas sentir o bebê e imaginá-lo não é mais suficiente para se sentir grávida. Há uma ansiedade pelo dia da ultra. Algumas gostariam de ter o *gadget* de monitoramento do bebê, que é acoplado ao celular, para poder ver o bebê quando quisessem. Aplicativos como Baby Center aqui já citados, objetificam o bebê em dimensões, tamanhos, o comparando a frutas e legumes, por exemplo e descrevem em vídeos e imagens o que está acontecendo com ele naquele momento. E todos estes filtros de imagens, digamos assim, podem criar uma certa barreira para a vivência do presente e das sensações corporais da gestação. A gestante vê nas redes sociais ou no app que deveria estar sentindo A ou B naquele exato momento da gestação, e se sente mal caso não esteja correspondendo à performance esperada. Imagina a sua gestação à imagem e semelhança de outras tantas midiáticas por aí.



Figura 28: perfil aberto no Instagram localizado através do monitoramento das hashtags já aqui descritas.



Figura 29: corpo como moldura para as imagens da experiência gestacional. O modelo de estetização da gestação é global. O mesmo é reproduzido no exterior e no Brasil. A lógica de consumo de fato se faz presente na linguagem

Além disso, durante a realização do meu campo de pesquisa, notei a escassez de processos de memória da gestação que não fossem atravessados por imagens. Da ultra às fotos do chá de bebê, do book de gestante à foto do parto, a coleção de memórias da gestação se faz repleta de objetos e imagens. Práticas de outras gerações, como a elaboração e diários de gestante ou livros de 1 ano do bebê, vão ficando para trás. Porque o roteiro já está dado. Pronto no aplicativo. Roteirizado no feed das redes sociais. Não há espaço para construção da sua história de gestação. Nem mesmo no que diz respeito às sensações e emoções manifestas no corpo.

O cardápio de modelos estéticos de gestação é extenso nas redes. Você aprende como contar que está grávida, mostrando muitas vezes o teste de gravidez.

Aprende também como apresentar a primeira imagem do seu bebê na ultra e como deve mostrar a evolução da gestação, com fotos sequenciais, mês a mês, da sua barriga crescendo.



Figura 30: como registrar a evolução da gestação até o nascimento. Esta é apenas uma das sugestões possíveis para inspirar as demais gestantes para que possam cumprir com as suas tarefas de compartilhamento do regime de visibilidade nas redes sociais digitais.

Aprende também como interferir na imagem da ultra deixando evidente o sexo do bebê. A vivência da gestação neste corpo que se torna imagem enquanto vive aquela dada experiência, da descoberta da gestação até o nascimento, já pensando em como vai postar nas suas redes, implica na estetização da vida e na ausência do corpo pela prevalência da imagem.



Figura 31: perfil aberto no Facebook localizado buscando pela palavra-chave ultrassonografia. Intervenção na imagem da ultra é muito comum para representar o sexo do bebê. Neste caso trata-se de uma “princesa” como diz o post.

E se toda a preparação do enxoval tiver sido feita para uma ‘princesa’ e nascer um ‘príncipe’? A lógica da gestação atravessada pelo consumo logo dá curto-circuito. E um dos comentários que há no post que reproduzo abaixo é o seguinte: “Deve ser muito triste pra uma mãe, preparar tudo com muito carinho, claro que o amor será o mesmo, mas não tem alegria maior que arrumar as coisinhas do bebê”. Vejam que arrumar as coisinhas do bebê proporciona, segundo relato, uma alegria ainda maior do que o nascimento.



Figura 32: post no Instagram identificado a partir do monitoramento das *hashtags* já aqui apresentadas, mostra o relato da mãe que esperava por Manu e recebeu Bernardo, diante de seu enxoval todo rosa, não expõe preocupação neste sentido. Mas nos comentários, há quase que uma indignação com o “erro” dos médicos, que teriam com isso tirado da mãe “a maior alegria que é arrumar as coisinhas do bebê”. Mas me pergunto: ela não teve este prazer? Ela não arrumou o quanto, armário e cômoda para chegada do seu filho, seja lá de que sexo fosse?

Por afirmações e observações como estas que vi e ouvi em meus processos de observação nas redes sociais, e em algumas das visitas e entrevistas de campo, que posso afirmar que parece haver de fato uma cisão entre o consumo da gestação e o consumo da maternidade. Deseja-se a alegria de viver toda a jornada da gestação, imaginada, sonhada, pedagogizada, prescrita e estetizada, vivenciando esta experiência de maneira muitas vezes apartada da consciência da maternidade. Busca-se o prazer e a alegria maior de “arrumar as coisinhas do bebê” e compartilhar as imagens do quarto-cenário. Mas pode haver posteriormente a mesma sensação de frustração que há no processo de *day dreaming*, explicado por Colin Campbell [1987; 2001], onde sonhar acordado com algo por vezes é mais prazeroso do que a obtenção de fato daquele objeto de consumo com o qual se sonhava.

Com o advento do procedimento da ultrassonografia nos anos de 1950, iniciava-se o processo de mediação do corpo do bebê por imagens. Não só o corpo do bebê é mediado por imagens, mas também o corpo da mãe. E alguns elementos de um corpo que pode ser entendido como duplo, ou seja, mãe-bebê – também são avaliados a fim de entender se está devidamente preparado para manter o corpo do bebê em plena condição de existência. Placenta, líquido amniótico, cordão umbilical e circulação sanguínea, entre outros elementos, são intensamente monitorados durante toda gestação. A ultra 3D e 4D trazem ainda mais imagem ao corpo, ou dão ainda mais corpo à imagem do bebê. E imagens como as que vemos abaixo de antes e depois se tornam comuns. Trata-se do mesmo corpo e de sua mesma imagem, apenas mediada por outras mídias. A primeira – do antes – permitida pelo ultrassom e a segunda – do depois – por uma câmera. O antes e depois tem como parâmetro o nascimento do bebê, a sua existência extrauterina. Mas dentro ou fora do útero, seu corpo se mantém imagem e objeto.



Figura 33: perfil aberto no Facebook localizado buscando pela palavra-chave ultrassonografia. A ansiedade por ver o bebê e descobrir o sexo. E, claro, tornar visível mais esta etapa da jornada do projeto gestação. Na ilustração ao lado, um post de marca de mobiliário para quartos de bebê, traduzindo a ansiedade das gestantes por ver seu bebê no dia da ultra.



Figura 34: Corpo imagem, dentro e fora do útero. E podemos notar a pedagogia das experiências de gestação, com pessoas marcando gestantes para que também possam fazer uma imagem como esta. E outras contando que já têm uma imagem nos mesmos moldes.

O exame de ultrassonografia ainda imprime outra particularidade nos rituais associados à gestação: podemos dizer que há uma dupla temporalidade deste exame que se objetifica em imagens impressas, exibidas em uma tela ou gravadas em um DVD: a imagem na tela, e as que são impressas, têm uma temporalidade imediata no momento da realização do exame. As imagens impressas ainda, bem como os DVDs<sup>32</sup> com as imagens em movimento devidamente gravadas, representam a temporalidade que fica para posteridade, como uma recordação, mesmo que quase nunca sejam vistas novamente.

Temporalidade é intrínseca aos objetos no sentido de que sempre há um período de tempo entre sua criação e o momento em que eles são considerados, mas esta qualidade temporal pode ser tanto inteiramente inconsequente ou, como uma relíquia de família, o elemento que dota o objeto de significado (MILLER, 1994, p. 409).

Posteriormente, alguns destes pedaços do corpo mãe-bebê, se tornarão objetos de consumo. O sangue do cordão umbilical, pode ser congelado e armazenado para cura futura de possíveis doenças. A parte do cordão que permanece ligado ao bebê se torna coto umbilical, e se torna *souvenir*. A placenta

<sup>32</sup> Cabem aqui também outros suportes de gravação e armazenamento, como salvar os arquivos da ultra no celular ou na nuvem, onde os arquivos podem ser acessados posteriormente a partir de login e senha em um dos serviços de armazenamentos de arquivo na web.

se torna imagem, podendo ser printada e eternizada como arte. Pode ser tornar também alimento revigorante para mãe em várias formas de apresentação. A barriga, em seu formato grávido, pode ser eternizada por barrigas de gesso e outros materiais, books de gestante ou ainda pintura de barriga que, para não ser apagada, é ‘impressa’ em um pedaço de pano para ser eternizada. O corpo grávido precisa ser cada vez mais eternizado em memórias porque durante a gestação ele é cada vez menos vivenciado como corpo. Mas por vezes é vivido mais como imagem. E quando se nota que o nascimento se aproxima, se intensifica o que as gestantes chamam de “saudade da barriga”. Este é um sentimento que pode ser intensificado com a multiplicação das imagens e o imperativo da visibilidade, fazendo com que a vivência da gestação se dê mediada pelas imagens. Isso porque, por vezes, há uma quase impossibilidade da experiência plena da gestação na interação com o corpo grávido, por estar esse corpo tão frequentemente mediado por sua imagem em uma parte significativa da jornada da gestação.



Figura 35: Post do Instagram mostra um dos *souvenirs* possíveis desta experiência chamada gestação: print de placenta.

Como propõe José Carlos Rodrigues (1983/2006) quando analisa a intenção significacional dos cemitérios contemporâneos, podemos pensar também na intenção significacional desses objetos gestacionais.

No cemitério contemporâneo cada objeto é um signo a desempenhar um papel significacional preciso em favor do imenso projeto de congelar o tempo. (...) O tempo se petrifica também nas flores, que agora são de plástico, que não murcham mais, que permanecem sempre idênticas a si (...). O tempo se solidifica em nossa obsessão pela fotografia: na vida, fixando

momentos; na morte, conservando a imagem (RODRIGUES, 1983/2006).

A comparação entre fenômenos associados à morte e à gestação a princípio pode parecer estranha. Mas veremos em vários exemplos que trago aqui que a intenção significacional de ambos converge em um ponto: a conservação da vida – ou da memória desta. Mesmo que esse fragmento ou simulacro do corpo grávido não mais exista em sua função biológica.

Converter em objetos esses fragmentos corporais presentes na trajetória da gestação parece ter como objetivo parar o tempo, eternizar o momento para que possa vir a ser revivido sempre que aquele objeto for visto ou tocado. Trata-se de um processo de sacralização daquele objeto ritual.

Na sociedade de consumo, o que sacraliza esse bem, esse objeto, como já vimos aqui anteriormente no capítulo 3, é a representação, o simbolismo atribuído ao mesmo, o que lhe concede uma aura mágica. E qual seria o elemento catalisador dessa representação? Seria o potencial de tornar esse objeto publicizado, registrado, fotografado, divulgado.

Em tempos de redes sociais digitais, nunca essa afirmação foi tão pertinente: “as pessoas aprenderam a conhecer o real através de fotografias e por isso precisam fotografar a vida para senti-la real” (RODRIGUES, 1983/2006). Assim, mesmo momentos tão íntimos quanto a gestação e o parto - que seriam restritos à gestante, à família e a alguns amigos mais próximos - passam hoje por um processo de espetacularização e são divulgados, passo a passo, nos mais diversos canais digitais.

Daí que as imagens dos objetos também “circulam” nos meandros das memórias dos sujeitos, carregando lembranças de situações vividas outrora, permeadas por certas sutilezas e emoções próprias do ato de lutar contra o esquecimento e a finitude do ser, bem como de seus vínculos com o seu lugar de pertença (SILVEIRA, 2005).

Essa publicização da gestação vem marcada por uma infinidade de objetos, que vão desde o teste de gravidez, passando pelas imagens de ultrassonografia, ou ainda a própria barriga da gestante como corpo objetificado, representando o filho

que está por vir. E que pode ter a sua evolução acompanhada pela visibilidade que se impõe como condição de existência em nossa contemporaneidade.

Os objetos ao mesmo tempo em que podem ser a lente que nos auxiliam na leitura de uma dada cultura, também afetam a cultura da qual fazem parte, como afirma Arthur Asa Berger (2009). No caso da gravidez vemos esse impacto de maneira extrema e exemplar: duas gestantes podem viver esse momento de formas completamente diferentes a depender das escolhas, permeadas por objetos, que cada uma delas fizer, durante e após a gestação. Ainda segundo o autor, a forma pela qual usamos os objetos proporciona algum tipo de gratificação pessoal. No caso da gravidez, essa gratificação pessoal pode ser verificada em diversas práticas mediadas por objetos.

Podemos identificar tal gratificação a partir da forma com que gestantes lidam com partes ou marcas do seu corpo durante a gestação ou no pós-parto. Nos exemplos trazidos aqui, o corpo se objetifica, e ganha contornos de *souvenir* ou espécies de objetos rituais que marcam a passagem do papel de gestante para o papel de mãe.

Como a gravidez pode ser vista como um rito de passagem, fotos podem ajudar a perpetuar as memórias desse momento. Mas para algumas gestantes a sensação e a relação com a sua barriga grávida é algo tão prazeroso e sublime que sentem necessidade e imortalizar a sua forma corporal grávida, como pude observar em alguns relatos de campo, em expressões como “acho que vou sentir falta da minha barriga”, e ainda em alguns comentários e declarações observadas em redes sociais, principalmente Instagram, Facebook e Youtube, e a comunidade de gestantes Baby Center. Há gestantes que escrevem cartas de despedida da barriga, por exemplo.

Inspirada nessa relação com o corpo grávido, recentemente surgiu a prática de reproduzir em gesso os seios e barriga da gestante. Tal prática, como está em um dos posts reproduzidos abaixo, convida que se “registre esse momento especial da sua vida para sempre”. A partir de exemplos como esse podemos reforçar que “tudo é metáfora ou metonímia do corpo” (RODRIGUES, 1983/2006).



Figura 36: barrigas de gesso como metáfora e metonímia do corpo grávido

Interessante notar que se busca dar um aspecto funcional para além do mero fato da recordação: a sua barriga em gesso pode se tornar uma luminária ou então “cenário” para o ensaio fotográfico *newborn* do seu bebê.



Figura 37: Resultados de busca #barrigadegesso no Instagram no dia 10/08/2018.

Como em todo rito de passagem, a gravidez lida com o limiar, com os limites, como dentro e fora do corpo, por exemplo. Os próximos exemplos retratam bem essa realidade. A placenta e o cordão umbilical são partes do corpo da gestante

(e do bebê, nessa relação dupla do corpo mãe-bebê). Após o nascimento, parte do cordão umbilical se mantém no bebê como coto umbilical.

Já a placenta, que alimentou o bebê durante toda gestação, normalmente era descartada após o parto. Recentemente, porém, a relação com a placenta vem sendo ressignificada. Chamada por alguns de “árvore da vida”, a placenta pode ser também “carimbada” em papel para ser eternizada. Como diz uma das imagens de um dos *prints* de placenta, “o órgão que nutriu seu bebê durante toda a gestação, merece ser reverenciado e lembrado”. Em outra podemos ler uma manifestação que confere autonomia para o órgão, afirmando que a placenta teria sido “a primeira mãe de seu filho”. Como se ela não pertencesse ao corpo da mãe propriamente dito. Como se fosse uma entidade autônoma, residente em seu corpo, mas não pertencente ao mesmo.

Em um dos posts que vemos abaixo, busca-se justificar o aspecto simbólico da placenta por seu aspecto funcional, fazendo um convite: “você já parou para pensar para que serve a placenta?”

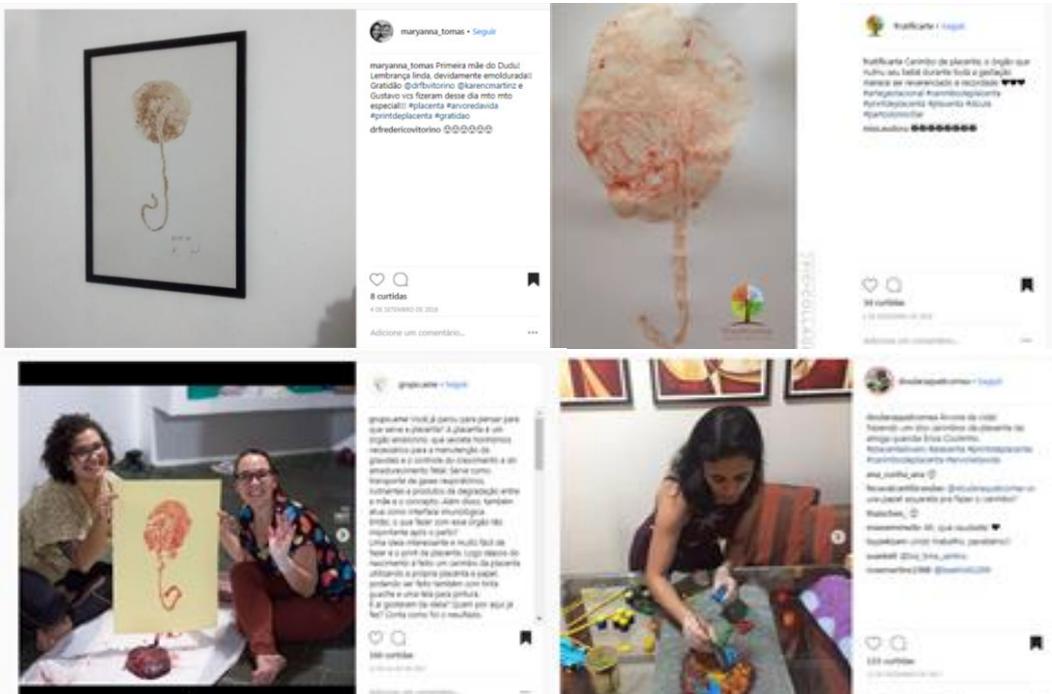


Figura 38: resultados de busca pela #printdeplacenta no Instagram no dia 06/07/2018

Algumas gestantes mantêm a placenta ligada externamente ao corpo do bebê, até que ela seque.

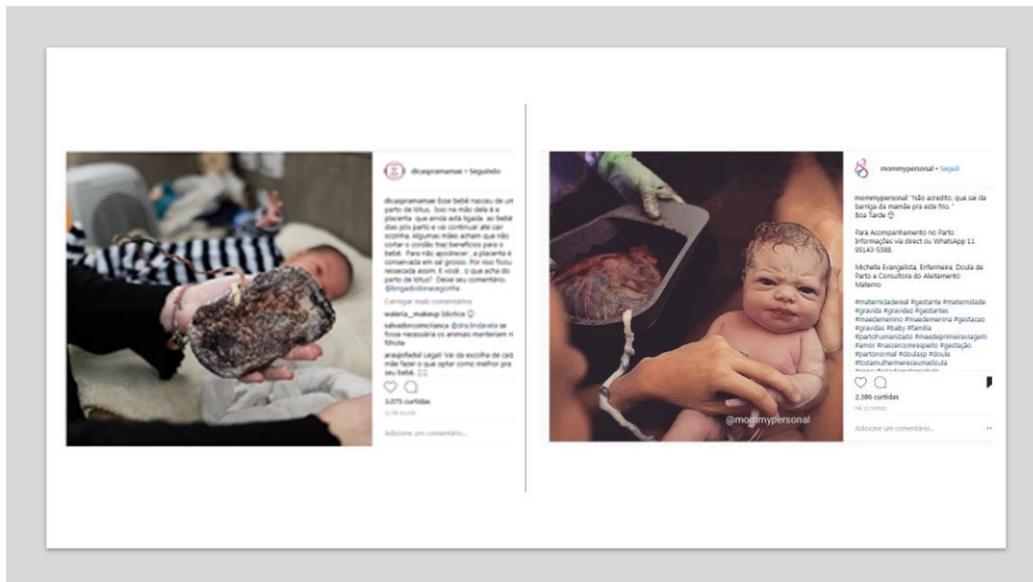


Figura 39: resultados de busca pela #placenta no Instagram no dia 09/08/2018

Com a mesma intenção de eternizar a vida representada pela placenta, outra prática que vem ganhando espaço no universo da gestação é o de plantar a placenta para simbolicamente gerar outra vida.



Figura 40: resultados de busca pela #placenta no Instagram no dia 09/08/2018

O coto umbilical, que já era guardado nos livros de bebê de uma dada geração, hoje pode se tornar um pingente, por exemplo. Interessante notar que, assim como a metonímia da placenta, a pequena parte do cordão umbilical, quando cai do corpo do bebê, representa para mãe uma nova separação dela e do filho, como é colocado no relato em um dos posts.



Figura 41: resultados de busca pela #cotoumbilical no Instagram no dia 09/08/2018.

A fim de responder à dúvida de um dos posts acima, “o que fazer com o coto?”, há alguns produtos como pingentes que podem ajudar a eternizar esse pequeno pedaço da extensão que ligou o corpo da mamãe e o do bebê durante a gestação.

Como podemos ver em um dos posts acima, além do coto, algumas mães, se assim decidirem, podem também guardar o seu leite em forma de pingentes ou as chamadas joias de leite. As peças podem reunir de uma só vez leite, cabelo e coto em uma só peça, eternizando a trajetória da gestação ao aleitamento e acompanhando o crescimento do bebê.

Interessante notar o nome de alguns dos fornecedores dessas peças: “pingo de amor” como se essa fosse uma maneira de tornar material esse sentimento. E ainda “reciclando baby”, em alusão à ressignificação da vida do bebê em forma de lembranças eternas desse momento de sua vida. Além disso, reciclamos o que não seria mais utilizável, seria descartado. E símbolos da vida, do crescimento e do amor não precisam ser descartados, se podem ser eternizados em diversos formatos e usados no dia a dia. Um dos fornecedores sugere que os pingentes sejam presentes

não só para as mães, mas para outras mulheres da família, como avós, madrinhas e tias, por exemplo.



Figura 42: resultados de busca pela #pingentedeleite no Instagram no dia 09/08/2018

A fim de analisar esses exemplos da produção de objetos a partir de partes do corpo e de fluidos corporais, nota-se que os mesmos podem representar objetos rituais, transformando placenta, coto e leite materno, por exemplo, em metáforas ou metonímias do bebê e da gestação.

Para finalizar os exemplos que visam a fazer conhecer e analisar o algumas das representações e práticas do consumo relativos à gravidez, trago aqui algumas imagens de mulheres em seus pós-partos e os sentidos que elas dão a esse momento. Percebe-se um movimento em busca de certa autenticidade das imagens presentes nas redes sociais digitais. Com a gestação não seria diferente. Mulheres começaram a retratar-se em suas verdades pós-partos, com as marcas em seus corpos e os rastros da gestação. Apesar do pós-parto não estar contemplado em meu recorte de pesquisa, entendi que seria importante marcar aqui, a título de exemplo, estas evidências, por se tratar de um outro capítulo da trajetória da antes gestante, agora mãe, em que se coloca a relação corpo-imagem.



Figura 43: resultados de busca pela #pósparto no Instagram no dia 09/08/2018

Algumas mostram a sua cicatriz da cesariana com orgulho, defendendo-se dos possíveis julgamentos sobre o porquê de não ter conseguido um parto normal ou natural.



Figura 44: cicatrizes como marcas do nascimento - resultados de busca pela #pósparto no Instagram no dia 09/08/2018

O relato do primeiro post reproduzido acima merece ser apresentado aqui na íntegra. Porque reproduz um discurso que vem se intensificando cada vez mais sobre a valorização das mulheres que conseguem ter um parto natural e a consequente desvalorização ou julgamento das mulheres que precisam – ou preferem – a prática da cesariana. Como afirma José Carlos Rodrigues (1975) “a origem dessas práticas [corporais] é social, não havendo outro fundamento: são signos de pertinência ao grupo e de concordância com os seus princípios”. Essa

pertinência ao grupo fica clara na forma como a autora do post se dirige no início de sua fala “*Cesarean Mamas*”. Cria-se, assim uma categoria de mãe pela forma que trazem seus filhos ao mundo.

Mamães de Cesárea... você usa sua cicatriz com orgulho? Eu sei que, para mim, eu estava ressentida com o meu corpo por precisar de uma cesariana, senti que tinha falhado. Levei muito tempo para estar em paz com a minha cicatriz e com a minha experiência de parto e para me orgulhar disso. Minha cicatriz é uma lembrança diária do momento em que me tornei mãe. Minha cicatriz é um símbolo de uma das coisas mais difíceis que já sofri e prova de que sobrevivi. Minha cicatriz salvou minha vida, porque sem ela nem minha filha nem eu estaríamos aqui. Encontrar paz e gratidão na minha experiência de parto me levou muito tempo. Mas eu não sou menos mãe por causa da minha cicatriz. Minha cicatriz é parte de quem eu sou e tenho orgulho (TRADUÇÃO DE POST INSTAGRAM PERFIL POSTPARTUM).

Há relatos em que mães contam que enquanto estavam grávidas preocupam-se muito em como teriam “o seu corpo de volta”. Ouvi bastante preocupações neste sentido também durante o meu campo com minhas informantes. Muitas delas estavam usando cremes e recorrendo a exercícios físicos – autorizados por seus médicos e apoio de um nutricionista para que não engordassem além do que era de fato necessário para saúde do bebê, sem comprometer tanto o corpo de antes da gravidez, visando a perda de peso mais rápida no pós-parto.

Nos relatos nas redes sociais sobre pós-parto, pude notar ao longo da minha pesquisa, discursos recorrentes de mulheres que dizem que, depois que veem seus bebês, amam o seu “novo corpo” mais do que nunca. Curioso notar que o corpo transformado pela gestação se assemelha a um corpo estranho, um corpo que não pertence àquela mulher. É como se esta mulher estivesse vestida em uma pele de outro alguém, por isso ela busca o seu corpo de volta. De certa forma, o corpo da gestante não é mesmo dela. Não por conta do ganho de peso ou da mudança de forma, mas por conta desse binômio mamãe-bebê que confere uma convivência de corpos, uma doação de um corpo para outro. Por isso, de fato, aquele corpo não é o corpo da gestante, o que causa esse desejo ou preocupação de ter seu corpo de volta. Nos relatos de parto parece também haver uma dissociação entre o corpo e a gestante, porque costumam se referir a algo como “fiquei feliz que meu corpo estava reagindo bem...”. Não costumam dizer “que eu estava reagindo bem...”

Na maior parte das investigações, a concepção moderna do corpo é a que serviu de marco inicial para a sociologia, nascida na passagem do século XVI para o século XVII. Essa concepção implica que o homem esteja separado do cosmo (não é mais o macrocosmo que explica a carne, mas uma anatomia e uma fisiologia que só existe no corpo), separado dos outros (passagem da sociedade de tipo comunitária para a sociedade de tipo individualista onde o corpo encontra-se na fronteira da pessoa) e, finalmente, separado de si mesmo (o corpo é entendido como diferente do homem) (LE BRETON, 1992/2012 p.27).

O que se percebe é um movimento inicial, mas crescente, de retratar a maternidade real, até mesmo no que diz respeito ao corpo da mulher gestante. Interessante notar que o amor é a base do discurso que justifica a aceitação desse novo corpo pós-gestação. No relato do perfil @maternura reproduzido acima, ela diz que apenas depois de buscar nas redes sociais digitais formas criativas de retratar a vida do seu bebê mês a mês, é que essa mãe decide, por exemplo, deixar a vaidade de lado e mostrar o seu corpo como parte do movimento da maternidade real. Ou seja, só quando ela nota que esta dada visibilidade era bem-vinda, é que ela se reconhece e se aceita em seu novo corpo. E preciso ser visto para existir. E perceber que há outros como você para se identificar.

Como vimos até aqui, a gestação vem passando por uma resignificação. Vem-se buscando eternizar cada detalhe desse rito de passagem, em objetos e práticas. Práticas que tornam antigos restos – como a placenta – como símbolo da vida. A barriga da gestante, que após o parto seria apenas uma lembrança a ser recordada em imagens, pode continuar sendo tocada em sua réplica em gesso. Ou lida e revivida em uma carta de despedida. O leite materno, mesmo depois de parar de ser produzido pelo corpo da mãe, pode continuar existindo em forma de pingente, assim como o coto umbilical. E, as marcas da gestação, que antes eram escondidas, os rastros dos quais as mulheres se envergonhavam, como suas cicatrizes de cesariana ou ainda as barrigas flácidas e estriadas, começam a ser expostas como símbolos da maternidade real.

São símbolos, metáforas e metonímias de um rito de passagem que tem o corpo como seu elemento central. E se apresenta repleto de novas práticas e representações de consumo como continuarei apresentando nas páginas a seguir.

Ainda sobre o corpo da gestante, no campo dos estudos do consumo, na perspectiva de abordagem CCT (*Consumer Culture Theory*) em Marketing, o corpo gestante em sua dimensão experiencial foi analisado, em artigo publicado no IX Encontro Nacional de Estudos do Consumo, em 2018, Corpo gestante, naturalmente transformado e socialmente valorizado: Consumo e Tipologia de valor. A partir da tipologia de valores de Holbrook (1999), os autores encontram, na experiência gestacional, evidências dos oito tipos de valores propostos pelo autor.

		Extrínseco 'O corpo é o meio'	Intrínseco 'O corpo é o fim'
<b>Auto-orientado</b> 'bom para o sujeito'	Ativo (sujeito manipula o objeto)	Eficiência (conveniência)	Jogo/Diversão
	Reativo (objeto altera o sujeito)	Excelência (qualidade)	Estética (beleza)
<b>Alter-orientado</b> 'bom para os outros'	Ativo (sujeito manipula o objeto)	Status (sucesso)	Ética
	Reativo (objeto altera o sujeito)	Estima (reputação)	Espiritualidade (sacralidade, mágica)

Tabela 2: Tipologia de valor de Holbrook (1999)

Segundo os pesquisadores, “o corpo da mulher ganha **eficiência** física, para gerar uma criança”. Já a **excelência** está associada a algumas perdas de habilidades que permitem que o corpo se mobilize para gerar a vida do bebê. “O valor **status** está ligado ao gerenciamento da impressão para mostrar o corpo grávido, como sinônimo de sucesso”. Os elogios recebidos pelas gestantes fazem com o que o corpo seja valorizado, e assim haja o valor **estima** “pela apreciação reativa das pessoas que reconhecem o corpo grávido e o papel social da mulher”. O **jogo** é um valor que está presente em momentos de intimidade da gestante, quando curtem as suas transformações corporais. O valor referente à **estética** é marcado pela pressão social relativa à beleza. O valor **ética** se faz presente nas “situações conflitantes entre os corpos do “bebê” e da “mãe” que influenciam o valor que a gestante atribui e cuidados com o corpo”. Rege o comportamento moral em relação ao outro, havendo uma tendência maior de valor do corpo do bebê em detrimento do corpo da gestante. “**Espiritualidade** foi um valor marcado pela fé que tudo que acontece com o corpo do bebê e mãe é fruto da fé em um poder superior”.

#### 4.2.2. Gravidez-ostentação: rituais e gravidez como consumo de experiências

O fato de as relações entre os indivíduos serem capazes de alterar a sociedade não nos leva a um individualismo ingênuo. Isso porque as relações a serem analisadas não são apenas entre os membros da sociedade entre si, mas ocorrem também entre os indivíduos e a rede social na qual estão inseridos. A rede social faz com que homens e mulheres estejam sujeitos a certos condicionamentos, o que faz com que suas vontades, desejos, planos e ambições individuais dependam das peculiaridades inerentes a essa rede (MCCRACKEN, 2007).

Neste capítulo proponho o conceito de gravidez-ostentação, a partir da apresentação da relação dos rituais e gestação na perspectiva do consumo de experiências. Após o chá de fraldas não são raras fotos com gestantes cercadas de pilhas de fraldas, como já foi retratado aqui. Símbolo desta ostentação seria também o fato de a gestante ter conseguido desempenhar bem no parto - tendo entrado em trabalho de parto e conseguido ter dilatação, por exemplo.

Em sua dissertação de mestrado, Tainá Amorim e Silva (2020) analisa os relatos de parto em um grupo do Facebook, de nome Parto Natutal. Neste grupo muitas gestantes empreendem todos os esforços para que possam entrar em trabalho de parto. Esforços estes que passam pela contratação de serviços especializados como fisioterapia pélvica e muitos outros serviços, como acupuntura e medicações naturais, como óleo de prímula, por exemplo. E quando esta meta experiencial não é alcançada, muitas delas referem-se aos seus relatos como relatos de não-parto. Algo que reduz a uma não-experiência o fato de ter o nascimento do filho por meio de cirurgias cesareanas.

Isso porque não só de bens faz-se o consumo na gestação. Sonhos, desejos e imaginários marcam também as escolhas das gestantes. O prazer de realizar o que se sonha, ou a frustração de não alcançar o que se imaginou, povoa o universo de consumo das gestantes em sua gestão do projeto chamado gestação. E quando se alcança o que deseja, se quer mais. Se quer viver emoções ainda mais intensas e superar àquelas já vividas. Este ciclo de consumo baseado no que sonhamos é explicado por Colin Campbell [1987; 2001] em seu *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*. O *day dreaming*, conceito proposto pelo autor, aplicado

à gestação, se manifesta, por exemplo, nestes relatos de não-parto. E outra experiências, ou não-experiências, durante a jornada da gestação.

Sonha-se com chá de revelação de emoções intensas; com a vivência do *nesting* – planejamento e preparação do quarto do bebê; com a preparação da lista e concretização do enxoval do bebê; com a escolha de profissionais como obstetras, doulas, fotógrafos que irão assessorar a gestante nesta experiência; com o chá de bebê e a celebração da vida do bebê e da gestante; com o ensaio fotográfico do book de gestante; com a escolha da maternidade ideal; com as lembranças e enfeite de porta da maternidade; com o plano de parto; e com a experiência do parto em si.

Quanto mais a sociedade capitalista moderna foi se tornando uma “sociedade de consumo”, mais a dádiva foi sendo ritualizada em relação a certas datas e festividades, criando-se, assim, muitos rituais de consumo e de compras (GOMES, 2006 p.87).

No programa *Além da Conta* do GNT a atriz Sheron Menezzes é entrevistada na feira de bebê e gestantes Baby Nit, e conta que imagens ela já teria em mente sobre a sua gestação: “Eu tenho imagens na minha cabeça de várias coisas...não só de compras... eu tenho imagens. Como vai ser minha foto de gestante, como eu ia contar para as pessoas que eu estava grávida, estas coisas todas”. Em outra cena, quando perguntada sobre a preocupação da gestação e vida profissional, comenta que quando vem o filho, vem também a preocupação financeira. “E aquele quartinho que eu estou planejando? Tá, mas eu tô pensando em tudo isso, mas... e a gente (acariciando a barriga)... foi aí que eu comecei a desacelerar”, diz a atriz.



Figura 45: cena do programa *Além da Conta* gravado na feira Baby Nit

Sobre a maternidade, bem como o desejo pelo parto normal, incluindo o consumo de serviços de preparação prévia para tal, podemos afirmar que estas escolhas podem ser regidas pelo sonho de consumo, e pelo imperativo da visibilidade. Tal afirmação fica clara no exemplo de algumas das falas presentes neste vídeo do YouTube. Durante o seu relato de parto, Amanda Domenico conta um pouco como nasceu o desejo por uma determinada maternidade e pela preparação para o parto normal, durante a gestação de seu segundo filho.

Eu não tive doula no parto do Ravi (1º filho). Eu não fiz fisioterapia pélvica. Eu me preparei com coisas que via na internet e achei que estava abafando. Eu senti muita falta da doula no parto do Ravi. Então durante toda a gravidez da Maya eu me preparei para o parto. Primeiro cuidei da escolha da médica por indicação. Depois a maternidade – meu sonho sempre foi ter na Pro Matre, sempre via o vídeo das meninas, via aquela sala de parto linda, com o teto todo estrelado. Depois a médica recomendou “é muito importante você fazer a fisioterapia pélvica” – não conhecia, na gravidez do Ravi eu não tinha pesquisado. Ela treinou o meu corpo para identificar onde ela deveria fazer a força para expulsão do bebê. Chegou as 39 semanas eu já estava craque, já estava tudo encaminhado. Quando soube que já estava com 3cm de dilatação eu fiquei muito feliz, antes mesmo do trabalho de parto, fiquei feliz porque meu corpo tá trabalhando para isso. Porque eu queria muito entrar em trabalho de parto. Tomei óleo de prímula com indicação médica nos dias que antecediam o parto para afinar o colo do útero. E eu tinha acupuntura para ajudar a induzir o parto também. (...) Eu queria muito saber qual que era a sensação da bolsa estourar. Aí a bolsa estourou. Mesmo que fosse uma cesárea. Eu queria saber qual era sensação da bolsa estourando. Eu queria saber como era. Eu queria ter este momento (...) Agora que estou anestesiada, eu vou poder me agachar, eu vou poder ir para bola, vou poder me exercitar. (...) Quem avisou à fotógrafa foi a minha médica, eu tinha esquecido... (...) Eu tinha treinado para hora de fazer força e sabia que eu precisava fazer uma força comprida. Ai eu senti o meu corpo começar a expulsar a Maya é uma coisa muito louca gente Eu me senti muito foda, muito empoderada, a mulher maravilha Eu me apaixonei por ela naquele momento que ela foi para o meu colo – eu não sei explicar...Eu me senti mulher, poderosa, quando ela nasceu, quando eu vi que eu consegui, que eu era capaz, que meu corpo era capaz, eu só tenho a agradecer.



Figura 46: céu estrelado do Centro de parto norma Pro-Matre São Paulo.<sup>33</sup>

O céu estrelado no teto da sala da Pró-Matre é um sonho de consumo para um parto instagramável. Bem como a preparação prévia para o parto natural. A entrada em trabalho de parto. A presença da doula. Saber qual é a sensação de estourar a bolsa. Ter as melhores fotos do trabalho de parto e do parto em si. Na verdade, todo o processo do trabalho de parto é cobiçado, ansiado como em outras situações de consumo, com todas as benesses que a tão esperada sala de parto oferece, como banheira e bola de pilates.

Interessante notar que Amanda Domenico cita no vídeo também que seu primeiro filho nasceu num quarto coletivo de hospital, com banheiro compartilhado. E desta vez ela queria que fosse diferente. Devido à melhoria nas condições financeiras e novas referências que passou a conhecer em outras jornadas midiáticas de gestação, que fizeram com que ela – e tantas outras gestantes – sonhassem em vivenciar uma experiência de gravidez recheada de emoções e escolhas marcadas pelo consumo de bens e serviços. Assim, como nos afirma Colin Campbell em seu artigo *Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno*,

a atividade de consumir poder ser considerada um caminho vital e necessário para o autoconhecimento, ao mesmo tempo que o mercado começa a se tornar indispensável para o processo de descoberta de quem realmente somos (CAMPBELL, 2006 p. 52).

O consumo passa a ser a instância de verificação do reconhecimento de existência do indivíduo. Este indivíduo se faz visibilizar a partir do consumo e, ao

<sup>33</sup> Acesso em 12 de dez. 2020. Disponível em: [https://www.youtube.com/watch?v=\\_fizG2Uboq0](https://www.youtube.com/watch?v=_fizG2Uboq0)

mesmo o consumo o torna visível. Assim se dá desde o nascimento em nossa sociedade. Nascer em um quarto coletivo de maternidade, com banheiro compartilhado, não permite visibilizar este momento da jornada da gestação. Mas mesmo nestas condições menos favorecidas financeiramente, iremos notar uma busca por se inspirar no que puder ser adaptado dos mais diversos momentos do projeto gestacional. Isso para que se prove que a pedagogia foi aprendida, podendo reproduzir e compartilhar desta mesma linguagem com outras pessoas interessadas no tema. Notamos em nosso campo que há um movimento tanto de *trickle down*, como já citado, mas também de *trickle across* na disseminação desta pedagogia da gestação. O movimento dos significados do que deve ser e ter uma gestante se dá em todas as direções na sociedade, mesmo que sejam necessárias algumas adaptações durante algumas das apropriações.

As transformações pelas quais os padrões de maternidade vêm passando, nos últimos trinta anos, devem ser pensadas em conexão com esses processos sociais e com a integração econômica, a qual contribuiu para acelerar a difusão de novos padrões de comportamento e consumo (SCAVONE, 2001, p. 48).

Cabe aqui também pensarmos essa pedagogia, inclusive das emoções, como sendo uma manifestação do que Mauss (1974) chama de imitação prestigiosa. Esta seria a forma como os indivíduos de cada cultura constroem seus corpos e comportamentos. Assim, de acordo com este conceito, os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que são considerados como manifestações bem-sucedidas em sua cultura. E que concedem prestígio àqueles que desempenham e encarnam estes comportamentos e atos manifestos em seus corpos.

O autor afirma ainda que “toda sorte de expressões orais dos sentimentos são, não fenômenos exclusivamente psicológicos ou fisiológicos, mas fenômenos sociais marcados eminentemente pelo signo da não espontaneidade e da mais perfeita obrigação” (MAUSS, 1921; 1980, p. 56).

Como podemos constatar, a expressão de sentimentos e emoções é também cultural e simbólica. E, por isso, não acontece apenas como manifestação pessoal, mas também é realizada na relação com o outro. Ou seja, é modelada pela interação

social e se manifesta por comportamentos, atitudes e até mesmo expressões, movimentos e gestos corporais.

Faz-se, portanto, mais do que manifestar os sentimentos, manifesta-se-os para os outros porque é preciso manifestá-los para eles. As pessoas manifestam seus sentimentos para si próprias ao exprimi-los para os outros e por conta dos outros (MAUSS, 1921; 1980, p.62).

E se nos tempos atuais é na visibilidade que se dá a condição de existência do indivíduo, suas emoções e sentimentos precisam estar cada vez mais bem constituídas e expressas de acordo com as expectativas do outro, como impõem os imperativos sociais do ambiente em que são manifestas e com o papel social que se exerce. Como se dá no caso das gestantes e suas mais diversas manifestações nas redes sociais, que refletem as suas práticas pedagogizadas de ser e estar gestante.

A antropóloga Cláudia Rezende (2011) vem pesquisando as narrativas e relatos de parto. Em 2011 publicou um artigo sobre a representação da gravidez na mídia e constatou que a gestação costuma ser narrada e pode ser compreendida como um “estado emotivo”.

A gravidez enquanto processo que ocorre no corpo revela como este é cingido e vivenciado de acordo com significados e práticas culturais – desde as noções sobre a concepção e a própria gestação às intervenções e cuidados com a gestante. Enquanto processo situado no corpo das mulheres, diz respeito às questões de gênero – o lugar social das mulheres, a importância da maternidade na construção de papéis e subjetividades femininas e as relações de gênero na família. Enquanto processo que reproduz sujeitos, a gravidez põe em foco não apenas conceitos de pessoa, mas a constituição de laços familiares e a reprodução da sociedade de forma mais ampla que, no mundo ocidental moderno, tem sido alvo de saberes médicos e do desenvolvimento de novas tecnologias e de políticas públicas. (...) analiso a forte presença das emoções como tema de várias matérias, caracterizando a gravidez como um estado emotivo (REZENDE, 2011).

Em seus estudos, a autora traz como suporte para suas análises, como categoria sociológica, a noção de pessoa, pensando a perspectiva cultural imbricada entre corpo e subjetividade. Tal categoria pode ser aproximada da noção de indivíduo em nossa sociedade moderno-contemporânea, uma vez que surgem à medida que vão se complexificando as relações sociais.

De uma simples mascarada à máscara; de um personagem a uma pessoa, a um nome, a um indivíduo, deste a um ser com valor metafísico e moral; de uma consciência moral a um ser sagrado, deste a uma forma fundamental do pensamento e da ação; foi assim que o percurso se realizou (MAUSS, 2003, p. 395).

Tais categorias de análise configuram-se aqui também em meu estudo como importantes suportes para entender como se configuram a pessoa-gestante e a pessoa-bebê, a partir do consumo de experiências e bens.

Como vimos, até mesmo as emoções da gestação são prescritas em sua pedagogia, que irá configurar a pessoa-mãe e a pessoa-bebê. Toda a jornada pode ser prevista, até mesmo no “o que” e no “como” se deve ou não sentir, antes mesmo de ser vivida e experienciada de fato.

O livro que inspirou filme homônimo *O que esperar quando se está esperando* assim é descrito em sua sinopse:

Com respostas tranquilizadoras aos futuros pais, *O que esperar quando você está esperando* é um guia completo para a gravidez, desde a fase do planejamento até o pós-parto. Heidi Murkoff teve a ideia de *O que esperar quando você está esperando* quando não conseguia encontrar livros com as respostas para as suas questões durante a primeira gestação. Horas antes do parto, Heidi fez a proposta de um guia sobre gravidez que ajudaria outras mães a dormirem mais tranquilas, respondendo a todas as suas dúvidas, incluindo: Quando comprar um teste de gravidez? Como comer por dois se estou enjoada demais para comer por um? Posso continuar fazendo exercícios? É seguro comer peixe? Até quando é recomendado trabalhar? Como saber se estou entrando em trabalho de parto? Leitura obrigatória para grávidas de primeira viagem, esta edição traz novas informações sobre a escolha do médico, os planos de pré-concepção, o parto e os direitos das gestantes, e foi apontada pela prestigiada revista *Self* como um “clássico na área da saúde”. Claro e abrangente, este guia acompanha mês a mês todas as fases da gestação. Conhecido como “a Bíblia da gravidez”, *O que esperar quando você está esperando* já vendeu mais de 19 milhões de exemplares. Em junho de 2015, tornou-se o livro a se manter mais tempo na lista de mais vendidos do *New York Times*. (Site Submarino – página de venda do livro)<sup>34</sup>

Nele encontramos, em seu sumário: na primeira parte trata-se da descoberta da gestação; na segunda parte há a seguinte estrutura que se repete, mês a mês de

<sup>34</sup> É fundadora da *What to Expect Foundation*, uma ONG dedicada a ajudar mães em situações de risco ao redor do mundo a ter gestações mais tranquilas, partos mais seguros e bebês mais

gestação - o que você deve esperar da sua consulta pré-natal deste mês; o que você pode estar sentindo; com o que você pode estar se preocupando; o que é importante agora; na terceira parte orientações pós-parto; na quarta parte estão o que a autora chama de preocupações especiais; e na quinta e última parte, são encontradas orientações sobre o próximo bebê. Pronto. A vida da gestante, da descoberta da gestação até a sua próxima gravidez está devidamente manualizada em cerca de 800 páginas, na edição mais recente em português. O guia preconiza desde os cuidados com a saúde da mãe do bebê, bem como quando é ideal tomar cada uma das decisões de consumo, e prescrever também as emoções da gestante.

Por todo o exposto até aqui, não faltam oportunidades para que se vivenciem de maneira intensa, registrada e compartilhada, os rituais componentes da jornada da gestação. Cenografias e performances de uma nova vida, os rituais da gestação como chá de bebê, ou antes ainda, o chá de revelação, e todas as iniciativas que envolvem o consumo de bens em torno do bebê ainda sendo gestado, concedem personalidade ao feto desde muito cedo, nos estágios iniciais de seu desenvolvimento. Como visto, o próprio procedimento da ultrassonografia, cada vez mais recorrente, faz com o que o bebê-imagem já se personifique mesmo que ainda seja um feto.

Retomando exemplo da narrativa da *vlogger* Amanda Domenico, há outros dois pontos interessantes a serem destacados. Tais pontos foram também expressos e repetidos por algumas das informantes que eu entrevistei. São eles: a preparação para o parto como um treino; e o parto vivido como planejado, sendo encarado como uma conquista. É a lógica do esporte – treinar para vencer, como nos apontou *O culto da performance* – aplicada e visada na gestação. E ainda o corpo como algo apartado do indivíduo. Pode-se notar este último ponto em frases como “ela treinou o meu corpo” ou “meu corpo era capaz”.

O que verdadeiramente pode julgar se alguma coisa é ou não real é o poder desta coisa de nos suscitar uma reação emocional, e isso é ontologia emocional. Quanto mais forte for a reação experimentada, mais ‘real’ será considerado o objeto ou o evento que o reproduziu. (...) mais “reais” – ou mais verdadeiros – nos sentiremos (CAMPBELL, 2006 56-57).

Um dos objetos que vem sendo incluído na jornada da gestação das mães que buscam conseguir um parto natural é o EPINO. Aparelho que treina o corpo feminino para dilatação e passagem do bebê pelo canal vaginal. O procedimento é normalmente realizado em sessões de fisioterapia pélvica. Interessante notar que mesmo com o treino, a performance e a conquista do parto natural como era desejado, por vezes não acontece. Como em alguns relatos em vídeos do YouTube. Eles ficam lá gravados para posteridade. E algumas pessoas curiosas perguntam se a técnica funcionou para quem estava treinando, ao que algumas mães confessam frustradas que não, e que precisaram fazer cesárea.



Figura 47: imagens localizadas em buscas no Google pela palavra EPINO na seção imagens do Google, que remetem a vídeos, blogs e vlogs voltados à gestação.

Vivemos hoje numa sociedade problemática, sociedade em constante construção na qual o exercício da autonomia pessoal dispõe de amplitude considerável. Somos chamados a nos tornar empreendedores de nossas próprias vidas. O indivíduo tende cada vez mais a se autorreferenciar, a procurar em si o que antes procura no sistema social de sentidos e de valores no qual a existência se inscrevia. A procura de sentidos é fortemente individualizada. (...) Quando os limites dados pelo sistema de sentidos e valores perdem sua legitimidade, as explorações dos “extremos” ganham impulso: busca de performances, de proezas, de velocidade, de imediatismo, de frontalidade, aumento do risco, uso exagerado dos recursos físicos (LE BRETON, 1992/2012 p.88).

Além da preparação do parto, muito presente também como consumo na jornada da gestação, está a realização do ensaio fotográfico que dá origem ao *book* de gestante. Muitas das minhas informantes, quando conversamos, tinham dúvida se iriam ou não fazer o *book*. Mas tinham muito receio de se arrependem e não

ter fotos profissionais registrando a sua barriga. Ao mesmo tempo, o que viam sendo ofertado como cenário e estética não agradava a alguns delas. O que percebi é que queriam fazer, mas tinham medo das fotos não registrarem a verdade delas como gestantes, que só seria realizada se pudesse ser devidamente compartilhada. E se o ensaio, então, fosse frustrado, as fotos não poderiam ser mostradas. Sem compartilhar, não existem. Sem midiaticização, a experiência também se tornaria incompleta. Por conta disso, a escolha do fotógrafo e cenário precisavam combinar com o que a gestante gostasse e se orgulhasse de compartilhar. Algo que de fato a representasse como gestante, a partir da imagem que sonhou para ela mesma, e como ela gostaria de ser vista e legitimada pelos demais.

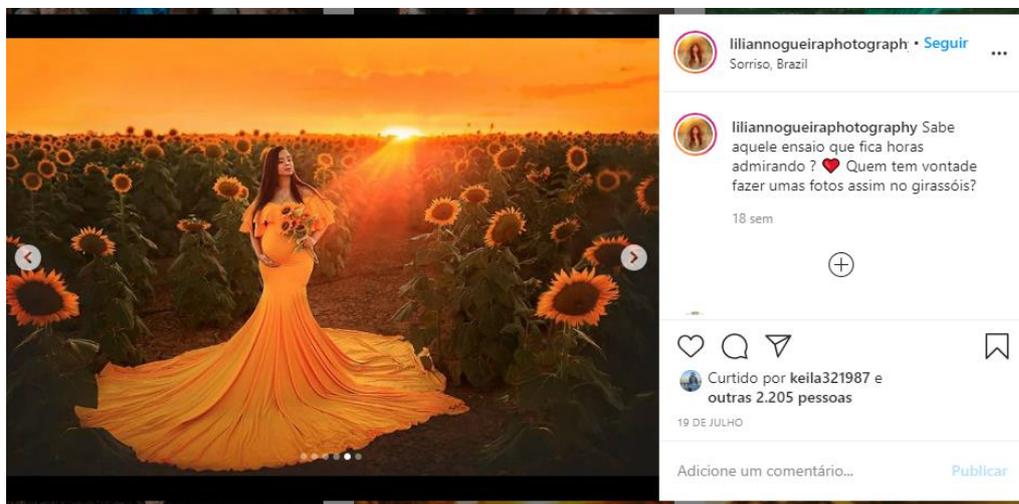


Figura 48: exemplo de foto de ensaio fotográfico para o *book* de gestante (19/07/2020)

*Books* de gestantes podem ter a gestante como destaque absoluto, como é exemplificado na imagem acima. Nesta foto o bebê está representado apenas pela barriga-grávida. Mas não é pouco comum que os bebês sejam representados por objetos, como roupas, sapatos e brinquedos que já compõem o cenário à sua espera. Bem como também alguns são representados com plaquinhas com o seu nome. Em alguns ensaios participam também o pai e os irmãos, por exemplo. *Pets* também não são pouco comuns em ensaios como estes.

Mas nem só a família configura como estrela nas imagens ao lado do bebês nas redes sociais. Doulas e obstetras, a fim de anunciar os seus serviços, onde o resultado é o nascimento de um bebê saudável e uma mãe realizada, configuram parte da biografia digital e imagética deste bebê. Este mesmo bebê nascido como

imagem antes mesmo de ser bebê parido, agora passa a figurar no perfil das *digital influencers* da gestação. Abaixo podemos ver o exemplo da obstetra Andrea Grieco que registra a imagem do bebê junto a ela e faz o seu próprio relato do parto que ela ajudou a empreender. A gestação – até mesmo o parto – parece se configurar cada vez mais como um projeto em equipe.



Figura 49: obstetra exhibe bebê que acabou de ajudar a trazer ao mundo

Sabemos que há outros rituais vividos pelas gestantes antes do nascimento, como o chá de revelação, por exemplo. Uma disputa ou desafio cada vez mais criativo para que seja revelado aos pais o sexo do bebê. Há recheios de bolo rosa e azul, fumaças, balões, tintas, escapamento de moto colorido e muito mais. Não há limites para que esta experiência seja vivida intensamente, por quem está na festa e por quem vai assistir depois nas redes sociais. No entanto, há gestantes dentre as entrevistadas que preferiram não incluir esta celebração e experiência no pacote da gestação, como é o caso da TR: “Chá de revelação não é nem um pouco a nossa cara. Acho que é um momento nosso. As pessoas perguntaram se a gente ia fazer mas nunca pensamos em fazer”. Portanto, há regimes que regem o que algumas gestantes consideram intimidade de fato, algo mais reservado à gestante, deixando os imperativos do show do eu reservado para outras ocasiões.

Há também o chá de bebê e o chá de bênçãos. O chá de bebê é mais massivamente adotado pelas gestantes para que se reúnem amigos e familiares que centralizam os presentes em fraldas descartáveis, mas também outros itens da lista de enxoval e outros mimos para o bebê. Nesta ocasião se celebra a vida do bebê, ainda no ventre da mamãe. Esta era uma celebração mais simples, até relativamente

pouco tempo atrás. Mas, como veremos no capítulo a seguir, em uma breve análise da *Revista Pais & Filhos*, já em 2001 os pais eram chamados para montar um chá de bebê mais “moderno”, como afirma a revista em reportagem sobre o tema. Esse chá de bebê nos dias atuais, é como se fosse uma antecipação do aniversário de um ano do bebê. Uma super produção, com lembranças, temas e tudo o que uma boa festa merece. Não tem mais o objetivo de reunir a família e amigos e ao mesmo tempo economizar com a compra das fraldas. Porque de fato tornou-se um evento de celebração, onde este aspecto funcional ficou para trás.

Já o chá de bênçãos é uma celebração da transformação da maternidade, marca o limiar do rito de passagem do parto que se aproxima. Nele reúnem-se normalmente só mulheres para homenagear e acolher a gestante, com gestos de afeto e boas energias. Com isso busca-se acalmar seus medos, seus anseios e fazer com que ela reconheça e valorize a sua força feminina e seus. Neste encontro pode haver pintura de barriga, lavagem dos pés das gestantes, leitura da carta de despedida da barriga, arranjos com flores para ornar a cabeça da gestantes, música, danças, cantos, entre outras particularidades.

Como vemos a cada dia cresce a busca por performar ainda mais o papel de gestante e viver mais intensamente as emoções deste momento - muitas vezes preconizados por cerimonialistas sociais, que indicam quando fazer o quê e como viver cada um dos momentos - não me surpreenderia, como pesquisadora, encontrar em breve mais rituais, práticas e experiências ligadas ao universo da gestação.

#### **4.3. Enxoval e mala da maternidade: gestação (d)e excessos – inventário do nascimento**

O objeto, ou a coisa mesmo, que circula enquanto algo praticado e ritualizado no corpo do social, mediante os atos que o fazem percorrer os complexos (des)caminhos da vida em sociedade, está repleto de sentidos e nexos compartilhados por aqueles que lhe atribuem valores e simbolismos, sendo que os mesmos emergem da própria experiência intersubjetiva das pessoas em interação entre si, e delas com o mundo. O objeto encerra sempre uma dimensão ético-estética, remetendo ao gesto humano de criar, confeccionar e operar com os mais variados objetos em lugares específicos. Há uma simbólica do objeto cuja dinâmica está relacionada a uma ecologia específica, envolvendo um universo mental implicado em certos mapeamentos, atribuições

de sentidos mais ou menos subjetivos e fluxos de imagens, que “situam” a coisa em si pelo que significa para os sujeitos, desde o seu estar-no-mundo em relação à própria presença aurática do objeto enquanto ícone, ou mesmo como expressão e desejo de estabelecer vias de comunicação relacionadas a determinadas experiências culturais (SILVEIRA, 2005).

Cinquenta e sete páginas. Esta é a extensão de um post de *blog*<sup>35</sup>, impresso em PDF, com dicas de compras no exterior. O título do post é Enxoval de Bebê em Orlando, EUA: lista completa de compras. Ele me foi enviado por uma das minhas informantes. TR me disponibilizou este post como parte do material de referência da minha pesquisa. O *blog* em questão também disponibiliza em formato de planilha todo o guia de compras do enxoval do bebê, uma detalhada lista de compras, cujo trecho reproduzo abaixo:

Categoria	Produto	Quantidade	Link para comprar Online	Nível de Importância	Observações
Roupa	bodyes manga curta RN	4		Essencial	
Roupa	bodyes manga longa RN	4		Essencial	
Roupa	casacinhos RN	2		Essencial	
Roupa	calças RN	6		Essencial	
Roupa	macacões RN (revestido macacões de plush e mais leves)	6		Essencial	
Roupa	Loulinhas	2		Essencial	
Roupa	roupa mais bonita de saída de maternidade	1		Essencial	
Roupa	Mãos	5	Carters: <a href="http://amazon.br/2m7294a">http://amazon.br/2m7294a</a>	Essencial	
Roupa	bodyes manga curta de cada tamanho	6	Gerber: <a href="http://amazon.br/2m0224a">http://amazon.br/2m0224a</a>	Essencial	
Roupa	bodyes manga longa de cada tamanho	6	Little Mer: <a href="http://amazon.br/2m54a17">http://amazon.br/2m54a17</a>	Essencial	
Roupa	casacinhos de cada tamanho	2	BabyGap: <a href="http://amazon.br/2m09a1">http://amazon.br/2m09a1</a>	Essencial	
Roupa	calças de cada tamanho	4	Disney: <a href="http://amazon.br/2m52a1">http://amazon.br/2m52a1</a>	Essencial	
Roupa	macacões de cada tamanho	6	Ralph Lauren: <a href="http://amazon.br/2m08a1">http://amazon.br/2m08a1</a>	Essencial	
Roupa	par de meias de cada tamanho	5	Tommy Baby (meias): <a href="http://amazon.br/2m09a1a">http://amazon.br/2m09a1a</a>	Essencial	
Roupa	Sapatinhos (1 ou no máximo 2 de cada tamanho)	1 ou no máximo 2 de cada tamanho	Tommy Baby (meias): <a href="http://amazon.br/2m04a1">http://amazon.br/2m04a1</a>	Essencial	
Roupa	Mecacões com ziper de plush ou mais grossos adicionais para os meses de frio	3	OakKosh B'gosh: <a href="http://amazon.br/2m02a1a">http://amazon.br/2m02a1a</a>	Essencial	
Roupa	Gorros adicionais para os meses de frio	2		Essencial	
Roupa	Loulinhas adicionais para os meses de frio	2		Essencial	
Roupa	2 casacos adicionais para os meses de frio	2		Essencial	
Roupa	bodyes de manga curta adicionais para os meses de calor	2		Essencial	
Roupa	bonês/chapéus para proteger do sol nos meses de calor	2		Essencial	
Roupa	roupas para passeio leve (roupas de banho e quiseira, macacinho e/ou vestíntivos) adicionais para os meses de calor	6		Essencial	
Roupa	Sacos Organizadores	3 a 5	<a href="http://amazon.br/2m04a1">http://amazon.br/2m04a1</a>	Opcional	
Alimentação	Bolsinha térmica para mamadeira	1	<a href="http://amazon.br/2m04a1a">http://amazon.br/2m04a1a</a>	Essencial	
Alimentação	Kit Mamadeira	peço meses 3	<a href="http://amazon.br/2m04a1a">http://amazon.br/2m04a1a</a>	Essencial	

Figura 50: trecho do guia de compras do enxoval do bebê sugerido pelo blog disponível em quatro páginas planilhadas<sup>36</sup>.

O primeiro impacto que tive acerca do post se deu por sua extensão. E na sequência me chamou atenção a categorização que a blogueira faz dos objetos que compõe o enxoval. Notem que este não é um site especializado em bebê ou gestantes. Ele é um site especializado em viagens para Orlando e dicas de compras.

<sup>35</sup> <https://www.vaipradisney.com/blog/enxoval-bebe-lista-compras-orlando/>. A impressão que me foi fornecida datava de 19 de novembro de 2017. Mas o link ainda se encontrava no ar até o último dia em que o consultei, 10 de maio de 2021.

<sup>36</sup> Para quem quiser conferir a lista completa, pode encontrar em <https://www.vaipradisney.com/blog/wp-content/uploads/2017/03/Enxoval-de-Bebe%CC%82-Lista-de-compras-VAI-PRA-DISNEY.pdf>



Figura 51: imagem de enxoval montado no exterior, publicada no site vaipradisney.com

Logo após esta imagem presente reproduzida no *blog*, ela explica a lógica de classificação que a guiou em todas suas sugestões e explicações naquele post.

Organizar as compras nas malas é bem mais difícil do que comprar! hehehe Leve familiares e lote a mala de todos eles! 😊

É claro que tem mãe que vai querer um enxoval com tudo que pode existir e mãe que vai querer só o mais básico, por isso também classifiquei todos os itens conforme o nível de importância:

- **Essencial** – não consigo pensar em um enxoval sem esses itens
- **Recomendado** – pode não ser essencial ao enxoval, mas facilita muito a vida. Eu, se fosse você, compraria!
- **Opcional** – produtos que podem ser interessantes ou não, dependendo do perfil da família. Avalie o que faz sentido para você ou não.
- **Dispensável** – coisas que eu realmente achei desnecessárias, mas coloquei na lista para que você não ache que eu esqueci. Tem ainda um monte de coisa inútil que eu deixei de fora da lista a fim de poupar seu tempo. 😊

Espero que possa encontrar tudo que procura aí embaixo para curtir bastante esse momento de se preparar para a chegada do seu bebê.

Figura 52: trecho do *post* sobre enxoval do bebê publicado no blog vaipradisney.com

Este é o trecho onde a blogueira explica a categoria criada por ela para orientar as gestantes que, como TR, decidem montar o enxoval do bebê nos EUA. TR explica como foi o seu processo de elaboração da lista de enxoval que começou a partir deste *blog* e passou por outras instâncias de verificação até que ganhou a versão final que seguiu em sua mala rumo aos EUA para fazer o enxoval de seu filho.

Peguei apenas os itens essenciais e recomendáveis e iniciei meu excel. Depois disto, recebi lista de alguns amigos e fui vendo o que se repetia na lista para manter e o que não se repetia avaliava novamente se era mesmo importante. Por fim, mostrei a lista para a minha mãe e para a mãe do Felipe e elas nos ajudaram a dar mais uma enxugada significativa e terminamos a lista final que trouxemos. (TR)

Este processo de cruzamento de informações entre diferentes listas e ainda a busca de opiniões de parentes e amigos para elaboração da lista de enxoval é comum a muitas outras narrativas coletadas no campo. E isso não está atrelado apenas a quem viaja para fazer o enxoval no exterior.

Voltando à listagem do *blog*, trago aqui exemplos de objetos presentes em algumas destas categorias. Constam como essencial itens como roupinhas, incluindo as “adicionais de frio” e “adicionais de calor”; kit mamadeira; escova para limpar mamadeira e diferentes bicos de mamadeira para diferentes idades. No recomendado, está o objeto abaixo. Observem o comentário feito pela própria blogueira:

**Chapéu para proteger o ouvido durante o banho**

Nível de importância: **recomendado**

Quantidade: 1

É meio exagerado? Talvez, mas conforme o bebê cresce, ele vai se agitando mais e fica mais difícil proteger os ouvidinhos durante o banho. Esse tipo de chapéu (o da Julia mesmo é mais uma viseira, muito engraçada) é uma solução simples e efetiva.

Opção para comprar online: <https://amzn.to/2mKrFbA>



Figura 53: item classificado pela blogueira como recomendado

Dentre os itens classificados como dispensáveis pela blogueira, temos o aquecedor de lençinhos umedecidos e uma espécie de ‘regador’ em forma de baleia para molhar o bebê no banho. Sobre este último, ela comenta que não comprou porque usou um pote de cozinha para este fim, reservado apenas para o banho do

bebê. E como opcionais estão o saquinho de lixo para fraldas, que é capaz de disfarçar o cheiro de fralda suja, e o trocador portátil descartável. Estes dois opcionais citados foram adquiridos por ela como gestante.

Nota-se que classificações como estas aqui colocadas devem ser sempre relativizadas. Quando estive em campo, entrevistando as minhas informantes, estas classificações em relação aos itens de suas listas de enxoval também estavam postas. Mas, claro, mudavam de gestante para gestante. E cada um dos itens que elas haviam decidido comprar, ainda em seu uso imaginado, era justificado. Sustentados por argumentos que buscavam convencer a si mesmas de que não poderiam passar por este momento sem aquele objeto A ou B.

Outras buscaram validar suas listas de enxoval com outras mães de sua geração, que já não tinham mais apenas uma relação imaginada com os objetos. Como foi o caso de EM, uma das gestantes que entrevistei: “Vi muitas listas em *blogs* mas no fim achei melhor conversar com pessoas próximas que tinham filhos pequenos para ver o que era necessário de verdade”.

Há vídeos no YouTube em que, mães, agora com seus filhos nascidos, comentam sobre o enxoval que fizeram. Neste momento, o bebê não é mais apenas imaginado e o enxoval não é mais formado apenas por sonhos de consumo. Tudo agora está posto em uso e experiência concreta. E por isso elas são capazes de empreender uma nova classificação dos objetos, como úteis ou inúteis; erros e acertos do enxoval. A blogueira do site *Vaipradisney.com* preferiu em seu texto não tachar os produtos desta maneira tão determinista, por assim dizer. Mesmo após ter passado pela experiência de fazer um enxoval e o colocar em uso com os seus dois filhos, ela entendeu por bem não tachar nenhum objeto como erro ou acerto absolutos, mas sim relativizar esta classificação. Entendendo, talvez que o que poderia ser dispensável para ela, poderia até mesmo ser considerado essencial para outras gestantes.

Há outra categoria de vídeo no YouTube chamada “Usados e Acabados”. Nestes vídeos as mães fazem uma retrospectiva de produtos que usaram, e já acabaram, mensalmente. Elas guardam as embalagens e fazem uma avaliação dos

produtos para os seus seguidores. Uma espécie de balanço dos produtos dos bebês. Normalmente são produtos de higiene e alimentos como leite.



Figura 54: Vídeo do tipo “Usados e acabados” publicado no YouTube<sup>37</sup>

Quanto à extensão da lista de enxoval, discutirei mais adiante o conceito de excesso. Gostaria também de reforçar que, mesmo contando com marcas e tipos de objetos diferentes, fotos como a que reproduzi acima com os bens do bebê expostos em opulência, são comuns nas redes sociais, atravessando inclusive as mais diversas camadas sociais. Quanto mais extensas e múltiplas parecem ser as conquistas que representam aquela imagem de inventário do bebê, mais orgulhosa parece estar a mãe pelo sacrifício empreendido. Afinal, ela foi capaz de construir aquilo que vai configurar a materialidade que irá cercar o seu filho desde o seu nascimento. Para Daniel Miller (2002) em seu *Teoria das Compras*, “comprar é antes de mais nada um ato de amor” (Miller, 2002, p.32). Este é o fio condutor de sua teoria.

Em minhas incursões aos quartos de bebês e feiras de gestantes, não foram poucas as vezes em que as mães exibiam orgulhosas os seus feitos, as suas compras, e as justificavam em prol de algo de fato mais transcendente. Uma espécie de ato devocional que visa a representar o seu amor por seu filho. Miller (2002) explica ainda que relaciona o sacrifício ao ato de comprar pelo fato de ambos representarem a transformação de trabalho produtivo em processo de consumo de bens como forma de perseguir metas transcendentais. “Realiza-se o sacrifício para transformar aquilo que sob qualquer outra forma poderia ser meros atos de dispêndio e consumo, um modo primordial de afirmação do transcendente” (MILLER, 2002 p. 92).

<sup>37</sup> Acesso em 12 de dezembro de 2020. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=-ijnH3gs5ug>

Em seus diários de viagem de compras do enxoval<sup>38</sup>, solicitados por mim como parte da pesquisa, TR marca seu discurso com vários momentos que podem ser considerados atos sacrificiais de consumo. Além de evidenciar a necessidade de ser um iniciado para entender alguns dos objetos rituais da gestação, como a calça mijão. E também de se surpreender com o fato de que levaram o triplo do tempo que haviam estimado, ela e o marido, em sua primeira incursão de compras.

A decisão de fazer o enxoval fora não foi rápida. Pesquisamos em blogs e achamos primeiro que não valia muito a pena, e não vale mesmo, se você for viajar apenas pra isso! Mas, depois de muito pensar, decidimos que valia uma viagem a dois antes do bebê chegar e dado isto, o melhor seria conciliar com um lugar em que compraríamos o enxoval mais barato também, era uma forma da viagem não sair tão cara. Não temos interesse em Miami, então, NY virou nosso destino. As coisas são cerca de 40 a 60% mais baratas aqui do que no Brasil e vamos comprar roupinhas, coisas de alimentação e outras coisinhas.

Sabíamos que a target era uma das lojas mais baratas, então, o que achássemos lá, era para comprarmos. Aproveitamos para comprar os itens básicos lá. Obviamente, demoramos bem mais do que imaginamos, porque não tínhamos muita noção de como seria comprar estas coisas e nos confundíamos a todo tempo no que era o que (tipo o que é calça mijão mesmo?, rs!). Achei que estaria saindo da loja uma hora depois, e saímos de lá após 3 horas (ahahaha). Em seguida fomos para Toy R Us, lá achamos roupinhas mais carinhas e ainda mais bonitinhas, e como estava em promoção, compramos mais um pouquinho lá. Diria que compramos em um dia que não contávamos inicialmente como de compras cerca de 30% das roupinhas (o que já foi um mega adianto). E o melhor, como estávamos de carro foi mais prático para carregar tudo. Os outros dois dias de compras serão mais trabalhosos. Mas esticamos este dia até não poder mais e ficamos bem cansados depois. Vamos focar agora em completar a lista de roupinhas lindas que estamos comprando e que dará muito mais trabalho do que imaginávamos, apesar de sermos um casal prático, ahahaha.

Em seu terceiro envio de diário, TR disse: “não consegui escrever todos os dias certinhos, porque terminávamos tudo muito tarde. Ontem fomos dormir 3 horas da manhã fechando todas as malas e organizando tudo, rs!”. E em seu quarto e último envio ela sintetizou assim as suas percepções.

(1) O processo foi muito prazeroso, comprar para o nosso Pedrinho nos dava uma felicidade muito grande e nos fazia

---

<sup>38</sup> TR me enviou por email em quatro datas distintas os seus relatos enquanto estava comprando o enxoval do bebê no exterior.

imaginar como seria com ele usando e correndo pela casa. (2) As compras online facilitaram muito a nossa vida. Acho que não daríamos conta de tudo sem esta facilidade, porque os itens maiores e mais chatos de carregar compramos online e foi ótimo!! (3) Se você não se prende à marca (como tende a ser nosso caso) você consegue economizar muito nas grandes lojas de departamento de lá que vendem coisas de marca própria (H&M, Target etc). A qualidade é muito superior às nossas lojas de departamento. (4) Tínhamos uma lista enxuta e ao contrário da expectativa de todos, não compramos nada muito além da lista. Pelo contrário, enxugamos ainda mais coisas que olhamos e achamos que já estava bom. E fomos balanceando coisas que amávamos e estavam já fora da lista com coisas que reduzimos ou substituímos. (5) Gastamos bem menos do que pensamos inicialmente, rs! E vi que isto não é o padrão. Nossos amigos todos falaram que acabaram gastando mais por incluírem itens que amavam e não estava na lista. Nós até fizemos isto, mas substituímos bastante coisa.

O bebê imaginado estava ali presente, a partir dos objetos, trazendo alegrias aos pais orgulhosos por terem sobrevivido muito bem a uma quase gincana de compras do enxoval. Com metas, conquistas e corrida contra o tempo, o placar foi positivo para o casal.

Para PA esta foi a dinâmica de compra do enxoval, e este foi o seu primeiro pensamento relacionado a consumo quando soube que estava grávida:

Para mim foi engraçado. Eu pensei “Jesus amado, tenho um monte de coisa para comprar e eu não sei nem por onde começar.” E aí eu nerd, meio pragmática, fui procurando listas de enxovais. Aí eu fiz a lista de enxoval e fui comprar as coisas do enxoval. É... eu muito focada. Mas as pessoas ao redor reagiam de uma maneira muito doida assim. Então a primeira coisa que a minha sogra fez foi fazer roupinha de crochê. A minha cunhada comprou um body branco e um chocalho sem saber que sexo era então comprou tudo neutro. Meu marido, depois que a gente começou a fazer o enxoval resolveu comprar o primeiro brinquedo dela que foi uma girafinha de pelúcia. E eu fiquei focada no enxoval. E aí como a gente viajou de férias eu meio que tinha a lista de enxoval aí eu não vou porque já vou trazer coisa de fora... eu fiquei focada em cumprir uma lista. Eu não sei em que momento, ou se em algum momento eu parei e disse “vou comprar um presente para ela” Acho que eu fiquei focada na parte muito prática assim... Mas acho que tem muita gente que vai e “ah vou comprar uma roupinha, a 1ª roupinha, alguma coisa...” eu não. Eu fiquei focada em cumprir a lista. De tudo que um bebê ia precisar. Aí eu comprei coisa para 1 ano e meio. 1 ano e meio de roupa. Primeiro eu comprei todas as roupas que ela ia precisar. Comprei tudo de mamadeira e introdução alimentar. Aí depois é que eu fui pensar assim, ah, no que eu vou usar de fralda, ... em como decorar o quarto... mas primeiro eu

pensei em assim, tá, qual o enxoval e o que que precisa. Então era cumprir. Acho que é isso. Eu sou meio nerd, pragmática, mas as pessoas pensam em comprar uma roupinha, um brinquedo, alguma coisa assim.

É possível notar não só na fala de PA, mas em outra que ouvi que, mesmo que não se saiba o que deve constar na lista de enxoval já se tem a ideia de que há muito a comprar. O sexo do bebê por muitas vezes pauta a escolha dos objetos, mesmo que seja pela busca de objetos mais neutros, por exemplo.

Nota-se também que palavras como “cumprir” estão presentes na maior parte das narrativas sobre compras para enxoval, principalmente nos relatos de compras realizadas no exterior. Tal palavra, além de denotar obrigação, tem a ver com realizar o que se planejou, em ter foco em perseguir um objetivo. A meta a cumprir seria comprar “tudo o que um bebê precisa”. E isso começa pelo que vestir e como alimentar.

#### 4.3.1. Perspectiva geracional do enxoval

Pensando as demais gerações como possíveis instâncias pedagógicas de verificação do que deve ou não estar na lista, fez-se necessário buscar entender um pouco melhor esta perspectiva geracional do enxoval. Para tal, busquei edições que marcaram cada uma das décadas, desde o lançamento da primeira edição da *Revista Pais & Filhos*, em 1968. A escolha desta publicação em particular já foi esclarecida anteriormente, mas reforço aqui o motivo: esta é a única publicação do gênero publicada até hoje, desde 1968. O que me permitiu uma cobertura comparativa geracional maior. Seriam empreendidas também entrevistas com mães das gestantes, mas por decisões tomadas durante a pesquisa, como já esclareci nos meus percursos metodológicos, isso não foi adiante.

E por que buscar analisar a presença e abordagem sobre consumo do enxoval do bebê, a partir de evidências presentes em um veículo especializado, nos ajuda a compreender os impactos deste fenômeno na construção de diferentes perspectivas de subjetividade de geração para geração? Porque

ao longo do século XX, por meio das tecnologias da propaganda e do marketing, têm sido desenvolvidos aparatos *psi* para

compreender e agir sobre as relações entre as pessoas e produto em termos de imagens do eu, de seu mundo interior, de seu estilo de vida e, sobretudo, do seu invólucro corporal. São, de fato, as representações nas mídias e publicidade que têm o mais profundo efeito sobre as experiências do corpo. São elas que nos levam a imaginar, a diagramar, a fantasiar determinadas existências corporais, nas formas de sonhar e de desejar que propõem (SANTAELLA, 2004 p.126).

Ao consultar mídias especializadas como *Pais & Filhos* e outros ambientes midiáticos onde são publicizadas as melhores práticas de consumo na elaboração do enxoval do bebê, os pais são capazes, como nos afirma Santaella (2004) de então imaginar e sonhar seu filho, a partir dos desejos propagados em anúncios, reportagens ou *post*, em todo e qualquer texto publicizado capaz de influenciar as decisões de consumo dos pais.

Assim, analisando as edições de *Pais & Filhos* às quais tive acesso, pude constatar que houve, com o passar dos anos, o aumento de páginas dedicadas, em espaços publicitários ou jornalísticos, à recomendação e curadoria de objetos, serviços e materialidades da gestação. Inicialmente, na primeira edição da revista, há quatro anúncios referentes ao setor bancário (investimentos e seguro); outros dois ligados à alimentação; outros dois ligados à cama, mesa e banho (colchão infantil e toalhas), dois ligados à higiene pessoal do bebê; um ligado à higiene pessoal da mãe; um anúncio de cigarro; um anúncio de medicamento (vitamina). A decoração do quarto é apenas citada (saiba como decorar o quarto das crianças) em um anúncio referente à *Enciclopédia dos pais modernos*. Mas nem nos anúncios nem das reportagens o quarto aparece com o peso que se tem atualmente. Também os itens referentes ao enxoval ainda não têm a centralidade que vemos atualmente. A revista ainda não contém nesta época uma seção dedicada a compras.



Figura 55: capa e alguns dos anúncios presentes na primeira edição de *Pais & Filhos*

Na edição de 1979, anúncios com produtos voltados para as mães são mais frequentes, como é o caso das meias Kendall e de um anúncio de joias. Produtos para casa como roupa de cama e papel higiênico também são anunciados. E há uma reportagem sobre fraldas e também um anúncio sobre fraldas descartáveis. A seção de compras já passa a estar presente. E anuncia tanto produtos para as mães, como lingerie e secador de cabelo, quanto lembranças para maternidade e produtos de higiene para o bebê. Há também um anúncio de página dupla de carrinho de bebê.



Figura 56: Seção de compras e anúncio de carrinho de bebê (1979)

Em 1985 a seção Novidades, dedicada à sugestão de compras, ganha página dupla, trazendo até mesmo sugestões de alimentos, como margarina e Toddynho sabor morango. O quarto e o enxoval são citados mais explicitamente. O quarto é referenciado na coluna “conselho do Dr Delamare” como “um cantinho confortável para o seu bebê dormir”, sem ter a decoração como elemento citado, mas sim o

conforto. São recomendados itens como lençol em algodão, acolchoados de berço (hoje chamados protetores de berços), brinquedos de berço e berço portátil (Moisés). E no caso do enxoval, a chamada para matéria é “enxoval para um amor de bebê” e ensina a mãe a confeccionar algumas peças em tricot. Diz um trecho da matéria:

As vitrines das lojas estão cheias de coisas bonitas para o neném que vai nascer. Apesar disso a mamãe terá o maior prazer em tricotar algumas peças mais fáceis, como casaquinhos e sapatinhos. E não é preciso ser grandes habilidades. Experimente seguir nossas receitas (trecho de matéria sobre enxoval na edição de 1985).

Na edição de 1993 o destaque fica por conta de dois anúncios de lojas de móveis para o quarto do bebê. Mas a decoração ainda é muito discreta e não tematizada. O quarto ainda parece ser apenas um espaço para o bebê dormir. Destaque ainda para dois anúncios de lojas de produtos como babá eletrônica e carrinhos para bebê, já com diversos modelos e opções. O consumo para os bebês começa a ficar um pouco mais complexo.



Figura 57: em 1993 quarto ainda parece ser um espaço dedicado para o sono do bebê

Na edição de 2001 já são 3 páginas dedicadas às Novidades (seção de compras). Há uma reportagem sobre o ultrassom 3D. E ainda uma reportagem dedicada ao chá de bebê. Também uma reportagem dedicada ao quarto do bebê com duas páginas duplas. Anúncios que trazem novidades como a Feira de Bebê e Gestante e quartos projetados para bebês.



Figura 58: passados, O quase 10 anos, em 2001, o quarto passa a ter mais um atributo além do conforto: o aconchego. E a decoração aos poucos vai se fazendo mais presente.



Figura 59: em 2001 o chá de bebê aparece em reportagem que propõe um chá de bebê moderno.



Figura 60: ainda na edição de 2001 conteúdos publicitários que marcam o início do processo de gestação atravessado pelo consumo que vivemos atualmente: feira de bebê e gestante e quartos projetados para bebês.

A partir da edição de 2013 – edição logo na sequência a de 2001 dentre as quais tive acesso – está posta a lógica que conhecemos hoje de uma dada pedagogia do bebê permeada por objetos e rituais. Ocorre que, mais recentemente, os objetos eram tantos que não cabiam mais nas páginas da publicação regular da revista. E eis que passaram a ser publicados em anuários intitulados como “Guia do bebê” a fim de apresentar-se estes que seriam objetos que a gestante deveria considerar em suas listas de enxoval. Porque, como é dito em uma das capas abaixo, são produtos que “vão facilitar a sua vida e a do seu filho”. Se a grávida busca “um enxoval sem neura” encontra nos mais de mil itens do anuário a solução para os seus problemas. Como podemos constatar nas imagens abaixo, a gestação e o consumo estão embricados por uma infinidade de objetos.



Figura 61: Anuário Guia do bebê, com mais de 900 / 1000 produtos para a mãe e o bebê

Comentando sobre a perspectiva geracional dos bens ligados à gestação, uma das minhas informantes, BB, disse que tanto ela quanto sua mãe não conheciam a almofada de amamentação, mas foi algo que pareceu bastante útil desde o início. Para construção e controle de sua lista de enxoval, ela contou com a impressão de uma lista localizada na internet e com o apoio de sua mãe. Assim escolheu cuidar do enxoval e da organização do quarto de sua filha.

A convivência de gerações é marcada por diferenças e semelhanças. Termos como “mijão” e “pagão” se mantêm presentes há muitas gerações nas listas de enxoval. Ao mesmo tempo em que convivem com outros objetos novos, como a almofada de amamentação, por exemplo.

Para McCracken (2003) o código-objeto funciona como um meio pelo qual a sociedade encoraja e resiste às mudanças. Talvez a partir desta perspectiva possamos entender estas permanências e novidades que convivem nas listas de enxoval.

Até mesmo a forma de fazer e gerenciar a lista do enxoval pode persistir e resistir. BB foi apresentada por sua mãe com o inventário de objetos que ela fez quando estava grávida dela. A primeira imagem reproduzida abaixo é do caderno onde sua mãe criou um índice de tipos de objetos da lista de enxoval, listando nas páginas seguintes as quantidades e descrições dos itens. BB seguiu tradição de sua mãe e adotou o caderno para ir gerenciando o inventário de bens de sua filha. Enquanto muitas das minhas informantes adotou o gerenciamento digital, BB

preferiu o modo mais tradicional e artesanal. Não sentiu necessidade de transformar em *bits* e *bytes*, em zeros e uns a memória deste momento.

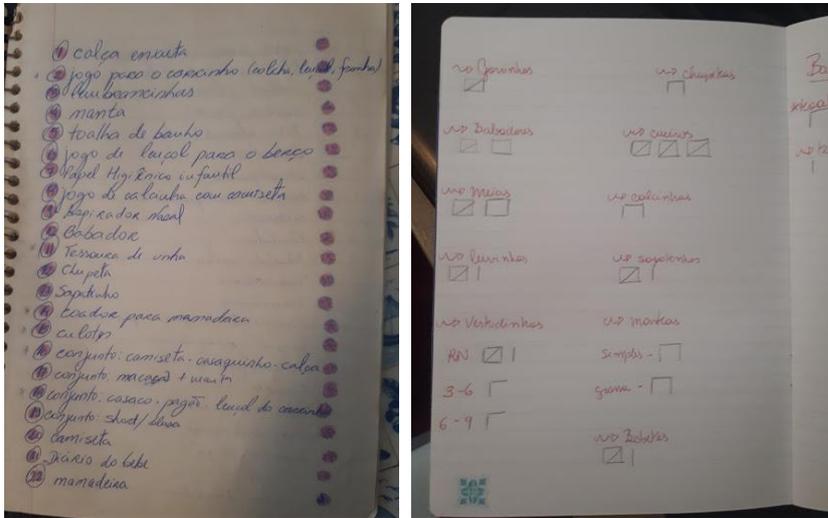


Figura 62: tradição mantida no controle do inventário do bebê

Já para KP, não só a lista de enxoval mas também outros componentes do universo de seu bebê foram convertidos em arquivos. Eles gerenciam o projeto de existência de seu bebê, contendo: as listas de enxoval, material didático sobre gestação e até mesmo sua primeira *playlist*. Assim, a bebê está no ventre, mais também nos zeros e uns do computador da mãe. É o conjunto destes elementos que lhe concede e apoia a configuração de sua vida. De sua visão de mundo. De sua subjetividade.

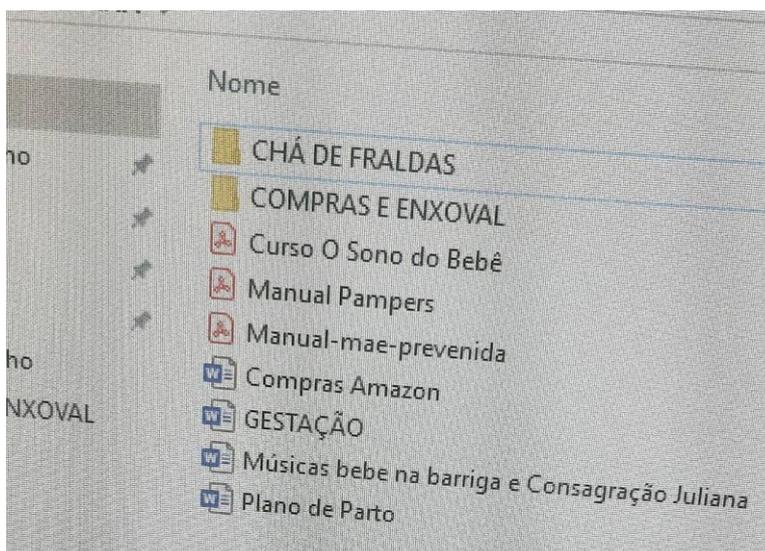


Figura 63: bebê gestado no universo digital

### 4.3.2. Os dilemas dos bens: objetos ou significados? Excesso ou essencial? Útil ou inútil?

Quando peguei a lista pela primeira vez, abriu-se um mundo de coisas que eu não conhecia. Cueiro. Calça culote. Mijão. Mordedores (TR).

Importante destacar que quando falamos de enxoval do bebê incluímos aí objetos que vão além das roupas. Estão inseridos desde produtos como pomadas, carrinhos, bolsas de passeio, banheira, cadeiras para alimentação, berço portátil, bebê conforto e outros itens que representam certa complexidade de escolha, dadas as inúmeras opções existentes. Diante de tantas escolhas possíveis de cada um dos itens da lista, ficam algumas das perguntas aqui propostas que passam pelas mentes de muitas gestantes: útil ou inútil? Excesso ou essencial?

A pedagogia do bebê expressa em vídeos, *blogs*, cursos, publicações especializadas e outros recursos aqui citados, nos concece uma série de recursos avaliativos, que classificam os bens como úteis ou inúteis, por exemplo. Essencial ou desnecessários. E quanto à quantidade, também há esta avaliação posterior ao uso, como no caso dos usados e acabados. A ideia de excesso estaria, assim, presente tanto no volume de cada tipo de objeto, quanto na extensão de tipos de bens presentes no enxoval do bebê.

(...) o verdadeiro local onde reside a nossa identidade deve ser encontrado em nossas reações aos produtos e não nos produtos. (...) monitorando nossas reações a eles, observando do que gostamos e do que não gostamos, que começaremos a descobrir quem “realmente somos” (CAMPBELL, 2006 p.53).

Os bebês, claro, não podem ainda fazer as suas escolhas de consumo. Mas seus pais vivenciam este processo por ele. E ao fazê-lo, diante de cada vez mais opções seus pais vão ajudando a revelar o ser humano que seu filho pode vir a ser, impactando a sua subjetividade futura, sua forma de se relacionar com o mundo, mediado por estes objetos e experiências. Bens estes que irão operar como marcadores sociais, com seus significados dados a partir das relações sociais, aproximando aquele bebê de outros com semelhantes inventários e o afastando dos demais forjados a partir de outros conjuntos de bens, como nos ensinaram Mary Douglas e Baron Isherwood [1979; 2006].

Durante minha pesquisa de campo, uma das minhas informantes, a PA, foi recrutada por conta deste *post*:

Hoje sai para comprar meias brancas pra Duda - percebi que a garota ia nascer sem meias lisas simples. Pois bem, na 1a loja não tinha e perguntaram se era menino ou menina para me empurrarem uma meia de babados. Na 2a loja, meias lisas só na sessão de meninos. Eu apenas queria meias brancas simples para bebê tamanho RN, mas tomei um tapa na cara pra acordar pra vida e perceber que criar uma filha sem reproduzir os estereótipos de gênero não vai ser fácil. Sorte dela é que a mãe é feminista e persistente. – Post no FB em 21.11.19 – informante - PR

Foi assim que fiquei sabendo que ela estava grávida. Por sua inquietude e dificuldade em encontrar meias brancas para sua filha que ainda ia nascer. A sua indignação em relação à dificuldade em montar um enxoval mais neutro para sua filha gerou este *post*. Esta situação, como as demais que serão discutidas aqui dizem respeito ao que Campbell (2006) sustenta acerca do seu entendimento de como os objetos de consumo impactam a formação da nossa identidade. É na nossa reação a eles que configuramos a nossa identidade. Como no caso de PA que se recusa a ter apenas meias “para menina” no enxoval da sua filha.

Sabemos, como nos afirma Grant MacCracken (2003) que os bens são embebidos de significados culturais, forjados pelos meios comunicacionais – publicitários – e do sistema de moda – numa forma de conectar o sistema produtivo e o consumidor. Os bens, mediados por estes discursos publicizados, passam a ser incorporados em nossos rituais cotidianos, representando modos de ser e estar no mundo. Os bens, por assim dizer, permitem a mediação dos significados culturais, que serão vivenciados, e mais uma vez mediados, pelo próprio consumidor destes produtos. Os bens, como elementos comunicacionais de identidades e valores são, assim, capazes de compor um universo simbólico.

A eficácia simbólica dos rituais irá se tornar ainda maior na medida em que o consumidor acredite na marca que estampa aquele bem ou serviço, ou seja, na voz emissora que a torna símbolo. Porque, como vimos no item sobre rituais no capítulo 3, a eficácia da mágica se dá muito pela crença que sem tem no mágico que a conduz. Neste caso, o mágico é a marca ou o elemento emissor no processo de mediação. Este mágico precisa se alguém – ou alguma marca – em que o

consumidor confie. Por isso a pedagogia do bebê, em relação ao enxoval, por exemplo, se vale de vozes eficazes, como mães que já viveram as suas experiências e as compartilham nas redes sociais, ou são amigas e parentes das gestantes; mídias especializadas em gestação e maternidade; feiras de gestante; as próprias maternidades ou as *baby planners*. Esta dinâmica faz com que os bens ganhem valores simbólicos que superam o mero valor de uso em si.

Considerando como o *baby-to-be* é forjado através de presentes, viagens de compras, esquemas decorativos e construção do espaço doméstico, é possível ver como os objetos têm um papel ativo no processo social de construção de mães e bebês. (...) Os objetos implicados neste processo não são nem passivos, nem arbitrários para suas biografias e mundos sociais e estão intimamente ligados às crianças cujas personalidades eles vão construir (CLARKE, 2004 p. 59; 71).

Durante a minha pesquisa de campo, EM, afirmou que:

Sinto que há um consumo muito exacerbado nessa hora! Lembro que quando contei para minha prima ela disse, vamos no shopping agora comprar umas coisinhas para o bebê!!! Fomos e comprei apenas 1 macacão unissex. Mas como estava muito no começo ainda e existe grande risco de perder o bebê achei bom não comprar muita coisa para que se caso acontecesse um aborto eu não ficar mais triste ainda com mil coisas de bebê na casa.

Nota-se que os objetos configuram de fato a representação do bebê, tanto na sua ausência – em caso de aborto, por exemplo – ou presença. Quantos objetos houvesse do bebê, em caso de perda gestacional, maior seria a dor. A ida ao shopping e a compra da primeira roupinha do bebê o faz existir. “(...) o consumo pode nos confortar por nos fazer saber que somos seres humanos autênticos – isto é, que realmente existimos. Nesse caso, o slogan “compro, logo existo” deve ser entendido em seu sentido literal” (CAMPBELL, 2006, p. 56).

A seguir, compartilho exemplo de material que me foi enviado por uma das gestantes que participaram do meu campo de pesquisa (KP). Na primeira imagem podemos conferir o conjunto de sapatinho e lacinho, o primeiro presente que ela comprou para sua filha, apenas quando soube o sexo, condição que julgou fundamental para escolha. Ao lado do sapatinho, encontra-se o kit higiene, também marcadamente feminino. O bebê existe por estar representado por objetos. E não só existe, mas existe já como menina.



Figura 64: o universo material do bebê-menina

E quando as gestantes costumam se sentir prontas para iniciar de fato as suas listas de enxoval e suas efetivas compras? Algumas das mães entrevistadas só se sentiram seguras, como KP, depois que souberam o sexo do bebê. Mesmo aquelas que mais à frente decidiram por quartos mais neutros em suas cores e elementos decorativos, não se sentira confortáveis para iniciar a construção do enxoval para um bebê, sem que soubessem de fato o sexo do bebê.

A partir das escutas que tive em campo faz sentido afirmar que se faz necessário “reconhecer que um processo contínuo pelo qual o significado é dado às coisas é o mesmo processo pelo qual o significado é dado às vidas” (MILLER, 1994, p. 415). “As coisas (objetos, produtos, instrumentos, etc.) nunca são coisas em si. São núcleos nos quais se condensam relações simbólicas” (RODRIGUES, 2008 p.104).

Ou seja, muitas grávidas só se sentem capazes de dar significado às vidas de seus bebês, a partir dos objetos que irão compor o enxoval do bebê, a partir do momento que sabem seu sexo e lhe concedem um nome. Coisas e vidas humanas estariam imbricadas nesta construção mútua de significados.

O processo de significação dos objetos anda par a par com a significação dada à vida do bebê, que tem sua identidade forjada a partir dos rituais e objetos que circundam desde a descoberta do sexo, passando pela montagem do enxoval e planejamento do quarto (DRAMALI; KARAM, 2017).

ER, outra informante do meu campo, afirma que só se sentiu de fato grávida quando passou pela primeira consulta de pré-natal três dias depois de fazer o exame de sangue e biologicamente saber que estava grávida. Emocionalmente só se sentiu

grávida quando entrou na loja de artigos para bebê, ao lado do consultório de sua obstetra, e começou a chorar. Foi como se a materialidade daqueles objetos e, daquele espaço, estivesse dando a ela boas-vindas à gestação. Ela conta que ligou para marido, de dentro da loja de bebê, e disse chorando “Eu tô grávida! Ela falou que estou grávida mesmo”, ao que ele respondeu gargalhando. “Sim, desde sexta-feira, lembra?”.

Dant (2006) afirma que “a materialidade de uma cultura impacta na materialidade de pessoas e é a sua concretização que está em questão; o capital material incorporado dos objetos são realizados através de sua relação com corpos.”. Tanto no corpo da mulher quanto no corpo do bebê, e na relação entre eles, mediada por objetos. A esta relação Dant (2006) chamaria de interação material.

Enquanto podemos sentir que experimentamos a existência através da mente e imaginação, o corpo é sempre o veículo desta experiência e nosso compromisso com outra pessoa e outros objetos são sempre mediados pelo corpo. (...) interação material, isto é, os relacionamentos concretos entre pessoas e coisas. A interação material é o encontro da materialidade do corpo das pessoas, incluindo a mente e a imaginação que são parte destes corpos, com a materialidade dos objetos, incluindo as qualidades e capacidades que têm sido desenhadas e construídas pelas ações combinadas e coletivas de uma série de outras pessoas (DANT, 2006, p.16).

Uma das perguntas presente em meu roteiro falava sobre o primeiro objeto que as gestantes costumam comprar para os seus bebês. EM respondeu que seria “Roupa com certeza! Acredito que seja porque você começa a enxergar seu filho dentro da roupinha e pensa se ele vai ser pequeno ou grande demais para aquela roupa, enfim, acredito que a roupa crie um laço maior nessa hora”.

Para algumas gestantes entrevistadas o laço com o seu bebê se dá de fato pela materialidade. Seja de uma roupa – ou de um conjunto delas, como numa loja – seja pela ultra que permite materializar o seu bebê em imagem, seja pela materialidade da visualização do espaço do quarto imaginado. Mesmo sem saber o sexo ainda, por não julgarem de fato importante, ou por quererem acelerar a construção deste laço, algumas gestantes, como EM, optam por compra como primeira peça de roupa opções unissex, “por querer enxergar como ele estaria

dentro da roupinha”, diz EM. Posteriormente este laço se dará pela materialidade da barriga, pela frequência com que vão “se encontrar” na ultra e pelas sensações causadas pelos movimentos do bebê no ventre. Mas antes de tudo isso acontecer, é de fato a roupa o elemento que mais se aproxima do corpo, como um simulacro do mesmo, e que por isso é capaz de dar substância ao pensamento da gestante.

PA, quando perguntada sobre o primeiro objeto que comprou para sua filha, teve o impulso de responder que havia sido roupa, porque na maior parte dos casos é isso mesmo: tanto os primeiros presentes de parentes e amigos quanto as compras dos pais giram em torno de roupa. Mas como PA estava muito focada em fazer cumprir a lista, o primeiro objeto comprado foi fruto de uma oportunidade durante a sua viagem de compras de enxoval nos EUA. Fralda de pano, apesar de julgar que seria útil, estava fora da lista. E como presente de fato, considera que o primeiro objeto com esta função foi uma boneca negra de um projeto social. Retomando algo que ela, mulher branca, havia já vivenciado na sua infância quando sua mãe também lhe dera como primeira boneca uma boneca negra.

Acho que o primeiro objeto mesmo foi roupinha, mintó. A primeira coisa que eu comprei já era da lista do enxoval, foi potinho de comida. Aquele copo milagroso que eles chamam. A gente foi no mercado comprar alguma coisa, aí eu vi “nossa tá muito barato” aí eu comprei. Assim. Num mercado. Num Tesco da vida. A primeira coisa que eu comprei fora da lista, mas pensando que ela ia precisar, foi a fraldinha de pano. E a primeira vez que eu falei “ah, agora vou comprar um presente meu para ela” foi agora no Natal, que eu comprei de um projeto social, chamada Dandara. Então a primeira boneca dela é negra. Tá um pouco alinhado com a maneira como eu quero abrir os olhos dela. E eu tinha uma boneca negra quando eu era criança e que eu amava. Então eu quis passar um pouquinho disso para ela. – informante – PA

Don Slater (2002) afirma “que as pessoas compreendem sua relação com as coisas do mundo – suas necessidades – em termos de projetos e metas, convenções e normas sociais, conceitos implicados em ser humano” (SLATER, 2002 p. 130).  
Afirma ainda que

(...) todo consumo é cultural porque sempre envolve *significado*: para “ter uma necessidade” e agir em função dela precisamos ser capazes de interpretar sensações, experiências e situações e de dar sentido a (bem como de transformar) vários objetos, ações, recursos em relação a essas necessidades. (...) se dissemos que

todo consumo é cultural, também estamos dizendo que todos os objetos são culturalmente significativos e que, na verdade, nenhum objeto pode ser simplesmente funcional (SLATER, 2002 p. 131;135).

Quando perguntada sobre por que as gestantes deveriam ou não fazer suas listas de enxoval, PA explicou sua funcionalidade pela perspectiva do desempenho, da performance. A lista serve para “comprar bem comprado”.

Eu acho que tem que fazer a lista de enxoval para você poder comprar e bem comprado. Não comprar nada em quantidade errada. Ou a menos ou a mais assim. Então tinha um dia que eu me confundi na lista, não risquei, e comprei mais calça de um tamanho do que de outro. E eu tô com medo dela não usar tudo. Então principalmente para mãe de primeira viagem como eu a lista do enxoval é uma mão da roda. Porque você tem um monte de coisa que você não faz ideia que um bebê precise assim. Eu ainda fiquei duvidando de roupa RN. Aí eu comprei roupa RN, já tem uma boa parte de roupa RN. Até porque não existe um padrão de roupa RN aqui no Brasil, então comprei em várias lojas brasileiras, eu não comprei fora. Já tem uma parte que não vai caber nela, porque ela já está maior do que o padrão RN. Mas eu percebi que precisava assim. Mas me assustou a lista da maternidade do que a do enxoval. A do enxoval para mim foi um norte. O que me incomoda é: “tem que fazer enxoval em Miami, porque é muito melhor, e sai mais barato”. Eu acho que nesse meu recorte de classe média, média alta do sudeste esse tem que me incomoda. Para mim é um consumismo exagerado. Já vi gente ostentando tamanho de nota fiscal e eu achei isso pavoroso. Eu acho que você tem que ter uma lista para te ajudar a ter um norte. E você comprar bem comprado. Você não tem que ter uma roupa da Carters, você não precisa ir para Miami bater perna. Você não precisa contratar ninguém. Tem muita informação na internet. – informante – PA

PA em sua fala acima transcrita discute e levanta o incomôdo que ela tem com o “tem que”, que se reflete no título da minha tese nos termos de uma dada pedagogia do consumo na e da gravidez, exemplificado pela imposição de que haja um tema para o quarto, por exemplo. Ou o “tem que” de classe, como a imposição de fazer enxoval nos EUA, e ter roupas da “Carters”, símbolo de status para um dado recorte social brasileiro.

PA também o enxoval nos EUA, mas em sua fala parecia querer justificar para si mesma e marcar seu discurso por outras práticas que demonstrassem que ela não cedeu à pressão do “tem que”. A sua justificativa e esclarecimento sobre esta decisão se deu a partir de que teria por objetivo “comprar bem comprado”. Além

disso marcou bastante em sua entrevista a importância que dava para trabalhar o conceito de diversidade, presenteando sua filha branca de classe média-alta com uma boneca negra, sendo este seu primeiro brinquedo. Em outro momento da conversa, PA diz que tem medo do volume de coisas. Se assusta com a mala da maternidade. Mas não sabe se vai dar conta de usar todos os itens de sua lista que permitiu que ela “comprasse bem comprado” o enxoval de sua bebê. Este paradoxo narrativo se reflete igualmente nas práticas de consumo, que teriam por intenção comunicar alguns valores que se queriam em combate ao “tem que” mas que ao fim, olhando o conjunto de bens e práticas, o reproduz.

O “tem que” parece ser algo contra o que a maior parte da informantes tenta lutar. Mas quando analisamos o conjunto de suas escolhas e práticas de consumo, notamos que ali está presente a pedagogia do consumo na gestação. Se não nas imposições das quais conseguiram escapar, tais questões normativas do consumo estariam presentes em outras manifestações de “tem que”.

Útil ou inútil? Erro ou acerto? Excesso ou essencial? Estas são perguntas que sempre rondam as mentes das gestantes no momento de se montar o enxoval do bebê. Daniel Miller que diz que

se o significado dos objetos deriva das ordens nas quais eles estão incorporados, então o mesmo artefato pode mudar suas implicações simplesmente por ser introduzido numa nova ordem (MILLER, 1994, p. 400).

Possíveis compreensões sobre excesso já renderam boas discussões em congressos de Comunicação motivadas por artigos que apresentei. Por isso, compartilho a seguir algumas destas reflexões. Trago o conceito de excesso em duas perspectivas possíveis, não pensando só a perspectiva do exagero, do que sobra e vai além, do juízo de valor, como quer o senso comum. Porque a etimologia da palavra está associada a dois sentidos: a esta primeira, mais disseminada; e a um segundo sentido que antes de minha pesquisa não tinha conhecimento: o de afeto, sendo este assim definido “o excesso é um acesso que se projeta para fora de si, uma forma de êxtase” (DUMOULIÉ, 2007). Este segundo conceito de excesso cabe às análises de consumo na gestação, quando aplicado aos tópicos enxoval e mala de maternidade, por exemplo. Algumas gestantes parecem se deixar afetar primeiramente pelos bens e objetos para vivenciar a gravidez. E algumas delas até

mesmo precisam deles para fazer transbordar, em êxtase, o choro em meio a uma loja de artigos para bebê, realizando a ideia de que estão “grávidas mesmo”.

Este êxtase da gestação, neste processo sacralizado e devocional do sacrifício, faz com que bens rituais transbordem e invadam o universo do bebê. Como “acesso que se projeta para fora de si” os objetos podem ser entendidos, por assim dizer, como partos deste bebê imaginado. Cercadas de bens, as gestantes exibem orgulhosas suas conquistas que encarnam o seu prazer em imaginar o seu bebê a partir daqueles objetos, mas também o prazer – e por vezes certa culpa – do consumo hedônico. Exibem os bens como muitas também virão a exibir os seus bebês. A este fenômeno dei o nome de gravidez-ostentação.

O sentido de ostentação está em consonância com a dinâmica da visibilidade quase coercitiva em nossos dias. Ostentar aqui emprega-se no sentido de exibir. E as exposições não se dão apenas em relação aos bens, mas também em relação às experiências e emoções. Não terá vivido plenamente a gestação aquela que não tiver registrado e compartilhado cada detalhe da jornada. Ao mesmo tempo, há os que defendam que por terem se preocupado em tanto registrar e compartilhar, estas gestantes podem não ter de fato vivenciado de maneira mais intensa a sua gestação. Não cabe a mim como pesquisadora aqui fazer juízo de valor do que seria certo ou errado, melhor ou pior. Cabe a mim marcar, no entanto, que são vivências de fato diferentes de gestação. Como se duas pessoas tivessem comprado uma passagem para um mesmo destino, para uma mesma cidade, mas tivessem roteiros de viagem completamente diferentes. Podemos afirmar, em ambas as situações que, tanto as gestantes quanto os viajantes não terão de fato conhecido a mesma cidade. No caso da gravidez, são espectros diferentes de um mesmo momento de vida da mulher-gestante. Mas em qualquer posição deste espectro, a imposição da visibilidade e da exposição está inscrita. Ora porque acham que a gestante deveria compartilhar mais este momento tão único da sua vida, ora porque acham que a gestante está compartilhando demais este momento.



Figura 65: gravidez-ostentação: quantas bolsas são necessárias para construir a imagem esperada de uma gestante atualmente? Como em um catálogo de moda, a gestante exhibe orgulhosa o conjunto de bolsas que combinam com o estilo do quarto.

Muito deste processo da ostentação, quando aplicado aos bens, pode ser explicado pelo que McCracken (2003) aponta como efeito Diderot. O autor explica que a observação deste efeito ajuda a sugerir que os bens de consumo, de modos complementares, são interligados por uma certa comunalidade, sendo esta harmonia complementar entre os produtos. O que isso significa na prática? Se eu adquiro um novo objeto que me impõe um determinado padrão de complementaridade, vou me sentir impelido a adquirir outros que “conversem” com este primeiro. A estes objetos McCracken deu o nome de unidades Diderot.

No enxoval do bebê, até mesmo o quarto, e sua decoração, podem ser considerados unidades Diderot em diálogo com os itens do enxoval. E os itens do enxoval se configurarem unidades Diderot entre si, como podemos notar na imagem das bolsas e malas ao lado da gestante. O efeito Diderot nos impele à busca constante de equilíbrio para que os bens combinem entre si e com os espaços que eles povoam. Opera como se os bens só funcionassem, só fizessem sentido quando participam de um conjunto. McCracken (2003) afirma que tal efeito se dá a fim de tornar melhor compreensível o significado daquele bem em conjunto com os demais, assegurando uma certa coerência, como se houvesse uma redundância de sentidos. Tal redundância se dá mais pela coerência entre os objetos do que pelo excesso.

Acontece que em uma sociedade com ofertas cada vez mais abundantes em tipos e quantidades de bens, este processo de busca por encaixes coerentes entre eles pode sim culminar em excesso. O efeito Diderot não impõe, por assim dizer, o excesso. Mas para que haja coerência em um mundo abundante, com listas de enxoval com cinquenta e sete páginas e peças de roupas medidas pela altura das pilhas categorizadas por idade sobre a cama, o excesso se torna quase que inevitável.



Figura 66: e o bebê vai às compras junto com seus pais. Forma de prestar que está rede especializada encontrou para ofertar atendimento mais personalizado aos pais, que encantou a CH, uma das minhas informantes.

Se somarmos esta compreensão acerca do efeito Diderot às características dos rituais de arrumação, como nos apresenta McCracken (2003), podemos dar conta de explicar algumas práticas que envolvem o enxoval do bebê. Tutoriais de arrumação de cômoda e mala de maternidade, bem como os *tours* de quarto aqui já citados, marcam em suas narrativas porque um objeto está na mesma gaveta de um outro, por pertencerem a uma mesma categoria lógica para gestante. Por estarem em coerência.



Figura 67: Imagem de post do Instagram obtido a partir do monitoramento de *hashtags* aqui já informadas. Agora a bebê já pode chegar porque a mala da maternidade já está pronta, etiquetada, com a vida imaginada ali dentro de cada peça, e com tudo pronto para fotografar e compartilhar.

Mas agora, malas prontas! Ufa, aquela sensação de dever cumprido e paz no coração. Minha filha, agora sim, pode vir ao mundo no seu momento, estamos com tudo pronto te esperando, mamãe já entendeu que não dará conta de tudo, e tudo bem também, basta dar prioridades, que no final tudo se ajusta. E como foi gostoso arrumar a mala, escolher as trocas de roupas e imaginar como vc ficará dentro de cada uma, como será seu rostinho e cada detalhe seu. (Trecho do post do Instagram reproduzido na imagem acima)

A mala da maternidade é outro elemento da materialidade da gravidez, que marca o limiar do rito de passagem da gestação para o nascimento, da gestante para a mãe. Opera quase que como um passaporte que autoriza a chegada do bebê, junto com o quarto, claro. Se ambos estão arrumados, o bebê imaginado agora já está autorizado a nascer. A mala é preparada por muitas das gestantes com dedicação e cuidado. Para esta arrumação seguem a recomendação das amigas, da própria maternidade ou das listas e vídeos que circulam pela internet. Isso serve tanto à mala do bebê, quanto à da mãe, que previamente já escolheu suas camisolas de maternidade, bem como sutiãs de amamentação, absorventes pós-parto e de seio.

As roupas do bebê “precisam” estar separadas por ordem de uso, devidamente etiquetadas e organizadas, além de estarem acompanhadas das fraldas para recém-nascido. Cada um desses *kits* de troca de roupa do bebê inclui desde o *body* e macacão até a manta ou cueiro, além de luvas e meias. E mãe prevenida sempre leva peças adicionais, como recomenda a pedagogia da gestação em seus

mais múltiplos meios de comunicação. A materialidade, mais uma vez, se faz presente de maneira abundante e regida por uma dada lógica. E esta é mais uma experiência que é vastamente midiaticizada nas redes sociais, fazendo circular as formas de ser e estar grávida.



Figura 68: lembrete do que não pode faltar na mala da maternidade colado no espelho do armário de uma das minhas informantes (BB).

Enquanto a mala da maternidade do bebê é vastamente explicada e visibilizada, a da gestante fica bem menos em evidência. TR conta a assim a sua experiência:

Objetos para mãe para mim foram ainda mais novidade do que para o bebê. Absorvente para seio x concha. Cinta pós-parto (usar ou não). Calcinha pós-parto. Absorvente pós-parto. Super novidade para mim. Eu não sabia de nada dessas coisas. Para mim, nascia e pronto, resolvido. A única coisa que eu sabia era a cinta. E que o sutiã de amamentação, que era mais simples. – informante – TR

Parece haver aqui a expressão de um paradoxo entre a visibilidade da barriga e da gestação, e uma certa invisibilidade da gestante, como indivíduo e como corpo,

como mulher. Que também requer cuidados e preparos. Isso faz com que objetos voltados para a grávida sejam mais inusitados e desconhecidos do que os objetos voltados para o bebê. No binômio (ou conjunto) mãe-bebê, o bebê tem prevalência em visibilidade social, multiplicidade e conhecimento de objetos, e ainda mais se fala sobre o como cuidar.

Parece ser ainda um certo tabu falar sobre o que é necessário para o cuidar da gestante. No pré-natal o foco maior é o bebê. E acontece o mesmo no pós-parto e na exterogestação (período de três meses pós-parto). Só há pouco vemos a mídia falar em puerpério, termo antes praticamente desconhecido da população em geral. O resguardo dos tempos mais antigos, ou o puerpério de hoje, costuma estar centrado no imperativo de uma dada recuperação do corpo feminino, para que volte a ser produtivo, para que possa amamentar e cuidar. O aspecto psicológico não era colocado. Hoje é um pouco mais discutido, mais visibilizado, mas longe de ser pauta central, de ser algo que “tem que” como tantos outros imperativos aqui colocados acerca do consumo. O pós-parto não foi um elemento da minha pesquisa, mas não poderia deixar de registrar aqui que o apagamento dos objetos da mala de maternidade para uso da gestante-mãe, que denota uma dada invisibilidade de seus cuidados, continua a persistir mesmo após o parto. No evento Jornada dos primeiros mil dias, a psicóloga perguntou à audiência repleta de gestantes se elas estavam preparadas para mudar de identidade. Deixar de ser elas e passar a ser a mãe de fulano ou ciclano. A resposta provavelmente é não. É possível que poucos – ou ninguém – estejam de fato preparados para se apagar por completo em prol de quem ou do que for. E que, se isso de fato conseguir se dar, que não haja consequências futuras deste ato.

Os objetos voltados para gestante e seu corpo não estão expostos em vitrines e visíveis como se encontram os produtos para os bebês. Ainda sobre as materialidades referentes às gestantes, uma das minhas informantes, ER, disse que sua primeira reação ao saber que estava grávida foi começar a chorar e dizer “ai eu vou perder todas as minhas roupas”. A mudança do corpo da mulher para mulher-gestante por vezes também é pouco exposta. Muito menos quando falamos de vestuário ou da moda. Um tema a que se dá pouca visibilidade. O que vemos e ouvimos são reivindicações, por assim dizer, de “quero meu corpo de volta” numa

tentativa de reencontrar consigo mesma pré-gestação e, quem sabe, voltar a usar também aquelas roupas que havia perdido.

Como gestante eu não ganhei nada. Ninguém lembra da grávida! Grávida fica sem roupa, com um milhão de coisas para comprar. E assim, para mim, eu acho que não ganhei nada. E aí eu que fiz as compras para mim. E no fim eu sei lá, eu comprei duas saias, uns quatro ou cinco vestidos. Esse foi o meu guarda-roupa por muito tempo. – informante - ER

Algo que nos faz certamente refletir é pensar que se o enxoval parece estar ligado a ritos de passagem e mudança, por que não há um enxoval da gestante mais claramente instituído? Midiatizado e estrategicamente mediado, até mesmo por marcas e indústrias de moda, por exemplo? Para a gestante as listas costumam aparecer apenas na relação de itens para “mala da maternidade”, ou seja, quando ela não será mais grávida, estará no limiar de deixar de ser. E quando ganham presentes, costumam ser voltados para sua produtividade como mãe. E não para ela, como mulher-gestante ou mulher-mãe.

Minha tia que era avó há pouco tempo me deu a bomba de amamentação e também a concha e ambos foram muito úteis. Não se fala muito no momento amamentação mas é bem difícil no começo e se vc tem os objetos certos como a concha e uma boa pomada, pode poupar machucados futuros. – informante - EM

Sobre enxoval do segundo filho, e toda a preparação para sua chegada, a informante LP, disse que havia decidido se planejar menos e viver mais calmamente a cada dia a sua segunda gestação. “Sobre a chegada deste segundo ser humano, tô deixando um pouco mais para ver o que e como as coisas vão acontecer”. Ela disse que havia guardado algumas roupinhas da primeira filha. E mesmo com o seu segundo filho sendo menino, estava separando umas roupas mais neutras para aproveitar. E contou que havia guardado também “as coisas grandes do enxoval”. Este é um termo que surge aqui novamente, como já havia sido dito por TR, referindo-se a carrinho, bebê conforto, cadeira de alimentação e cadeirinha para o carro, por exemplo. De roupas ela guardou a que a filha saiu da maternidade, não como recordação, mas porque pretendia de fato usar no segundo filho.

Ela contou que começou o enxoval do Lucas, seu segundo filho, pegando como base uma lista que localizou no Google e cruzou com o levantamento que

havia feito para identificar o que tinha guardado da filha. “Eu peguei as coisas que eu guardei dela e fui dando meio que *check*”. A lista, segundo ela, foi mesmo mais para lembrar as quantidades necessárias de cada peça. Mas algumas coisas ela cortou logo de cara pela experiência que teve com a primeira gestação. Relatou que guardou também objetos relacionados à alimentação, como: esterilizador de mamadeira para microondas, escorredor de mamadeira, aquecedor de mamadeira e bomba de tirar leite.

Na primeira gravidez a gente preparou a casa toda para chegada dela. A gente tinha prato, colherzinha. Era assim, pode imaginar que a criança pode precisar disso, a gente já tinha comprado. Com o Lucas eu tenho a intenção de aguardar um pouco o que vai vir. (LP, 39 anos)

Comentou que não chegou a fazer o enxoval nos EUA, mas os sogros trouxeram para a sua primeira filha muitas coisas de lá, a partir de uma lista que ela fez e entregou para os sogros. Porque a primeira neta deles nasceu lá. “Aí as pessoas falam: ah você tem que ter um carrinho que tem uma tábua atrás porque aí ela vai na tábua... Aí eu falei... vamos ver como vai ser? Eu não estou querendo me antecipar, sabe. Se precisar, eu compro depois”.

Na primeira gravidez fez três cursos na Bela Gestante, no Rio de Janeiro. Primeiros cuidados, amamentação e parto. Fez parte também do seu universo na primeira gestação, sendo muito significativo para a sua aprendizagem como gestante e mãe, as comunidades de Facebook, os grupos de mães e site e App Baby Center. Temas como educação Montessoriana, criação com apego e amamentação foram pautas que surgiram para ela nestes espaços de troca. LP diz “fui uma mãe que fui nascendo junto com a minha primeira filha. Achava que ia conseguir tudo. Aí eu já não tinha conseguido o parto normal, como assim não ia conseguir amamentar?”. Chegou a contratar uma psicóloga especializada em amamentação.

A questão da performance se mostra muito presente em seu discurso, bem como em outras escutas que tive. Ela sempre quis ser mãe. Entendia que ela faria tudo acontecer como ela gostaria quando chegasse a hora. Mas a realidade vivida se tornou diferente da realidade sonhada, igualmente como aconteceu com outras gestantes entrevistadas. “Com a primeira gravidez teve uma grande preparação

material para a chegada dela. Mas com o Lucas quis que fosse diferente. O nome eu demorei mais para escolher, não fiz exame de sangue para saber o sexo”.

Já com SP, de 35 anos, a primeira reação quando soube que estava grávida não se remeteu necessariamente ao consumo, mas sim ao medo de não saber cuidar. O contato que tinha com crianças era com sua sobrinha que, nos dois primeiros meses nem segurava no colo. Imaginar ela segurando o seu bebê nos braços a apavorava. E quando imaginava este bebê, imaginava um menino de tênis e suspensório. Disse que sempre achou lindo bebezinho vestido de homem. Quando soube que era menina, pensou: “eu não sei nem combinar roupa em mim, como vou combinar na minha filha?”. A primeira compra que fez para a sua filha não foi quando descobriu o sexo, como faz a maior parte das gestantes.

A sua primeira compra para filha foi depois que viu o rostinho dela numa ultra 3D. Precisou ver, conhecer a imagem do bebê, para sentir o desejo de comprar.

Sempre que eu presenteava bebês, eu esperava para conhecer para dar presente. Eu sempre achei mais fácil presentear uma pessoa que você vê o rosto, que você sabe, que você conhece. Como você vai dar um presente sem ver o rosto? Como saber se a roupinha vai combinar com ela? Minha mãe nunca entendeu isso... disse que era maluquice minha. E falava ‘como é que você vai esperar a criança nascer para você comprar algo para ela?’”.  
– informante – SP

SP não disse diretamente ter feito isso também em relação à sua filha. Mas antes de explicar esta lógica que sempre teve sobre presentes, havia dito que só conseguiu comprar algo para ela após a ultra 3D. Inconscientemente, o processo com sua filha seguiu a mesma lógica: o objeto precisa combinar com o rostinho, com o corpinho. Corpo e rosto precisam estar concretos para que haja a escolha de um objeto igualmente concreto, para que se complementem.

Mesmo tendo uma criança próxima em sua família, a sua sobrinha, ela se surpreendeu com tantos tipos de pano que havia na lista de enxoval. A mãe orientou sobre cueiro, toalha fralda, pano de boca... e outros. Os grupos de gestantes do Facebook também ajudaram muito. Categorizou os itens do enxoval da seguinte forma: para sair, para ficar em casa e “será que precisa disso mesmo?”. Pensou os objetos a partir da rotina que ela tem. Carrinho, por exemplo, onde ela mora, que

não tem onde passear, não via necessidade. Não ia comprar, mas a irmã quer presentear. “Onde vou guardar isso?”. Uma coisa que chamou a atenção foi a mamadeira que, pelo tipo de bico, evitava que o bebê tivesse cólica. “Nossa, eu achei que era só uma mamadeira...”.

Sobre o consumo de objetos usados, SP relatou que a Malu, sua filha iria usar peças que ela mesmo usou quando bebê, que sua mãe havia guardado. E outras peças que estavam circulando entre parentes e amigos há cerca de 14 anos, como lençol para berço que a mãe dela havia feito e tinha presenteado sua sobrinha por exemplo.

A informante BB, quando explicou como procedeu com o enxoval, disse que a mãe a orientou a fazer uma contabilidade dos objetos do bebê que já havia ganhado e comprado. E ela imprimiu uma lista da internet mesmo para ir vendo o que precisava comprar. Optou por comprar alguns objetos em brechó. E usou objetos que já tinham sido usados por outros bebês da família.

A pátina, esta prática de uso de bens de família, esteve presente em poucas narrativas das informantes. Principalmente no caso do primeiro filho. As narrativas de BB, de SP e CH foram as únicas neste sentido. O que há mais frequentemente é o aproveitamento de peças usadas pelo irmão que precedeu o segundo filho, como no caso de LP.

Sobre circulação de bens entre amigas, mães de uma mesma geração, algumas falas se deram neste sentido. EM disse que “uma coisa muito boa é que há uma troca muito grande entre as mamães, então ganhei berço, muitas roupas, lençol e etc tudo em muito bom estado! E que economizou bastante também”.

De acordo com nossas informantes nem todos os itens são doados, trocados ou vendidos quando não são mais necessários. A primeira roupinha ou o brinquedo que foi dado pela vovó são guardados como recordação, por exemplo. E algumas relíquias como a roupinha que papai ou mamãe usaram como bebê circulam apenas na própria família, como uma herança (DRAMALI; KARAM, 2017).

Em 2017 realizei uma primeira pesquisa exploratória, com mães, e não gestantes. Naquela ocasião surgiu de maneira espontânea, na fala de algumas das

entrevistadas, a questão de objetos usados que não circulam por doação ou venda por serem objetos que operavam como suporte de memória e por isso não poderiam circular. Eles representariam a permanência da reação à experiência, do afeto, da emoção vivida naquele dado momento.

Pensando a materialidade a partir da perspectiva proposta por Appadurai (2010), nem todas as coisas são mercadorias. Ou seja, nem todos os objetos que nos cercam podem ser comercializados ou trocados. E como defende Kopytoff (2010), as coisas têm uma biografia cultural, onde “a mesma coisa pode ser tratada como mercadoria numa determinada ocasião, e não ser em outra. Finalmente, a mesma coisa pode, ao mesmo tempo, ser vista por uma pessoa como mercadoria, e como uma outra coisa por outra pessoa” (KOPYTOFF, 2010, p.89). Com itens do enxoval – e objetos do quarto do bebê – isso não é diferente.

Nesta pesquisa mais recente para desenvolvimento do estudo aqui apresentado, as mães de segunda gestação, não colocaram nenhum impeditivo à circulação de bens que fossem memórias. Esse tema só surgiu quando algumas informantes como CH, BB e SP, em suas primeiras gestações, falaram de heranças e memórias impregnadas em objetos que haviam sido de gerações anteriores. Parece que aqueles objetos não pertenciam de fato a elas ou aos seus bebês, mas à família, ao coletivo. Mas não ficou evidente que fariam com que novos e outros objetos passassem ou não a desempenhar igualmente esta função. Ao menos como plano isto não estava dado. Seria necessário voltar a campo para entender como lideram com a circulação dos bens agora que já tiveram seus filhos. Não foquei muito também em explorar o que aceitam ou não como doação, ou empréstimo, para uso de seus filhos. Havia até uma pergunta no roteiro, mas não me aprofundi muito sobre isso. De todo modo, pensando a conversa com mães em 2017 e este campo que fiz em função da minha tese, com gestantes, entre 2017 e 2020, pude notar uma maior predisposição de muitas das gestantes em fazer circular mais bens do que antes. A pergunta que parecem se fazer é “por que não?”.

Sobre o ato de dar e receber presentes na gestação, pode ser interessante que haja também um maior aproveitamento em uma próxima pesquisa. Mas algumas descobertas do campo deixo aqui registradas por julgar que já nos trazem pistas interessantes. Sobre este tema, EM comenta que deixava uma listinha de itens do

enxoval no seu celular. Não deixou nenhuma lista em nenhuma loja, como se costuma fazer em casamento ou chá de bebê. Aí, então, “quando as pessoas me perguntavam o que eu queria /precisava falava de uma coisa que estava faltando na lista.

Perguntada sobre o que seu bebê já havia ganho de presente, PA comentou que as pessoas costumam priorizar roupas, e parecem querer saber de fato o sexo para assim poder “acertar” mais na padronização do presente. Podemos pensar, assim, que a preferência por dar roupa é algo que ajuda a dar manutenção à normatização social e criar a identidade “prévia” do bebê baseada em seu sexo. Além disso, PA comentou que o fato de as pessoas verem a barriga da gestante faz com que a futura mamãe ganhe bem mais presentes para a bebê do que a o futuro papai. A materialidade da barriga-gestante atrairia a materialidade dos demais bens, por assim dizer, porque a barriga também é representação do bebê.

Eu acho que as pessoas ficam esperando, principalmente porque a maioria só conta depois de 3 meses, né, saber o sexo e já dá coisa padronizada. Então, assim. O que ela ganhou, principalmente das pessoas que não eram tão íntimas, de roupas rosa! Enquanto eu falava para pessoas mais próximas: “eu não quero nada rosa, de babadinho!”. As pessoas usam sim muito a questão do gênero para dar roupa.

Eu tenho a sensação de que as minhas amigas deram mais presentes do que os amigos do meu marido. Mas acho que isso tem muito a ver com as pessoas conviverem com uma barriguda. Então olharem a barriga, a barriga está ali lembrando o tempo todo que vem um bebê. E para o meu marido nada muda né? Assim, se olharem para ele ninguém sabe. Eu andava na rua as pessoas viam, e ficavam mais gentis comigo inclusive. Então essa coisa da mulher influencia no presente porque as pessoas estão vendo a mulher esperando o bebê. – informante – PA

Uma das minhas perguntas do roteiro pedia para a gestante dizer se o bebê já havia ganhado algum presente, qual teria sido o primeiro deles e se ela o trocava.

Um chocalho de brinquedo e os *bodies* brancos. E como eles eram bem neutros eu não trocava. Aliás assim eu só tive vontade de trocar duas ou três coisas que eu ganhei porque estavam muito desalinhadas com o que eu queria de enxoval para ela. E aí eu acabei doando. Para uma grávida que precisava. Que eu tinha pego uma carta nos Correios. E aí ela pedia um carrinho de bebê. Aí eu pensei: “nossa, se ela precisa de um carrinho de bebê, ela precisa de muita coisa”. E aí eu peguei o que eu achava que não

tinha nada a ver com o enxoval, com a minha filha, aí eu dei no pacote dos Correios para ela. – informante – PA

Interessante notar na fala de PA acima transcrita as lógicas regidas pelas unidades Diderot. Veja. Se os objetos não concedem coerência aos demais do enxoval, são doados. E se uma mãe solicita doação de um carrinho, uma das primeiras “coisas grandes” que uma mãe “tem que” comprar, como vimos nas práticas narradas até aqui “ela deve mesmo estar precisando de muita coisa”, se não tem nem carrinho.

Pensando numa das gestantes de ouvi, SP, uma das gestantes representantes a uma classe mais popular, a lógica seria, na verdade, inversa. O carrinho seria no caso uma das últimas coisas que compraria. Ou nem teria. Isso nos traz a reflexão de que o princípio da coerência do efeito Diderot se dá entre bens, e entre bens e espaços, bem como estilos de vida. SP não tinha local para passear com sua filha de carrinho no seu entorno. Moradora de um local próximo a uma estrada movimentada de Itaboraí, não via sentido em ter este objeto. Não seria o mesmo caso da mãe que pedia uma doação de um carrinho nos Correios?

Outra pergunta do meu roteiro dizia respeito a itens com os quais ela presenteava outras gestantes, antes de ela mesma ficar grávida. O que ficou evidente destas escutas foi o fato de que a experiência imprime praticidade no ato de presentear para o bebê. Muitas gestantes disseram que muitos dão roupa de presente – e elas também faziam isso. Mas EM lembrou que “algumas pessoas mais experientes como nossas avós e mães dão coisas mais práticas, como kit de cortador de unha do bebê, bomba de leite etc”. Agora, tendo passado pela experiência de ser gestante, ela também “focaria em dar algo mais útil que poucas pessoas dão, como conchas de amamentação, aspirador nasal, som com ruído branco etc”. O conhecimento parece mudar a perspectiva dos objetos e o que ganha mais valor são as coisas úteis e práticas. Para alguns, um aparelho que emita som de ruído branco<sup>39</sup> é daquele tipo de coisa sem a qual não se pode viver. Importante notar que as entrevistas se deram enquanto ainda estavam gestantes. Será que

---

<sup>39</sup> Sinal sonoro que contém todas as frequências na mesma potência e que facilitaria a indução ao sono.

atualmente fariam as mesmas escolhas, ou mudariam ainda mais uma vez de opinião?

#### 4.4. Andar, ver e ouvir os bens: *flâneur* na feira de gestantes

Em paralelo às entrevistas e visitas às gestantes selecionadas como informantes para minha pesquisa, realizei uma incursão presencial na feira de bebês, Baby Nit, em Niterói, no dia 12 de maio de 2017. Nessa iniciativa de entrada no campo, tinha dois objetivos: deixar que o meu objeto de estudo suscitasse questões de pesquisa, e queria também experimentar um método de pesquisa novo para mim: a observação flutuante.



Figura 69: entrada da Mega Gestante e Bebê no Riocentro – setembro de 2018.

Também visitei uma das edições da maior feira da categoria, a Feira Mega Gestante e Bebê, realizada no Riocentro, em 14 de setembro de 2018.

A feira Baby Nit também foi palco do programa *Além da Conta*, da *GNT*, em que alguns trechos já foram analisados anteriormente na seção sobre enxoval aqui mesmo neste capítulo. E outras passagens do programa serão aqui analisadas.

Chegando em minha visita à Baby Nit, logo no início da feira, um casal escolhia *bodies* para o seu bebê em uma das primeiras barracas. Na verdade, não era o casal quem escolhia, mas a gestante, que buscava validar as suas escolhas com o pai, que parecia não estar muito interessado naquele processo. Ele segurava a criança e andava para lá e para cá e elaborava as seguintes frases como respostas às indagações da mãe: “...se ela está sem *body* preto...”; “vamos embora amor?”; “gostei mais do azul marinho...”. Essa situação ilustra algo que presenciei mais vezes na feira: mais mulheres tomando a frente das decisões de compra. No mesmo corredor, duas mães amamentavam seus bebês enquanto andavam, num gesto de orgulho, denotando naturalidade. Naquele ambiente repleto de mães, amamentar parecia ser um ato a ser valorizado e exibido como um troféu, um símbolo da boa maternagem, um exemplo a ser seguido.

No corredor duas famílias se encontram. Uma com uma menina, já mais crescida, e outra com uma gestante. A criança se aproxima da gestante e começa a fazer carinho em sua barriga. A gestante diz que o bebê “só está fazendo graça porque é menino”. Essa manifestação sobre a identidade de gênero do bebê é uma faceta também bastante forte observada durante a feira: coisa de menina, coisa de menino. Uma outra situação que presenciei ilustra bem esse ponto. Duas mulheres conversam. Uma delas estava com uma filha que vestia fantasia. Essa mãe se volta para amiga que encontrou na feira e diz: “lacinho, vestido... já bati muito a minha cota. Uma loucura. Mas minha filha não é princesa. Aí nada na feira eu acho para ela. Ela não é fã das mimosices...”, ao que a amiga retruca: “pelo menos ela gosta de fantasia, né?”. Esse rápido diálogo retrata o padrão de vestimenta e comportamento que se espera das meninas, ao ponto de a própria mãe não conseguir encontrar na feira objetos de meninas que não sejam “mimosices” como ela se refere babados, laços, coisas de princesa e afins.



Figura 70: Mimosices e coisas de menino, coisas de menina. Ou melhor, príncipes e princesas

Em frente a uma das barracas duas mulheres, parecendo mãe e filha ouvem atentamente as explicações de um vendedor: “todos os bebês-conforto são até 13kg. Depois você compra a cadeirinha”. A gestante volta-se para suposta mãe e diz: “tem que explicar isso tudo ao Pedro”. A gestante assim, como pude observar em outras situações nessa incursão inicial na feira, é responsável por uma espécie de “pedagogia do bebê”. É ela que, na maior parte dos casos, aprende para que serve cada objeto, e ensina para o futuro pai e para os demais envolvidos no cuidado com o bebê.

Continuo andando pelos corredores da feira, atenta a tudo que acontece, quando numa outra barraca que vendia banheiras, uma gestante de aproxima com um senhor que parece seu pai e comenta com a vendedora, apontando para o tripé que suporta a banheira: “isso tudo eu ganhei, mas a banheira está toda quebrada”. A vendedora responde: “mas qual é a marca? Tem que saber a marca”. Essa situação nos permite refletir sobre duas coisas: sobre a circulação de bens materiais do bebê - e da gestante - e ainda sobre como cada uma das marcas criam encaixes e estruturas que permitam que sejam usados apenas os seus acessórios e peças, obrigando a gestante a adquirir o conjunto de objetos. Ou, como no caso, que possa vir a inviabilizar o uso do objeto doado caso não se consiga localizar a peça da mesma marca.



Figura 71: objetos que precisam ser explicados. Para proteger, segurar, censurar (este seria o propósito do “avental de amamentação”?)

Mais adiante, em outro stand, agora de lingerie, escuto o seguinte comentário: “vou comprar um sutiã que eu não tenho”. Ao que a amiga que acompanha a gestante responde: “ué, mas a sua mãe não te deu?”. A amiga estava achando que era um sutiã de tamanho maior apenas. Mas a gestante explica que o sutiã que está procurando “é um recurso técnico para amamentação. É vazado por dentro”. Mais uma vez identifica-se que há uma pedagogia relacionada aos objetos da mãe e do bebê durante a gestação. Numa outra situação, em outro stand, uma gestante deixa de comprar um produto justamente por medo de não saber usá-lo. Ela e uma amiga param diante de um manequim com *sling* e a gestante diz: “meu medo é comprar e não saber colocar”, ao que a amiga complementa “eu não gosto disso não. Acho que o bebê fica apertado”.

Passo por um stand que está vendendo uma mochila de couro. Isso me chama atenção e, por isso, me aproximo da vendedora para fazer algumas perguntas sobre o produto. Ela me explica que aquela seria uma mochila de passeio para mãe. Ela me diz que começou a vender bastante essa mochila porque “tenho percebido que o pessoal, algumas mães, não estão querendo mais usar a bolsa de passeio. Usam uma mochila para o bebê. E uma bolsa para elas”.

Nos corredores, com ouvido atento, escuto vendedores dedicados a explicar como cada um dos objetos ali expostos funciona e para que servem. São como que consultores dos papais e mães, principalmente os de primeira viagem. Um desses diálogos me chama bastante atenção porque a vendedora esclarece para o pai dúvidas sobre objetos que ela não vendia diretamente, mas que impactavam sobre

a sua vida. O stand dela vendia dentre outros itens, roupas de cama e banho para bebês. Por isso eles estavam conversando sobre onde o bebê dormiria. O pai, que parecia estar sozinho na feira, diz: “ganhei o moisés. Para que vou comprar berço?”. A vendedora complementa: “e tem aquelas caminhas montessorianas também. Não conhece? Tá com internet?” E a vendedora se disponibiliza a mostrar para o futuro papai o que seriam as tais caminhas montessorianas<sup>40</sup>. Após mostrar o que seriam, a vendedora ensina “aí você vai dar mais autonomia para criança, para as coisas ficarem ao alcance dela”. A conversa continua e o pai comenta: “tão pequenininho e precisa de tanta coisa... A mulher (vendedora de outro stand) abriu uma caixa de ‘saída de maternidade’ e saíram umas 38 roupas de lá de dentro. Pra que isso?” O pai estava mesmo estupefocado ao descobrir que, pelo que via pela feira, por tudo que ofertavam para ele, ainda teria muito a comprar para o seu filho que estava ainda por chegar. A sensação que me passou é que ele estava mesmo vendo muitos objetos pela primeira vez, como se estivesse realmente desbravando - e estranhando muito - a quantidade e a diversidade dessa materialidade.

Presenciei outros diálogos com pais. Esse se passou no espaço de alimentação da feira. Sentados, rodeados de sacolas, uma família conversava, enquanto a gestante revirava as sacolas a fim de mostrar o que havia comprado. E se encantava com cada novo objeto que sacava das sacolas. Em uma dessas investidas em suas sacolas de compras, ela se volta ao marido e diz: “comprei saquinho para levar a roupa para maternidade”. Ao que o marido reage: “Tá de sacanagem!”. E mais uma vez surge a pedagogia para gestantes: “Sério. Tem que entregar tudo separadinho na maternidade”. E a gestante continua agora conversando com sua mãe, e também com seu marido: “mãe, comprei o sutiã. Olha amor, tem renda, que sexy! Comprei um preto e um bege”. Nessa fala podemos identificar a preocupação com o corpo e com a sensualidade na gestação. Um sutiã não pode só servir à gestante e seu bebê, para amamentação, por exemplo, mas também à mulher que se tornará mãe. E a conversa passa ainda por depilação antes do parto, entre outros temas, e termina com a seguinte frase da gestante ao seu

---

<sup>40</sup> A educação montessoriana investe e acredita na autonomia da criança, por isso tudo em seu espaço, seu quarto, tem que estar a seu alcance, sem que precise solicitar ajuda de um adulto necessariamente. Assim as camas montessorianas são no chão, sem grades ou qualquer coisa que segure as crianças. Muitos dos adeptos optam por seus filhos dormirem futons colocados diretamente no chão.

marido: “agora, amor, falta comprar ainda o berço...” Todos na mesa riem, depois da reação do marido, que faz com que a gestante comente: “olha a cara”... Para aquele futuro papai, rodeado de tantas sacolas, o que mais ainda poderia faltar?



Figura 72: para guardar do próprio bebê (ninhos) às suas roupinhas e mamadeiras. Tudo separado, organizado, como se não se pudesse viver sem eles.

Numa outra mesa no espaço de alimentação, alguém do grupo se dirige à gestante na mesa e pergunta: “você já comprou a saída de maternidade dela?”. Já se dirigem ao bebê por seu gênero. E não permitem, com perguntas como essas, que a gestante venha a esquecer qualquer objeto que seja importante para o seu bebê. A futura mamãe, que pode até não ter comprado ainda a saída de maternidade de seu bebê, mostra com orgulho, erguendo as peças para que todos possam ver na mesa, tudo o que comprou para sua filha e para ela.

Passadas algumas horas na feira, algo me chamou bastante atenção: eu era uma das únicas mulheres sozinhas na feira. Havia também poucos homens sozinhos. Mas, ao que parece, ao menos por essa primeira incursão, o consumo em feiras de gestantes não parece ser solitário e individual, mas compartilhado com familiares e amigos. E quando na ausência desses, os vendedores se dedicam a orientar e trocar ideias com as mães e papais indecisos.

Em outra edição da mesma feira em que pude iniciar a minha pesquisa, o programa *Além da Conta*, da *GNT*, convidou a atriz Sheron Menezes para passear pelos corredores da feira, enquanto conversava sobre a sua gestação com a apresentadora Ingrid Guimarães.

Logo na abertura do programa, uma prática já citada no contexto deste artigo aparece como sendo sonho de consumo de todas as gestantes: “mas no fundo, no fundo, o que todo mundo queria mesmo era ir para Nova York ou Miami fazer o enxoval do bebê”, fala Ingrid Guimarães, em tom irônico, dizendo que quem não tem Nova York, compra em Niterói mesmo.

O programa segue comentando, de forma elogiosa, a maneira como Sheron ficou sabendo o sexo do bebê: em um chá de revelação. Ela, como algumas outras grávidas, adotou essa prática. Preferiu não ficar sabendo o sexo do bebê durante a ultra. Ficou sabendo junto com amigos e familiares, quando cortou o bolo do chá de revelação.

Andando pelos corredores da feira, Sheron Menezes para de conversar com a Ingrid, porque vê uma rede que pode ser pendurada no berço para embalar o bebê. O cartaz que anuncia o produto diz: “o embalo que acalma”. Ingrid diz “não olha para mim, porque você sabe que precisar disso, não precisa.” Sheron defende a utilidade do produto para Ingrid, alegando ser mais fácil colocar o bebê para dormir tendo aquele objeto, quando ela estiver cansada demais para ninar o bebê. Assim como em outras escutas que tive durante o meu campo, a gestante busca justificar a utilidade deste ou aquele objeto e de quanto o mesmo seria essencial para passar a fazer parte do seu enxoval. Algo similar pude presenciar na Mega Gestante e Bebê no Riocentro. “Você usa bastante”, a gestante falou para tentar convencer o marido de que deveriam o trocador impermeável e acolchoado.

Voltando à análise do programa *Além da Conta*, logo na cena seguinte, estão em um *stand* em que a vendedora explica os possíveis usos de um objeto em tecido que elas observam estendido no chão, sendo demonstrado pela vendedora – sim, porque como já foi dito antes, muitos dos objetos precisam ser explicados. O objeto em questão se propõe a ser, ao mesmo tempo: “berço móvel, caminha em U, tapete de atividades e redutor de berço”. Ingrid comenta que se fosse com ela não iria resistir a um item que parecesse tão útil.

Algo que ocupa um bom tempo das conversas provocadas no programa é a elaboração de listas de enxoval. A de Sheron está organizada em uma planilha, organizada pelo seu marido a seu pedido. Abordam uma grávida na feira, olham a

sua lista, e se surpreendem com os itens que ainda está com o título “falta comprar”. Outra gestante ainda comenta “acho que é uma questão de organização, né, a gente vai colocando a quantidade... claro que a quantidade vai ficando exorbitante, mas a gente depois vai adequando...”. Sheron volta a comentar sobre a sua própria lista e lê: “body sem perna manga curta, RN, 9 coloridos e 2 brancos. Sunga, ele já tem sunga, 3 sungas de 9 a 12 meses. E aqui são as outras coisas todas que eu já pesquisei com as outras mães”.

Quando Ingrid pergunta: “quando você começou a pesquisar, você não se assustou com o mundo de consumo que rege a gravidez? Então, foi por isso que fiz a lista, se não a gente quer comprar tudo!”, responde Sheron. Mas, no meio do programa, Sheron encontra justificativas para explicar para Ingrid por que comprou três ovelhas de pelúcia: “uma para ficar no berço, outra para deixar no carrinho e outra para passear no carro”, ao que Ingrid, às gargalhadas, retruca: “mas isso não estava na sua lista”.

Ingrid Guimarães comenta que: “tem muito mais produtos para grávida do que quando eu estava grávida” – lembrando que a filha dela tem apenas oito anos. A partir daí, ela pergunta para Sheron “você tem medo de que seu filho seja consumista?”. E ela responde, após quatro horas andando e comprando pela feira de gestantes: “muito. Tenho medo da futilidade”.

Provando que o consumo na gestação não fica focado apenas no bebê, mesmo que esse parece ter primazia, Sheron faz compras no *stand* de lingerie para gestação e pós-parto, dizendo: “já me falaram assim: todo mundo pensa no bebê, pensa no bebê, mas você já comprou sua cinta, já comprou seu sutiã? Porque ninguém fala que a mãe também precisa depois de coisas pra si”. Tal fala repete o que pude presenciar também nas conversas com as gestantes durante o meu campo.

Ingrid finaliza o programa dando de presente uma almofada antiderrapante para banho e comentando: “isso aqui é uma coisa que se tivesse na minha época, eu tinha comprado”.

A gestante observada no episódio, Sheron Menezes, inicia o programa sendo intitulada pela apresentadora como uma consumidora consciente, comedida,

e termina o programa repleta de sacolas, declarando “perdi toda a minha credibilidade”.

Retomando aqui novamente a ideia dos sentidos do excesso, compreendido como juízo de valor, supõe-se existir previamente uma norma. Seja ela de caráter pessoal, social ou cultural. Com isso, podemos afirmar que, nesse sentido, o excesso é relativo. Algo será considerado excessivo se fugir a alguma das perspectivas citadas da norma. No exemplo analisado do programa, percebe-se que toda a trajetória de vida de Sheron é narrada como alguém que sempre soube poupar, tendo vivenciado uma educação que primava por isso. Essa seria a norma estabelecida. Por isso, ganha sentido de excesso quando exemplifica algumas quantidades de itens em sua lista, ou quando não resiste e compra três ovelhas de pelúcia.

Ao passo que, no sentido de afeto, entendido como uma espécie de êxtase, pode-se compreender mais facilmente as atitudes da gestante (ou das gestantes) frente ao consumo, por ser um momento em suas vidas onde parecem mesmo estar com sentimentos intensificados. Vivendo uma espécie de exterioridade de si mesma, a partir da transformação do seu corpo – e da gestação de um ser que coabita o seu corpo.

Assim, tachar qualquer consumo como sendo “além da conta” ou excessivo, pode estar considerando apenas uma das possibilidades de sentido do excesso. E se mostrará sempre relativo, uma vez que há normas diferentes a cada uma das gestantes e situações.

E, no que tange ao campo da comunicação, o excesso de consumo na gestação – com sentido de afeto – pode ser uma forma de mediação desse novo corpo e dessa nova identidade – com o mundo exterior. Os objetos, rituais, atitudes e formas de estar grávida servem de mediadores com o mundo que impõe normas, sendo que estas podem não fazer mais tanto sentido quanto antes, agora que aquela mulher está gestante. Daí são apreendidas novas normas, que só serão julgadas excessivas quando, na verdade, não forem conhecidas – e reconhecidas – como tal. Uma vez incorporadas, o que era excesso antes, torna-se a nova norma. E para as novas gerações de gestantes, chegarão outros e novos estranhamentos. Assim,

podemos afirmar haver como que um ciclo de aceitação e recusa do excesso como norma.

Há cinquenta anos, por exemplo, dizer para uma gestante que ela poderia ver a imagem de seu bebê em um exame de imagem praticamente todos os meses seria, no sentido de juízo de valor, taxado como excessivo. Ao passo que hoje, no sentido de afeto, esse excesso que liga a vida intrauterina ao mundo aqui fora, é considerado uma forma de geração de maior vínculo entre a mamãe e o bebê, sendo uma das práticas de consumo que apoia a constituição de identidade da mãe e do bebê.

A fim de enriquecer ainda mais esta discussão, José Carlos Rodrigues (2008) afirma que “necessidade é conceito culturalmente convencional”. E, se quarto tem que ter tema, eis aqui o cardápio de algumas das opções possíveis, expostas Feira Mega Gestante e Bebê, no Riocentro.



Figura 73: cardápio de temas e elementos decorativos

Passando pelos corredores do Riocentro, ouço o seguinte: “quero ver você tirar foto com ele na mão assim ô” – gestante explica ao marido como gostaria de reproduzir em seu book de gestante a mesma imagem que estava vendo em um dos stands expositores.



Figura 74: “para sua segurança” agora e no futuro. No dia a dia, feito de tecido e espuma ou de tecnologia genética.

Em outro stand, a vendedora explica: “isso é luva guria, para bebê recém-nascido. Não tem dedinho. É mais para não arranhar” – explica expositora à gestante. E assim o tema da “segurança” e do cuidado se espalham das luvas à tecnologia genética de congelamento das células do cordão umbilical. “Mas em fevereiro vai estar calor” – comenta mãe sobre meia. Ao que a expositora explica: “mas mãezinha o bebê vem de um lugar muito aquecido”. Mais uma vez a tônica é a segurança do bebê através dos objetos que tentarão protegendo como antes a barriga-grávida fazia.

“Olha isso aqui que maravilhoso”. Mas o que é isso amiga? É a mala!”. Em outro canto da feira, a vendedora defende o uso do *Sling Wrap*: “só tem coisa boa. Divide o peso do bebê na coluna”. E reforça: “tem gente que acha difícil amarrar e depois que experimenta diz ‘é só isso?’”. Enquanto isso, um casal com uma filha adolescente passeia pela feira. A gestante comenta com a vendedora “tem tanta coisa agora que não tinha”... E a gestante pega a almofada de amamentação e comenta: “isso aqui, por exemplo, é maravilhoso”. Em outra situação, observo uma senhora comentando com a vendedora: “é que ela fica vendo carrinho no Youtube”. A vendedora diz: “ela está certa. Está pesquisando”. E, mais uma vez, uma gestante tenta explicar para o marido que protetor de carrinho é diferente de protetor de bebê conforto. Isso porque ele se surpreende quando vê a gestante escolhendo o objeto. Diz ele: “ué, mas você já não comprou? É a mesma que vimos agora”. E ela

responde “claro que não amor. Lembra que eu brigo o tempo todo contigo?”. Em todas estas situações o que presenciamos é o imperativo de uma pedagogia da gestação, mediada pelos objetos. Há também manifestação desta pedagogia em sua perspectiva geracional, quando gestantes que já são mães se veem a reaprender a ser gestantes pelas novidades que surgiram em bens e serviços.

As unidades Diderot estavam presentes também no Riocentro. Vejam: a gestante vê um *body* azul claro e pede para o marido sacar da bolsa outra roupa que já havia sido comprada em outro *stand*, para ver se as peças combinam. E o efeito Diderot que, em sua teoria não necessariamente impõe o excesso de objetos, quando ativado em meio a uma feira que se intitula Mega Gestante e Bebê, não encontra outra saída senão a multiplicidade de objetos, até que todos apresentem coerência entre todas as possibilidades disponíveis. Por isso ouço do marido: “não tem nem lugar para colocar mais”. “Agora vamos embora. Agora acabou né?”.

#### 4.5. Quarto como cenário de uma vida imaginada

Aos poucos nossas casas se convertem em belos cenários (...) onde transcorrem nossas intimidades visíveis como filmes de não-ficção. (...) ‘em vez de quartos, em sua nova casa só havia situações.’ Se os lares são dispositivos arquitetônicos que funcionam como efeito e também como instrumento de produção de novos modos de subjetivação, cabe sondar quais são os tipos de *eu* e as formas de sociabilidade que tendem a se constituir nesses novos ambientes, que abandonara, a lógica do quarto próprio para se converter em cenários translúcidos (SIBILIA, 2008, p.84).

O programa da *GNT* chamado *Missão Design* se propõe a criar projetos de arquitetura em *containers* sempre a partir de uma dada proposta de uso. Em dezembro de 2018 foi a vez do Quarto de Bebê ocupar estes espaços. A partir do berço em um espaço em branco, os participantes foram convidados a criar aquele que seria o cenário de um quarto de bebê. Os resultados apresentados posteriormente, a partir da narrativa dos participantes, em muito se aproximam da observação de Paula Sibilia (2008) citada acima. O que vemos são situações, e não quartos. Temos vida cenografada, para ser devidamente encenada e visibilizada. E não mais espaços aconchegantes e confortáveis de dormir. O valor não está na sua

funcionalidade, mas nos seus significados, impregnados nas paredes, objetos e propostas de roteiro da vida que terá suas primeiras cenas ali vivenciadas.

Nos cenários iniciados pelo programa a partir do objeto berço, já são eliminadas as propostas de quartos montessorianos, por exemplo, que não contam com este elemento em sua estrutura. O que reforça que objetos comunicam e constituem elementos conectivos e, ao mesmo tempo, de separação, com determinadas propostas de visão de mundo. As pontes e os muros que nos foram apresentadas em *O Mundo dos Bens* [1979; 2006]. Isso me chamou atenção porque esta proposta de quarto foi citada por algumas das minhas informantes. E neste programa, por exemplo, a visão de mundo delas sobre como deveria ser o quarto de um bebê não estava ali representada.



Figura 75: cena do programa Missão Design, da GNT, com o tema quarto de bebê exibido em 28.12.18

O enxoval não é a única prática repleta de materialidade que compõe a vida de uma gestante. A preparação do quarto demanda muito esforço por parte destas mulheres. Algumas delas precisam se mudar de apartamento/casa para abrigar o novo membro da família e, por vezes, contratam arquitetos e decoradores para que o quarto seja perfeito. Outras afirmam ter muita habilidade para decoração e fizeram questão de arrumar elas mesmas o quarto do bebê. Todas afirmaram consultar revistas e blogs para se inspirarem. O Pinterest é fonte de inspiração também para muitas delas. De lá tiram referências que, misturadas, passam a compor o cenário do quarto de seus filhos. Notei na pesquisa de campo que não comprar temas prontos, por assim dizer, reproduzindo exatamente o que se viu, torna-se um elemento de distinção e gosto<sup>41</sup>. Decidir se vão ou não comprar poltrona

<sup>41</sup> Conceitos propostos por Bourdieu em *A Distinção: crítica social do julgamento*. (1979)

de amamentação também é outra etapa desse processo de preparação do quarto. Alguns casais mudam ainda de carro quando têm filhos, comprando o que chamam de “carro da família”.

O projeto da gestação está quase terminando. E o espetáculo aproxima-se da estreia: o nascimento. O bebê não pode nascer, quer dizer, estreiar, sem que o cenário esteja de fato pronto. O processo de preparação do ninho para chegada do bebê – *nesting* – ganha contornos de grandes produções quando nos afastamos, e olhamos de longe, para tentar entender o que vemos: seria um quarto ou um palco? Preparem-se que o show já vai começar.

Observando por mais tempo, vemos que o quarto deixou de ser cômodo e passou a ser tema, ou ao menos, cenário. O quarto vem antes do espaço em si. Ele é paisagem onde quer que esteja. O que chamamos quarto do bebê não precisa nem bem ser um quarto, um cômodo, como podemos observar nesta imagem capturada em um grupo de gestantes do Facebook, e em outras tantas nas redes sociais, de quartos e demais espaços compartilhados.



Figura 76: quarto como cenário, não precisa nem ser cômodo, basta ser paisagem,

Há algumas das minhas informantes, como PS que, ao me apresentar o quarto de suas filhas – quando estava grávida da segunda – fez questão de frisar que tinha feito um quarto “sem tema”. Diz ela “nada contra, mas eu não gosto de tema”. A sua fala pareceu marcar um elemento de distinção social. Mas o que é tema? *Dreamland* já não seria um tema? Estas são as imagens do quarto “sem tema”:



Figura 77: afinal, o que é tema?

Em relação a isso, penso ser útil analisarmos à luz desta colocação de Daniel Miller (1994, p. 407): “na prática, entretanto, artefatos podem relacionar-se mais com uma multiplicidade de significados e identidades, e as relações entre forma e significado podem ser complexas e ambíguas”. Ou seja, o que parece um não-tema para a gestante, pode ser um tema para quem olha sob outro ângulo. Seria um não-tema porque não está evidente, não está escancarado, explícito. Não parece “comprado pronto”. Ganha valor justamente por ser uma bricolagem de referências, por ser autoral. O cenário do quarto parece ter mais valor à medida que este parece o menos temático possível.

Quando presenciamos no YouTube vídeos em que as mães realizam *tour* de quarto e *tour* de cômoda, notamos que o elemento central não está no quarto, no espaço, mas sim no tema e nos objetos que o encarnam. No *tour* de quarto e cômoda os objetos já são descritos pelas mães como se fossem seus bebês. Encarnam o afeto

e alguns têm cheirinho de bebê. Os objetos ali presentes são representações do bebê que está para chegar.

Como falei do início, os vídeos do YouTube fazem parte de uma perspectiva exploratória do campo e, por isso, não compuseram, de maneira sistematizada, o *corpus* da minha pesquisa. Mas posso afirmar que as vivências que tive na residência das minhas informantes, durante o *tour* de quarto e cômoda, puderam confirmar alguns elementos observados nos vídeos. Elementos estes nos objetos em si, bem como nas reações e comentários das informantes. Ressalto ainda que primeiro se deu o campo presencial e, só depois, fui buscar as narrativas midiáticas que poderiam povoar o universo das gestantes. Isso para que pudesse notar recorrências ou não de comportamento entre minhas informantes e a pedagogia da gestação contemporânea exposta no YouTube. Seguir esta dada pedagogia, faz com que atendam não só a norma social de como devem ser grávidas, mas como também devem se tornar mães. Isso implicaria seguir uma norma de como navegar por esta jornada previamente prescrita em etapas, rituais, objetos e até mesmo emoções.

A grávida espera um bebê e a sociedade espera dela uma dada postura, práticas, atitudes e comportamentos, incluindo os comportamentos e práticas de consumo, para que possa representar bem este papel social. Este comportamento é aprendido e apreendido a partir de textos culturais midiáticos, produzidos pelo próprio consumidor nas redes sociais. Ou ainda por outras estruturas mais clássicas como o saber especializado médico/voltado à saúde, atualmente também encarnado nas mídias digitais. Como é o caso do app Baby Center repetidas vezes citado no campo de pesquisa.

Curioso notar também o valor que há na organização dos objetos. Há uma lógica empreendedora, que visa a melhor performance imaginada para quando o bebê já tiver nascido. Há um discurso associado a uma certa produtividade na arrumação dos objetos no quarto do bebê. Não basta ter apenas um tema bonito, precisa ser prático e funcional, para que se viva o que se imagina ser a vida de mãe de um recém-nascido. Afinal, foram tantos cursos, apps, leituras e especialistas envolvidos no processo que não tem como este empreendimento dar errado.



Figura 78: planejado x realizado. A organização imaginada x organização real. Aqui o filho de TR já havia nascido. Não era mais imaginado. Era real.



Figura 79: organização dá o tom deste e de outros quartos: armário, cômodo e porta-fraldas. Tudo organizado enquanto o bebê não chega. Tudo pronto para o desempenho produtivo do cuidar se dê da melhor forma, atingindo todos os objetivos. Filho de EM ainda sendo gestado.

O quarto do bebê, apesar de ser o espaço físico, encerrado em um cômodo da casa, ou função compartilhada com outro quarto ou outro cômodo, pode ocupar a mente das gestantes desde o início da gravidez. Uma das minhas informantes, a TR, me fez o seguinte relato durante a entrevista, explicando o que aconteceu assim que ela contou que estava grávida para o marido: “nós fomos para o quarto vazio e ficamos ali imaginando como ia ser a criança. Como a dinâmica ia mudar, em como as coisas iam acontecer, como ia ser...”. Ali já nascia a ideia do bebê mesmo antes

de ele nascer. E o espaço, o cenário para que esta sensação, por assim dizer, nascesse, esta visão se construísse, foi o quarto da criança. A imagem projetada do filho não se deu naquele momento a partir do resultado do teste de gravidez ou do ventre da mãe, mas a partir de algo muito distante de algum elemento biológico. O filho era, naquele momento, representado por aquele espaço.

O quarto do segundo filho da LP já foi planejado seguindo os preceitos montessorianos desde o início. E seria assim desde o início também para primeira filha. Mas só ficou conhecendo a proposta quando a filha tinha três anos. Então, por isso, usou berço com a primeira filha até esta idade. Mas o Lucas já não teve berço contemplado em seu enxoval. Teria um berço co-leito emprestado. Este objeto foi citado por algumas informantes, pela comodidade de ficar ao lado da cama da mãe até os dois meses. Depois, segundo LP o que estaria planejado seria o Lucas dormir em um colchão no chão, aos moldes montessorianos.



Figura 80: berço co-leito

ER, já em sua primeira gestação, também optou por um quarto que atendia a estes preceitos. E este foi o primeiro pensamento dela sobre consumo na gravidez: “eu quero fazer um quarto montessoriano”. ER é pedagoga, mas se inspirou na experiência da sua mãe que nunca tirou nada “de quebrar” do alcance da criança, por intuição mesmo.

O espaço também foi o primeiro pensamento relacionado ao consumo que a gestante BB pensou quando descobriu que estava grávida. Mais uma vez o quarto é elemento central para pensar a vida do bebê a partir da materialidade dos bens e do espaço em si.

Para CH, assim que ficou sabendo que estava grávida, disse que “a cabeça já projetou nove meses para frente”, pensando com seria a rotina de vida depois que a bebê nascesse. Na sequência, pensou no espaço. Ela tinha acabado de reformar o “quarto da bagunça” o transformando em escritório e, no dia seguinte, descobriu que estava grávida. Quanto ao enxoval, a viagem de férias, que já estava planejada, se tornou viagem de compra de enxoval. E a pesquisa começou pelas coisas maiores, como carrinhos, por exemplo. Esta é uma fala recorrente entre as gestantes: a prioridade pelas “coisas maiores”.

Meu processo de compras do enxoval começou pelo quartinho do bebê, antes de saber o sexo já tinha pesquisado referências de quartos de menina e menino. O Pinterest me ajudou bastante e como gosto de decoração, esta parte foi primeiro. Depois de já ter meio que bolado o quarto na cabeça só precisava confirmar o sexo para saber qual seria. – informante – TR

O processo de construção real deste quarto imaginado se deu, no caso de TR, como uma grande bricolagem de referências, pesquisadas no Pinterest<sup>42</sup>. A seguir, reproduzo o processo que ela me narrou durante a nossa entrevista. Ela separava a imagem de alguns quartos que achava muito bonitos. E selecionava os elementos dos quais mais gostava em cada um deles. Por exemplo, “a ideia de fazer o painel branco e o armário espelhado foi de um quarto de menina que eu tinha visto”. E “o papel de parede foi uma referência de um quarto de menino que eu tinha visto em um outro lugar”. Aí depois pesquisaram um berço que pudesse ficar de caminha depois. Compraram pela internet. Este móvel não teria, sabidamente, nada a ver com a referência temática do quarto. E assim mesmo que queriam. “A ideia do balancinho veio de uma outra foto. Aí o Felipe (marido de TR) disse ‘eu sei fazer’. “Agora já está feito e só falta pendurar”. A ideia do nicho, um empilhado no outro, no chão, e não pendurados na parede, como costuma ser, foi inspirada em

<sup>42</sup> Rede social onde são montados painéis com imagens de referência de diversos temas

um expositor comercial, de uma empresa onde a gestante havia trabalhado. Muitos destes objetos, TR comprou no site de produtos artesanais chamado Elo7.

Como podemos ver, TR não procurou um quarto pronto, ou um modelo do que queria e apenas o reproduziu. Bem como fez também PS. Pelo que se pode notar, TR criou um mosaico de referências. Desejou conceber o quarto de maneira autoral, seguindo a lógica da concepção/gravidez do filho que esperava. Os elementos, “de menina ou de menino”, nessa lógica, passam a ser elementos “neutros” que compostos ganham outro sentido. Como se fossem células que juntas formam o corpo do bebê. O quarto foi corporificado a partir de elementos que, sozinhos, não contavam uma história, mas em conjunto, em um novo arranjo a partir de pedaços de referência, passaram a compor aquele quarto imaginado pelos pais quando se deram conta de que toda a vida mudaria dali em diante. Este exemplo de TR nos permite resgatar o que Miller (2001) chama de *home possessions*, ou seja, a forma como pessoas buscam singularizar suas experiências com os espaços e os objetos. O quadrinho da porta da maternidade, por exemplo, é o mesmo quadrinho da porta do quarto de Pedro, que passa a compor temporariamente o cenário daquele outro espaço.

Importante destacar que no Pinterest não importa necessariamente a mediação de um influenciador ou alguém considerado especialista. Importa que a estética combine com o que você busca. O Pinterest é considerado uma rede social de inspirações e referências. “A estetização do mundo se impõe como uma das novas fronteiras da cultura-mundo como cultura de cenário de vida” (LIPOVETSKY, 2011 p.171).

Este mesmo quarto concebido como uma teia de referências estéticas, se torna de fato um tema, e segue a vida do Pedro, até que se torna cenário de seu aniversário de um ano de idade. O espaço se abstrai de fato em tema, elementos de cena, paisagem, e cenografia a celebração da vida de Pedro. Mesmo tendo sido concebido para não ser um tema pronto, mas algo autoral, passa a ser percebido e consumido como tema naquela outra ocasião. Da mesma forma que o berço se torna cama, quando Pedro cresce, seu tema se torna festa. As referências cenográficas de sua vida até ali, agora estavam lá, na mesa do bolo, no painel, nas lembrancinhas

da festa. “Para os serem humanos, as percepções não independem das concepções” (RODRIGUES, 2006 p. 47).



Figura 81: Quarto do Pedro. Que não era pra ter tema. Mas se tornou tema de sua festa de 1 ano de idade.

Assim podemos entender também o quarto como espaço mediado e midiaticizado. Mediado porque a sua estrutura temática e estética se vale de buscas e referências no Pinterest, por exemplo. E midiaticizado (ou midiaticizável) porque precisa poder servir de cenário privado e publicizável para as memórias em rede. Se registro e não posto, para alguns, é como não se tivesse vivido completamente a experiência.

Segundo Carvalho (2019) “moradias e os móveis articulam sentidos, discursos e representações, que são reinterpretados pelos sujeitos em um circuito comunicativo”. Neste ambiente dialético, como nos propõe a autora, estes espaços abrigariam tanto as pessoas, quanto a agência dos objetos sobre elas. Assim, o espaço concebido de maneira autoral e exclusiva pelos pais de Pedro, não poderia deixar de estar presente e corporificado em sua festa de um ano de idade. Afinal, este espaço tematizado nasceu antes mesmo de Pedro. E foi o lugar onde ele foi concebido e visualizado como bebê imaginado por primeira vez.

Os indivíduos representam continuamente distinções categóricas, de tal modo que o mundo que criam seja condizente com o que imaginam. Num certo sentido, os membros de uma cultura estão constantemente engajados na construção –

constituição – do mundo em que vivem. Um dos meios mais importantes pelos quais as categorias culturais<sup>43</sup> se materializam está nos objetos materiais de uma cultura (MCCRACKEN, 1985).

Perguntada sobre o tema do quarto, ER comentou que pesquisou *kits* de quartos no site Grão de Gente. “Aí eu me apaixonei pelo kit temático de raposa, que não é nem menino e nem menina, e as cores são alegres. Não quero também muitos detalhes na parede. Não é bem um tema, é só o *kit*”. Mais uma vez surge a questão de uma certa recusa por um quarto exageradamente temático. Mas com a maior parte das informantes, notava-se sempre ao menos alguns elementos de cena, mesmo que não quisessem nomear estes elementos e símbolos como “temas”.

O Pinterest também foi espaço de inspiração para o quarto do filho de ER. À esquerda podemos ver a referência, a inspiração. Nas duas imagens menores ao lado, a composição de elementos que concretizaram, a partir da referência inicial, a forma como ER imaginou e concebeu o quarto do seu filho.



Figura 82: Quarto do filho de ER

<sup>43</sup> Para McCracken categorias culturais seriam as coordenadas do significado num mundo culturalmente constituído.



Figura 83: quarto do filho de EM. Também sem referência de um tema mais evidente e explícito. Com orgulho de ser autoral.

Notem que, por mais autoral que seja o quarto, elementos se repetem em vários deles, como a cabaninha e a raposa. Mesmo que haja o desejo de ser único e autêntico, acaba por se reproduzir elementos cenográficos mais intensamente midiáticos nos mesmos círculos e bolhas de referências, por mais que ER, EM e TR não se conheçam. Mas o imaginário de quarto de bebê que povoa as suas mentes se conecta, pelas referências estéticas presentes e preconizadas nas mídias em geral, principalmente redes sociais digitais.

Um ponto que chamou atenção foi a quase ausência de referências a brinquedos. Durante a pesquisa de campo muito pouco foi falado espontaneamente sobre este tipo de objeto. E quando as gestantes eram perguntadas sobre isso, como possível parte integrante das listas de enxoval, elas mesmas se surpreendiam com o fato de não terem pensado em itens para brincar. Os bens eram pensados prioritariamente nas categorias vestir, cuidar, alimentar, decorar ou enfeitar. E quando o brincar surgiu em fotos dos quartos prontos, em pouquíssimas ocorrências, eles se localizavam sobre o berço ou em outro ambiente separado do quarto. Uma das minhas informantes afirmou inclusive que: “eu que antes de engravidar achava que bebê ganhava brinquedo, e depois descobri que bebê ganha é muita roupa”. Brinquedos que em alguns quartos estão dispostos em prateleiras ou nichos são tratados e referidos como enfeite ou elementos que compõem o cenário, o tema, e não como um possível brinquedo.



Figura 84: raro espaço dedicado ao brincar no enxoval do bebê

Quando conversamos sobre quarto do bebê, PA fez questão de mostrar o cantinho com os brinquedos do bebê. E destacou também que “o quarto era modulado. “Comprei móveis que vão modulando até o final da infância. Uma parte fica guardado na casa do meu sogro.”

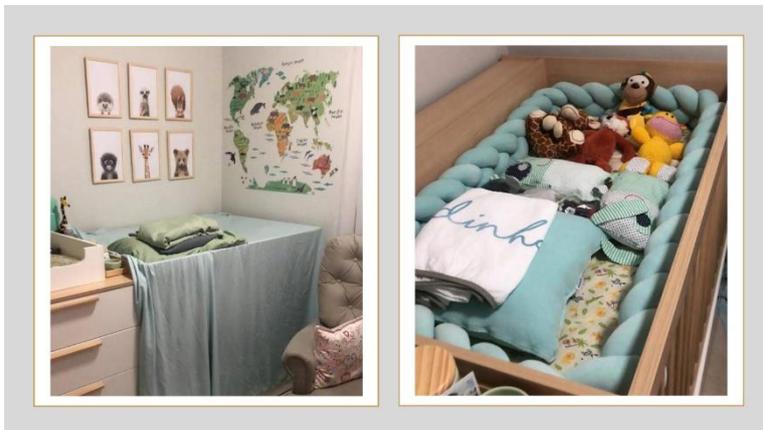


Figura 85: quarto modulado e brinquedos.

A gestante AD foi mais uma que teve o primeiro pensamento relativo ao consumo centrado no quarto.

Acho que a gente começou a pensar no quarto. Assim que passaram as 12 semanas e eu sabia que o Henrique viria. Eu queria deixar um quarto que caracterizasse sim que era menino, mas não queria deixar engessado demais assim. Por isso escolhi o tema náutico, com mais branco que azul. E o tom de azul é marinho. Mas tem ursinho. E queria um quarto de menino e não um quarto de bebê. A minha pesquisa foi no Google, por “quarto

de menino”. E cheguei ao tema náutico nesta pesquisa. E comprei os objetos que tinham a ver com o tema na loja Grão de Gente. – informante – AD



Figura 86: quarto com tema náutico

E o quarto ganhou tema. Na imaginação de SP, antes de saber que esperava por Malu, já havia um tema em mente, logo depois que sua mãe lhe perguntou ao telefone, quando contou que estava grávida, se ela já havia escolhido o tema do quarto. A sua reação dá origem ao título deste trabalho. “Oxê, e quarto tem que ter tema?”, foi a pergunta que fez a sua mãe ao telefone.

Ao ouvir a pergunta de sua mãe, ela contou na entrevista, que o tema já surgiu em sua mente. Seria um quarto temático de Safári. E, a cada mês, nas celebrações de mês-sário, um bicho seria selecionado. E no aniversário de um ano do bebê, já estaria toda a bicharada celebrando junto. Acontece que o bebê de SP não era menino como vinha imaginando desde que havia descoberto que estava grávida. Era menina. E agora? Que tema escolher? Já que descobriu que ela esperava uma menina. E já que quarto tem que ter tema, que seja todo rosa.



Figura 87: quarto temático sobre bonecas

A sua enteada sugeriu que fosse uma temática ligada a jardim, com borboletas, joaninhas. Mas o tema final foi este que podemos conferir nas imagens, ligado ao universo de bonecas e bailarinas. Notem os puxadores da cômoda e do armário, reproduzindo os botões das bonecas de pano. O universo das bonecas foi a temática escolhida por SP para ajudar a compor as referências mais femininas, “fofinhas”, como diz ela. Porque em sua narrativa ela se preocupa em não ser para Malu, sua filha, a melhor referência feminina, “princesinha”. Já que se sentiria mais à vontade sendo mãe de menino, por não ser uma mulher nada fofinha, segundo ela.

A construção da identidade de gênero é analisada no trabalho de Catherine Rollet e Agnès Pelage (2014) sobre como os pais preparam o quarto para os bebês que estão para nascer. A partir de dados quantitativos da pesquisa *Étude longitudinale française depuis l'enfance*, realizada com 18.500 famílias cujos filhos nasceram em 2011, as autoras empreenderam uma pesquisa qualitativa entrevistando e observando 18 famílias que tiveram o segundo filho entre 2011 e 2013. Os resultados mostram que a regra de separar irmãos de sexos diferentes, prescrita já há muitos séculos pela Igreja Católica (Perrot, 2010) e retomada em outros momentos históricos, está fortemente internalizada. É em razão dessa regra internalizada que os pais buscam descobrir sexo do bebê o mais cedo possível, o que lhes possibilita decorar o quarto com cores e figuras “de menino” ou “de menina”. Assim, as autoras mostram como a socialização, além de condicionada por questões de classe social, é generificada (CIBELE, 2019).

Mas quarto pode também não ter tema... Pode ser espaço de brincar e dormir. Pode ser compartilhado entre a irmã mais velha o seu irmãozinho, Lucas, que está para chegar. Assim LP retratou o quarto que, como ela explicou, agora esperava, no seu tempo, para receber os objetos que fossem necessários ao Lucas. Cada coisa no seu tempo. Sem que se antecipasse e estocasse objetos que o bebê usaria até um ano de idade. Depois a LP vai decidindo, pouco a pouco, como este quarto irá ganhar vida. Menos imaginada, registrada, compartilhada, e mais vivida.



Figura 88: quarto sem tema, compartilhado entre irmãos. Menos imaginado e mais vivido. Menos cenário, mais espaço.

Quarto também pode ser memória. A história de CH com o tema do quarto de sua filha é uma história marcada por esta perspectiva. O elemento temático central é a nuvem. E este era o mesmo tema que o seu quarto tinha quando ela era bebê. E este seria o tema independente do sexo do bebê. No entanto, uma outra relíquia de família só faria parte da decoração no caso do bebê ser uma menina. E foi o que aconteceu. Alice terá a honra e o privilégio de ter como enfeite do seu quarto o quadro que a bisavó dela pintou para vó dela quando esta era bebê. Que foi usado por sua mãe. E que agora será dela. E como a mãe de CH já é falecida, este é um gesto que ainda ganha maior significado para ela.



Figura 89: Consumo de pátina – quadro presente na família há três gerações.

## 5. Considerações finais

Em seu *Tabu da morte* (1983/2006), José Carlos Rodrigues nos apresenta com sua leitura sobre como as diferentes sociedades entendem e vivenciam o fenômeno da morte e do morrer. Um clássico quando se pensa o tema da morte como uma forma de representação social. Nesta obra encontramos um extenso inventário que dá conta dos estudos sobre a morte tanto do ponto de vista antropológico, como também histórico e político.

No início deste meu trabalho, convido para que haja a seguinte reflexão: será que pensar em como se nasce e se morre em uma sociedade, pode nos trazer algum entendimento sobre seus valores e modos de ser e estar no mundo? Pois bem, esta foi a minha humilde tentativa aqui empreendida, que não chega nem perto do que foi feito por José Carlos Rodrigues em 1983, a quem, mais uma vez, agradeço a acolhida. Segui apenas inspirada pelo seu brilhantismo e excelência intelectual. Pensando o oposto da morte, o nascimento. Ou ainda, antes disso, a gestação. Este estágio limiar que separa a concepção do nascimento propriamente dito.

O que aqui trago como considerações finais são reflexões sobre o gestar, e o modo como isso impacta o nosso ser e estar no mundo, a partir do que pude constatar em meu trabalho de campo. Gestar que hoje está claramente atravessado pelo consumo como algo central. Inserido num tempo que nos cobra por visibilidade. E que nos coloca em cenários onde encenamos nossas vidas compartilhadas. E em que nos cercamos de objetos e experiências que permitam intensificar nossas sensações e emoções. Lipovetsky e Serroy afirmam que:

o regime hiperindividualista de consumo que se expande, é menos estatutário do que experiencial, hedonista, emocional, em outras palavras, estético: o que importa agora é sentir, viver momentos de prazer, de descoberta ou de evasão, não estar em conformidade com códigos de representação social (LIPOVETSKY; SERROY, 2015).

Como pude constatar ao longo de toda minha pesquisa, as representações sociais continuam ainda tendo a sua conformidade perseguida. Mas esta lógica convive com a lógica experiencial. E esta passa a ser legitimada e intensificada, quando é compartilhada, exposta, tornada visível. À gestante cabe escolher como quer se ver representada. De que códigos e bens ela vai escolher se cercar. Que

estéticas experienciais da gestação ela vai adotar, a fim de tornar realidade a sua gravidez, a partir de imagens que a tornem visível e midiaticizada. Ocorre que ela, de certa forma, se ilude por pensar poder exercer de fato o seu poder de escolha, quando toda esta jornada de vivências já está dada, já está de certa forma prescrita. Apresentada como que em uma grande vitrine de experiências estetizadas, aparentemente individualizadas e personalizadas, está atravessada pelo consumo. E mergulhada no líquido amniótico da cultura que implica nas condições de existência de uma dada formação da subjetividade contemporânea.

Subjetividade esta, que como vimos, pressupõe a estetização da vida; a imposição da visibilidade para ser e estar no mundo; a midiaticização da intimidade e do cotidiano, mediados pelo consumo; e ainda a valorização da performance, em seus dois possíveis sentidos: o de representação, atuação de papéis e o de desempenho, superação de obstáculos para se ter o que se quer e o que tem valor social, seguindo a lógica empreendedora que invade todas as searas da nossa existência. Não seria diferente com a gravidez.

Na verdade, o que aconteceu é que a autoridade do antigo “especialista”, aquele que dizia o que cada um “precisava” e cuja autoridade advinha sobretudo de seu papel institucional, foi rejeitada, sendo substituído pelos “gurus” ou “iluminados”, pessoas cujo papel é ajudar os outros a descobrir o que eles realmente “querem” ou “desejam”. (...) Do mesmo modo que se acredita que ninguém está em melhor posição para dizer a uma pessoa o que ela quer senão ela mesma, ninguém também está em posição de lhe dizer o que é verdadeiro. Assim, chega-se à noção popular “sua verdade é minha verdade” e a relativização generalizada de todas as verdades que acompanham tal *slogan*. Ao mesmo tempo, o processo pelo qual os indivíduos descobrem o que é verdadeiro para eles é sempre, e em qualquer lugar, o mesmo e assume a forma eles “sabem” o que querem. Pois hoje prevalece uma epistemologia consumista na qual “a verdade” é estabelecida da mesma maneira que a existência de vontades, isto é, mediante o escrutínio do estado emocional interno da pessoa. (...) o desejo de experimentar o real é maior do que o de saber a verdade (CAMPBELL, 2006 p. 55-56).

Que implicações temos na pedagogia da gravidez a partir desta construção de pensamento proposta por Campbell, acerca de uma dada epistemologia

consumista<sup>44</sup>? Em primeiro lugar, constatamos que as gestantes se cercam de profissionais capazes de descobrir e realizar as suas vontades. A *baby planner* vai construir para cada gestante o enxoval ideal porque vai buscar entender sua rotina e estilo de vida para ofertar com mais precisão, e de forma supostamente mais individualizada, o que você quer e precisa como enxoval. A doula e fisioterapeuta vão preparar a grávida para o parto que ela deseja. E assim tantos outros especialistas que têm como função realizar desejos, fazer sonhar e perseguir a realização do que se tem por meta. Além disso, entendemos que a própria gestante se converte em especialista, midiaticando vários momentos de sua jornada da gestação em suas redes sociais. Isso faz com que outras gestantes com desejos similares àquelas presentes nos conteúdos que ela está consumindo, identifiquem-se com as narrativas postas e assumam aquelas jornadas como sua verdade.

A partir daí, define o que precisam aprender sobre a gestação. O que querem e como querem viver este momento. A pedagogia da gestação é assim personalizada para cada conjunto de desejos. As etapas deste processo de aprendizagem costumam se assemelhar bastante entre as gestantes, como pude constatar em meu campo de pesquisa. Mas a forma como passam por estas etapas é guiada por seus desejos.

Pensando o objeto de estudo – a gravidez – podemos refletir que a própria identidade da mãe, que antes poderia ser pensada a partir de seu papel social, de maneira consolidada e estável, hoje é forjada a partir de suas interações sociais com outras mães, bem como através do consumo midiático, que em mídias especializadas ou não, buscam passar o que seria o modelo ideal de maternidade, já desde a concepção e gestação. Filmes, revistas, livros, palestras, cursos, especialistas, blogueiras e redes sociais em geral estão recheados dessas receitas de sucesso de ser mãe desde antes do nascimento (DRAMALI; KARAM, 2017).

Mas ao mesmo tempo em que a pedagogia da gravidez serve para generalizar e normatizar o que seria hoje estar grávida e viver sua gestação, temos também o seu avesso. Através das escolhas mediadas pelo consumo, as gestantes se identificam com os segmentos de gestantes-consumidoras de acordo com a natureza de suas escolhas sobre: como vai decidir viver o parto e outros diversos

---

<sup>44</sup> Aqui usei o termo proposto por Campbell, mas que pode estar assim posto por conta de tradução. A ideia aqui não é trazer a ideia de senso comum do que seria consumismo. Entenda-se aqui como epistemologia do consumo.

rituais deste período; como irá montar o enxoval; como será o quarto do bebê; como e quanto irá se preparar para maternidade; e como irá lidar com a visibilidade de tudo isso. Uma vez inseridas em suas “bolhas gestacionais de consumo”, não só marcas, bens e serviços estarão prescritos como aceitos, mas também estarão prescritas as emoções e as formas de viver a gravidez naquele dado grupo social de mães e gestantes.

Assim, a forma de viver o consumo na e da gestação, se dá em três camadas: (1) conhecer as possibilidades de escolhas, as ofertas e as etapas da jornada da gravidez, atualizando-se sobre o assunto, já que como em qualquer outra experiência de consumo, esta também vem acelerando cada vez mais a curva de novidades e inovações; (2) de tudo o que está na vitrine como opção, com que mais você se identifica, e como vai preferir viver cada uma das etapas, pensando as perspectivas relativas a espaços, objetos, rituais, emoções, ideias e atitudes; (3) agora é preciso viver o que se escolheu, seguir os *scripts*, as listas, os tutoriais, e até mesmo a forma de sentir. É hora também de legitimar a experiência a partir do olhar do outro, se tornar visível, na medida do “pacote gestacional de consumo” que você escolheu “contratar”.

O que proponho aqui, pode servir para entender outras categorias de consumo também. Porque fala de momentos em nós indivíduos primeiro imergimos nas opções existentes, depois escolhemos o que faz sentido para nós, com a falsa sensação de que estamos fazendo escolhas individualizadas e únicas, para na sequência dar conta – ou não – de que nos conformamos às normas do grupo que escolhemos. Como vimos no capítulo sobre o quarto, se optamos por se parte do grupo de gestantes que preferem o quarto mais autoral, com um não-tema, em que se compram “mais *kits* e menos temas”, o que encontraremos são quartos com elementos como “cabana” e “raposa”, de maneira recorrente, porque é esta a estética que vem agradando mais este mesmo grupo que a gestante escolheu compor.

Em *A Felicidade paradoxal – ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo*, Gilles Lipovetsky (2007) nos coloca a ideia de que prevaleceria em nosso cosmos de consumo o que ele chama de “consumo-amor”. Este, poderia ser entendido como um “consumo festa”, tanto dos pais, quanto dos filhos.

No momento em que desabrocha o “filho-rei”, informado, decisor e prescritor, o consumo se apresenta como um meio para comprar a paz na família. Uma maneira de fazer-se perdoar por ausências muito longas, ao mesmo tempo que como um direito do filho baseado no direito à felicidade, aos prazeres, à individualidade (LIPOVETSKY, 2007 p. 120).

Sem estar apta aqui a afirmar o que seria causa e efeito, convido vocês a refletir se o filho-rei é gerado por esta gravidez estetizada, midiaticizada e visibilizada, que se intensifica atualmente, ou se é a imagem do filho-rei já crescido, que povoa as mentalidades dos futuros pais e os impõe uma certa prescrição de consumo para receber este bebê que está para nascer. Talvez a lógica se dê nos dois sentidos. E os riscos que corremos em perpetuarmos este modelo como sociedade é o que nos convida a pensar Lucia Santaella, neste trecho de seu livro *Corpo e comunicação: sintoma da cultura*.

Perdidos os princípios reguladores do ideal do Eu que contradiz e neutraliza a alienação imaginária, reinam imperiosamente os sonhos autárquicos e onipotentes que fazem do corpo um receptáculo de sensações tão progressivamente excitantes até encontrar seu limiar no insensível (SANTAELLA, 2004 p.150).

De uma forma ou de outra, é neste cosmos de consumo que se dá a produção de uma gestação, que se manifesta como projeto recheado de excessos, nos dois sentidos aqui expostos neste trabalho. E é também neste mesmo cosmos de consumo que se gesta a subjetividade do bebê e de seus pais. Tudo isso em um ambiente hiperestimulado por objetos e experiências, onde as vivências são imagens registradas e compartilhadas, em espaços que se fazem cenários. Aos quartos dos bebês, não basta mais que sejam apenas seguros e aconchegantes. Faz-se necessário que sejam temáticos e cenografados.

A cultura constitui o mundo dos fenômenos de duas maneiras. Primeiramente a cultura é a “lente” pela qual o indivíduo enxerga os fenômenos; assim sendo, determina como os fenômenos serão apreendidos e assimilados. Em segundo lugar, a cultura é a “planta baixa” da atividade humana, determinando as coordenadas de ação social e atividade produtiva, e especificando os comportamentos e objetos que derivam de uma e de outra. Na qualidade de lente, determina como o mundo é visto. Na de planta baixa, determina como o mundo será moldado pelo esforço humano (McCRACKEN, 2007).

Bebê-menino, bebê-menina ainda continuam – na maior parte das vezes – impondo determinações de bens e espaços que irão forjar a sua identidade, seguindo um dado imaginário social do que seria um menino ou uma menina, do que ele ou ela deveriam vestir, como deveria ser o quarto e os demais objetos que irão cercar a sua existência como bebê. Mas durante o campo de pesquisa empreendido, já notamos uma tendência que aponta a mudança de perspectiva de algumas gestantes em relação a isso. As informantes TR, EM, ER e PA, deixaram isso claro na decoração do quarto e na escolha de peças mais neutras para o enxoval, respectivamente. Desta forma, duas concepções acerca da construção identitária estariam convivendo: a do sujeito iluminista e do sujeito moderno. Iluminista porque a identidade ainda seria determinada no nascimento ou a partir da identificação, descoberta do sexo do bebê. Já a partir da concepção do sujeito moderno, a identidade do bebê se formaria a partir da mediação com ambientes e objetos que o cercam, além da relação também com a sua imagem constantemente midiaticizada. Imagem esta que poderá ser consultada por este indivíduo em formação, por assim dizer, à medida que for tomando consciência de quem é. E de como é ser e estar no mundo a partir da construção de sua memória. Os códigos-objeto de nossos tempos contemporâneos requerem um novo letramento para serem lidos, assim como se deu na virada do século XVII para o século XIX.

Os consumidores ocupavam agora um mundo preenchido por bens que encarnavam mensagens. Cada vez mais, eram rodeados por objetos carregados de sentido que só podiam ser lidos por aqueles que possuísem um conhecimento do código-objeto (MCCRACKEN, 2003, p.40).

Resgato aqui o objetivo principal que me moveu nesta pesquisa que foi analisar a gravidez mediada e midiaticizada pelo consumo, a partir do mapeamento de suas práticas, bens, experiências e rituais. O estudo possibilitou identificar as representações sociais da gestação, manifestadas nas narrativas das gestantes selecionadas como informantes, bem como as representações presentes na mídia especializada e nas mídias sociais. A partir da observação realizada nas mídias, evidências e manifestações do fenômeno da gestação embriada pelo consumo puderam ser levantadas. E com elas constatei que de fato não se trata de algo isolado. A gestação, suas emoções, experiências e visibilidades tornam, a própria

gravidez, objeto de desejo de consumo, por vezes apartada dos sentidos da maternidade.

Como objetivos específicos, busquei em minha pesquisa: (I) identificar e analisar as práticas rituais da gravidez; (II) compreender a partir dos objetos a configuração das subjetividades da mãe e do bebê; (III) mapear os percursos e os fatores de influência nas decisões de consumo da gestante; e (IV) observar o quarto do bebê como local de convergência entre objetos e cenário, como lugar primeiro de formação de subjetividade.

Entendo que todos os objetivos aqui indicados tenham sido alcançados e demonstrados ao longo deste trabalho.

Como hipóteses de pesquisa, considere os seguintes itens:

- A imagem e identidade de “boa gestante” são forjadas por suas escolhas de consumo, da concepção ao puerpério.

Em relação a esta hipótese, a questão da imposição, do “tem que”, muitas vezes trazido pelas próprias informantes e presente também nas mídias, demonstra que essa relação entre consumo, imagem e identidade de “boa gestante” de fato se configura como fato. A pedagogia da gestante mudou ao longo dos anos, mas foi sempre ela que definiu socialmente o que seria uma boa ou má gestante. Hoje o que vemos é que esta pedagogia está muito mais nitidamente marcada pelos imperativos do consumo.

- A mídia e os especialistas, médicos ou não, exercem papel de influência importante nas decisões de consumo na gestação.

Em relação a esta hipótese, me arrisco a afirmar que mais a midiaticização e menos a mídia, exerce mais fortemente papel de influência nas decisões de consumo da gestação. Pensando aqui a mídia como aquele emissor mais “tradicional”, centrado em um editor, em um veículo, como seria, por exemplo, as Revistas *Pais & Filhos* e *Crescer*. O que se mostrou mais recorrentemente presente como fator de influência no consumo na e da gestação, foram novos saberes e meios, como o app Baby Center; os novos profissionais da gestação, como doulas e *baby planners*, e as mídias sociais como Facebook, Instagram e, muito significativamente, o Pinterest, como referência estética para os quartos de bebê. Nas redes sociais, então,

as maiores fontes de influência seriam as narrativas de outras mães e gestantes, sejam lá onde estiverem publicadas. Importa mais a midiatização das vozes comuns, de gestantes com as quais a audiência se identifique, e não tanto quem ou onde está sendo publicada aquela narrativa. Quanto ao saber médico claro, ele não desaparece, mas ele fica esmaecido, quase apagado, diante de tantos outros saberes. E por isso precisa também proporcionar experiências e midiatizações para se manter relevante.

- A materialidade da gestação sofre adaptações quando observamos diferentes classes sociais, mas há itens considerados obrigatórios para ser gestante nos tempos atuais.

Esta hipótese pode ser confirmada em muitas das evidências apresentadas ao longo dos resultados de pesquisa. Como nas evidências das decorações de cenários nos quartos compartilhados. E ainda no preparo das malas de maternidade para partos que venham a ser feitos no SUS, por exemplo.

- Práticas de consumo que têm como valor central a simplicidade, como o consumo compartilhado e a prática do “faça você mesmo”, invadem também o universo da gravidez criando um contraponto com as práticas mais massivas.

Notei sim uma presença considerável destas práticas se pensarmos até mesmo a forma como as gestantes escolheram lidar com temas mais autorais dos quartos de seus bebês, comprando produtos artesanais. Mas uma evidência que ficou mais forte foi a questão da tentativa de fazer acontecer de maneira mais presente a economia circular com os bens da gestante e do bebê.

- Mulheres que já são mães configuram a maior influência na definição do inventário de bens materiais e práticas de consumo na gestação.

O que se pode ver é que não são necessariamente a maior influência, mas que elas se fazem presentes na validação de alguns itens em certo momento da jornada sim. Se surpreendem com o novo e por vezes até gostariam de ter experienciado este ou aquele uso de bem, mas sabem também demonstrar o valor dos bens que permanecem nas listas de enxoval desde há muito tempo, convivendo agora com outros objetos e práticas. Nas escutas junto às gestantes, pude notar uma troca produtiva e harmônica, por assim dizer, entre gerações diferentes.

- Há diferença entre a primeira e demais gestações no que diz respeito às práticas de consumo.

A diferença mais marcante para mim durante o campo de pesquisa foi notar uma calma maior na segunda gestação, uma fruição diferenciada de cada momento. E a percepção de que não é necessário, por assim dizer se abastecer de tantos objetos, planos e previsões porque, na maior parte das vezes, o que se imaginou não vai se dar na prática. Aquele objeto super prático que ajudou a sua amiga, pode não servir para nada para você, por exemplo. Não notei necessariamente uma questão de maior ou menor consumo, mas uma espera maior em relação a um certo provimento de tudo o que um bebê vai precisar, de todas as categorias, até mesmo remédios, por exemplo, até um ano. Este tipo de prática, ao menos nas minhas informantes, não se apresentou na segunda gestação.

- O tipo de parto escolhido impacta nas demais vivências e consumos na gestação. O que pude notar é que as vivências e consumos na gestação têm a ver menos com o tipo de parto escolhido, e mais com a forma como a gestante lida com a descoberta, em que contexto esta se dá, e como ela enxerga desde então a relação dela com a maternidade. Explico: o que influencia o consumo de bens e rituais, até mesmo a escolha do parto, tem a ver muito diretamente com o contexto em que se descobre a gestação e os primeiros pensamentos que esta gestante tem acerca disto. Há gestantes com quem conversei que já se projetam se pensando mães, e como suas rotinas precisarão se adaptar, e como ela deveria se preparar mais para maternagem. A meta delas parece ser mãe. Para estas, por exemplo, a escolha do parto vem depois deste pensamento. A preocupação com a maternagem é o que vai reger, por assim dizer, as demais escolhas. Outras pensam em aspectos mais relativos à gravidez em si. E por isso a sua jornada como gestante é o que parece influenciar as suas demais escolhas. Estas parecem querer viver mais intensamente tanto a variedade de experiências possíveis, quanto experimentar emoções novas, do jeito que viu ou soube de alguém que viveu.

Proponho que centremos agora os nossos olhares para o quarto do bebê. Este espaço de onde emana tanta vida, real e imaginada. Nota-se uma narrativa baseada em um certo apuro e refino estético nas falas das gestantes que sustentam um discurso de não-tema do quarto. São também gestantes que costumam escolher vivenciar menos rituais. E aqueles que elas escolhem vivenciar, costumam ser mais discretos e intimistas, sem grandes produções. Elas também pareceram menos inclinadas a compartilhar seus cenários e vivências nas redes sociais. O quarto é mesmo o único pano de fundo em que, algumas vezes, exibem as suas vidas

maternas antes e depois do parto. As redes sociais para estas servem mais como fonte de inspiração para construir o mundo de seus bebês. Estas grávidas também fazem postagens sobre seu universo gestante e posteriormente, materno, mas de maneira menos intensa e frequente quando comparadas a outras. Não há visibilidade de toda a jornada. O que se vê são *posts* em que revelam estar grávidas; depois, ao longo da gestação, vemos fotos cotidianas, em contextos de suas rotinas de vida pessoal e trabalho; mais ao fim da gestação, fotos que indiquem que o nascimento está próximo: pode ser a imagem da mala da maternidade, do quarto ou ainda a ida para maternidade. E depois, foto com o seu bebê nos braços, no ambiente da maternidade. Assim, as suas narrativas da jornada da gestação me pareceram tão não-narrativas quanto os quartos com os seus não-temas, ou seja, discretos, mas, em certa medida, ali presentes.



Demorou um pouquinho mais que com a primeira... Ainda há muito o que se arrumar no quarto... Mas está aí a malinha da maternidade. Com etiquetas e corações. #Lucas36semanas

171 sem

Figura 90: post indica que o nascimento se aproxima

Duas das minhas informantes, BB e LP, respectivamente em suas primeira e segunda gestações, parecem ter escolhido uma gestação de fato não temática. Os quartos que destinaram aos seus filhos eram espaços de acolhimento e conforto não-cenografados, aproveitando inclusive mobiliários já existentes naqueles cômodos. Seus enxovais baseavam-se em consumo circular, consumo de pátina e ainda em padrões que não visavam marcar de maneira explícita o gênero de seus filhos, respectivamente uma menina e um menino. Chama atenção também a forma como trocavam em grupos, digitais ou presenciais, experiências com outras mães, da mesma geração delas ou mais velhas, sempre com humildade de aprender e assumir que não sabiam, que tinham medo, lidando e assumindo os sentimentos e sensações

que a gestação traz. Não que as demais gestantes não fizessem isso. Mas não era algo tão marcadamente motivado pela troca, pela aprendizagem. Com as demais gestantes parecia algo motivado pela performance com que se cobravam errar menos e acertar mais em suas escolhas de consumo. SP também me pareceu que seria uma gestante como BB e LP, se a ela não tivesse sido imposto que “quarto tem que ter tema”. Todas as demais práticas se assemelharam a de BB e LP, com exceção do tema do quarto, que lhe foi socialmente imposto.

Notei também que as gestantes que escolhem investir menos em experiências rituais da gestação, parecem se frustrar mais quando algumas destas dá errado. Em minha pesquisa de campo pude ver que aquelas que viveram menos intensamente eventos como chás de revelação e bebê, por exemplo, apostam todas as suas fichas na experiência do parto natural, na maior parte das vezes, e se frustram muito quando não alcançam este objetivo: a fruição sonhada daquela experiência. Normalmente estas também compartilham pouco as suas experiências em redes sociais. Costumam marcar apenas a notícia da gestação e o nascimento.

Por outro lado, há gestantes que parecem querer viver mais intensamente cada momento, experiência e ritual da gestação. Estas parecem igualmente investir em quartos mais explicitamente temáticos. E parecem se preocupar mais em ser vistas e ficarem “bem na foto”, em cenários dos quais se orgulhem, em todas as situações de consumo e experiências gestacionais. A identidade compartilhada e visibilizada de gestante é a tônica que rege toda sua jornada. Quer se inspirar nos bens, nos eventos, nas emoções e nos temas dos relatos e imagens nos quais se inspiram nas redes sociais. Compram mais coisas prontas e criam menos. Diferente das gestantes que escolheram o caminho do “não-tema” para os quartos.

As gestantes dos quartos do “não-tema”, buscam referências na internet, em buscas principalmente no Pinterest, e concebem o seu projeto de quarto, com ou sem ajuda de profissionais para isso. Mas se orgulham de não ser uma cópia do que viram ou algo que foi comprado pronto. Ter mandado fazer um móvel com um fornecedor, conseguido o enfeite do jeito que queria em um site e ter pensado ela mesma na iluminação ou prateleira com que o quarto será cenografado, é motivo de orgulho desta gestante. Mas tanto a gestante mais “exuberante” na temática e

visibilidade do quarto, quanto a que prefere escolher um não-tema, concebem o quarto como cenário, com o mesmo orgulho com que concebem os seus filhos.

Já as gestantes que tratam o quarto como espaço e não como cenário, ou seja, onde de fato o quarto não é tematizado, parecem preocupar-se mais em preparar as suas vidas para a chegada do bebê. Preparam-se de maneira mais focada para maternagem. Preparam-se para o cuidar do bebê e cuidar-se como mãe. Não se preparam a partir dos bens ou espaços necessariamente. Estes lhes servem como instrumentos de uma jornada que elas sabem não se concluir no nascimento, mas começar a partir dele. Para estas, a gestação parece de fato um rito de passagem para maternidade. E a revelação do estar grávida desperta nelas um senso mais conectado ao filho nascido do que ao filho gestado. Parecem ter consciência de que ser gestante é passageiro. Algo sim intenso, que pode ser bastante emocionante, ter marcos, experiências e memórias registradas. Que podem fazê-las conectar-se com as mães que as precederam, bem como os bens que passam de relíquias a objetos de uso. Mas parecem saber que a maior das experiências ainda está por vir: o nascimento da mãe e do filho. E todo o processo que será construído de maternagem e criação daquele humano que foi designado aos seus cuidados.

De posse destas análises classificatórias, busco trazer a reflexão de que todas têm suas experiências gestacionais atravessadas pelos valores e lógicas que regem a nossa subjetividade contemporânea, como consumo, visibilidade e performance. O que proponho aqui, no entanto, é que haveria um dado agrupamento possível de gestantes considerando a forma como lidam com o enxoval, os rituais, o quarto do bebê, a visibilidade compulsória e a ideia de maternidade.

Esse agrupamento é possível a partir da forma e prevalência que cada uma das gestantes deixou evidentes durante o processo de escuta e observação empreendido no campo. Ao analisar os dados coletados, e as características das informantes, notei que não são dados demográficos, como classe social, renda, idade ou se estamos falando da primeira ou segunda gestação que influenciam nas diferentes formas de lidar com estes componentes da gestação. Não são estes que pareceram diferenciar tão significativamente as decisões de consumo considerando a comparação com as demais variáveis que serão apresentadas a seguir.

Em face do que foi apresentado, gostaria de aqui propor um quadro-resumo com possíveis categorias de análise. Estas não visam a esgotar o tema. Nem considerar que tenhamos para um fenômeno social tão complexo apenas dois aspectos que ajudem a explicar algumas relações com as perspectivas da gravidez aqui colocados. No entanto, estes foram os indicativos de variáveis que pude identificar qualitativamente durante o meu campo de pesquisa. Propus cinco categorias de análise: (1) quarto; (2) enxoval; (3) rituais; (4) visibilidade e (5) maternidade.

E impactando a forma como as gestantes configuram suas relações com estas categorias, pude notar que há quatro fatores de influências bastante significativos: os dois primeiros fatores têm a ver com o contexto em que a gestação é descoberta: (1) gravidez desejada; (2) gravidez planejada. Os outros dois têm a ver não só com a ocupação exercida pela gestante, e como ela impacta em sua rotina, como também a centralidade dada por ela ao seu aspecto profissional: (3) relação que a gestante tem com sua profissão; (4) tipo de ocupação da gestante.

Havia pensado também que o tipo de parto escolhido poderia ser um fator de discriminação dos elementos materiais e rituais que as gestantes experimentavam durante a gravidez, como havia sinalizado como hipótese desde o meu projeto de pesquisa. Mas este, ao menos em meu campo, não se tornou causa, mas sim consequência destes outros fatores.

Com base nesta análise e interpretação dos dados chego então na seguinte proposta classificatória das gestantes em relação aos espaços, objetos, rituais, visibilidade e ideia de maternidade.

	Enxoval	Espaços	Rituais
Querida muito e esperava engravidar agora	Vive intensamente as compras, os presentes e os rituais de arrumação. Consumo focado no hedonismo.	Decoração ostensivamente temática e cenográfica	Vive intensamente todos que escolhe fazer Escolhe viver o máximo deles
Não centralidade na vida profissional (independente da ocupação)			
Querida muito engravidar mas não esperava que fosse agora	Tratado como projeto Foco na performance A arrumação prioriza a praticidade no uso	Cenografado como um não-tema Projeto autoral	Quando há, são intimistas. O foco está na vivência da gestação como projeto. Foco no parto normalmente. Por isso seguem à risca o que for planejado. Como contratação de serviços, por exemplo e cuidados com a saúde.
Centralidade na vida profissional (ocupações em organizações)			
Querida muito engravidar mas não esperava que fosse agora ou Tinha dúvidas se queria ser mãe	Foco na pátina, circulação de bens e espera mais paciente pelo que será de fato necessário	Sem tema Espaço e não cenário	Quando há, são intimistas. O foco está na vivência da gestação como preparação para maternidade  Cursos e leituras são bem presentes. Trocas com mães mais experientes também.
Centralidade na vida profissional (ocupações autônomas)			

Tabela 3: classificação proposta pela autora – parte 1

	Visibilidade	Maternidade
Querida muito e esperava engravidar agora	Vive intensamente	Descoberta de fato após o parto
Não centralidade na vida profissional (independente da ocupação)		
Querida muito engravidar mas não esperava que fosse agora	A mínima possível. As redes sociais digitais estão a seu serviço para consultas e pesquisas de referência. Se valem da visibilidade do outro. Mas elas mesmas não se colocam. Apenas em marcos como descoberta da gestação, algumas imagens de cotidiano enquanto está grávida e o nascimento.	Consciência desde que descobre que está grávida, com providências práticas que permitam seguir com sua vida profissional
Centralidade na vida profissional (ocupações em organizações)		
Querida muito engravidar mas não esperava que fosse agora ou Tinha dúvidas se queria ser mãe	A mínima possível. Apenas em marcos como descoberta da gestação, algumas imagens de cotidiano enquanto está grávida e o nascimento.	É o foco desde que descobre que está grávida. Medos. Ansiedades. Sentimentos dos mais diversos são mais confessos. E por isso buscam apoio e ajuda desde sempre. O seu tempo na jornada da gestação é dedicado a aprender a ser mãe.
Centralidade na vida profissional (ocupações autônomas)		

Tabela 4: classificação proposta pela autora – parte 2

Numa pesquisa futura, exploraria uma outra área de consumo que seria e bens e serviços relativos ao corpo, bem como a relação que a gestante passa a ter com ele, suas possíveis preocupações em relação, talvez, a como voltar ao corpo, produtos que usa etc. Havia algumas perguntas em meu roteiro a respeito deste item, mas acabei não focando em explorar melhor essa perspectiva por escolha de recorte e porque entendi que já havia mais trabalhos neste sentido. E porque, durante o campo de pesquisa, as demais áreas de investigação estavam rendendo descobertas muito frutíferas.

Deixo aqui algumas outras possibilidades de pesquisas futuras. Penso que seria extremamente rico empreender a análise dos significados atrelados à gestação a partir de suas representações por imagens. Assim, empreender uma pesquisa a partir da técnica ZMET me parece extremamente profícua, já que nela são os próprios informantes que escolhem as imagens que julgam representar o tema proposto. E todo o roteiro de conversa, que dura cerca de duas horas, se dá a partir das imagens trazidas pelo próprio informante. Além desta técnica, algo que me foi proposto por meu orientador, mas optei por não realizar por ter escolhido ampliar a amostra de gestantes escutadas, consistiria em, durante o campo de pesquisa, ler junto com a gestante, revistas especializadas ou navegar em blogs e sites especializados e deixar fluir os comentários sobre eles. Seria também uma observação interessante e rica em descobertas diferenciadas.

Outra pesquisa futura interessante seria também uma netnografia a partir da seleção de um ou mais grupos de discussão do Facebook dedicados a gestantes. Esta chegou a ser uma das intenções iniciais desta pesquisa, que foi abandonada por mim por uma escolha metodológica que pudesse dar conta de mostrar as evidências e manifestações do fenômeno a partir de outros espaços interacionais, ao invés de focar em me aprofundar na análise dos grupos de discussão. Cheguei a iniciar o mapeamento dos grupos existentes no Facebook. Mas parei por aí a minha empreitada neste sentido.

Outra pesquisa também muito interessante seria tentar entender, a partir da técnica de pesquisa de História de Vida, como a primeira geração, digamos assim, de crianças midiaticizadas em redes sociais, constituiu a sua identidade e subjetividade, a partir do processo de registro e memória de sua vida em bits e bytes, nas redes de seus pais. O Facebook no Brasil já está no Brasil há 14 anos. Conversar com jovens de 14 anos ou menos seria bastante interessante para entender como o registro de espaços, objetos e experiências de sua vida compartilhadas em redes sociais, muitas vezes ainda antes mesmo de ser concebido, impactou no como ele se vê e se sente hoje.

Além disso, claro, estudar outras configurações de gestação e sua relação com o consumo, em uma perspectiva de estudo comparativo, com este aqui apresentado. Gestações como as que se valem de técnicas de reprodução assistida

ou tratamentos de infertilidade, podendo, neste caso, configurar um estudo de grupos de tentantes, por exemplo. Entender como se dá esta relação consumo e gestação – ou espera por um bebê não gestado biologicamente – no caso de adoções. O consumo em processos gestacionais ou de adoção de bebês em relações homoafetivas parece também ser um campo de pesquisa bastante promissor.

Estudos onde sejam ouvidos também os produtores desta dinâmica de consumo, como *baby planners*, doulas, fisioterapeutas, obstetras, enfermeiros, profissionais das áreas de marketing e atendimento ao paciente em maternidades, organizadores de feiras, fotógrafos, e tantos outros novos personagens deste universo, também podem render boas descobertas.

E, algo que também era um dos meus objetivos iniciais de pesquisa, voltar a campo com as gestantes entrevistadas, em até um ano após o nascimento do bebê, a fim de comparar a vida e o quarto imaginados com a vida e o quarto de fato vividos após o nascimento do bebê. Só pude fazê-lo em meu campo com a informante TR. Mas algo que fui capaz de coletar foi a imagem dos quartos finalizados, prontos para a chegada do bebê. Algumas registraram o processo de *nesting* em vídeo e foram compartilhando comigo. Uma dinâmica também bastante enriquecida para análise do quarto narrado por elas.

Estudos comparativos também entre diferentes culturas e países, como indiquei brevemente com a caixa dos bebês finlandeses, seriam de extrema relevância.

Outros estudos que me ocorreram a partir das escutas e observações realizadas em meu campo de pesquisa foram:

- Consumo minimalista na gestação.
- Circulação de bens, pátinas e economia circular.
- Presentes e gestação.
- Etnografia dos álbuns e livros de um ano dos bebês a fim de investigar de maneira mais aprofundada a perspectiva geracional do consumo na gestação, a partir dos objetos e quartos dos bebês.

Ao fim e ao cabo, o que busquei aqui empreender em minha pesquisa foi uma grande contextualização dos significados, formas de ser e estar grávida nos dias atuais. Porque entendi, inspirada no que nos propõem Mary Douglas e Baron Isherwood [1979; 2006] que os bens, sendo elementos integrantes e integrados à cultura, são melhor compreendidos quando estão em contexto com outros bens, materialidades, pedagogias, normas, regras, práticas, técnicas, emoções e relacionamentos entre si, e também entre objetos e pessoas. Sejam estas reais ou ainda imaginadas, como os bebês que ainda não nasceram.

Por isso mesmo me vali de alguns métodos e abordagens de pesquisa, como já anteriormente apresentados. Foram escutas muito reveladoras as que obtive a partir das entrevistas com as gestantes. Consistiram em descobertas interessantes as observações do que viriam a ser os quartos do bebê e de como estes espaços realmente se concretizaram como espaços cenografados. A partir destas observações somadas às escutas das gestantes é que fui capaz de identificar o quarto do bebê como este elemento central de onde emanam tantos significados e estetização da vida. Além disso, antes de conversar ou observar de fato as gestantes, decidi iniciar o meu campo de pesquisa a partir de uma perspectiva de inspiração etnográfica no meu flunar pelas feiras de gestantes, onde pude observar a relação mediada das gestantes com seus bebês a partir dos objetos. Tais incursões metodológicas constituíram os guias das demais buscas por outras evidências e manifestações de comportamento nas redes sociais como Facebook, Instagram e Youtube, bem como também na mídia tradicional – como programas de TV e revistas, por exemplo. Tais elementos passaram a integrar esta jornada investigativa a fim de compor o mosaico que mostra que temos sim, diante de nós, um novo fenômeno social a ser observado e entendido. Um fenômeno que se justifica como objeto de estudo do campo da Comunicação, porque se coloca justamente em configuração à medida que a vida é cada vez mais midiaticizada, publicizada e visibilizada a partir de recursos comunicacionais automediados, desde a vida intrauterina. Ou mesmo antes, quando a gerar uma vida se configura uma intenção, um desejo, um sonho. Além disso, a vida mediada pelos objetos e espaços, e os significados atribuídos a estes, também é de interesse dos pesquisadores de comunicação, uma vez que sabemos que estes significados são culturalmente constituídos. E que este mundo culturalmente constituído se configura justamente

a partir dos sistemas de comunicação mercadológica e da moda. Serão estes bens que irão também comunicar as subjetividades e identidades, entre os membros dos grupos sociais mais diversos, afastando e aproximando pessoas em um movimento simultâneo e contínuo, gerenciado pelo que escolhemos e o que não escolhemos consumir.

Encerro aqui a comunicação do meu trabalho de pesquisa, orgulhosa do que pude conceber. E certa de que ainda há um material riquíssimo coletado por mim durante os anos de campo, que me proporcionarão pesquisas bastante férteis. Além do fato de continuar monitorando o fenômeno nas redes sociais para que possa identificar, novas nuances de análise e o nascimento de novas práticas, narrativas e visibilidades.

## 6. Referências bibliográficas

ALCADE, Renata. NUNES, Mônica Rebecca Ferrari. Estetização da Gravidez: a barriga-grávida na narrativa publicitária *Embarazados*. **XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação**, 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018.

ALE, Juliana. Conheça as novidades do lucrativo mercado da maternidade. **Jornal O Globo**. 6 de outubro de 2013. Disponível em <http://oglobo.globo.com/rio/conheca-as-novidades-do-lucrativo-mercado-da-maternidade-10253347#ixzz4EZYUjgH5>. Acesso em 16 de julho de 2016.

BARBOSA, L.; Cambell, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p.65-90

BARBOSA, Livia. **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2008.

BARFORD, Vanessa. Por que bebês de várias partes do mundo estão dormindo em caixas de papelão? **BBC Brasil**. 4 abr. 2016. Disponível em: [https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160404\\_caixa\\_finlandia\\_mundo\\_rb](https://www.bbc.com/portuguese/noticias/2016/04/160404_caixa_finlandia_mundo_rb). Acesso em: dez. 2020.

BARTHES, Roland. **A aventura semiológica**. São Paulo: Martins Fontes, 1985.

BAUDRILLARD, Jean. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Amor Líquido: sobre a fragilidade dos laços humanos**. Rio de Janeiro: Ed. Zahar, 2004.

BERGER, A. Arthur. **What Objects Mean: An Introduction to Material Culture**. NY: Left coast press, 2009.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção: crítica social do julgamento**. São Paulo: Edusp, Porto Alegre: Zouk, 2008.

BRUNO, Fernanda. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação. **Revista Famecos**, abril 2008. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/28131935>. Acesso em: nov 2020.

CAMPBELL, Colin. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001.

CARVALHO, Cibele Noronha. Quartos das crianças contemporâneas: a construção de um novo objeto de pesquisa. In: **Pro-Posições**. Campinas, SP. V. 30, 2019.

CARVALHO, Cibele Noronha; NOGUEIRA, Maria Alice. “Nascer em berço de ouro”: o quarto infantil como instância socializatória. **Educ. Soc.** vol. 41. Campinas, 2020. Disponível em: <https://www.scielo.br/pdf/es/v41/1678-4626-es-41-e234058.pdf> Acesso em: dez. 2020.

CISCATO, Márcia. A invenção da maternidade, Márcia Ciscato. In: **Revista Cult** no 243, ano 22, março de 2019.

CLARKE, Alison J. Designing Mothers and the Market: Social Class and Material Culture. In: **Motherhood Markets and Consumption**, London: Routledge, 2014.

\_\_\_\_\_. Meternity and Materiality: Becoming Mother in Consumer Culture. In: **Consuming Motherhood**. New Brunswick: Rutgers University, 2014.

COLLING, Ana Maria. **Tempos diferentes, discursos iguais: a construção do corpo feminino na história**. Dourados, MS: Ed. UFGD, 2014.

DANT, Tim. Materiality and society. In: **British Journal of Sociology**, Vol. 57, No. 2, 01.06.2006, p. 289-308. Disponível em <http://core.ac.uk/download/pdf/71307.pdf>.

DE LAAT, Kim; BAUMANN, Shyon. Caring consumption as marketing schema: representations of motherhood in an era of hyperconsumption, **Journal of Gender Studies**, 2014. DOI: 10.1080/09589236.2014.927353

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo: comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2006.

DRAMALI, Bianca. Consumo: um convite para desbravar esse vasto campo de estudo. **Comunicação e Informação**, Universidade Federal de Goiás, jul./dez. 2010, v.13, n.2, p.04-12. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/ci/article/viewFile/20707/12168>. Acesso em: abr. 2017.

\_\_\_\_\_. Gestação (d)e excessos: notas iniciais sobre a relação com a materialidade e consumo na gravidez. **XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação**, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, 2018.

\_\_\_\_\_. Materialidades e metodologias: experiência inicial para construção da investigação de bens e objetos materiais na gravidez. **XIV Poscom**, 2017.

DRAMALI, Bianca; KARAM, Karine. Cultura material da gravidez: distinção, identidade e materialidade da mãe e do bebê. **Trama: indústria criativa em revista ISSN 2447-7516**, América do Norte, 3 7 07 2017.

DUMONT, Louis. **O individualismo: uma perspectiva antropológica**. Rio de Janeiro: Rocco, 1985.

DUMOULIÉ, Camille Marc. Tudo o que é excessivo é insignificante. In: **Revista Tempo Brasileiro**, No. 169. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, abr-jun 2007.

DURKHEIM, Émile. **As formas elementares da vida religiosa**. São Paulo: Martins Fontes, 1996.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance: da aventura empreendedora a depressão nervosa**. Editora ideias e letras, 2010.

FONSECA, Angélica. O parto é meu: os regimes de visibilidade e vigilância sobre o corpo grávido e o parto. In: **41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2018.

FREIRE FILHO, João. A nova mitologia esportiva e a busca da “alta performance”. In: **Comunicação & Cultura**. n.º 13, 2012, pp. 39-52

FREIRE FILHO, João; COELHO, Maria das Graças Pinto. **A promoção do capital humano**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GENNEP, Arnold Van. **Os ritos de passagem**. Petrópolis: Vozes, 1977.

GOLDENBERG, Mirian. Gênero, "o Corpo" e "Imitação Prestigiosa" na Cultura Brasileira. **Saúde soc.**, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 543-553, Set. 2011. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-12902011000300002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-12902011000300002&lng=en&nrm=iso). Acesso em 10 mai. 2020.

GOMES. L. G. Madame Bovary ou o consumo moderno como drama social. In: BARBOSA, L.; Cambell, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p.65-90.

GOTTLIEB, Alma. Para onde foram os bebês? em busca de uma antropologia de bebês (e de seus cuidadores). **PSICOLOGIA USP**, São Paulo, julho/setembro, 2009, 20(3), 313-336.

KRZYŻANOWSKA, Natalia. The commodification of motherhood: normalisation of consumerism in mediated discourse on mothering. In: **Social Semiotics**, 2020. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/10350330.2020.1762986>. Acesso em: jan. 2021.

LE BRETON, David. **A sociologia do corpo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2012.

LEACH, Edmund. **E.R. Leach**. São Paulo: Editora Ática, s.d.

LEACH, Edmund. **Repensando a antropologia**. Dois ensaios a respeito da representação simbólica do tempo. São Paulo: Perspectiva, s.d.

LIPOVETSKY. Gilles. **A estetização do mundo: Viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

\_\_\_\_\_. **A felicidade paradoxal: ensaio sobre a sociedade de hiperconsumo**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A cultura-mundo: resposta a uma sociedade desorientada**. São Paulo: Companhia das Letras, 2011.

MAUSS, Marcel. A Expressão Obrigatória dos Sentimentos. In: Figueira, S (Org.). **Psicanálise e Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980.

MAUSS, Marcel. Ensaio sobre a magia. In: **Sociologia e Antropologia**. São Paulo, Cosac Naify, 2003.

MAUSS, Marcel; HUBERT, Henri. **Sobre o sacrifício**. São Paulo: Cosac Naify, 2005.

McCRACKEN, Grant. **Cultura e Consumo: novas abordagens ao caráter simbólico dos bens e das atividades de consumo**. Rio de Janeiro: Mauad, 2003.

\_\_\_\_\_. Cultura e consumo: uma explicação teórica da estrutura e do movimento do significado cultural dos bens de consumo. **RAE: Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 99-115, Mar. 2007. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-75902007000100014&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-75902007000100014&lng=en&nrm=iso). Acesso em 18 May 2020.

MENDONÇA, Maria Collier de. **Grávidas, mães e a comunicação publicitária: uma análise semiótica das representações da gravidez e maternidade na publicidade contemporânea de mídia impressa**. 2010. 112 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

MILLER, Daniel. Artifacts and the meaning of things. In **T. Ingold (ed.), Companion Encyclopedia of Anthropology**, London: Routledge, p. 396-419. Disponível em <http://metafactory.ca/ant325/wp-content/uploads/2014/09/Miller2002.pdf>

MILLER, Daniel. **Teoria das compras**. São Paulo: Nobel, 2002.

MILLS, Charles Wright. **Sobre o Artesanato Intelectual e outros ensaios**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

OLIVEIRA, Solange Riveli de; SANTOS, Geórgia Caetano de Oliveira; GOSLING, Marlusa de Sevilha; PINTO, Marcelo de Rezende. O comportamento do consumidor sob as lentes interpretativas da Consumer Culture Theory Corpo gestante, naturalmente transformado e socialmente valorizado: Consumo e Tipologia de valor. In Anais: **IX Encontro Nacional de Estudos do Consumo**. 2018.

PEREIRA, Ariane. **Ser mãe é... a maternidade normalizada pelo discurso jornalístico**. Curitiba: Appris, 2018.

PEREIRA, Viviane Andrada. **Ter ou não ter filhos: desejo ou destino?: família, subjetividade feminina e maternidade**; orientador: Terezinha Féres-Carneiro. – 2016.

PÉTONNET, Colette. Observação flutuante: o exemplo de um cemitério parisiense. In: **Antropolítica: Revista Contemporânea de Antropologia**, n. 25, 2o sem. 2008. Niterói: EdUFF, 2009.

PRADO, José Luiz Aidar. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: EDUC-FAPESP, 2013.

REZENDE, Cláudia. Em torno da ansiedade: subjetividade, mudança e gravidez. **INTERSEÇÕES**, Rio de Janeiro, v. 14 n. 2, p. 438-454, dez., 2012.

\_\_\_\_\_. Histórias de superação: parto, experiência e emoção. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 25, n. 54, p. 203-225, maio./ago. 2019.

\_\_\_\_\_. Um estado emotivo: representação da gravidez na mídia. **Cadernos Pagu**. n. 36, p. 315-344, jan./jun. 2011.

ROCHA, Everardo. **A sociedade do sonho**. Rio de Janeiro: Mauad, 1995.

\_\_\_\_\_. **Cenas do Consumo**: notas, ideias, reflexões. In: Revista Semear, n. 6. 2002, Rio de Janeiro: PUC-Rio. Disponível em: <[http://www.letras.puc-rio.br/catedra/revista/6Sem\\_06.html](http://www.letras.puc-rio.br/catedra/revista/6Sem_06.html)>. Acesso em 21 de set. de 2010.

\_\_\_\_\_. **Magia e Capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1995.

\_\_\_\_\_. **Totem e consumo**: um estudo antropológico de anúncios publicitários. In: Alceu: Revista de Comunicação, Cultura e Política. v.1, n.1, jul./dez. 2000, Rio de Janeiro: PUC-Rio, Dep. de Comunicação Social.

ROCHE, Daniel. **História das coisas banais: nascimento do consumo nas sociedades do século XVII a XIX**. Rio de Janeiro: Rocco, 2000.

RODRIGUES, José Carlos. **Antropologia e comunicação: princípios radicais**. Rio de Janeiro: Ed. PUC-Rio, 2008.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e Significado**: Estudos Indisciplinares. Rio de Janeiro: Maud X: Ed. PUC-Rio, 2006.

\_\_\_\_\_. **O tabu do corpo**. Rio de Janeiro: Achiamé, 1975.

\_\_\_\_\_. **Tabu da Morte**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz; 2006. 260 pp.

SAHLINS, Marshall. La Pensée Bourgeoise: a sociedade ocidental enquanto cultura. In: **Cultura e Razão Prática**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2003.

SANTAELLA, Lucia. **Corpo e comunicação: sintoma da cultura**. São Paulo: Paulus, 2004.

SANTOS, Cláudia Amaral dos. **Toda boa mãe deve... governo das maternidades para constituição de infâncias saudáveis e normais**. orientadora: Rosa Maria Hessel Silveira. Porto Alegre, 2009.

SCAVONE, L. **A maternidade e o feminismo: diálogo com as ciências sociais**. Cadernos Pagu, n.16, p.137-150, 2001.

SIBILIA, Paula. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, Tainá Amorim e. **Relatos de parto no Facebook: interação social e gênero no grupo Parto Natural**; orientadora: Adriana Andrade Braga. – 2020. 203 f. : il. color. ; 30 cm.

SILVEIRA, Flávio Leonel Abreu da. Por uma antropologia do objeto documental: entre “a alma nas coisas” e a coisificação do objeto. In: **Horizontes Antropológicos**. Porto Alegre, ano 11, nº 23, p. 37-50, jan-jun 2005.

SIMMEL, Georg. **Questões fundamentais da sociologia: indivíduo e sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2006.

SMIRNOVA, Olga. A ideologia por trás da tradição de pôr bebês para dormir em caixas de papelão na Finlândia. **BBC Brasil**. 5 fev. 2019. Disponível em: <https://www.bbc.com/portuguese/vert-cap-47004558>. Acesso em: dez. 2020.

SOUZA, Ana Luiza de Figueiredo. Tensionamentos maternos na contemporaneidade: articulações com o cenário brasileiro. In: **Revista Crítica de Ciências Sociais** – no 123 – 2020 – p. 47-68. Disponível em: <https://journals.openedition.org/rccs/10877>. Acesso em jan. 2021.

SOUZA, Ana Luiza de Figueiredo; POLIVANOV, Beatriz Brandão. Sabe o que Rola nessa Internet que Ninguém Fala?": Rupturas de Performances Idealizadas da Maternidade no Facebook. In: **XVII Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação**, 2017.

STRAUSS, Lévi. A eficácia simbólica. In: **Antropologia estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

\_\_\_\_\_. O feiticeiro e sua magia. In: **Antropologia estrutural**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

TURNER, Victor. **Floresta de símbolos**. Niterói: Editora da Universidade Federal Fluminense, 2005.

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São paulo: Cosac naify. 2012 (1975).

WRIGHT, Emma; BOYER, Kate. **Culture Geographies**. Volume: 25 issue: 3, page(s): 459-472 First Published March 23, 2018.

# Apêndices

## Apêndice A

Importante: esta foi a última versão, mais refinada e completa de roteiro, mais empregada com nas últimas entrevistas. Por isso algumas naturezas de respostas não foram tão vastamente exploradas aqui neste trabalho. Mas pretendo que o sejam em futuros artigos acadêmicos.

### Roteiro de Entrevista

1. Qual a primeira coisa que você acha que as mulheres pensam quando descobrem que estão grávidas? Por que? E os homens? Por que?
2. A mulher descobriu que está grávida, por isso ela tem que...
3. O homem descobriu que vai ter um bebê, por isso ele tem que....
4. Como as pessoas costumam contar para as outras que estão esperando um bebê? O que faz com que essas formas de dar a notícia sejam diferentes? Por que?
5. E você, como contou que estava grávida? Para quem? Por que?
6. E qual a primeira coisa que vem à mente das pessoas quando se fala em questões de bens materiais / consumo na gestação? Por que acha que isso acontece?
7. Qual o primeiro objeto que acha que as gestantes costumam comprar para o bebê? Por que?
8. E qual foi o primeiro objeto que comprou para o seu bebê? Por que?
9. Comente a frase: descobriu que está esperando um bebê, tem que fazer lista de enxoval.
10. Como costumam ser as listas de enxoval? Me dê exemplos, por favor?
11. Você fez lista de enxoval? Como? Quem te influenciou/ajudou na lista? Pode me mandar ou me mostrar a sua lista?
12. O que as pessoas costumam dar de presente quando sabem que alguém está esperando um bebê?
13. Isso muda se a pessoa que está dando a notícia sobre a gestação é o homem ou a mulher? Por que?
14. E qual foi o primeiro objeto que ganhou de presente? o que achou? você trocava? por que? pelo que?
15. Você costumava presentear outras gestantes antes? O que costumava dar de presente para elas? Mudaria isso hoje? Por que?

16. O que você já ganhou de presente para você ou seu bebê? O que mais te chamou atenção até o momento? Por que?
17. O que você já ganhou de presente para você como gestante? O que mais te chamou atenção até o momento? Por que?
18. As pessoas costumam precisar aprender sobre objetos para bebês e gestantes? Por que? Dê exemplos.
19. O que as pessoas costumam precisar aprender sobre objetos de bebê? Como as pessoas costumam aprender? E sobre objetos de gestantes? Como as pessoas costumam aprender?
20. E você precisou aprender algo sobre objetos de bebês? Como aprendeu? Sobre o que? Com quem? E sobre objetos de gestantes?
21. Como você acha que uma pessoa sabe se um objeto será ou não necessário para o bebê? E para a gestante?
22. Você acha importante fazer essa diferenciação? Como tem feito?
23. Você acha que as pessoas costumam emprestar ou doar objetos do seu bebê? Por que? Em que situações? Há tipos de objetos que combinam com essa prática? Quais? Por que? E há tipos que não deveriam ser doados e emprestados? Quais? Por que?
24. Você acha que as pessoas costumam aceitar objetos doados ou emprestados para o seu bebê? Por que? Quando devem aceitar? Quando não devem aceitar? O que devem aceitar? Por que? O que não deveriam aceitar? Por que?
25. Você aceita ou já aceitou objetos usados para você ou seu bebê? Quais? Por que?
26. Como as pessoas costumam organizar os objetos do bebê? Se tivessem que colocar as coisas em caixinhas, que nomes teriam nelas? Por que?
27. Você organizaria (ou organizou) de forma diferente? Por que?
28. E para os objetos de gestante? Quais caixinhas as pessoas costumam criar? Por que?
29. Você organizaria (ou organizou) de forma diferente? Por que?
30. Antes de ficar grávida, como imaginava que seriam as consultas de pré-Natal? O que já tinha ouvido as pessoas falarem sobre isso?
31. E como elas estão sendo (ou foram) para você? Que tipos de conversa e dúvidas tem e tira com o seu médico?
32. Antes de ficar grávida, como imaginava que seriam os exames de ultra? O que já tinha ouvido as pessoas falarem sobre isso? E o que mais te chamava atenção sobre isso? Por que?
33. E como eles estão sendo (ou foram) para você? Algo novo te chamou atenção? Por que?

34. O que as pessoas costumam esperar para decidir sobre o bebê enquanto não sabem o sexo? Por que? Há algo que costumam decidir antes de saber o sexo do bebê? Por que?
35. E com você, como foi?
36. O que já havia ouvido falar, antes de ficar grávida, sobre quarto de bebê? Como as pessoas costumam decidir sobre isso? O que as pessoas costumam priorizar quando estão conversando sobre esse tema? Por que acha que isso acontece?
37. Antes de ficar grávida, como imaginava que seria o quarto do seu bebê? Por que?
38. E agora, como decidiu que seria o quarto do bebê? Por que?
39. Com acha que as mães costumam se imaginar no quarto do bebê? Por que?
40. E como você se imagina nesse quarto com o bebê? Por que?
41. Como as pessoas costumam se informar sobre o período da gestação, sobre bebês e tudo que cerca esse universo? O que já tinha ouvido falar sobre isso antes de ficar grávida?
42. E agora que ficou grávida, como tem se informado sobre esse universo? O que mais te chamou atenção até agora? Por que?
43. Como as pessoas costumam decidir como e onde terão os seus bebês? Me conta como imaginava que era antes de ficar grávida.
44. E me conta como tem sido (ou foi) com você?
45. Já ouviu falar em diário de gestante? Conhece alguém que tenha feito? Por que acha que as pessoas podem querer fazer um?
46. Você fez ou irá fazer? Por que?
47. Já ouviu falar sobre o livro de 1 ano do bebê? Conhece alguém que tenha feito? Por que acha que as pessoas podem querer fazer um?
48. Você está fazendo ou irá fazer? Por que?
49. Já ouviu falar sobre book de gestante? Conhece alguém que tenha feito? Por que acha que as pessoas podem querer fazer um?
50. Você está fazendo ou irá fazer? Por que?
51. Já ouviu falar sobre ensaio newborn? Conhece alguém que tenha feito? Por que acha que as pessoas podem querer fazer um?
52. Você irá fazer? Por que?
53. Já ouviu falar sobre chá de bebê? Já havia participado de algum antes de ficar grávida? O que mais te chamou atenção? Por que? Por que acha que as pessoas podem querer fazer um?

54. Você fez ou irá fazer? Por que?
55. Já ouviu falar sobre chá de revelação? Já havia participado de algum antes de ficar grávida? O que mais te chamou atenção? Por que? Por que acha que as pessoas podem querer fazer um?
56. Você fez ou irá fazer? Por que?
57. Como acha que as pessoas costumam imaginar uma gestante? Descreva com o máximo de detalhes. Se preferir, pode escolher 3 imagens que melhor representam o que as pessoas pensam.
58. E como acha que as gestantes se veem como gestantes? Descreva com o máximo de detalhes. Se preferir, pode escolher 3 imagens que melhor representam como as gestantes se veem.
59. E você, como se imaginava como gestante? Por que?
60. E como está sendo pra valer? Se você tivesse que se descrever como gestante, como se descreveria? Pode também escolher imagens, se preferir?
61. As pessoas pensam que uma boa gestante é aquela que... (por que?)
62. Antes de estar gestante, você pensava que uma boa gestante era aquela que... (por que?)
63. E agora, mudou de ideia? Por que?
64. O que as pessoas pensam que seriam as decisões mais importantes que uma gestante precisa tomar? Por que? E qual seria a mais importante na opinião das pessoas? Por que?
65. Antes de estar gestante, o que pensava que seriam as decisões mais importantes? Por que?
66. E agora que está gestante, isso mudou de alguma forma? Por que?
67. Para a maior parte das pessoas, há exemplos conhecidos de boas gestantes? Quais? Por que?
68. E para você, tem alguma gestante que você tem como exemplo. Por que?
69. Se as pessoas tivessem que criar tipos de gestantes, que tipos elas criariam? Você pode dar nome, descrever e/ou escolher imagens. O que você acha que as pessoas levam em consideração para criarem esses tipos? Por que?
70. A partir do consumo de que uma gestante passa a ser mãe? Por que?

## Apêndice B

### Dez maiores grupos sobre Gravidez mapeados no Facebook – nov 2020

O menor dos 50 grupos mapeados tinha 17 mil membros no momento em que a pesquisa foi realizada. A planilha abaixo demonstra um trabalho de levantamento que estava ainda em andamento, mas que pode ser útil para estudos futuros.

Grupos mapeados no FB sobre GRAVIDEZ	Link	Criação	Membros (mil) ou Curtidas	Descrição
Grávidas	<a href="https://www.facebook.com/Gravidasemaess">https://www.facebook.com/Gravidasemaess</a>	2014 (pela 1a foto de capa)	1.696.396	Não tem descrição, mas o conteúdo é todo focado em memes, fofocas sobre famosos (fonte: TVPRIME) e polêmicas sobre maternidade (ex: mulher de 22 anos faz laqueadura porque não quer ter filhos)  Além disso, tem no álbum imagens para viralizar, como "faltam x semanas para"/ "sou mãe de príncipe/princesa"
Grávida apaixonada	<a href="https://www.facebook.com/GravidaApaixonadaOfc">https://www.facebook.com/GravidaApaixonadaOfc</a>	fev/16	718	Buscamos compartilhar seus melhores momentos, relatos, dúvidas & fotinhas, Sejam muito bem Vindas, e sintam-se à vontade ♡
Mulher grávida	<a href="https://www.facebook.com/mulheresgravidas">https://www.facebook.com/mulheresgravidas</a>	nov/16	691	Estar Grávida é Suposto ser o Momento mais feliz em Sua Vida, Desfrute! Descubra as Melhores Dicas sobre a Gravidez!
Mundo das gravidinhas online			647	
Estou grávida	<a href="https://www.facebook.com/estougravidaoficial/">https://www.facebook.com/estougravidaoficial/</a>	abr/16	464	
Grávidas	<a href="https://www.facebook.com/gravidasofc/?ref=page_inter nal">https://www.facebook.com/gravidasofc/?ref=page_inter nal</a>	abr/19	442	
Tudo sobre gravidez e maternidade	<a href="https://www.facebook.com/TudoSobreGravidezMaternidade/">https://www.facebook.com/TudoSobreGravidezMaternidade/</a>	dez/11	397	
Eu vou ser mamãe 2 (oficial)			287	
Tô grávida			286	
Mães & grávidas			263	

## Apêndice C

Exemplo de lista de enxoval elaborada por EM após pesquisa em algumas referências de internet.

Moveis:

- Berço
- Kit berço sem frufirus
- Mobile (diy)
- Trocador
- Kit higiene (Garrafa termica, potes para algodão, cotonete, porta fralda, )
- Tapete de atividades
- Almofada de amamentação
- Babá eletrônica

Acessórios

- Travesseiro para carrinho antirefluxo
- Mochila passeio
- Quebra sol do carro
- Almofada para banheira
- Lenços umedecidos RN
- Pomadas para assadura
- Fraldas
- Sabonete líquido
- Alcool 70%

Enxoval para Bebe (roupas e etc)

- Toalha de banho com capuz 3
- 2 cobertores
- 1 manta
- 3 jogos de lençol

- [x] 2 lençóis de baixo avulso
- [ ] 1 travesseiro antirefluxo
- [x] 2 fronhas avulsas
- [x] 10 paninhos de boca
- [x] 10 Fraldas de pano
- [x] sling de recém nascido
- [x] 6 Body de manga longa RN / P
- [x] 6 Body de manga curta RN /P
- [x] Macacões RN
- [x] Macacões P
- [x] Mijões P
- [x] Babadores
- [x] Meias
- [x] 2 Luvinhas
- [x] Touquinhas
- [x] Roupa para saída maternidade
- [x] Mamadeiras
- [x] Escova para limpar mamadeiras
- [ ] Chupeta
- [x] Prendedor de chupeta

#### Roupas para mim

- [ ] Sutiã de amamentação
- [x] Camisola
- [x] Pijama para receber
- [x] Calcinha pós parto
- [x] Absorventes de seio
- [x] Absorvente normal
- [x] 1 Pomada para rachadura do peito