

## MÃE E FILHO(A) TAMBÉM É FAMÍLIA: OS RETRATOS DA MATERNIDADE SOLO NO INSTAGRAM DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19<sup>1</sup>

Júlia PEREZ<sup>2</sup>

Antônia HAAG<sup>3</sup>

Milena Freire DE OLIVEIRA-CRUZ<sup>4</sup>

Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, RS

### Resumo

Este trabalho visa a analisar as representações da maternidade solo (monoparentalidade feminina) na rede social Instagram dentro do contexto de pandemia do Covid-19. Nesse sentido, são consideradas para o estudo as performances, rede de apoio e relacionamento das mães solo representadas na rede social, a romantização e desabafos de dificuldades devido à condição materna. A pesquisa teve caráter quantitativo e qualitativo. Inicialmente, foi realizado um questionário online aplicado com mães de todo o Brasil e, na segunda fase, analisamos e acompanhamos por oito semanas o perfil de quatro influenciadoras do Instagram que abordam o tema da maternidade solo. Os dados revelam especialmente o sentimento de sobrecarga por parte das mães e a ausência da temática da pandemia nas redes por parte das influenciadoras.

**Palavras-chave:** Representação; Maternidade solo; Instagram; Pandemia;

### Introdução

O presente trabalho é fruto de um projeto de pesquisa mais amplo denominado *Romântica, real e ativa: narrativas pessoais e interações sobre a maternidade nas redes sociais*, que tem como objetivo observar discursos de mulheres a respeito da maternidade que circulam no meio *on-line*, mais especificamente nas redes sociais. O artigo visa a compreender melhor a face da monoparentalidade feminina, entendendo essa como uma categoria específica para analisar a maternidade e a maternagem. No que diz respeito à circulação narrativas maternas em redes sociais, é interessante apontar que nos últimos anos tem sido mais frequente o compartilhamento de situações cotidianas que tratam das

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática 7 – Comunicação, Espaço e Cidadania, da Intercom Júnior – XVI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XLIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação. 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Relações Públicas, UFSM. Contemplada com a bolsa de Iniciação Científica PROBIC FAPERGS-UFSM (vigência de 01/08/2020 até 31/07/2021) no projeto de pesquisa *Real, Romântica e ativa: narrativas pessoais e interações sobre a maternidade nas redes sociais* com orientação da Prof<sup>a</sup>. Milena Carvalho Bezerra Freire, email: julialp9@gmail.com.

<sup>3</sup> Estudante de Graduação. 6º semestre do Curso de Comunicação Social – Produção Editorial, UFSM. Bolsista PET/FNDE pelo PET Ciências Sociais Aplicadas (PET CiSA/UFSM), e-mail: antoniathaag@gmail.com

<sup>4</sup> Orientadora. Professora do Departamento de Ciências da Comunicação e do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal de Santa Maria. E-mail: milena.freire@ufsm.br

dificuldades e desafios que são impostos social e culturalmente às mulheres/mães. Essa temática tem sido usualmente denominada pelas próprias usuárias de "maternidade real" e se posiciona muitas vezes como uma oposição à romantização e idealização da maternidade. Para uma melhor classificação e análise dos conteúdos produzidos pelas influenciadoras, realizamos uma análise prévia. Feito isso, entre os discursos dominantes, se percebeu padrões de representações de maternidade, que estão mais relacionado com a maneira com que a mãe enxerga a maternidade e é vista pelo público do que a forma com que materna. Há três categorias percebidas: *maternidade romântica ou romantizada*, *maternidade real* e *maternidade ativa*.

A maternidade romântica é caracterizada pela representação da “boa mãe”, reprodução de comportamentos hegemônicos considerados “corretos”, como de sacrifícios pelos filhos, sem problematizar a maternagem e os discursos dominantes. Sentimentos que “devem” ser demonstrados são os mais publicados, como o amor incondicional, realização pessoal, completude e felicidade.

Nas representações da maternidade ativa, há uma ressignificação no papel e importância da mãe e do filho. A partir disso, há uma circulação de discursos individuais ou pela formação de grupos específicos para a discussão de práticas mais “naturais” e “alternativas”, voltadas à “essência” materna. Alguns dos temas frequentemente discutidos são: parto natural, cuidados homeopáticos, instruções sobre aleitamento materno, e formação de doulas.

Por fim, a maternidade real seria o discurso contra-hegemônico. Mães que se posicionam de forma opositiva a idealização da maternidade, expondo suas dificuldades, angústias e que resistem à lógica do instinto e do amor maternal como um sentimento de toda mulher.

Para compreender os sentidos sobre a maternidade que circulam nas redes, é necessário observar, de início, que a maior parte das convenções culturais, sociais e históricas impuseram à mulher lugar primário, praticamente único, na criação dos filhos. A mãe é entendida como a figura principal para a formação e manutenção da família, enquanto o pai é colocado em segundo plano – ou em nenhum, como no caso da maternidade solo – ou

somente como provedor financeiro. É nesse sentido que Elisabeth Badinter, (1985) relata que, ao longo do tempo, se estruturam diferentes conceitos do ser mãe. Segundo a autora "o bebê e a criança transformam-se nos objetos privilegiados de atenção materna. A mulher aceita sacrificar-se para que seu filho viva [...] melhor junto dela" (BADINTER, 1985, p. 202).

Os padrões instigados às mulheres que maternam estão relacionados não somente à forma de cuidar e educar os filhos, mas também ao trabalho, ao seu corpo e sua identidade. São saberes médicos, religiosos e midiáticos que impõem diversas afirmações do que significa ser uma “boa mãe”. Essas imposições sofridas não são privilégios apenas de mães com pai/outra mãe da criança presente.

Utilizado originalmente na década de 1970, na França, o termo “famílias monoparentais” designa as unidades domésticas em que os progenitores vivem sem cônjuge, com um ou vários filhos que ainda não são ainda adultos, conforme Vitale (apud CARLOTO, 2005, p. 7). Assim, todas as opressões sofridas pela mulher que é mãe são acentuadas quando se é pensado na condição de monoparentalidade.

Considerando o contexto atual da pesquisa, em que há uma pandemia mundial que impõe há seis meses isolamento social no Brasil, entendemos ser fundamental observar a realidade das mães solo, que mais do que nunca tiveram suas redes de apoio fragilizadas, sobretudo no que se refere a ausência da rotina escolar presencial. Assim, todas as opressões sofridas pela mulher que é mãe são acentuadas quando se é pensado na condição de monoparentalidade, sobretudo num contexto de isolamento social.

Desde o anúncio da situação de pandemia mundial pela Organização Mundial de Saúde (OMS), em março de 2020, a Covid-19 afetou diversas famílias brasileiras, em questões financeiras, emocionais e estruturais. A pandemia acentuou ainda mais a desigualdade social no Brasil, o desemprego em massa e a precarização do trabalho. A população feminina é mais afetada e marginalizada nesse tipo de situação, pela dupla e tripla jornada de trabalho, mulheres costumam estar mais sobrecarregadas que os homens. No Brasil, dados de 2018 mostram que 92,6% das mulheres (92,6%) com 14 anos ou mais, realiza afazeres domésticos e cuidados de pessoas em média de 21 horas semanais, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD Contínua) (IBGE,

2018). Como não são remuneradas, são categorizadas pela pesquisa como “outras formas de trabalho”, o que colabora para invisibilizar atividades que são essenciais para a educação e criação de cidadãos, reprodução social e economia do país.

Tendo em vista esse cenário, este texto tem como objetivo observar as consequências e desafios da pandemia na realidade vivida entre famílias monoparentais femininas com olhar específico para perceber de que forma as redes sociais fazem parte desse processo. Para a análise, os dados coletados tanto através de questionário online quanto de uma observação netnográfica de mães solo influenciadoras no Instagram. De modo geral, os dados nos levam a refletir sobre o sentimento de sobrecarga por parte das mães, a preocupação que elas revelam com o isolamento social das crianças e o aumento no uso das mídias por parte de toda a família.

### **Mãe solo brasileira**

Para fins de referencialidade, cabe expor um panorama acerca da condição de monoparentalidade feminina no Brasil e, logo, o perfil das mulheres que constituem esse arranjo familiar. Conforme dados obtidos por meio da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílio (PNAD) desenvolvido pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), aproximadamente 11 milhões de mulheres encontravam-se, em 2015, em condição de monoparentalidade. Isso traz um debate de como devemos encarar a paternidade no século XXI e superar a referência de pai provedor. Conforme Elza Berquó (apud MENDES, 2016, p. 1), as chefias femininas nos lares brasileiros têm crescido progressivamente, sendo a maioria do tipo monoparental de mulheres jovens, separadas, negras, mais pobres e com baixo grau de escolaridade. Ou seja, é possível afirmar que, no caso brasileiro, a monoparentalidade é também uma questão social, racial e econômica que precisa ser observada a partir desse viés.

As famílias chefiadas por mães solo estão inseridas em um processo mais abrangente de desconstrução da composição familiar socialmente convencional, composto por um casal cisgênero heterossexual<sup>5</sup> e seus progenitores. A Constituição Federal de 1988,

---

<sup>5</sup> No que diz respeito aos estudos de gênero, a cisgeneridade é a condição do indivíduo cuja identidade de gênero corresponde ao gênero que lhe foi atribuído ao nascer. Nesse contexto, quando empregamos o termo casal cis heterossexual, nos referimos à mais tradicional composição familiar: um homem e uma mulher que se identificam como cisgêneros e heterossexuais.

art. 226, define família como sendo “[...] a comunidade formada por qualquer dos pais e seus descendentes, bem como a união estável entre homens e mulheres” (BRASIL, 1988) visa contemplar esse e outros arranjos familiares menos convencionais, como famílias adotivas, famílias reconstituídas após um divórcio ou composta por casais homoafetivos.

Cabe aqui justificar que optamos, por questões epistemológicas e – consequentemente – políticas, empregar o termo *mãe solo* invés do *mãe solteira* para nos referir às mulheres em condição de monoparentalidade, tendo em vista que nossa construção de argumentação não se fundamenta no estado civil e/ou conjugalidade das mães, mas sim unicamente na conjuntura materna destas. Além disso, temos em consideração que o termo *mãe solteira*

“carrega [consigo] o forte resquício da sociedade machista e patriarcal do século XX, em que a mulher – sobretudo a mulher casada – possuía seus direitos civis, sexuais e reprodutivos reduzidos e em sua maioria submetidos à vontade do marido. Nesse mesmo cenário, o casamento era tido como a única possibilidade de constituição de família”. (GALVÃO, 2020, p. 1)

Como apontam Elana Silveira e Suzana Silva (2013), o aumento no número de famílias monoparentais no Brasil deve-se a inúmeros fatores, entretanto, destacam-se o crescimento expressivo no número de divórcios, a inserção no mercado de trabalho e consequente emancipação social das mulheres, além de transformações sociais acerca do conceito de família. Contudo, no que se refere à presença feminina no mercado de trabalho, cabe ressaltar que muitas vezes essas mulheres estão submetidas à sub-ocupações ou condicionadas à atividades informais de trabalho (SILVEIRA e SILVA, 2013, p. 126), sobretudo à população negra ou parda, tendo em vista que destes, em 2017, 46,9% exerciam algum trabalho informal no Brasil (IBGE, 2017).

Embora a chefia familiar feminina não esteja restrita somente a parcela mais pobre da população, inúmeras antropólogas dedicam-se a pesquisar a relação entre o crescimento de famílias chefiadas por mulheres e o fenômeno de “feminização da pobreza”. Originalmente empregado por Diana Pearce (1978) (apud NOVELLINO, 2004, p. 1), a expressão parte do pressuposto de que a pobreza é um problema diretamente vinculado à desigualdade de gênero, sobretudo no que tange à condição de maternidade solo. A título de exemplo, 56,9% das famílias chefiadas por mulheres com filhos vivem abaixo da linha de pobreza (IBGE,

2017). No entanto, como aponta Sueli Carneiro (apud MEYER, 2005, p. 89), quando nos referimos a um país que sofreu um processo de miscigenação, como é o caso do Brasil, é imprescindível levar em conta que esse é também um processo racializado. Isso posto, partimos de um entendimento que a pobreza não somente tem gênero, mas sobretudo cor, tendo em vista que 64,4% das mães solo negras e pardas vivem abaixo da linha de pobreza (IBGE, 2017).

Até o presente momento<sup>6</sup>, o Brasil ultrapassou 140 mil mortos, quase 5 milhões de infectados, com o segundo pior cenário mundial, atrás somente dos Estados Unidos. Contudo, no que tange aos objetivos deste trabalho, cabe apontar a principal medida de contenção da crise financeira aprovada pelo governo, o Auxílio Emergencial. Conforme o Projeto de Lei nº 13.982/2020, o benefício financeiro é voltado para trabalhadores informais, microempreendedores individuais (MEI), autônomos e desempregados. Além disso, é importante ressaltar o reconhecimento à dimensão da mãe solo no núcleo familiar e, como mencionamos, a inerente relação entre a condição de monoparentalidade feminina e a pobreza. Assim, o benefício financeiro aprovado para as mulheres em condição de maternidade solo corresponde ao dobro do valor aprovado para os demais beneficiários, uma vez que até dois membros de cada família estavam aptos a receber o auxílio.

### **Metodologia do estudo**

Dessa forma, na finalidade de atingir os objetivos propostos, a partir de uma análise do conteúdo compartilhado por quatro influenciadoras mães solo na rede social Instagram buscamos verificar os discursos acerca da maternidade solo que circulam na rede, especialmente no contexto da pandemia do COVID-19. Além disso, a partir de uma pesquisa realizada com mães durante o isolamento social propomos uma comparação acerca do que é representado na rede social pelas mães que difundem esse discurso e o que é refletido pelas mãe solo em seus cotidianos.

A fase quantitativa da pesquisa foi constituída pela elaboração de um questionário *on-line* na plataforma Google Forms, aplicado durante o período de 16 de junho a 1º de julho

---

<sup>6</sup> Na escrita do artigo, dia 09/10/2020, a notificação de mortes por Covid-19 no Brasil somava 148.957.

de 2020. O instrumento foi respondido por 2194 mulheres de todo o Brasil com filhos/as até 18 anos. As questões foram divididas entre identificação socioeconômica, aspectos da maternidade, reflexos da pandemia e uso das redes sociais.

Para a avaliação do questionário, aplicou-se um filtro para análise somente das respostas que cumpriam no quesito de mãe solo, onde encaixamos mulheres que responderam “Mãe solo”, “Não sou casada”, “Mãe viúva” e “Relação instável com o pai da criança” na questão sobre condição materna. Assim, foram classificadas 258 mães solo dentro das 2194 respostas recebidas.

No âmbito qualitativo, realizou-se uma observação nos perfis de quatro influenciadoras que tratavam do tema “maternidade solo” como conteúdo principal. A observação foi feita durante o período de 8 (oito) semanas, do dia do dia nove de agosto até o dia nove de outubro. Os dados foram coletados através de um protocolo de observação baseado em princípios da Análise de Conteúdo (BARDIN, 2011), que classificava as informações a partir dos seguintes critérios: dia (que foi feita a postagem), quantidade de posts, stories do dia (quantidade, temas principais), palavra chave (do post selecionado), quantidade de comentários, categorização da postagem (positivo, negativo, neutro, outros), principais trechos do texto (ou completo), descrição da foto, @ citado na postagem (para a descoberta de outras influenciadoras), # citada na postagem, contexto da rede (para a informação do que estava circulando no momento).

### **Maternidade solo no Instagram**

As redes sociais proporcionaram uma nova forma de pesquisar e analisar pessoas e interesses, a partir do compartilhamento de fotos, vídeos, estilos de vida, interesses e sentimentos. O conteúdo que ali circula interfere em tendências sociais e comportamentos, sendo a dinâmica de interação e comunicação é cada vez mais rápida. A partir disso, as pessoas estão cada vez mais envolvidas nelas e em suas representações de si e dos outros. Goffman (2014, p. 34) define como representação “toda atividade de um indivíduo que se passa num período caracterizado por sua presença contínua diante de um grupo particular de observadores e que tem sobre estes alguma influência”.

A rede social Instagram foi criada inicialmente somente para o compartilhamento de fotos e, ao longo dos anos foi se transformando e aprimorando seus recursos. Hoje, além do compartilhamento de fotos, há a opção de “História” que é um recurso para “compartilhar o agora” e permanece 24 horas disponível para os seguidores assistirem, o Reels, um vídeo curto muito parecido com o recurso da rede social TikTok, o IGTV, que é um vídeo mais longo com mais conteúdo. Além disso, o Instagram possui a marcação em fotos de outros usuários (por meio do @), a hashtag para procurar interesses específicos (por meio do #), além das legendas nas fotos.

Visando observar as divergentes interpretações da maternidade solo, foram selecionados quatro perfis de influenciadoras que abordassem o tema “maternidade solo” como conteúdo cardinal. Os perfis foram: @elymaraalmeida, @averonicalinder, @prosadebia e @mamae.damanuela. A escolha destes deu-se considerando o engajamento e frequência de publicação dos perfis, com base em contas que faziam uso de hashtags com as palavras-chave maternidade, mãe e solo e que tinham maternidade solo como principal temática. As influenciadoras compõem um pequeno nicho que fala sobre o assunto na rede Instagram, todas interagem entre si - por meio de curtidas e comentários.

Para a escolha e classificação das influenciadoras, utilizamos a proposta elaborada por Gabriel Ishida (2018). Segundo o autor, uma tipologia para a classificação é a produzida pela organização Word of Mouth Marketing Association (2015), que é

“baseada na ideia de uma influência formalizada, ou seja, um indivíduo com credenciais e traços concretos que certificam sua relevância. A instituição classifica os influenciadores em cinco tipos: autoridades formais (líderes de negócio e políticos), especialistas reconhecidos (cientistas, analistas do mercado e ativistas), elite da mídia (jornalistas e apresentadores de programas), elite cultural (celebridades, músicos e artistas) e os indivíduos conectados socialmente (líderes de comunidade e os ativos na rede social). Todos possuem formas objetivas por meio de certificações ou articulações que credenciam a influência” (ISHIDA, 2018, p. 257)

A partir dessa classificação, se compreendeu Verônica Linder como especialista reconhecida, já que um dos temas principais é a almofada de amamentação que ela vende, e é uma jornalista com pós-graduação em aleitamento materno. Já Elymara Almeida pode ser considerada um indivíduo conectado socialmente, por ficar conhecida por seus textos que

retratam a maternidade solo, bem como as influenciadoras Bia Rodrigues e Gabriela Novais. A primeira, ainda que disponha de menos seguidores se comparada às demais selecionadas, se mostra consideravelmente relevante no domínio das discussões acerca da maternidade solo na rede social. Já Gabriela Novais se estabelece na mesma categoria, entretanto, apresenta um discurso mais conservador e idealizado da maternidade, replicando frequentemente uma concepção da maternidade como benção.

**Quadro 1** – Dados dos perfis observados

Usuário	@averonicalinder	@prosadebia	@elymaraalmeida	@mamae.damanuela
Quantidade de seguidores <sup>7</sup>	65,7 mil	1.365	18,6 mil	8.175
Principal(is) tema(s) abordado(s)	Maternidade; Aleitamento materno; Feminismo.	Maternidade solo; Saúde mental; Sobrecarga laboral;	Maternidade solo	Rotina da maternidade

Fonte: Elaborado pelas autoras

A partir da análise dos perfis, é possível reconhecer os temas mais abordados e suas diferenças entre si. A influencer Verônica Linder menciona a pandemia como pano de fundo de sua transformação, ela se mudou de cidade neste período, morava numa capital e foi morar no interior. Verônica alega que o motivo principal foi o isolamento social, que as filhas sentiam falta de um pátio, já que moravam em um apartamento pequeno. Já as demais influenciadoras mencionam a pandemia poucas vezes, sem dar grande importância para a situação.

Elymara Almeida (@maesolonareal) posta muitos textos sobre questões da maternidade solo, mas nem tanto sobre sua vida pessoal e mais íntima. No dia dos pais, ela fez uma postagem denominada “O dia dos pais de um pai ausente”:

*“Você também nunca saberá dizer quais são as preferências dessa criança para as coisas mais simples. Você não saberá qual é o sabor do sorvete predileto, o personagem de desenho favorito, tampouco a matéria escolar que ela tem mais dificuldade. [...]”*

*Talvez pra você isso seja um alívio. Mas eu - e somente eu - sei que você está perdendo momentos preciosos. Eu sei. Porque eu estou aqui, vivendo e sentindo absolutamente tudo. Do caos à calma, das dificuldades às superações. [...]”*

<sup>7</sup> Os dados foram coletados na primeira semana do mês de outubro.

*Um dia, lá na frente, essa criança se tornará um adulto. E nesse dia, ele continuará sabendo com quem ele pode contar e para qual colo deve correr quando tudo estiver difícil. Nesse e em todos os outros dias, eu sinto muito por você.”*

O exemplo trazido do texto publicado por Elymara é elucidativo para a concepção da dificuldade de classificar a maternidade em conceitos restritivos, porque a maternidade está rodeada de sentimentos, afeto e contradições. Suas postagens são predominantemente contemplados de maternidade real, porém, a postagem escolhida traz elementos tanto da maternidade real quanto da maternidade romântica.

Gabriela Novais (@mamae.damauela) é a única das quatro a não problematizar tanto a maternidade, tem conteúdos predominantemente característicos da maternidade romântica, como uma foto de sua filha sorrindo com a legenda “Amiga, conselheira e companheira pro resto da vida!”. Ela mostra a rotina com a filha e suas postagens são prevalentemente sobre Manuela, suas conquistas diárias e acontecimentos na vida da filha.

Bia Rodrigues (@prosadebia), além de compartilhar experiências da maternidade solo, frequentemente relata sobre o relacionamento abusivo que viveu e sobre ansiedade. No dia dos pais, também fez uma publicação, e a foto era em branco com os dizeres “Nesse domingo não me felicite”. Na legenda ela diz “Não há beleza em exercer um papel que não é meu. Há sobrecarga, muita sobrecarga e julgamentos. Hoje, enquanto uma parte me parabeniza por exercer todos os "papéis" na vida do meu filho, há outra que me julga.”.

Um tema comum entre as influenciadoras é o feminismo, tratam de questões de gênero frequentemente nos stories e nas publicações, seja falando diretamente, ou repostando algum texto, frase ou notícia. Muitas vezes as questões de gênero perpassam por outros temas, como da maternidade solo ou do abandono parental, já mencionado. Outro tema frequente é a sobrecarga laboral e – consequentemente – mental, decorrente à jornada contínua de trabalho, que pode ser julgado quase como inerente à condição de maternidade solo.

A partir da análise de caráter qualitativo, compete salientar que foram esporádicas as indicações de crise pandêmica. Por conseguinte, ressaltamos que a sobrecarga adicional

apontada pelos indivíduos durante o isolamento social, especialmente decorrente do trabalho remoto, acréscimo no montante de tarefas domésticas e suspensão por tempo indeterminado das atividades escolares do/a(s) filho/a(s), não se mostrou presente nas publicações das mães analisadas. Dessa maneira, inferimos que, em razão da sobrecarga, devido à jornada contínua de trabalho, intrínseca às mulheres chefes de família, já ser presente em outras circunstâncias temporais, a adaptação às novas dinâmicas de convívio social não provocaram porções de trabalho demasiadamente ampliadas.

### **Resultados e discussões**

Conforme dados do estudo Maternidade Sem Filtro, desenvolvido pela plataforma de pesquisa digital Mindminers, 79% das mães entrevistadas gostariam de se ver representadas em um contexto mais real de maternidade e 40% disseram querer ver também o lado negativo da maternidade nas propagandas (MINDMINERS, 2019). Ainda que o relatório em questão seja referente às representações da maternidade no meio publicitário, é visível uma demanda por representações mais fidedignas da maternidade.

Dessa forma, a pesquisa de natureza quantitativa foi elaborada para a melhor compreensão da maternidade por meio de mães. Conforme os resultados, o perfil das respondentes é majoritariamente composto por mulheres que se autodeclaram<sup>8</sup> brancas (70,3%), as demais se autodeclaram pardas (22%), pretas (6,2%) e amarelas (1,5%). A faixa etária da amostra é bastante diversificada, entretanto, 166 mulheres afirmaram ter 36 anos ou mais (64,3%) enquanto somente 92 possuem menos de 36 (35,6%).

No que diz respeito à renda, podemos classificar segundo o parâmetro do Critério Brasil A contagem de renda familiar mensal de 28,7% das respondentes classificadas como mães solo é entre 1.046 a 3.135 reais (entre 1 e 3 salários mínimos), 24% entre 5.226 e 10.450 reais, 19,4% entre 3.136 e 5.225 reais, 13,6% até 1.045 reais, 11,2% entre 10.451 e 15.675 reais e 3,1% mais de 15.676 reais.

Para compreender as diferentes formas pelas quais as respondentes refletem sobre as transformações proporcionadas pela maternidade, realizamos uma questão com a escala

---

<sup>8</sup> Conforme as categorias utilizadas pelo IBGE.



As palavras citadas ajudam a compreender a sobrecarga e os sentimentos contraditórios vividos pelas mães monoparentais. Importante pontuar que muitas relatam, nessa mesma questão, que a pandemia não mudou tanto o estilo de vida, porque elas já estavam sobrecarregadas.

Ao final do questionário, deixamos um espaço disponível para que as mães pudessem manifestar um comentário ou registro de suas experiências. Dentre aqueles que compõem o universo das mães solo respondentes, destacamos dois, que refletem o julgamento social pelo qual passam as mães que não têm companheiro(a) e ainda a idealização da maternidade:

*“Ainda é tabu falar da dificuldade de ser mãe, principalmente sem a ajuda do pai. Somos obrigadas a ser exclusivamente mães depois que separamos ou somos vistas como vulgares. Isso é muito triste, não podemos refazer a vida pessoa. E dá muito trabalho educar sozinha.”* (Mãe solo com rede de apoio, de faixa etária entre 41 e 45 anos, branca, de Santa Catarina, graduação completa)

*“Acho que devemos parar de romantizar a maternidade, está época está sendo difícil demais e nem todo mundo tem o mesmo ritmo, vontade, e devemos saber que mesmo assim está tudo bem, que não existe ninguém perfeita.”* (Mãe solo com rede de apoio, de faixa etária entre 31 e 35 anos, parda, de São Paulo, com Pós-Graduação)

Os demais relatos da pergunta aberta se assemelham aos expostos e são complementares à observação das influenciadoras. A exposição a respeito do “tabu de ser mãe solo” pode estar relacionada também, com o pequeno nicho de mulheres influenciadoras que tratam do tema no Instagram. As interações (por meio de comentários e curtidas) entre as influenciadoras escolhidas e o círculo de mães que abordam esse tema na rede expõe a invisibilidade do assunto no meio on-line.

A invisibilidade dos aspectos negativos da maternidade, nesse contexto especialmente da maternidade solo, reflete a idealização acerca do papel de mãe e, sobretudo, o caráter performativo das redes sociais, tomando as mães como narradoras da sua própria realidade. Assim, como aponta Ana Luiza Figueiredo Souza e Beatriz Polivanov (2018)

“[...] redes sociais constituem, portanto, espaços que possuem recursos por meio dos quais os usuários articulam a maneira como desejam se apresentar aos demais – ainda que mediados pelos próprios softwares e dispositivos de

interação – empreendendo performances de si nesses espaços.” (SOUZA e POLIVANOV, 2018, p. 44)

### **Considerações Finais**

Este trabalho pretendeu verificar as representações da maternidade solo no Instagram a partir de uma análise do conteúdo produzido por quatro influenciadoras mães solo num contexto de crise sanitária decorrente da pandemia do COVID-19. A partir disso, buscamos verificar os discursos que circulam acerca da chefia familiar feminina e comparar, com base nos resultados da pesquisa quantitativa, com a perspectiva de mães solo vivenciando o distanciamento social

Tendo em vista o que Luis Mauro Sá Martino (2018, p. 147) expressa quanto narrar a realidade do outro, ao dizer “[...] imagine que, na sociedade, [a] diferença entre narrar e ser narrado é a diferença entre ser visível ou invisível”, reconhecemos e reforçamos as dimensões da maternidade na sociedade.

Dessa forma, mostra-se incoerente não problematizar a ausência das mulheres em condição de maternidade, nesse caso especialmente, maternidade solo, no ensino superior e – consequentemente – no âmbito acadêmico como um todo. Assim sendo, este trabalho visa a sobretudo estabelecer a maternidade como um objeto de pesquisa significativo e, portanto, instigar pesquisas posteriores dissertando acerca da temática.

### **Referências bibliográficas**

BADINTER, E. **Um Amor Conquistado: O Mito do Amor Materno**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.

BERQUÓ, Elza. Perfil Demográfico das Chefias Femininas no Brasil. Trabalho apresentado no **Seminário Estudos de Gênero face aos dilemas da sociedade brasileira**, promovido pelo III Programa Relações de Gênero na Sociedade Brasileira da Fundação Carlos Chagas. Itu, 13-16 de março de 2001.

GALVÃO, Lize Borges. MÃE SOLTEIRA NÃO. MÃE SOLO! CONSIDERAÇÕES SOBRE MATERNIDADE, CONJUGALIDADE E SOBRECARGA FEMININA. **Revista Direito e Sexualidade**, v. 1, n. 1, 2020.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado Federal: Centro Gráfico, 1988.

CARNEIRO, Sueli. Gênero e raça. In: BRUSCHINI, C.; UNBEHAUM, S. (Org.) **Gênero, democracia e sociedade brasileira**. São Paulo: FCC: Editora 34, 2000.

CARLOTO, Cássia Maria. A chefia familiar feminina nas famílias monoparentais em situação de extrema pobreza. **Textos & Contextos** (Porto Alegre), v. 4, n. 1, p. 1-17, 2005.

GOFFMAN, E. **A representação do eu na vida cotidiana**. 20. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Métodos de pesquisa em comunicação: projetos, ideias, práticas**. Editora Vozes Limitada, 2018, p. 147.

MEYER, Dagmar E. Estermann. A politização contemporânea da maternidade: construindo um argumento. **Revista Gênero**, v. 6, n. 1, p. 81-104, 2005.

MENDES, Mary Alves. Mulheres Chefes de Família: a complexidade e ambigüidade da questão. **Anais do XIII Encontro da Associação Brasileira de Estudos Populacionais**, p. 1-13, 2016.

NOVELLINO, Maria Salet Ferreira. Os estudos sobre feminização da pobreza e políticas públicas para mulheres. **Anais XIV Encontro Nacional de Estudos Populacionais**, ABEP, p. 1-12, 2004.

O'REILLY, Andrea. **Matricentric feminism: Theory, Activism and Practice**. Demeter Press, 2016, p. 14.

PEARCE, Diane. The feminization of poverty: women, work and welfare. **Urban and Social Change Review**, 1978, p. 28-36.

SILVEIRA, Elana Cavalcante; SILVA, Suzana de Fátima Marques. Chefia feminina: uma análise sobre a estrutura das famílias monoparentais femininas e a feminização da pobreza. **IV Seminário CETROS Neodesenvolvimentismo, Trabalho e Questão Social**, p. 122-137, 2013.

SOUZA, Ana Luiza Figueiredo; POLIVANOV, Beatriz. “Ninguém fala do lado assustador de ser mãe”: testemunho no Facebook enquanto ruptura de performances idealizadas da maternidade. **Fronteiras-estudos midiáticos**, v. 21, n. 1, p. 41-51, 2018.

VITALE, M. A. F. Família monoparentais: indagações. **Revista Serviço Social e Sociedade**, São Paulo, ano 23, nº 71, p. 45-62, set. 2002.

### Referências eletrônicas

CAMARGO, Thaís. Maternidade Sem Filtro (Parte III). Mindminers blog, 2019. Disponível em: [Maternidade Sem Filtro: um olhar sobre a publicidade e as marcas](#) Acesso: 11 out. 2020.

PERISSÉ, Camille; LOSCHI, Marília. Mercado de trabalho reflete desigualdades de gênero. Agência de Notícias IBGE, 2017. Disponível em: [Mercado de trabalho reflete desigualdades de gênero](#). Acesso em: 07/10/2020.

The Who, What, When, Where, How and Why of Influencer Marketing, 2015. Disponível em: [Influencer Handbook FINAL](#)>. Acesso em: 08 out 2020.