



Empreendendo o projeto gravidez: gestação (ou gestão) de uma nova vida?

Bianca Leite Dramali

Escola Superior de Propaganda e Marketing, Curso de Comunicação e Publicidade, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, Brasil

<https://orcid.org/0000-0002-7369-6446>

Arranjos contemporâneos do gestar, nascer, ser e estar no mundo

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, p. 327).

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?

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. Podemos constatar, no entanto, que muitas dessas lógicas atravessam, mesmo que de forma adaptada, a fronteira do poder aquisitivo, da classe socioeconômica e do poder de compra.

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, marcando o fim da gestação, podemos perceber que enquanto o fim da vida se privatiza (RODRIGUES, 2006/1983), a gravidez e o nascimento tornam-se momentos da vida cada vez mais públicos¹.

Atravessada pela influência midiática, a maternidade, desde a gestação, é cercada de um time de especialistas e espaços que hoje vão muito além dos médicos: doulas; *baby planners*²; fotógrafos; 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, dentre tantos outros que me foram sendo apresentados durante o campo de pesquisa. Todos esses levam a maternidade a ser vista como espaço de experiência de consumo, e não mais como um lócus médico apenas.

1 O conceito de público aqui empregado refere-se ao sentido de algo que se torna publicizado quando é divulgado, comunicado, transmitido, postado, filmado, compartilhado, enfim, mediatizado. Mas, como apresentado em descobertas de pesquisa ao longo deste artigo, o fenômeno apresenta-se privado (ou privatizado) no sentido das transações comerciais de serviços e as manifestações de consumo cada vez mais presentes e imbricadas na gestação e nascimento dos bebês.

2 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.

A pesquisa teve como percurso metodológico: entrevistas com 14 informantes gestantes³, com visitas aos quartos dos bebês que elas gestavam, onde puderam compartilhar comigo suas perspectivas e experiências. Além disso, a pesquisa contou com a observação e análise de vídeos disponíveis no Instagram e YouTube, a partir do monitoramento de *hashtags*; observação em feiras de gestantes; observação e monitoramento de grupos de discussão de gestantes no Facebook.

A partir das descobertas do campo de pesquisa, pode-se constatar que a pedagogia⁴ do gestar é transmitida e repercutida em narrativas, relatos e testemunhos. Seja na TV, seja através de posts que permitem 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 envolvem 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.

Para ser, o bebê 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. Há uma visibilidade que lhe é imposta, celebrada em maior ou menor grau de intensidade, mas que está posta como uma nova forma de existir, mesmo antes de nascer, na contemporaneidade.

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).

Segundo Aubert e Haroche (2013), em *Tiraniyas da visibilidade*, algumas características marcam estes nossos tempos. Ficam acentuadas a midiatização⁵ 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.

3 O perfil das informantes era em sua maior parte formado por um recorte de classe média/média alta. Mas realizei entrevistas com três informantes de classe popular e procurei ampliar o olhar do fenômeno a partir das observações nas redes sociais, principalmente, para este fim, monitorando os grupos de gestantes e tentantes (mulheres tentando engravidar) no Facebook.

4 O termo pedagogia aqui empregado se apresenta no sentido de socialização para o consumo. Assim, pode ser compreendido como pedagogia do consumo, função social das mensagens mediatizadas e publicizadas em nossa sociedade de consumo. O conceito 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 no endereço: <<https://www.revistas.usp.br/signosdoconsumo/article/view/44594>>.

5 Cabe aqui trazer o conceito de midiatização que considero nesta pesquisa. Segundo José Luiz Aidar Prado (2013), em *Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais*, midiatização “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).

“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 já nasce imerso neles. E estes signos em quantidade irão contribuir para forjar a sua subjetividade em formação.

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, 2006/1983). 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.

Estetização da existência e o imperativo da visibilidade

No contexto de formação de subjetividade regido pelo imperativo dos regimes de visibilidade, estetização e mediação 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 esse ciclo vicioso movido pela visibilidade como imperativo de existência, Baitello Júnior (2014) pondera que o primeiro sacrificado nesse 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). Ele completa ainda que essa transferência faz com que o tempo se congele em um eterno presente, o que significaria não haver presente, visto que “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 essa presentificação de vivências a partir das imagens midiáticas? Notamos em nossa pesquisa que apenas sentir o bebê e imaginá-lo não é mais suficiente para se sentir grávida. Há uma ansiedade pelo “dia da ultra”⁶. Algumas gostariam de ter o *gadget* de monitoramento do bebê, que é acoplado ao celular, para poder ver o bebê quando quisessem.

A gestante vê nas redes sociais, ou em algum dos aplicativos de acompanhamento da gravidez, que deveria estar sentindo A ou B naquele exato momento do período gestacional, 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.

São pilares da nossa cultura contemporânea, a visibilidade, a mediação 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 essa imagem que se media. Porque não se pode compartilhar qualquer imagem, porque somos entendidos como sendo elas. Nossa identidade e subjetividade são forjados para que possam partir dessa lógica. E, essa dinâmica se inicia desde antes da efetiva existência extrauterina ou corporal. Começa a existir como informação, como imagem.

6 Termo coloquial empregado usualmente pelas informantes e nos conteúdos analisados nas redes sociais para o procedimento médico da ultrassonografia.

O cardápio de modelos estéticos de gestação é extenso nas redes sociais digitais. 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.

A partir da pesquisa empreendida por mim, considerando todas as metodologias utilizadas, desde a observação nas redes sociais até a pesquisa de campo com as gestantes, 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 Campbell (2001/1987), onde sonhar acordado com algo é, por vezes, mais prazeroso do que a obtenção de fato daquele objeto de consumo com o qual se sonhava.

Projeto gravidez: empreendendo uma nova existência

A formação da subjetividade contemporânea, além de regida pelo imperativo dos regimes de visibilidade, estetização e midiaticização da vida, imprime uma obrigatoriedade da performance.

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 isso, engravidar torna-se um empreendimento. Empreendimento em que, se há “falha”, a culpa recai sobre a mulher, por esta não ter empreendido todos os passos que a levariam ao sucesso. “Falhas” comuns nesta jornada passam por 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.

Nesse projeto do gestar, o cronograma é definido pela natureza humana: nove meses. Mas a forma como essa experiência será vivenciada terá grande impacto principalmente pela cultura em que a gestante está imersa. E o bebê, mergulhado no líquido amniótico 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, a cada dia, há mais formas de intensificar essa 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 pedagógicas, a depender do estilo de vida de cada gestante. Mudam e são adaptadas as pedagogias de acordo com valores, visões de mundo e poder aquisitivo. Mas elas estão ali, dadas como a forma de nascer na sociedade contemporânea.

Ao que parece, a dinâmica de engravidar, pensada a partir da perspectiva do consumo, pode se comparar, em alguns pontos, 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.

A pedagogia da maternidade é mais intensamente complexificada a cada dia. Em entrevista⁷ sobre a maternidade na contemporaneidade, publicada na *Revista 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 Baby Center⁸, 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 essa espécie de gestação gamificada, na qual você consegue acompanhar a sua performance e a do bebê, a cada dia ou “fase do jogo”, está dada e estabelecida, tornando-se uma experiência estendida e extracorporal da gestação. Em apps como esse, o seu diário da gestação, por assim dizer, já vem pronto, prescrito, pré-preenchido.

A reportagem mencionada afirma ainda que obstetras notam que suas pacientes chegam aos consultórios muito mais bem informadas em comparação 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 o próximo passo. Um tempo que não espera ou contempla. Nessa 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, aplicativos para celular, grupos e fóruns de discussão.

Tais arranjos e as derivadas tiranias da visibilidade advindas dos mesmos trazem impactos significativos na formação de nossa subjetividade, convidando-nos a assumir determinados *modos de ser* (BRUNO, 2008). Nessa perspectiva, é potencializado o conceito de normatização, tanto dos modos de ser quanto dos modos de sentir e de se expressar. Passa-se a desejar a norma e a persegui-la, seguindo a lógica da performance, de conquistar o mesmo que se vê o outro vivenciando em suas experiências.

7 Entrevista disponível em: https://static.voegol.com.br/voegol/revista/206_revista_GOL_206.pdf#_ga=2.131035147.527644568.1661305651-871016116.1661305649

8 Aplicativos como o *Baby Center* objetivam o bebê em dimensões, tamanhos, comparando-o a frutas e legumes, por exemplo, e descrevem em vídeos e imagens o que está acontecendo com ele naquele momento. Todos esses filtros de imagens, digamos assim, podem criar uma certa barreira para a vivência do presente e das sensações corporais reais da gestação. Além disso, podem causar frustração, caso a evolução do bebê não corresponda ao previsto e planejado pelo aplicativo.

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, p.113).

A oferta de meios de pedagogizar a gestante para seus modos de ser, ter e fazer continua presente nos veículos de mídia considerados tradicionais, bem como, cada vez mais, 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 de vários 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.

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 designadas. As *baby planners*, por exemplo, podem ser entendidas como cerimonialistas do nascimento. Nos casamentos as cerimonialistas têm papel chave para o sucesso do evento. E vemos isso começar a acontecer também no universo da gestação, cujo 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 esse papel, nem que seja a própria celebrante, seja ela noiva, seja ela gestante. A função de organizar esse 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 esses diversos profissionais e seus serviços no momento certo do cronograma do projeto. Assim, é a gestante que encarna, muitas das vezes, o papel de gestora de todo o projeto, de cerimonialista, do evento principal chamado nascimento.

Como fiquei sabendo da existência da profissional *baby planner*? Estava na casa de uma das minhas informantes, GL, 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.

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 esse “essencial”, e ela me explicou que seriam itens como carrinho, bebê conforto, acessórios para alimentação e amamentação, mamadeira, chupeta.

A *baby planner* contratada por GL foi a Júlia Lavie⁹. A mesma se propõe a ofertar um serviço de enxoval humanizado. Este é um dos depoimentos de uma de suas clientes em seu site:

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 relembrar 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 a decisão em questão parece assumir mais protagonismo do que as que se referem ao parto, por exemplo, como costumava se dar quando era o discurso médico que prevalecia na pedagogia da gravidez. Aqui, há uma dupla comprovação dessa centralidade do consumo: primeiro, por se tratar da materialidade dos objetos constituintes do enxoval; segundo, 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 nessa comparação entre mundo de negócios e a gestação, resgatamos o conceito advindo da lógica empreendedora de visar a performance. Relembramos também o fato de que ser bem ou malsucedido nesta jornada depende da sua dedicação e empenho a ela. A conquista precisa ser construída e gerenciada.

A organização não para na gestão do projeto contratado de consultoria do enxoval. No caso da informante GL, e de outros exemplos que pude verificar em vídeos no YouTube, bem como junto a outras informantes, esse valor se estende até à maneira como as peças que compõem o enxoval são dispostas no armário. Categorizados por idade e com luzes adesivas que ajudam a procurar objetos dentro do armário no escuro. Toda esta organização é para que seu desempenho como mãe naquele ambiente seja maximizado. Vale salientar que esse também é um dos serviços que pode ser contratado junto às mais diversas opções de *baby planners*.

Curioso notar também o valor que há na organização dos objetos. Há uma lógica empreendedora que busca 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 esse empreendimento dar errado.

9 <<https://julialavie.com.br/>>

Assim, o projeto chamado nascimento precisa também de elementos a serem priorizados, como já foi rapidamente apresentado 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, nessa pedagogia consumidora da gestação, precisa ser definido, como em qualquer outra gestão de projeto, a ordem e prioridade das tarefas.

Uma outra informante, TR, 35 anos, de Niterói, região metropolitana do estado do Rio de Janeiro, trouxe-me também esta perspectiva sobre a prioridade das tarefas da gravidez, 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...”.

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?”. A partir de então, passou a pesquisar se seria melhor fazer o enxoval no Brasil ou exterior. 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.

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 do profissional, como aconteceu com a TR.

Tudo isso 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 desse 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. O projeto já é tão conhecido pelos fãs desse espetáculo narrativo que no YouTube há uma certa cobrança pelo próximo capítulo, na ordem em que o roteiro costuma prever. Como se dá também no exemplo que eu trouxe aqui, da 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 essas mulheres durante a jornada. É como se precisassem fazer de tudo para terem certeza de que estarão prontas na hora que o bebê nascer. 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. O curso de gestante costuma fazer com que as mulheres se sintam mais seguras e preparadas, dando a elas uma sensação maior de que: ao saberem mais, controlam melhor a situação e fazem melhor gestão desse 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.

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”¹⁰ em suas vidas extrauterinas. E que o recém-nascido encontre em sua mãe alguém que manterá bem-sucedida 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 – 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, 2011, p. 37).

Nasce a gravidez-ostentação

A partir da junção do imperativo da visibilidade e da performance, proponho o conceito de gravidez-ostentação. O fenômeno pode ser observado a partir dos rituais da gestação, na perspectiva do consumo de experiências, em sua gestão empreendedora. Após o chá de fraldas não são raras fotos com gestantes cercadas de pilhas de fraldas, por exemplo. Símbolo dessa ostentação seria também o fato de a gestante ter conseguido desempenhar bem o seu parto – tendo entrado em trabalho de parto e conseguido ter dilatação, por exemplo.

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, 2012/1992, p. 88).

10 Referência ao filme *O show de Truman* (1998), no qual a vida do personagem principal era roteirizada, desde o nascimento, para que pudesse ser transmitida em um *reality show*.

Em seus estudos, Tainá Amorim e Silva (2020) analisa os relatos de parto em um grupo do Facebook, de nome *Parto Natural*. 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 essa meta experiencial não é alcançada, muitas das gestantes se referem 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 cesarianas.

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 gestação do projeto chamado gestação. E quando se alcança o que deseja, se quer mais. Se quer viver emoções ainda mais intensas e superar aquelas já vividas. Esse ciclo de consumo baseado no que sonhamos é explicado por Campbell (2001/1987) no livro *A Ética Romântica e o Espírito do Consumismo Moderno*. O *day dreaming*, conceito proposto pelo autor, aplicado à gestação, manifesta-se, por exemplo, nesses relatos de não parto, bem como em outras experiências, ou não experiências, durante a jornada da gestação.

A dinâmica da gestação entendida como projeto, que requer atitude empreendedora para que haja a performance – no sentido de resultado e desempenho – requer preparação, como nas práticas esportivas. A preparação para o parto, por exemplo, pode ser encarada como um treino. Tal prática foi narrada em diversas das entrevistas realizadas com as gestantes, bem como observada em narrativas monitoradas em redes sociais, o que nos leva a outro elemento observável: quando o parto é vivido como planejado, ele é encarado como uma conquista. Do contrário, muitas vezes, o que vemos é frustração ou até mesmo o relato de uma não experiência, como já apresentado anteriormente. É a lógica do esporte – treinar para vencer – aplicada e visada na gestação, como apontou Ehrenberg (2010/1995) em seu livro *O culto à performance*¹¹, o corpo como algo apartado do indivíduo. Pode-se notar esse último ponto em frases como “ela treinou o meu corpo” ou “meu corpo era capaz” em muitos relatos de parto disponíveis nas redes sociais, como no caso da vlogger Amanda Domenico¹².

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, p. 56-57).

11 Referência ao livro *O Culto da performance: da aventura empreendedora à depressão nervosa*, do sociólogo francês Alain Ehrenberg, publicado originalmente na França em 1995, mas no Brasil apenas em 2010.

12 No Youtube desde 2008, faz vídeos com dicas de beleza e vlogs. Em setembro de 2018 ela ficou grávida e passou a abordar a maternidade no canal também. Mais informações disponíveis em: <<https://criadoresid.com/criador/amanda-domenico/>>.

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. É interessante notar que, mesmo com o treino, a performance e a conquista do parto natural, como desejado, pode não acontecer. Isso fica claro em alguns relatos presentes em vídeos no YouTube; eles ficam lá gravados para posteridade. E algumas pessoas curiosas perguntam se a técnica funcionou para quem estava treinando. As respostas de algumas dessas mães se revelam como confissões frustradas onde relatam que o treino não foi eficaz e que por isso precisaram fazer cesárea.

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).

Assim, como nos afirma Campbell (2006) 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 se faz visibilizar a partir do consumo e, ao mesmo tempo, o consumo o torna visível. Assim se dá desde o nascimento em nossa sociedade.

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 o referido conceito, os indivíduos imitam atos, comportamentos e corpos que são considerados como manifestações bem-sucedidas em sua cultura. Além disso, concedem prestígio àqueles que desempenham e encarnam estes comportamentos e atos manifestos em seus corpos.

Mauss (1980/1921, p. 56) 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”.

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, 1980/1921, 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 seu artigo sobre a representação da gravidez na mídia, ela 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, p. 317).

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.

Considerações finais

Por todo o exposto até aqui, é possível afirmar que 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, chá de revelação, bem como 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.

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 esse papel social. Esse tipo de comportamento é aprendido e apreendido a partir de textos culturais midiáticos, produzidos pelo próprio consumidor nas redes sociais, assim como 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.

Assim, não há dúvidas de que 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. Cabe a nós, pesquisadores, refletirmos sobre o impacto dessas práticas na formação da subjetividade do bebê e em nossas lógicas e representações sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AUBERT, N.; HAROCHE, C. **Tiranias da visibilidade**: o visível e o invisível nas sociedades contemporâneas. São Paulo: Fap-Unifesp, 2013.

BAITELLO JÚNIOR, N. **A era da iconofagia**: reflexões sobre a imagem, comunicação, mídia e cultura. São Paulo: Paulus, 2014.

BRUNO, F. Máquinas de ver, modos de ser: visibilidade e subjetividade nas novas tecnologias de informação. **Revista Famecos**, abr., 2008. Disponível em: <<https://www.researchgate.net/publication/28131935>>. Acesso em: nov. 2020.

CAMPBELL, C. **A ética romântica e o espírito do consumismo moderno**. Rio de Janeiro: Rocco, 2001 (Original de 1987).

_____. Eu compro, logo sei que existo: as bases metafísicas do consumo moderno. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 47-64.

EHRENBERG, Alain. **O culto da performance**: da aventura empreendedora à depressão nervosa. Aparecida: Ideias & Letras, 2010 (Original de 1995).

FREIRE FILHO, J. **A promoção do capital humano**: mídia, subjetividade e o novo espírito do capitalismo. Porto Alegre: Sulina, 2011.

GOMES, L. G. Madame Bovary ou o consumo moderno como drama social. In: BARBOSA, L.; CAMPBELL, C. **Cultura, consumo e identidade**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006. p. 65-90.

GOTTLIEB, A. Para onde foram os bebês? Em busca de uma antropologia de bebês (e de seus cuidadores). **PSICOLOGIA USP**, São Paulo, v. 20, n. 3, p. 313-336, jul./set., 2009.

LE BRETON, D. **A sociologia do corpo**. Petrópolis: Vozes, 2012 (Original de 1992).

MAUSS, M. A Expressão Obrigatória dos Sentimentos. In: Figueira, S. (Org.). **Psicanálise e Ciências Sociais**. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1980 (Original de 1921).

_____. **Sociologia e antropologia**. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.

PRADO, J. L. A. **Convocações biopolíticas dos dispositivos comunicacionais**. São Paulo: Educ-Fapesp, 2013.

REZENDE, C. Em torno da ansiedade: subjetividade, mudança e gravidez. **INTERSEÇÕES**, Rio de Janeiro, v. 14, n. 2, p. 438-454, dez., 2011.

RODRIGUES, J. C. **Tabu da Morte**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2006 (Original de 1983).

SCAVONE, L. A maternidade e o feminismo: diálogo com as ciências sociais. **Cadernos Pagu**, n. 16, p. 137-150, 2001.

SIBILIA, P. **O show do eu: a intimidade como espetáculo**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 2008.

SILVA, T. A. **Relatos de parto no Facebook: interação social e gênero no grupo Parto Natural**. 2020. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Pontifícia Universidade Católica, Rio de Janeiro, 2020.

RESUMO

Este artigo representa uma parte das descobertas da minha pesquisa de doutorado acerca da relação entre gravidez e consumo. O que apresento aqui tem por objetivo discutir o imperativo da visibilidade como condição de existência na contemporaneidade. Em junção com o imperativo da performance e da lógica empreendedora que atravessa a nossa existência, presenciamos o que chamei de gravidez-ostentação. Uma nova forma de gestar, de ser e estar no mundo, que se reflete na vida dos bebês desde a sua vida intrauterina. Nesse contexto, as gestações imbricadas pelo consumo fazem com que os bebês nasçam mesmo antes de seus partos. Os bebês existem como imagens, mediados também por objetos e mediatizados em suas vidas intrauterinas. Às gestantes caberia cuidar do projeto de uma nova vida, empreendendo todos os esforços para que os resultados sejam bem-sucedidos, como preconiza a pedagogia contemporânea da gravidez.

Palavras-chave:

consumo, gravidez; bebê, performance, estetização.

Emprender el proyecto de embarazo: ¿gestación (o gestión) de una nueva vida?

RESUMEN

Este artículo representa una parte de los hallazgos de mi investigación doctoral sobre la relación entre embarazo y consumo. Lo que aquí presento tiene como objetivo discutir el imperativo de la visibilidad como condición de existencia en la contemporaneidad. En conjunción con el imperativo del desempeño y la lógica empresarial que impregna nuestra existencia, asistimos a lo que denominé embarazo-ostentación. Una nueva forma de gestionar, de estar y estar en el mundo, que se refleja en la vida de los bebés desde su vida intrauterina. En este contexto, los embarazos imbricados por el consumo, hacen que los bebés nazcan incluso antes del parto. Los bebés existen como imágenes, también mediados por objetos y mediados en sus vidas intrauterinas. Las mujeres embarazadas serían las encargadas de cuidar el proyecto de una nueva vida, esforzándose al máximo para que los resultados sean exitosos, como recomienda la pedagogía contemporánea del embarazo.

Palabras clave:

consumo, el embarazo, bebé, rendimiento, estetización.

Undertaking the pregnancy project: gestation (or management) of a new life?

ABSTRACT

This article represents a part of the findings of my doctoral research on the relationship between pregnancy and consumption. What I present here aims to discuss the imperative of visibility as a condition of existence in contemporary times. In conjunction with the imperative of performance and the entrepreneurial logic that permeates our existence, we witness what I called pregnancy-ostentation. A new way of managing, being and being in the world, which is reflected in the lives of babies since their intrauterine life. In this context, pregnancies imbricated by consumption, cause babies to be born even before delivery. Babies exist as images, also mediated by objects and mediated in their intrauterine lives. Pregnant women would be responsible for taking care of the project of a new life, making every effort to ensure that the results are successful, as recommended by the contemporary pedagogy of pregnancy.

Keywords:

consumption, pregnancy, baby, performance, aestheticization.

DATA DE RECEBIMENTO: 28/02/2022

DATA DE APROVAÇÃO: 02/08/2022



Bianca Leite Dramali

Publicitária graduada pela Universidade Federal Fluminense (UFF), Brasil. Doutora e mestre em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), Brasil. Pesquisadora do ReC (Grupo de Pesquisa Retórica do Consumo). Docente de graduação e pós-graduação na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM-Rio), Brasil.

E-mail: professorbiancadramali@gmail.com