

Comunidades Online de Mulheres sem Filhos: Apontamentos Iniciais de Pesquisa¹

Ana Luiza de FIGUEIREDO SOUZA²
Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ

RESUMO

O número de brasileiras sem filhos é o maior já registrado, acompanhando um movimento mundial. Tal fenômeno se dá em um momento em que se vivencia a dimensão da escolha e as mídias sociais desempenham papel relevante na produção subjetiva dos sujeitos. Apesar disso, trabalhos acadêmicos no campo da Comunicação não relacionam a emergência de espaços voltados à não maternidade nessas mídias à mediação dos projetos de vida de não mães voluntárias ou involuntárias. O artigo traz os apontamentos iniciais de pesquisa de doutorado que investiga como não mães se apropriam das mídias sociais para construir outras formas de ser mulher que não passem pela maternidade. Assim, atenta para demandas das não mães expressas e construídas através da mediação das mídias sociais, bem como sua perspectiva sobre problemáticas maternas.

PALAVRAS-CHAVE: não maternidade; projeto de vida; mídias sociais; comunidades online.

INTRODUÇÃO

Atualmente, no Brasil, quatro em cada dez mulheres não têm filhos, o maior índice já registrado.³ Tal fenômeno se reflete não apenas no cenário demográfico, mas também na gradual criação de espaços comunicacionais voltados àquelas que vivenciam a não maternidade. O que em boa medida acontece, conforme mostram os relatos abaixo, nas mídias sociais.

A gente abre o Facebook e lá estão mensagens para heroínas que nós, as sem filhos, nunca seremos. Não é bom ser uma mulher sem filhos no Dia das Mães, principalmente pós Facebook.⁴

Hoje eu vim aqui fazer esse vídeo como forma de representatividade, que é o fato de eu ser uma mulher e não querer ter filhos. Como assim não quer ser mãe, toda mulher tem instinto maternal. Mas não é bem assim não.⁵

Acho triste minha gravidez de 12 anos porque é o tempo que espero. Obrigada a todas pelas histórias... bom poder ler as de mulheres que sabem o que sinto.⁶

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XXI Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestre e doutoranda pelo PPGCOM da UFF. Bolsista CAPES-Proex. Integrante do grupo de pesquisa MiDiCom. Site: www.analuizadefigueiredosouza.com.br. E-mail: analuizadefigueiredosouza@id.uff.br.

³ Disponível em: <https://glo.bo/2YIfWOL>. Acesso em: 10 jul. 2021.

⁴ Retirado de coluna no site Universa. Disponível em: <https://bit.ly/31FXkMr>. Acesso em: 08 jul. 2021.

⁵ Retirado de canal do YouTube. Disponível em: <https://bit.ly/2MV4Ajl>. Acesso em: 08 jul. 2021.

⁶ Retirado de blog para não mães involuntárias. Disponível em: <https://bit.ly/2ySkhzu>. Acesso em: 09 jul. 2021.

Sou negra, nascida e criada na favela (...) e desde os meus 18 anos sou cf [childfree] por não me imaginar sendo mãe e dando o que eu passei de vida pra um filho, então tire dessas mentes fechada de vcs que todo cf é rico e privilegiado, pq os verdadeiros cf deveria ser essas pessoas de comunidade, pra pararem de se reproduzirem sem planejamento e sem condições.⁷

Mídias sociais, por sua vez, são aqui entendidas enquanto tecnologias e práticas online usadas por pessoas ou empresas para disseminar conteúdo, gerando o compartilhamento de opiniões, experiências, ideias e perspectivas (SOUSA e AZEVEDO, 2010). São, portanto, mídias que seguem a lógica da web 2.0, focadas na interação social. Distinguem-se assim dos meios de comunicação de massa tradicionais, em grande medida baseados em uma dinâmica informativa na qual um polo emissor envia a mesma mensagem para um grupo de receptores tido como homogêneo. Em abordagens mais próximas à perspectiva das materialidades da comunicação, tais mídias podem ser denominadas sociotécnicas (POLIVANOV e FIGUEIREDO SOUZA, 2019).

Todavia, enquanto trabalhos acadêmicos buscam estudar mães e suas manifestações em ambientes online, este empreendimento é escasso em relação às não mães. Diante disso, o presente artigo parte de reflexões que surgiram após conclusão de pesquisa de mestrado, em 2019.

Nela investiguei, por meio da exploração de narrativas pessoais de mulheres brasileiras em mídias sociais, as disputas, dilemas e paradoxos em torno da maternidade, relacionando essas narrativas tanto a movimentações históricas quanto ao ambiente dialógico das plataformas em que são produzidas (FIGUEIREDO SOUZA, 2019). De trocar ideias sobre produtos até debater políticas públicas, as mídias sociais têm sido mobilizadas por diferentes públicos, com fins diversos. Mulheres utilizam esses espaços para debater a maternidade, assim como a usam — de forma semelhante aos demais sujeitos inseridos na cultura digital — para discutir várias outras temáticas (POLIVANOV e FIGUEIREDO SOUZA, 2019). O que a dissertação aponta é a importância que as mídias sociais ganharam na mediação de discursos sobre problemáticas relativas à maternidade que antes não eram observados. Inclusive no que abrange mulheres que não se tornam mães.

⁷ Retirado de postagem em página no Facebook, que exibia a mensagem enviada por uma de suas seguidoras. Disponível em: <https://bit.ly/2OM1fp8>. Acesso em: 10 jul. 2021.

Trata-se de um grupo que tanto incursões posteriores⁸ ao mestrado quanto a realização da atual pesquisa de doutorado revelaram como diverso e complexo, no qual encontram-se: mulheres sem filhos arrependidas por não terem se tornado mães; mulheres sem filhos satisfeitas, mas que reclamam de exclusão, preconceito e/ou pressão para serem mães; mulheres que, embora gostem da ideia de virarem mães, adiam a maternidade até ser tarde demais; mulheres sem filhos que sofrem (percebendo-se como anormais ou mesmo tornando-se suicidas) por não terem desejo maternal; mulheres engajadas nos direitos reprodutivos femininos; mulheres sem filhos que não se sentem discriminadas ou cobradas a tê-los; não mães involuntárias (que admitem apenas a maternidade biológica ou que aceitam a adoção como forma de se tornarem mães); mulheres sem filhos que ainda não decidiram se querem ou não virar mães; mulheres que se tornam porta-vozes da não maternidade; mulheres que se identificam como *childfree*⁹ (em suas variadas vertentes), entre outros subgrupos.

A partir disso, cheguei à seguinte questão: de que formas a não maternidade é abordada em comunidades online voltadas a não mães nas mídias sociais e como mulheres pertencentes a essas comunidades (e a diferentes perfis de não mães) se relacionam com tais abordagens? O compartilhamento de narrativas pessoais gera conflitos e redes de apoio em comunidades online dirigidas às sem-filhos, por meio da convergência de discursos de diferentes instituições (mídias, experiências particulares, medicina, ciência, política, religião, entre outras) no mesmo ambiente. Assim, é possível entender que existe uma produção de subjetividade a partir da mediação da cultura digital. Processo este que a tese em andamento busca discutir e do qual os trabalhos acadêmicos sobre a não maternidade encontrados até o momento não dão conta, mesmo que alguns deles explorem o ambiente virtual ou as mídias sociais de alguma forma.

Este artigo apresenta os apontamentos iniciais da referida tese de doutorado, a fim de dividir suas descobertas com os debates acadêmicos no campo da Comunicação.

PROJETOS DE VIDA E CULTURA DIGITAL

⁸ Além de ter dado continuidade à pesquisa sobre a relação entre maternidade e mídias sociais, converti meus perfis nessas mídias em contas profissionais. Nelas, compartilho conteúdo relacionado ao que venho pesquisando, o que gera retorno por parte de mulheres que se interessam pelas temáticas abordadas.

⁹ Pessoa que não tem filhos por opção; estilo de vida sem filhos; luta pelo direito de não ter filhos; mais recentemente também utilizado para se referir à demanda por ambientes “livres de crianças”.

A reivindicação dos valores de autonomia e de individualidade, para Simmel (1973), ocupa lugar central na vida moderna. Os indivíduos buscam maior liberdade de escolha e ação no mundo social. Procuram se diferenciar entre si e para si perante as forças sociais e a herança histórica. Cabe ao indivíduo moderno, portanto, construir seu próprio projeto de vida, que pode ser entendido como “a conduta organizada para atingir finalidades específicas” (VELHO, 2003, p. 101). Processo este que enfatiza a responsabilidade individual: os resultados das escolhas do sujeito são consequência de suas atitudes. Crença que, segundo Polivanov (2019), ganha cada vez mais força conforme avançam o neoliberalismo, a globalização, a presença das mídias e tecnologias na vida cotidiana, o embaçamento de fronteiras temporais/espaciais e a sensação de aceleração do tempo.

A cultura midiática, por sua vez, informa os sujeitos sobre as escolhas existentes, isto é, sobre as diversas opções de atividades e produtos por meio dos quais podem construir seus estilos de vida. Ambas, aliadas à cultura do consumo, constituiriam uma espécie de quadro de referências (POLIVANOV, 2019) ao qual as pessoas frequentemente recorrem ao longo da (re)construção de sua identidade.

Mulheres inseridas na cultura capitalista ocidental só podem ter a discussão de ser ou não ser mães por contarem com a dimensão do projeto de vida. O que vai fazer a diferença entre várias mães ou não mães é justamente a dimensão do estilo de vida. “Quero uma rotina com filhos ou sem filhos”, por exemplo, que são bem distintas. Tais estilos de vida também são compartilhados e construídos nas mídias sociais que essas mulheres utilizam, a partir de suas publicações e do contato de terceiros com elas.

Embora exista a dimensão da escolha, ela também é questionável a partir do momento em que não é o único fator que age sobre os projetos de vida e a própria vida das mulheres. Os indivíduos traçam seus projetos influenciados pelo campo de possibilidades em que estão inseridos (VELHO, 2003). As opções de conduta e consumo aparecem enquanto campo de possibilidades, mas, ao mesmo tempo, esse campo é, ainda assim, restrito dentro da dimensão do projeto de vida. Conforme ressalta Velho (2003), o processo de construção de narrativas de si não se dá do mesmo modo para sujeitos que vivem em condições sociais, econômicas e culturais distintas. Assim como existem elementos que se repetem na construção dos projetos de vida de sujeitos pertencentes ao mesmo âmbito cultural ou dada configuração histórica.

A maternidade e a não maternidade são partes constitutivas da identidade das mulheres, sendo a assim chamada identidade feminina ainda centrada na figura da mãe, nos traços tomados como maternais (GILLESPIE, 2003; BADINTER, 2011; DONATH, 2017). O próprio debater a maternidade é, de muitas formas, a elas imposto. Ser mãe ou não mãe integra um processo de construção identitária a partir do papel social (ou dos papéis sociais) ocupado(s) por essas mulheres.

É possível, ainda, complexificar a oposição binária “mãe” e “não mãe”. Conforme identifica Donath (2017, p. 61), existe um amplo espectro de atitudes emocionais que oscilam entre “uma tendência para a maternidade” e “uma tendência para a não maternidade”, que pode ser expresso por uma mesma mulher. Porém, a não maternidade constitui uma vivência cuja denominação deriva da vivência normativa, a maternidade. Importante perceber que os termos existentes para se referir àquelas que não são mães imprimem conotação de carência ou perda (sem-filhos, sem-frutos, nulípara, não mãe, *childless*), o que denota a maneira como são socialmente percebidas. Segundo Harrington (2019), não ter filhos — sobretudo por escolha — expõe a estigmatização de um grupo que se encontra fora da normatividade de uma sociedade que é pronatalista, ou seja, que estimula o aumento das taxas de natalidade.

Independentemente de nomenclaturas, mulheres que escolhem não ter filhos costumam sofrer marginalização e estigma social, tanto como resultado de sua escolha quanto pela revelação do status de sem-filhos. Não mães voluntárias têm sido percebidas ao longo das últimas décadas como egoístas, individualistas, orientadas para a carreira, menos carinhosas, autônomas, desajustadas e menos socialmente desejáveis (NGOUBENE-ATIOKY et al., 2017). A decisão de não ter filhos representa uma das mais notáveis mudanças na família moderna (AGRILLO e NELINI, 2019), o que não ocorre sem atritos sociais. Já as não mães involuntárias experimentam cobrança para permanecerem na busca pela maternidade, sendo frequentemente alvo de pena e/ou censura (BADINTER, 2011). Ambas se encontram sujeitas à reprovação pública.

Solnit (2017) aponta a recorrente preocupação social quanto aos filhos que as mulheres não têm, muitas vezes maior do que o interesse nos demais empreendimentos que realizam. Põe-se a não maternidade enquanto lugar da falta. Por mais que uma mulher acumule conquistas em sua vida profissional e/ou pessoal, não ter tido filhos a marca como incompleta, insuficiente. Visão esta que não se reflete apenas em percepções

culturais manifestadas no cotidiano, mas também nas matérias jornalísticas, textos, imagens, vídeos e memes de internet que circulam pelas mídias sociais.

Apesar disso, comunidades online aparecem como importantes espaços nos quais aqueles que fogem à norma pronatalista reagem aos estigmas a eles associados (MORISON et al., 2016). Segundo Van Zoonen (2012), o ambiente das mídias sociais estimula uma discussão pública calcada em experiências pessoais. Tal dinâmica altera inclusive o consumo da informação política, uma vez que “a conversação informal tem se alimentado da brecha aberta por sistemas de interação online, elevando, por sua vez, a discussão política ao patamar do corriqueiro” (CHAGAS, 2019, p. 42). Assim, a conversação cotidiana configuraria uma ação política pensada como fim em si mesma. Entendida por Mansbridge (apud CHAGAS, 2019, p. 43) enquanto ato político — que pode e tem se estendido às mídias sociais —, permite que lutas individuais se conectem tanto a causas coletivas quanto a lutas normativas mais amplas e abrangentes, quando vista como parte do arcabouço cultural da política, integrante de um todo. No caso da não maternidade, integrada a um conjunto de práticas, pensamentos e posições tradicional e institucionalmente vinculadas à maternidade.

METODOLOGIA

Desde abril de 2019, com maior ênfase a partir de março de 2020, realizo imersão em campo para mapear as comunidades digitais em torno da não maternidade que surgiram recentemente. Conjunto que, até o momento, envolve as seguintes categorias: a) grupos no Facebook, a maioria fechados; b) páginas no Facebook; c) perfis no Instagram configurados enquanto contas profissionais; d) grupos no Whatsapp e/ou no Telegram; e) blogs. Algumas páginas e perfis têm canal no YouTube, assim como algumas fanpages têm perfis no Instagram e vice-versa.

Para apresentar os apontamentos iniciais da pesquisa, são utilizadas determinações da *Internet Research: Ethical Guidelines 3.0*, guia elaborado pela Association of Internet Researchers (AoIR, 2019) a fim de orientar a conduta de trabalhos voltados para fenômenos que se desenrolam na Internet e em plataformas digitais. Por isso, as dinâmicas de cada categoria de comunidade online de mulheres sem filhos serão descritas sem o uso de capturas de tela ou elementos que permitam identificar as autoras. Tal medida busca a preservação tanto da identidade das integrantes dessas comunidades quanto do conteúdo original nelas divulgado, haja vista que parte considerável delas são grupos fechados, ou

seja, suas postagens não se configuram enquanto dados públicos que poderiam ser reproduzidos sem a necessidade de assinatura de termo de consentimento por parte das respectivas autoras.

APONTAMENTOS DE PESQUISA

Conforme explicado na seção anterior, as comunidades online de mulheres sem filhos foram separadas em quatro categorias. Embora não configurem categorias estáticas, isto é, algumas comunidades e/ou participantes de uma categoria podem pertencer a outras categorias, a divisão busca simplificar a apresentação dos achados iniciais da pesquisa em andamento.

A primeira categoria é composta por grupos no Facebook. A maior parte deles são grupos fechados, ou seja, qualquer pessoa com acesso ao link vai encontrar os grupos com suas respectivas descrições, mas apenas membros podem ver as postagens e interagir com elas. Por enquanto, são seis grupos acompanhados pela pesquisa, que serão aqui renomeados como: Grupo A, Grupo B, Grupo C, Grupo D, Grupo E, Grupo F.

Grupo A: criado no segundo semestre de 2017. Atualmente¹⁰ com 3,3 mil integrantes. Exclusivo para mulheres *childfree* (CF). Apresenta-se enquanto grupo voltado para discutir questões CF sem discriminar mães ou crianças. Contém uma única administradora. Média de idade de 20 a 38 anos. Postagens mais comuns são publicações internas feitas pelas participantes, especialmente contando experiências ou fazendo perguntas às demais. Aceita mães — o que costuma causar debate entre as integrantes. Algumas argumentam que aquele deveria ser um espaço exclusivo para não mães, já que as mães representam o grupo hegemônico. Também defendem que, por terem filhos, mães não poderiam ser consideradas *childfree*. Já outras argumentam que se as regras do grupo estabelecem a empatia com mães naquele espaço, não faria sentido não as aceitar. Também comentam que tê-las no grupo traria oportunidade tanto de as mães entenderem as demandas de mulheres voluntariamente sem filhos quanto de expandir as definições do próprio conceito de *childfree*.

Grupo B: criado no segundo semestre de 2018 e excluído entre março e abril de 2021, à época com mais de 10 mil membros. Misto (homens e mulheres), exclusivo para pessoas *childfree*. Associado a uma fanpage e a um perfil do Instagram. Apresentava-se

¹⁰ Última atualização do número de participantes de cada grupo feita em: 11 ago. 2021.

enquanto grupo que discutia o estilo de vida CF sem ser apologético ou envolver política. Média de idade 20 a 45 anos, postagens mais comuns eram compartilhamentos de páginas CF/maternas e de perfis pessoais, memes de internet, relatos e enquetes. Continha uma única administradora, que geralmente promovia enquetes para conhecer o perfil demográfico do grupo. Divergências entre o posicionamento político da administradora e o de parcela significativa de integrantes se tornaram mais comuns entre fevereiro e março de 2021, o que pode ter contribuído para sua exclusão. Junta-se a isso o fato de o grupo ser relacionado a uma fanpage que costuma receber denúncias por algumas de suas postagens, consideradas ofensivas. A ideia de conseguir uma vida confortável e luxuosa por meio do trabalho, sem as despesas acarretadas por filhos, era bastante presente entre as narrativas das participantes. Também era possível perceber subgrupos de mulheres dentro do grupo: as que evitavam ou abdicavam de relações sexuais para não engravidarem; as extremamente rigorosas quanto ao uso de métodos contraceptivos combinados, que não admitiam o argumento de gravidez acidental; as que se opunham aos subgrupos anteriores, asseverando que sexo não deveria ser reduzido a procriação e que acidentes acontecem até com as mais precavidas; as que defendiam ser necessário nutrir empatia pelas mães e as que reiteravam que aquele era um dos poucos espaços em que não precisavam seguir a normatividade materna.¹¹

Grupo C: criado no primeiro semestre de 2017. Atualmente com 8,3 mil integrantes. Exclusivo para mulheres, com foco naquelas sem filhos. Apresenta-se enquanto grupo dedicado à orientação e ao planejamento para cirurgia de laqueadura. Contém duas administradoras. Média de idade de 20 a 35 anos. Postagens mais comuns são dicas, relatos e dúvidas sobre como conseguir a laqueadura, quais médicos e planos de saúde aceitam realizar o procedimento etc. Também são feitos desabafos sobre as dificuldades e burocracias envolvidas no processo, o que abrange discussões tanto acerca do controle do corpo feminino quanto das expectativas sociais em torno das mulheres.

Grupo D: criado em junho de 2016. Atualmente com 990 integrantes. Exclusivo para mulheres sem filhos. Apresenta-se enquanto grupo dedicado à discussão sobre não maternidade que não aceita falta de respeito entre as participantes nem ataques a mães ou crianças. Contém uma administradora e uma moderadora. Média de idade de 20 a 35 anos. Postagens mais comuns são compartilhamentos de posts de grupos/páginas maternas, CF

¹¹ Comportamentos estabelecidos social e culturalmente — alguns deles, por lei — que as mulheres precisam apresentar ao se referirem à e se relacionarem com a maternidade, tenham filhos ou não (FIGUEIREDO SOUZA, 2019).

ou antinatalistas, memes de internet e discussões entre as participantes, em geral desabafos sobre como se sentem sobre a maternidade e os motivos para preferirem não ter filhos. Comentários jocosos relacionados às condutas das mães são comuns, bem como denúncias acerca de comportamentos masculinos problemáticos.

Grupo E: criado no primeiro semestre de 2019. Atualmente com 2,3 mil integrantes. Misto, voltado a simpatizantes do antinatalismo.¹² Apresenta-se enquanto grupo antinatalista com abordagem feminista e que não tolera posicionamentos classistas, racistas ou que colocam a superpopulação como mais danosa do que o hiperconsumismo. Contém três administradores: a fanpage associada ao grupo e dois perfis masculinos. Média de idade de 25 a 40 anos. Postagens mais comuns são links de matérias jornalísticas sobre problemáticas ambientais ou sociais e compartilhamentos de conteúdo antinatalistas. Entre os participantes, são comuns reflexões sobre o estado em que se encontra o mundo e/ou o país e como o antinatalismo seria um ato amoroso por não trazer mais pessoas para sofrerem nessas condições. Também se encontram subgrupos de mulheres, por exemplo, as que abdicam de ter relacionamentos afetivos e/ou relações sexuais para não sentirem vontade de procriar ou acabarem acidentalmente grávidas.

Grupo F: criado no segundo semestre de 2016. Atualmente com 1,6 mil integrantes. Exclusivo para pessoas com útero sem filhos (homens trans precisam contatar as administradoras para solicitarem entrada). Apresenta-se enquanto grupo dirigido à troca de informações entre pessoas sem filhos interessadas em realizar esterilização voluntária. Contém duas administradoras e uma moderadora. Média de idade de 25 a 35 anos. Postagens mais comuns são memes de internet sobre a maternidade ou a não maternidade, compartilhamentos de páginas para sem-filhos ou maternas, links de matérias sobre mães ou não mães e instruções ou dúvidas quanto à laqueadura e ao aborto.

Todos os grupos acompanhados exigem um teste para aprovação de novos membros. O teste, em geral, consiste em perguntas relacionadas aos motivos do interesse em entrar no grupo e aos posicionamentos dos aplicantes quanto às temáticas nele trabalhadas. Também costuma haver uma lista de checagem que o potencial novo integrante precisa indicar que se compromete a seguir caso a solicitação de entrada seja aceita. Os itens dessas listas são as regras de funcionamento de cada grupo.

¹² De forma resumida, pessoas antinatalistas têm como missão diminuir o sofrimento dos seres vivos. Por isso, acreditam que seria melhor que mais ninguém nascesse, sobretudo por razões ecológicas ou humanitárias.

Tais regras ficam visíveis na descrição, na aba Sobre e/ou na aba Avisos. Duas regras comuns são: a necessidade de interagir de forma constante com as postagens e ter perfil ativo no Facebook, com foto. Desse modo, as administradoras checam se as participantes não são perfis falsos e, principalmente, se não estão ali para colher conteúdo e disseminá-lo entre grupos de mães ou contrários ao estilo de vida sem filhos. Com exceção do Grupo E, capturas de tela ou “prints vazados” são proibidos em todos os grupos. Se descobertos, a pessoa responsável é expulsa.

Nota-se, portanto, grande preocupação em preservar o conteúdo produzido nessas comunidades — cuidado que é mantido neste artigo. Outra cautela parece relacionada ao fato de evitar que o grupo seja visto como hostil ou contrário a mães e crianças, talvez para se protegerem de denúncias que poderiam causar a exclusão do grupo.

A segunda categoria é composta por páginas no Facebook que se dividem basicamente em três conjuntos: a) fanpages voltadas para conteúdo humorístico, em geral relacionadas ao estilo de vida *childfree*; b) fanpages dirigidas ao debate sobre a expectativa social da maternidade e situações que aquelas que fogem à normatividade materna vivenciam; e c) as que divulgam informações relacionadas à esterilização voluntária e/ou aos direitos reprodutivos das mulheres. Algumas das páginas também têm grupos, blogs ou perfis no Instagram, bem como é possível encontrar seguidoras delas em alguns dos grupos fechados que a pesquisa acompanha.

No primeiro conjunto, as postagens costumam ser memes de internet ou piadas que envolvem as diferenças entre a vida com e sem filhos, além de reações de pais/mães ao estilo de vida *childfree* e vice-versa. Os comentários variam entre pessoas sem filhos ou CF se divertindo com o conteúdo, fazendo rápidas avaliações sobre a situação que motivou a piada da postagem ou respondendo (em geral, junto à própria fanpage) comentários que criticam seu posicionamento. No segundo conjunto, as postagens mais comuns são links de matérias sobre o que as fanpages classificam como tabus relacionados à maternidade, entre os quais se encontram o arrependimento materno e a recusa em ter filhos. Os comentários costumam ser relatos de não mães compartilhando suas vivências maternas¹³ ou a de mães que conhecem/conheceram. No terceiro e último conjunto, as postagens mais comuns são passo a passo sobre procedimentos de

¹³ Conjunto de valores e ideologias relacionados à maternidade que cada mulher — por meio do convívio familiar, instituições de ensino, cotidiano social, produções midiáticas — adquire ao longo da vida. Esse conjunto ajuda a estabelecer o lugar reservado à maternidade dentro de seu planejamento pessoal e, também, a forma como a enxerga em termos coletivos.

esterilização disponíveis nas redes pública e privada. Os comentários mais frequentes são relatos de experiências bem ou mal sucedidas com procedimentos como laqueadura, salpingectomia ou, no caso de se referirem a parceiros, vasectomia.

Em número considerável das fanpages, existe a preocupação em esclarecer que não odeiam crianças. É provável que isso seja causado pela associação constantemente feita entre pessoas sem filhos e desgosto por crianças ou seus cuidadores, o que provoca denúncias e avaliações negativas das páginas por parte do público geral.

A terceira categoria é composta por perfis no Instagram configurados enquanto contas profissionais. Com exceção dos perfis relacionados a fanpages já existentes (portanto, que compartilham postagens com as mesmas temáticas que elas), têm data de criação mais recente, entre 2019 e 2021. Apresentam-se enquanto projetos dedicados a explorar a não maternidade voluntária, promover discussões sobre a maternidade compulsória¹⁴ e apoiar o direito de as mulheres poderem tanto expressar a falta de desejo de serem mães quanto viverem uma vida sem filhos de modo que isso não as torne páreas sociais. Costumam demonstrar empatia por mães, bem como refutar a ideia de que o desejo de não ter filhos invalide ou atrapalhe os planos de outras mulheres terem filhos. Porém, se o retrato da maternidade como árdua frequentemente gera simpatia por parte de mães que comentam ou apoiam as postagens, às vezes esses perfis recebem críticas por retratarem a maternidade quase exclusivamente pelo viés do cansaço, da abnegação e do sofrimento. Inserem-se, assim, entre as disputas de sentido em torno do que seria a assim chamada maternidade real (FIGUEIREDO SOUZA, 2021), tão acionada nos debates maternos online.

A quarta categoria é composta pelo Grupo G, alocado tanto no Whatsapp (no momento, com oito integrantes) quanto no Telegram (atualmente com catorze membras). A divisão entre plataformas foi feita em função das preferências de cada participante. Criado no primeiro semestre de 2021 por duas não mães, uma involuntária e outra voluntária, que desejavam construir uma rede de mulheres em torno da vivência da não maternidade. Média de idade entre 35 e 50 anos. A cada quinze dias ou uma vez ao mês, é realizada reunião por videoconferência entre as participantes, nas quais todas se apresentam e dividem casos, questionamentos e desabafos tanto sobre situações que vivenciam ou já viveram por não terem filhos quanto sobre as formas de organização de

¹⁴ Ver mais em: <https://www.analuizadefigueiredosouza.com.br/post/maternidade-compuls%C3%B3ria-defini%C3%A7%C3%A3o-e-problematiza%C3%A7%C3%B5es>. Acesso em 12 ago. 2021.

uma sociedade e cultura pronatalistas, nas quais elas não se encaixam plenamente. O tema dos encontros virtuais é definido por votação cerca de uma semana antes. É o grupo que possui as trocas mais próximas, no qual todas sabem que sou pesquisadora e que investigo temáticas maternas, com foco em não maternidade durante o doutorado. A pesquisa é, inclusive, motivo de interesse das participantes, que querem saber mais sobre ela e contribuir com informações.

Algumas integrantes do núcleo mais fixo deixaram o grupo entre junho e julho, entre elas, uma de suas criadoras, a não mãe voluntária. Em geral, o motivo informado para as saídas é o fato de terem conseguido, graças às interações com o grupo, ficar em paz com a não maternidade, sem julgarem necessário continuar discutindo o assunto com o coletivo. Apesar disso, o grupo costuma receber ao menos uma nova participante por reunião. Se passarão a integrar os grupos no Whatsapp e/ou no Telegram depois disso, cabe a elas decidir.

Por meio do compartilhamento de experiência particulares, muitas delas no âmbito doméstico, romântico e/ou familiar, o grupo acaba discutindo estruturas socioculturais mais amplas, identificadas como responsáveis tanto pelo silenciamento das não mães quanto por boa parte do seu sofrimento enquanto mulheres sem filhos que, muitas vezes, não escolheram esse caminho. Segundo a maioria delas, suas dores e angústias enquanto não mães (sobretudo involuntárias) não são entendidas como dignas de espaço ou atenção, sequer como existentes. Afirmam que o grupo se torna um espaço onde podem compartilhar impressões, quereres e experiências que, fora dele, não costumam ser compreendidos ou mesmo escutados.

Por fim, a quinta categoria, até o momento, é composta por um único blog, dedicado à não maternidade involuntária. Sua primeira postagem foi, inclusive, analisada pela dissertação. Criado e administrado por uma mulher não identificada que, segundo consta na página inicial, “sempre quis ser mãe, mas o destino não permitiu”. As discussões nos comentários constantemente levantavam a ideia de criarem um grupo para si no Whatsapp, mas, até onde pude verificar, ele não chegou a ser criado. As narrativas também indicavam forte valorização tanto da maternidade biológica quanto da vivência de mãe, colocada como capaz de dar significado à vida daquelas tentantes. As interações ocorrem desde 2014, são espaçadas e quase todas as participantes utilizam perfis anônimos, sem fotos. Os comentários mais recentes datam de abril a setembro de 2020. Neles, as visitantes compartilham experiências e perguntam sobre o grupo de Whatsapp,

afirmando que seria bom poderem desabafar com pessoas que sofrem as “mesmas angústias”. Também questionam se “mais ninguém posta nada aqui”, expondo a necessidade de quererem “tanto falar com alguém”. O último comentário é de julho de 2021, feito por alguém que se apresenta como mãe. Ela recomenda que as demais comentadoras realizem o “tratamento [de reprodução] com óvulos doados”, pois foi como teve sua filha. “Se sentirá realizada como mãe”, termina, em referência à autora da postagem e, conseqüentemente, do blog.

Nota-se a predominância de não mães voluntárias entre as comunidades online de mulheres sem filhos mapeadas, o que indica que esse grupo possui espaço reduzido dentro de um grupo que já é minoritário. O questionamento à normatividade materna, à cultura pronatalista e à maternidade enquanto referencial identitário feminino são traços comuns a boa parte dos nós dessas redes sociotécnicas, embora as discussões presentes no quinta categoria aqui apresentada se alinhem bastante aos pressupostos e ideologias que boa parte dos demais nós afirmam buscarem desconstruir.

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

As narrativas pessoais de não mães até o momento identificadas revelam: a) o quanto a discussão sobre ser ou não ser mãe integra a vivência feminina; b) forte relação com a elaboração de projetos de vida baseados em escolhas individuais; c) como as mídias sociais são utilizadas para legitimar posicionamentos particulares, dar visibilidade a determinadas experiências/demandas e, ainda, construir e disseminar novas representações midiáticas sobre as não mães. Há, inclusive, debates nessas plataformas sobre pressupostos das próprias comunidades de sem-filhos, especialmente as online.

Se partirmos do princípio de que a mídia não apenas representa o mundo, mas o constrói, podemos considerar que a produção subjetiva dos indivíduos é midiaticamente afetada. Há mais mulheres sem filhos, por opção ou impossibilidade. Elas vêm usando as mídias sociais para expressarem suas indignações, alegrias, dissabores e vivências por não terem filhos, desde a satisfação com essa escolha, passando pela cobrança social para se tornarem mães até tentativas malsucedidas de engravidarem/adotarem. Não há, por exemplo, revistas ou programas televisivos voltados para discutir o que significa ser não mãe em uma cultura natalista, que compele principalmente as mulheres a terem filhos. A novidade é que hoje, para além de travarem conversas entre si offline, essas não mães também se expressam online. Diante de um interesse e de um público (mulheres sem

filhos) crescente, que se manifesta principalmente nas mídias sociais, passa a surgir mais conteúdo sobre a não maternidade. Todos esses discursos (matérias jornalísticas, memes de internet, narrativas de quem se encontra na mesma situação etc.) que circulam nas redes afetam o processo de construção de identidade dessas mulheres, que, em geral, argumentam que a maternidade não é um caminho dado, e que seria possível (ou ao menos tolerável) engendrar existências femininas que não a perpassem.

REFERÊNCIAS

ASSOCIATION of Internet Researchers. (Eds). **Internet Research: Ethical Guidelines 3.0**. Oslo: AoIR, 2019.

AGRILLO, C.; NELINI, C. Childfree by choice: A Review. **Journal of Cultural Geography**, v. 25, n. 3, p. 347-363, 2008.

BADINTER, E. **O conflito: a mulher e a mãe**. Rio de Janeiro: Record, 2011.

CHAGAS, V. Digerindo o indigesto: a escatologia política do Vomitação. **Galáxia (Online)**, n. 40, jan./abr., p. 41-56, 2019.

DONATH, O. **Mães Arrependidas: uma outra visão da maternidade**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2017.

FIGUEIREDO SOUZA, A. L. “**Me deixem decidir se quero ou não ser mãe!**”: narrativas pessoais de mulheres sobre a maternidade nas mídias sociais. Dissertação (Mestrado em Comunicação) — Universidade Federal Fluminense, 2019.

FIGUEIREDO SOUZA, A. L. “Maternidade real” nas mídias sociais: particularidades, tensões e novas imagens maternas. **Anais eletrônicos do Seminário Internacional Fazendo Gênero 12**, 19 a 31 de julho de 2021.

GILLESPIE, R. Childfree And Feminine: Understanding the Gender Identity of Voluntarily Childless Women. **Gender & Society**, v. 17, n. 1, 122-136, 2003.

HARRINGTON, R. Childfree by Choice. **Studies in Gender and Sexuality**, v. 20, n. 1, p. 22-35, 2019.

MORISON, T. et al. Stigma Resistance in Online Childfree Communities: The Limitations of Choice Rhetoric. **Psychology of Women Quarterly**, v. 40, n. 2, p. 184-198, 2016.

NGOUBENE-ATIOKY A. J. et al. Psychotherapists' Empathy for Childfree Women of Intersecting Age and Socioeconomic Status. **Journal of Mental Health Counseling**, v. 39, n. 3, p. 211-224, 2017.

POLIVANOV, B. B.; FIGUEIREDO SOUZA, A. L. “Desconstruindo a Maternidade”: Narrativas Pessoais e Confiança em Mídias Sociais. **Anais eletrônicos do 44º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação**, 2 a 7 de setembro de 2019.

POLIVANOV, B. B. Identidades na Contemporaneidade: Uma reflexão sobre performances em sites de redes sociais. **Revista do Centro de Pesquisa e Formação**, n. 8, p.103-119, jul. 2019.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. *In*: VELHO, O. (Org.). **O fenômeno urbano**. Rio de Janeiro: Zahar, 1973.

SOLNIT, R. **A mãe de todas as perguntas**: reflexões sobre os novos feminismos. São Paulo: Companhia das Letras, 2017.

SOUSA, L. M. M.; AZEVEDO, L. E. O Uso de Mídias Sociais nas Empresas: Adequação para Cultura, Identidade e Público. **Anais eletrônicos do IX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Norte**, 27 a 29 de maio de 2010.

VAN ZONEN, L. I-Pistemology: changing truth claims in popular and political culture. **European Journal of Communication**, v. 27, n. 1, p. 56-67, 2012.

VELHO, G. **Projeto e metamorfose**: antropologia das sociedades complexas. 3. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2003.