

## **CARTA À MÃE RECÉM-NASCIDA**

### **Coerência expressiva, capital social e intencionalidade performática em sites de redes sociais**

Ana Luiza de Figueiredo Souza

Programa de Pós-Graduação em Comunicação, Universidade Federal Fluminense (PPGCOM-UFF).

Integrante del grupo de investigación en Medios Digitales, Identidad y Comunicación (MiDCom).

analuiza.dfigueiredo@gmail.com

Recibido: 19 de Julio de 2019

Aceptado: 19 de Noviembre de 2019

#### **Resumen**

Los debates sobre la maternidad en las redes sociales de Internet han crecido en varios países. En Brasil, Facebook es la plataforma donde estas discusiones han ganado más visibilidad a través del surgimiento de páginas dirigidas por madres que, según ellas, comparten sus experiencias para apoyar a otras mujeres en los desafíos de la maternidad. Una de las páginas más influyentes para este fin es *Elisama Santos*, creada por la madre y asesora parental homónima. El 17 de enero de 2018, la página publicó el texto *Carta a la madre recién nacida*, que obtuvo miles de reacciones y compartimientos. El artículo realiza un análisis exploratorio de la composición de la carta y las reacciones a ella para comprender los procesos involucrados en su formulación y recepción. El objetivo es investigar cómo una de las principales páginas maternas de Brasil interactúa con el público, utilizando, para esto, uno de sus *posts* más populares. Conclúyese que Elisama, al movilizar el sentimiento de afecto y la identidad social de madre en el *post*, refuerza la coherencia expresiva en relación con las otras publicaciones de la página, aumenta su capital social ante el público que la acompaña y concreta las intencionalidades performáticas deseadas-desarrollos posibles gracias a las acciones de las mujeres que validaron y difundieron el *post*.

**Palabras clave:** maternidad; coherencia expresiva; capital social; intencionalidad performática; redes sociales de internet; dinámicas identitarias.

#### **LETTER TO NEWBORN MOTHER**

### **Expressive coherence, social capital and performative intentionality on social networking sites**

## Abstract

Debates in social networking sites concerning motherhood have grown in several countries. In Brazil, Facebook is the platform in which such discussions have gained more visibility through the emergence of fanpages driven by mothers who claim to share their experiences in order to support other women with motherhood challenges. One of the most influential fanpages of that kind is *Elisama Santos*, created by the namesake mother and parental counselor. On January 17, 2018, the fanpage posted the text *Letter to newborn mother*, which obtained thousands of shares and views. The article analyzes the letter's composition and the reactions it caused as a means to understand the processes involved in its formulation and reception. The objective is to investigate how one of the main Brazilian maternal fanpages engages with the public, using one of its most popular posts to do so. It is concluded that *Elisama*, by mobilizing the feeling of affection and the mother social identity in the post, reinforces the expressive coherence of the fanpage's content, increases her social capital before the public that follows her work and concretizes the desired performative intentionalities – developments made possible by the actions of women who validated and spread the post.

**Keywords:** motherhood; expressive coherence; social capital; performative intentionality; Facebook; identity dynamics.

## CARTA À MÃE RECÉM-NASCIDA

### Coerência expressiva, capital social e intencionalidade performática em sites de redes sociais

#### Introdução

Nos últimos anos, a maternidade tem se tornado tema de discussão em sites de redes sociais por vários países. No Brasil, esse fenômeno é mais visível no Facebook. Matérias, imagens e depoimentos são compartilhados em perfis pessoais, páginas e/ou grupos, ocasionando debates entre diferentes mulheres em torno de suas vivências maternas: 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, que ajuda a estabelecer o lugar a ela reservado dentro de seu planejamento pessoal e, também, a forma como a enxerga em termos coletivos (Figuereido Souza, 2019, p.20).

Nesse contexto, surgem páginas<sup>1</sup> conduzidas por mães que se apresentam com a proposta de oferecer apoio a outras mães que estejam passando por dificuldades e/ou sintam-se solitárias na rotina com os filhos. Entre elas encontra-se *Elisama Santos*,<sup>2</sup> uma das mais produtivas na criação de conteúdo voltado ao aconselhamento materno. Iniciada como perfil pessoal, em 2015 transformou-se em *Tudo Eu, por Elisama Santos*, sendo a página de divulgação do trabalho de orientadora parental realizado por sua

---

<sup>1</sup> Podemos listar: *Não me chamo Mãe*; *Maternidade Real*; *Feminino e Perinatalidade por Carolina Leão*; *Real Maternidade*; *Quartinho da Dany*, entre outras.

<sup>2</sup> Disponível em: <https://bit.ly/2SnJ73h>. Acesso em: 01 fev. 2018.

autora. Em meados de 2017, voltou a ter apenas o nome de Elisama no título. Porém, no início de 2019, um *story* no qual seus filhos apareciam de calcinha e cueca foi classificado como conteúdo impróprio pelo Facebook, que suspendeu a página. Apresentada como “blog pessoal” e “causa”, contava com 80.929 curtidas e 82.702 seguidores quando foi suspensa. A foto de capa pode ser vista na figura Nº1.

**Figura Nº1** - Foto de capa da página *Elisama Santos*



**Fonte:** <https://bit.ly/2GhLiQY>. Coletado em: 02 fev. 2018.

Na seção *Sobre*,<sup>3</sup> Elisama se apresenta como “escritora, autora de Tudo eu: confissões de uma mãe sincera e {Re}Olhar –acolhendo quem somos e os filhos que temos. Também palestrante e educadora parental. Semeadora da autocompaixão e empatia, sobretudo na vivência materna”.

Por meio de conversas, descrições e postagens, os sites de redes sociais podem ser entendidos enquanto espaços onde os sujeitos performatizam aspectos identitários –do que gostam, o que fazem, a que movimentos se alinham, quem conhecem, entre outros (Recuero, 2014; Baym, 2010; Polivanov e Santos, 2016). Nesses ambientes, constroem narrativas de si que, em um processo que Giddens (2002) caracteriza como autorreflexivo, buscam ser coerentes com o que acreditam compor sua identidade e a impressão que pretendem transmitir. As figuras do “eu” e do “outro” tornam-se igualmente importantes, já que a construção identitária na vida social, que se estende aos sites de redes sociais, depende da alteridade (Matuck e Meuci, 2005; Miller, 2011).

A página *Elisama Santos* sintetiza muitos desses aspectos. Apesar de referente à atuação profissional de Elisama, é construída como um espaço onde a autora compartilha as experiências de sua rotina com a família, abordando a maternidade para um público do qual também faz parte –as mães. No dia 17 de janeiro de 2018, a página fez o *post* visível na figura Nº2.

<sup>3</sup> Disponível em: <https://bit.ly/30EY0km>. Acesso em: 02 fev. 2018.

**Figura N°2- Carta à mãe recém-nascida**



Fonte: <https://bit.ly/2XO7n4l>. Coletado em: em 02 fev. 2018.

A publica33o obteve 147 salvamentos, 388 compartilhamentos e 1,3 mil rea33es.<sup>4</sup> Os coment3rios (cujo n3mero n3o era vis3vel na publica33o original) foram quase todos de mulheres que se identificavam com mães e/ou marcavam conhecidas que eram mães ou estavam gr3vidas. Algumas dessas manifesta33es podem ser vistas na figura 3. Para preservar o anonimato das autoras, seus sobrenomes e fotos de perfil foram encobertos.

**Figura N°3- Perfil dos coment3rios em Carta à mãe recém-nascida**



Fonte: <https://bit.ly/2XO7n4l>. Coletado em: 22 jan. 2018.

<sup>4</sup> Recurso que passou a integrar as funcionalidades do Facebook em fevereiro de 2016. Al3m da tradicional curtida, os usu3rios podem marcar as publica33es com *amei* (3cone de cora33o), *haha* (emoji de risada), *uau* (emoji de admira33o), *triste* (emoji de choro) e *grr* (emoji de raiva).

A projeção da página, em muito conquistada pelo compartilhamento de seus *posts* entre o público feminino, permitiu que Elisama se tornasse conhecida em outras mídias sociais e publicasse o livro *Educação não violenta* (2019) pelo selo de uma das maiores editoras do Brasil. Diante da importância que a página *Elisama Santos* tem na visibilização dos desafios maternos no Facebook, da repercussão causada por uma de suas postagens mais populares e da premissa de que os sites de redes sociais configuram espaços para construção identitária e interação social, o artigo se volta à postagem *Carta à mãe recém-nascida* com o objetivo de verificar como a autora se apresenta para seu público por meio dele, de que maneira esse público com ele interage e quais dinâmicas derivam dessa interação. Para tanto, realiza uma análise exploratória do *post* e de alguns comentários representativos das respostas que recebeu por meio dos conceitos de capital social, identidade, coerência expressiva e intencionalidade performática.

### **Sites de redes sociais nas mídias digitais, *Carta à mãe recém-nascida* no Facebook**

Qualquer mídia que surge se apropria de características de mídias já existentes e, a partir disso, remidiam-se linguagens midiáticas existentes para criar uma linguagem nova, no fenômeno que Bolter e Grusin (2000, p.22) denominam *remediation* (remediação). Com isso, não se alcançam os mesmos efeitos midiáticos. Cada meio terá sua forma de coconstruir uma mensagem e, desse modo, criar determinado acontecimento em um ambiente também determinado.

Assim, quando uma tecnologia surge, altera a maneira como interagimos com o ambiente ao nosso redor e uns com os outros. No caso das mídias digitais, inclusive e principalmente os sites de redes sociais, abarcam sete conceitos que Baym (2010) identifica como medulares para diferenciar uma mídia da outra, listados a seguir.

*Interatividade*: recurso que permite respostas entre uma ou mais pessoas. Os comentários e reações ao texto *Carta à mãe recém-nascida* se inserem nessa categoria. A *hashtag* com o comando *repost* (reposte, ou seja, compartilhe) ao fim da postagem também pode ser entendida como uma forma de interação, convidando a uma ação dentro do Facebook.

*Dimensão temporal síncrona e assíncrona*: a primeira intensifica a ideia de presença, enquanto a assincronia permite que os atores sociais construam suas respostas com mais demora. Existem mídias que só podem ser assíncronas (e-mail) ou síncronas (telefone), mas sites como o Facebook buscam cada vez mais incorporar ambas as estruturas. A postagem de Elisama foi feita no *feed* de notícias da página, possibilitando que o público interagisse com ela de forma síncrona (na hora ou dia da publicação) ou assíncrona (alguns dias, semanas ou meses depois da publicação). A maioria dos comentários ao texto *Carta à mãe recém-nascida* foi realizada de forma síncrona.

*Pistas ou sinais sociais*: referem-se à comunicação não-verbal, indicativos de quem é a pessoa com quem se interage digitalmente por meio de imagens, layout do perfil, entre outros fatores. No caso da publicação em *Elisama Santos*, os elementos visuais da foto de capa da página (figura 1) passam ideia de afetuosidade (símbolo de coração, cores leves), ao mesmo tempo em que indica os outros sites da autora, com design

profissional. A foto de perfil traz o rosto sorridente e maquiado de Elisama, apresentando-a ao público. Já as fotos dos perfis das mulheres que comentaram no *post* –muitas com crianças pequenas e/ou parceiros– demonstram que boa parte delas são mães e/ou próximas a crianças.

*Armazenamento*: equivale a nossos rastros digitais. Todas as interações em espaços mediados por computador tendem a gerá-los. No caso dos sites de redes sociais, os conteúdos neles postados passam a constituir o histórico e a memória (inclusive afetiva) dos sujeitos que os alimentam. Pela página de Elisama Santos, é possível ver registros de fatos e momentos que a autora considera relevantes.

*Replicabilidade*: recurso que o contexto digital expandiu, transmitindo conteúdos com facilidade e rapidez. *Carta à mãe recém-nascida* foi compartilhado centenas de vezes em poucos dias, com apenas um clique no botão compartilhar (*share*).

*Alcance*: modo como a comunicação digital se espalha, independentemente de os receptores estarem no mesmo espaço. A publicação de Elisama alcançou milhares de pessoas, de forma direta (no próprio *post*) ou indireta (compartilhamento do texto em outras páginas e perfis).

*Mobilidade*: com as mídias digitais, a locomoção não é necessária para que haja interação entre pessoas. Quem interagiu com a carta de Elisama não precisava estar fisicamente próximo a ela para fazê-lo.

Boyd e Ellison (2013) enfatizam que é necessário não ignorar a parte técnica, ou seja, as especificidades tecnológicas de cada plataforma, ao explorar os usos e apropriações que os atores sociais fazem delas. Os sites de redes sociais possuem recursos que permitem que os sujeitos interajam de determinadas maneiras, mas isso não significa que suas ações são totalmente conformadas por esses recursos nem que vão utilizá-los do modo como o site os conformou, ou mesmo usá-los. O Facebook disponibiliza ferramentas tanto para que o público interaja com a publicação de Elisama (cutir, reagir, compartilhar, marcar amigos, salvar) quanto para que a página *Elisama Santos* interaja com esse público (promover, utilizar *hashtags*). Cabe perceber como são acionadas.

É possível perceber que, entre as categorias elencadas por Baym (2010), várias se cruzam, especialmente no que tange aos sites de redes sociais. O Facebook –enquanto site de rede social que hospeda a página *Elisama Santos*–, aglutina os sete elementos acima listados, sendo custoso separar alguns deles (interatividade e dimensão temporal; replicabilidade e alcance). É preciso, portanto, enxergá-los como complementares, inclusive na postagem *Carta à mãe recém-nascida*.

Baym também estabelece que, nos ambientes digitais, a questão central é a confiança, já que, à princípio, parece mais difícil identificar determinados traços naqueles com quem se interage. Todavia, algumas “pistas” são transmitidas acidentalmente, como o modo de escrever, contatos, estilo das fotos. Esse conjunto de informações permite que os sujeitos engajados nas mídias digitais “leiam” determinados aspectos uns dos outros.

Em *Carta à mãe recém-nascida*, Elisama comete poucos erros estruturais (“a pouco tempo” em vez de “há pouco tempo”; uso de hífen no lugar de travessões; falta de hífen no termo “recém-nascida”), apresentando uma linguagem informal, mas com escrita consistente, fluida e marcadamente afetiva (“torço, do fundo do coração, que não te falte ombro pra chorar”; “um abraço demorado cheio de carinho”; “vai ficar tudo bem”). A partir da leitura do texto, o público que com ele interage pode imaginar o tipo

de tratamento que Elisama proporciona a suas clientes enquanto educadora parental, e mesmo alguns traços de sua personalidade –acolhedora, sincera, compreensiva.

A diferença entre esse processo e a comunicação *offline*, para Baym, está no fato de que é necessário fazer mais inferências no ambiente digital, por termos menos informações disponíveis sobre as pessoas. Isso acarreta em medo da falta de autenticidade, que Sibilia (2016, p.247) diagnostica como “fetiche do real”. Diante da estetização e ficcionalização da vida cotidiana nos sites de redes sociais, procura-se ter certeza de que aquilo que é mostrado é verdadeiro, ou que pelo menos assim pareça. Uma das maneiras de fazê-lo seria “consumir lampejos da intimidade alheia”.

Diante do receio sobre a autenticidade dos outros e da importância de construir a própria, os atores sociais praticam o que Baym (2010, p.109) chama de *self-disclosure*, uma abertura desses atores para que possam se engajar em relações significativas no ambiente digital, onde, por não poderem contar com a materialidade de seus corpos, utilizam outros materiais –fotos, textos, links, vídeos– para construir suas narrativas de vida.

A publicação de Elisama revela os sentimentos e episódios que experimentou na época em que era uma “mãe recém-nascida”, oferecendo os lampejos da intimidade alheia que Sibilia (2016) afirma atraírem as subjetividades contemporâneas. Falar que “a puérpera também chora”, que “tudo bem querer voltar no tempo vez ou outra” e que “a convivência trará a sintonia e o entendimento [entre mãe e filho]” também é uma forma de construir a narrativa pessoal de Elisama como autêntica (mostra que viveu aquelas situações) e confiável (entende pelo que passam as novas mães porque já foi uma delas), inspirando a participação de outros atores sociais com o conteúdo por ela produzido. Seu *self-disclosure* revelando suas dores enquanto mãe iniciante inspira outras mulheres a fazer o mesmo, como pode ser verificado nos comentários de Débora, Renata, Dilma e Lidiane na figura Nº3.

Boyd e Ellison (2013) defendem que o objetivo inicial dos sites de relacionamento era manter laços sociais previamente estabelecidos, mas essa rede poderia –e é o que ocorre com frequência– ser ampliada no próprio site. Em pensamento semelhante, Recuero (2014) entende que os sites de redes sociais permitem a visibilidade e a articulação das redes sociais dos atores, uma vez que estas são interações que também existem fora do meio virtual.

Polivanov e Santos (2016: 178) caracterizam os sites de redes sociais como “espaços de tensões, conflitos e negociações onde as relações são constantemente atravessadas pelo complexo universo social que ali é gerado. E, ao serem ambientes de convívio onde as possibilidades socializadoras se amplificam e complexificam, também são um lugar propício para criar afetividades”.

Assim, os atores sociais se apropriam das ferramentas dos sites de redes sociais de formas distintas, com diferentes propósitos. A rede social, enquanto estrutura, ganha vida por meio das interações sociais desses atores, que as ferramentas auxiliam a manter. Sites de redes sociais são sistemas. Quem os constitui como redes sociais são os atores que deles fazem parte (Recuero, 2014). No caso aqui analisado, Elisama enquanto dona da página do Facebook em que postou sua carta e as mulheres que acompanharam o *post*.

### **Capital social: a mãe que entende as outras mães**

Para Bourdieu (2018), o conceito de capital social seria o produto do pertencimento a um grupo (rede social) de atores, convertido em valores que derivam dessa associação. Nessa lógica, todos os valores decorrentes da integração a determinado grupo são considerados capital social. Este não se encontraria nos indivíduos, mas embutido nas relações sociais das pessoas. Putnam (2000, p.19) acredita que o capital social se refere à conexão entre indivíduos, redes sociais e as normas de reciprocidade e confiança que surgem deles. Assim, poderia ser possuído tanto pelos indivíduos quanto pelo grupo a que pertencem, já considerando as relações entre o grupo para a produção da reciprocidade e da confiança.

O capital social relacional que emerge nos sites de redes sociais –por exemplo, ter centenas de amigos no Facebook– é difícil de conseguir no ambiente *offline*. Quanto mais conectado está o nó, o ator social dentro daquele sistema, maior é a visibilidade de sua rede social, mais acesso a conteúdo e maior apoio social ele obtém quando o solicita. Diante disso, Recuero (2014) propõe alguns valores que seriam construídos e buscados nos sites de redes sociais, apresentados abaixo.

*Reputação*: influenciada tanto pelas ações do ator quanto pelo que os outros percebem sobre elas. Recursos dos sites de redes sociais possibilitam maior controle das informações compartilhadas, o que permite construir uma reputação com mais cautela. Ainda assim, é uma percepção qualitativa, que depende do olhar alheio.

*Visibilidade*: ocorre quando o ator negocia as ações na rede social, de modo a se tornarem mais visíveis com a cooperação dos demais.

*Popularidade*: valor relacionado à audiência (quantidade de curtidas/seguidores, número de comentários ou compartilhamentos). Refere-se mais a uma posição estrutural do nó na rede. Constitui uma medida quantitativa de laços fracos, já que a maior preocupação é com a quantidade de nós agregados, não a qualidade dessas relações.

*Autoridade*: poder de influência de um nó na rede social. Decorrente do capital relacional e do cognitivo, ou seja, aquilo que circula na rede. Em geral, o ator escolhe um determinado tema e sobre ele constrói sua reputação de autoridade. Voltado à noção qualitativa.

Assim como as categorias elencadas por Baym (2010), podemos pensar os valores indicados por Recuero como complementares, mesmo que nem sempre isso ocorra. Vai depender tanto das motivações do ator para com aquela rede social quanto da resposta dessa mesma rede. Nesse ponto encontra-se afinidade com o pensamento de Matuck e Meuci (2005), para os quais a construção identitária nos sites de redes sociais dá-se em uma dupla via: as ações do indivíduo e as de sua rede de contatos.

A postagem *Carta à mãe recém-nascida* pode ser vista como um recurso que ajuda a manter e construir a reputação de Elisama entre as demais páginas voltadas à maternidade ou à educação parental. Na figura Nº3, Lidiane marca uma futura mãe no *post* dizendo “Segue essa página, tem textos ótimos”. O comentário de Ana Paula também é uma recomendação da página *Elisama Santos* para a amiga que marca nos comentários. Tanto Lidiane quanto Ana Paula já possuem contato com as mulheres que acionam na postagem. O capital social que constroem emerge justamente de relações pré-existentes entre o grupo (Putnam, 2000), no caso, a audiência da página e do *post*.

Na figura Nº3, Débora descreve a publicação como um “texto verdadeiro e sincero”. Junto às demais avaliações positivas, contribui para criar uma determinada imagem para a página *Elisama Santos* e, conseqüentemente, sua autora –o que acarreta em maior visibilidade, popularidade e autoridade para ambas. Foi um empreendimento de *Elisama* em relação a um determinado público (as mães iniciantes), que gerou interação e construção de valores por parte desse público e do que já a seguia.

Os compartilhamentos e marcações na postagem, permitidos pelas ferramentas do Facebook, expandem sua visibilidade, tornando o texto e a página que o publicou acessíveis a mais pessoas. Rafaela, exposta ao *post* graças à marcação de Ana Paula, passa a seguir a página por gostar do conteúdo da carta (figura 3). Considerando que os alvos das marcações são “mães recém-nascidas”, acionadas por amigas próximas ou parentes, é provável que muitas delas passem a acompanhar a página a partir disso –o que geraria aumento no número de nós mobilizados em torno de *Elisama Santos*, expandindo sua audiência.

A reputação de sincera e compreensiva, o capital cognitivo construído pela visibilidade do *post* e a popularidade que este e as reações a ele proporcionaram para a página contribuem para construir a autoridade de *Elisama* sobre a vivência materna, tornando-a “autorizada” e “capacitada” para aconselhar outras mulheres sobre isso. Conforme a perspectiva de Putnam (2000), tanto *Elisama* quanto as mulheres nos comentários (muitas delas, mães) passaram por experiências maternas que podem reconhecer e avaliar como autênticas, valorosas, suspeitas ou sem importância. Na figura Nº4, o comentário de Isabel revela a credibilidade que dá às palavras de *Elisama*, enquanto Viviane confirma sua autoridade para ajudá-la nos momentos difíceis.

**Figura Nº4-** Mais comentários



**Fonte:** <https://bit.ly/2XO7n4l>. Coletado em: 22 jan. 2018.

Recuero (2014) pontua que é mais difícil aprofundar os laços criados nos sites de redes sociais quando envolvem muitas pessoas, pois seria preciso o engajamento de todas para fortalecê-los. Porém, os comentários aqui analisados revelam afeto ao dizerem que *Elisama* as faz sentir como “parte do texto” (Ana Paula, figura Nº3), se exprime “com palavras simples e de modo tão sábio” (Isabel, figura 4), em uma carta que “expressa tanta coisa” (Maite, figura Nº3). A afetividade apontada por Polivanov e Santos (2016) como inerente aos sites de redes sociais pode não criar laços sociais tão fortes, mas parece construir uma ligação mais sólida entre *Elisama* e as mulheres que acompanharam a postagem.

O afeto está presente inclusive na interação entre a audiência do *post*, seja no fato de as participantes marcarem mulheres queridas e íntimas na publicação (“lembrei de você que aguarda a chegada do bebê, do sobrinho, do neto e afilhado tão desejados por todos nós”), nas respostas dessas mulheres (“já lacrimejei os zoinho”; “obrigada por esses 12 anos de amizade, que agora ela se intensifique mais”) ou nas promessas de apoio e

compreensão feitas nos comentários (“É muito bom saber que tenho vc por perto e estou aqui para o que precisar também SEMPRE!”).

### **Identidade, papel social de mãe e coerência expressiva**

Castells entende como identidade

[...] o processo de construção de significado com base em atributos culturais interrelacionados o(s) qual(ais) prevalece(m) sobre outras fontes de significados. Para um determinado indivíduo ou ainda um ator coletivo, pode haver identidades múltiplas. No entanto, essa pluralidade é fonte de tensão e contradição tanto na autoapresentação quanto na ação social (Castells, 1999, p.22).

Segundo ele, isso ocorre porque é necessário distinguir as identidades dos papéis sociais. Estes ordenam funções, sendo definidos por normas estruturadas pelas instituições e organizações da sociedade. A importância desses papéis sobre o comportamento dos indivíduos depende das negociações e acordos entre eles e essas instituições. Já as identidades constituem fontes de significado para os próprios atores, que as originam e constroem por meio de um processo de individualização. Também podem ser formadas a partir das instituições dominantes, mas só o fazem quando o indivíduo as internaliza para criar significado. Configuram-se, assim, três formas e origens de construção de identidade, elencadas a seguir.

**Identidade legitimadora:** introduzida pelas instituições dominantes da sociedade visando expandir e racionalizar sua dominação sobre os atores sociais.

**Identidade de resistência:** criada por atores em posição estigmatizada pela lógica dominante, com base em princípios diferentes dos que regem as instituições sociais.

**Identidade de projeto:** dá-se quando os atores, utilizando-se de qualquer tipo de material cultural, constroem uma nova identidade capaz de redefinir sua posição na sociedade, acarretando na transformação da estrutura social.

Na sociedade em rede concebida por Castells, o sujeito escolheria uma identidade primária a partir da qual organizaria sua resistência e reivindicações sociais, processo relacionado à ideia de visibilidade e de marcação, inclusive política, de como deseja ser percebido socialmente. Para Polivanov (2008), na era atual, os sujeitos escolhem várias facetas identitárias para se representarem e pleitearem demandas ao mesmo tempo. Por exemplo, mulher, orientadora parental e mãe, como se define Elisama Santos em sua página. Não haveria a escolha de uma identidade acima das outras. A identidade pós-moderna é instável, ambígua, não essencialista, por isso as disputas por representações identitárias (Hall, 2005).

No que tange às escolhas, Castells (1999) acredita que os indivíduos não têm escolha a não ser fazê-las. É preciso refletir sobre quem é e o que deseja projetar, conhecer os códigos do grupo no qual quer ingressar. Sem essa reflexão, as pessoas são percebidas como sujeitos inconstantes.

Quanto ao conhecimento sobre os códigos do grupo ao qual deseja pertencer, a publicação de Elisama a coloca como bastante familiarizada com o universo materno.

Ao descrever as preocupações da “mãe recém-nascida” a quem se dirige, explica que sabe de tudo aquilo porque ela e todas as mães já sentiram a mesma coisa. Seu discurso a insere no grupo das que vivenciam a maternidade.

A reflexão subjetiva a que Castells se refere é percebida nos comentários à postagem. Diante da carta em que Elisama descreve temores do início da maternidade, outras mulheres também compartilham como esse período foi para elas. Andressa comenta que “quando nasce um bebê, nasce também uma mãe e essa mãe é tão esquecida”, enquanto Renata escreve “que fase complicada que parecia não ter fim” (figura Nº3). O *self-disclosure* inspirado pelo texto de Elisama as faz refletir sobre como o puerpério as afetou como mães e pessoas. Nas palavras de Débora, que se insere no grupo das mães por meio do uso do plural, “posso dizer que a natureza é mais sábia do que acreditamos, somos mais resistentes do que imaginamos” (figura Nº3).

Interessante perceber que quanto mais porosas se tornam as noções sobre o “eu” e a subjetividade, mais radicais tornam-se as identidades coletivas (“todas nós, mães”, como aparece no comentário de Isabel, figura 4, e na carta de Elisama). No caso da maternidade, foi fortemente construída no Brasil por meio da figura da mãe-higiênica – dedicada aos filhos, cuidadosa, satisfeita com as tarefas maternas– desde meados do século XIX até o início do século XX, sob o discurso de que ser uma boa mãe, ou seja, seguir as recomendações higienistas e os “bons costumes” para criar os filhos, era obrigação moral das mulheres, seu papel na construção de um país avançado e moderno (Costa, 1999; Freire, 2009). Implementaram-se também as ideologias da culpa, do devotamento e do sacrifício relacionadas à condição materna, preceitos que ainda repercutem nos dias atuais.

Para Castells (1999), os sujeitos podem introjetar ou não os valores atribuídos pelos papéis sociais, que chegam a eles de fora para dentro. Na carta, Elisama pede para a “mãe recém-nascida” não internalizar as cobranças sociais sobre ela. Enquanto sujeito que se apresenta como mãe, pede a outros sujeitos que compartilham tal condição para não se deixarem moldar pelas expectativas sociais sobre o papel materno, incorporadas pela identidade legitimadora de mãe vigente no início da República. Ao instigar outras mulheres a recusarem as cobranças “da felicidade de novela e do amor que sabe tudo”, Elisama coloca-se contra ideais seculares que formam o papel social materno, propondo, pelo exemplo de sua própria conduta, outra maneira de encarar a maternidade. É possível interpretar a identidade de mãe que reivindica como uma identidade de projeto, visando construir uma experiência materna diferente da tradicional. Quanto a suas leitoras, cabe a cada uma decidir que valores internalizar e quais descartar, escolhendo os paradigmas orientadores de suas condutas.

Nesse movimento, tem-se o aspecto reflexivo que Giddens (2002, p.12) atribui à construção das narrativas pessoais na alta modernidade. Segundo ele, a autoidentidade torna-se um “empreendimento reflexivamente organizado”. Tal projeto identitário só é possível a partir do momento em que os sujeitos podem, em certa medida, escolher e planejar seus projetos de vida com objetivos que não se atrelam apenas aos modelos pré-determinados das sociedades tradicionais. Têm inclusive a possibilidade de escolher se querem seguir o que determinam as instituições dominantes ou não (Castells, 1999), ainda que seja pertinente ressaltar que, devido a desigualdades sociais e históricas, as possibilidades de escolha não são as mesmas para todos os indivíduos.

O “projeto reflexivo do eu” (Pereira de Sá e Polivanov, 2012, p.577) possui três características fundamentais: é continuamente reelaborado pelos sujeitos; liga-se a escolhas de estilos de vida, entendidos enquanto “planejamentos de vida reflexivamente organizados” ou “decisões tomadas e cursos de ação seguidos”; e necessita que os sujeitos mantenham “narrativas biográficas coerentes”.

A atitude de criar uma página no Facebook para dividir a própria vivência materna implica um planejamento de vida reflexivamente organizado. Torna necessário que Elisama experimente as alegrias e complicações da maternidade para poder falar delas, tendo que se envolver de maneira ativa na criação dos filhos, atenta a como é afetada pelas dificuldades que ela implica para ser capaz de ofertar conselhos a outras mães. Também demanda que Elisama compartilhe essas vivências e os sentimentos que as permeiam para a audiência que a acompanha ou pode vir a acompanhá-la na página. Isso requer todo um planejamento sobre quais experiências contar, de que maneira e visando quais finalidades.

Ao escrever que as mulheres precisam ser menos rigorosas consigo mesmas e que entende o que as mães iniciantes sentem, Elisama não diverge do como se descreve na seção *Sobre*. A *Carta à mãe recém-nascida* é coerente com o modo como Elisama se apresenta na página em que a postou.

Tal reciprocidade corresponde ao que Goffman (2009, p.31) chama de coerência expressiva, relacionada à ideia de “manutenção da fachada”: a busca dos atores sociais por fazer escolhas visíveis em seus projetos de vida que reflitam a tentativa de coerência com seus *selves*.<sup>5</sup> Esse ideal de coerência só pode ser atingido na relação com o outro, pois, como aponta (Miller, 2011, p.51): “Quem uma pessoa é, em última instância, não depende apenas do que ela pensa que é ou de quem gostaria de ser ou desejaria que fosse. Isso depende essencialmente do que os outros percebem que ela seja”.<sup>6</sup>

Durante o empreendimento de manter coerência na expressividade criada, os atores sociais realizam uma administração da impressão (Goffman, 2009), na qual utilizam performances que acreditam serem capazes de conduzir ou pelo menos influenciar o modo como o público –ou audiência (Recuero, 2014)– que deseja atingir o percebe.

### **Intencionalidade(s) Performática(s)**

Goffman (2009) defende que os sujeitos estão sempre performando para um público, na tentativa de passar certa impressão, mas não têm controle sobre ela porque esta depende da reação do outro. Esse processo se transfere para os sites de redes sociais, onde as pessoas manipulam estrategicamente a imagem de si que querem projetar (Baym, 2010).

De acordo com sua descrição e foto de capa, o objetivo principal da página *Elisama Santos* é criar uma rede de apoio para mães a respeito das dificuldades maternas e da relação com os filhos. Enquanto “semeadora da autocompaixão e empatia, sobretudo na vivência materna”, que acolhe “quem somos e os filhos que temos”, Elisama mantém a

<sup>5</sup> Plural de *self*, aqui entendido como entidade que diz respeito a uma estrutura social, construída por meio das experiências sociais. Apesar de relacional, está mais vinculada à interioridade, em uma dimensão menos acessível aos demais sujeitos (Pereira de Sá e Polivanov, 2012).

<sup>6</sup> “Who a person ultimately is does not depend just on what they think they are, or who they would like to be or wish themselves to be. It lies essentially in what others perceive you to be” (tradução nossa).

coerência expressiva de sua página –e conseqüentemente a sua própria– produzindo conteúdos que abordam as complicações maternas com ênfase na necessidade de diálogo, autoconhecimento e cuidado consigo mesma. Em vez de condenar o comportamento de outras mães, compartilha suas experiências pessoais e os aprendizados que lhe proporcionam, repassando-os por meio da página. Também é comum que se dirija às mães (tratadas no singular) que leem seus relatos, referenciando-as ao longo dos textos.

O tipo de relação que as seguidoras constroem com a página e sua autora se aproxima do conceito de relações puras descrito por Giddens (2002). São estabelecidas por livre e espontânea vontade, independentemente de condições exteriores da vida social e econômica (como laços familiares ou territoriais). Para Giddens, o que está em jogo nelas é a própria relação, sendo buscadas pelo que esse vínculo pode trazer para os parceiros envolvidos. Não são fixas nem estáveis, é possível desfazê-las e refazê-las mais do que os outros laços.

Um dos pontos fundamentais desse tipo de relação é a confiança. Pereira de Sá e Polivanov (2012) acreditam que este é o motivo pelo qual os sujeitos lançam mão de aspectos que podem ser considerados demasiado íntimos de suas personalidades, vidas e/ou corpos nos sites de redes sociais –conquistar a confiança do outro. Processo que se aproxima do *self-disclosure* apontado por Baym (2010),

[...] a necessidade de “abertura” para com a figura do outro de forma a mostrar-se como sujeito “crível”, “verídico” e passível de se tornar confiável, uma vez que a relação que busca estabelecer ou manter com o outro –pura– não é a dada a priori por laços já determinados (Pereira de Sá e Polivanov, 2012, p.580).

Conforme Giddens (2002, p.581), o que importa na construção de confiança na relação pura é que cada pessoa deve conhecer a personalidade da outra, por isso a autenticidade tem lugar tão relevante na autorrealização. Diante disso, o autodomínio se torna uma condição necessária à autenticidade. Trata-se de um processo autorreflexivo e autogerenciado, no qual o conceito de autenticidade deve ser entendido como uma “história partilhada”, construída pelo ator e negociada com os outros.

A principal diferença entre o conceito de relações puras de Giddens e a relação entre Elisama e suas seguidoras é que, da parte de Elisama, existe ao menos um interesse que vai além do laço que constrói com sua audiência. Por ser a página profissional de uma palestrante e orientadora parental, *Elisama Santos* é um espaço para atrair possíveis consumidoras de seus serviços, que são constantemente anunciados no *feed*.

Assim, podemos entender a postagem *Carta à mãe recém-nascida* como um meio de demonstrar a visão de Elisama sobre a maternidade, fornecendo uma espécie de amostra do tipo de aconselhamento que oferece às clientes. Seria uma maneira indireta de promover sua atuação profissional, já que, segundo Baym (2010), os conteúdos compartilhados pelos indivíduos nos sites de redes sociais são formas de construir sua identidade e a que desejam ser associado. Tendo sido uma das primeiras mães a vender seus serviços a outras mães via sites de redes sociais, Elisama não apenas converteu o discurso afetivo em fonte de renda: ajudou a fomentar um perfil afetivo para publicações produzidas por páginas maternas comerciais.

O modo como os sujeitos se expressam nos sites de redes sociais dirige-se a um público imaginado e/ou intencionado, pessoas que esperam ou se empenham para atingir com determinada ação na rede (Boyd, 2011). Ação esta que pode ser interpretada como ato performático. As intencionalidades performáticas seriam, portanto, as performances por meio das quais os sujeitos concretizam sua intencionalidade em relação a certo conteúdo, atitude e/ou público.

Em *Carta à mãe recém-nascida*, Elisama se dirige diretamente às mães iniciantes, em um texto onde diz que a insegurança por que estão passando é normal, algo que “Todas [nós, mães,] sentimos”. A partir dessa afirmativa, tece uma série de argumentos tanto para mostrar às novas mães que conhece o que passam no puerpério quanto para oferecer conselhos para atravessarem essa fase.

A expressão “querida amiga” no início da carta –seguida por uma frase que denota a familiaridade que Elisama tem com o estado em que se encontra a mãe iniciante (“sei que seu tempo é curto e o cansaço longo”)–, o tratamento no singular (“Você está nesse novo mundo”; “não é só você”) e o modo como foi escrita (“Esquece essa história maluca de vício. O mundo precisa de gente que sabe dar e receber colo”) conferem ao texto um tom intimista. Em alguns fragmentos, tem-se a impressão de que se trata de uma conversa (“Ah, esse é apenas o começo”; “Vai passar” e “aceita que dói menos” fazem parte da nova realidade”), em um registro próximo ao oral.

Junto ao ar desprezioso (“Sobre o amor, prometo que ele chega, tá?”), alguns trechos passam uma ideia de tolerância diante das atitudes e emoções da mãe iniciante, como em “Pode chorar, tá tudo bem. E tudo bem querer voltar no tempo vez ou outra, não identificar motivo do choro, sentir saudade da vida sem filhos”.

A intenção de aconselhar as novas mães fica mais clara quando Elisama fala sobre o que devem fazer de forma direta (“Se cobre menos”; “Confie em você”). Muitas vezes, o conselho vem acompanhado de uma ideia de carinho (“E dê colo. Muito colo. Dê e receba”) ou de amparo (“Pra manter a sua sanidade mental, ouça o seu coração em vez de ouvir os palpites”).

Essas três abordagens –aconselhamento, carinho e amparo– se misturam ao longo de toda a carta, o que não apenas constitui a performance de Elisama para confortar de maneira afetuosa as mães iniciantes, mas também condiz com a proposta da página e a imagem de si que Elisama sustenta por meio dela.

Baym (2010) percebe que, nos sites de redes sociais, as pessoas procuram criar uma identidade com base na distinção, mas também a ligam a identidades sociais. Elisama faz isso. Por um lado, ressalta que cada mulher é diferente, portanto, cada vivência materna é única, inclusive a dela (“Não se compare a ninguém. Você desconhece as lutas que cada uma trava”). Por outro, elenca sentimentos e situações que unem essas mulheres em um conjunto no qual ela mesma se insere e através do qual constrói seu discurso: o das mães. A afetividade desempenha papel importante nessa dinâmica, pois é por meio dela que Elisama consegue falar com tanta franqueza sobre os percalços de uma atividade tão pessoal e significativa quanto a maternidade, reivindicando para si a identidade social de mãe.

São muitas as opções relativas à(s) intencionalidade(s) de Elisama ao postar *Carta à mãe recém-nascida*: promover indiretamente seus serviços de orientadora parental; oferecer amparo e conforto às mães iniciantes; aumentar sua autoridade e reputação ao

colocar-se como entendida sobre as dificuldades maternas; posicionar-se contra um ideal muito exigente de maternidade (“Não existe mãe perfeita”) e o discurso do instinto materno (“Ao contrário do que sempre falam, a gente não nasce sabendo”); pleitear mudanças na forma de tratar e se referir à maternidade, entre outras.

O que pode ser afirmado, com base na composição do *post* e da página em que foi feito, é que buscou se conectar às mães iniciantes presentes em (ou próximas a) sua audiência por meio de uma performance que recorreu à afetividade, à identidade social de mãe e a suas vivências particulares, convocando as leitoras a compartilharem o texto pelo uso da *hashtag* #Repost, que denota sua intenção de espalhar o conteúdo publicado.

### **Considerações Finais**

Percebe-se que a publicação *Carta à mãe recém-nascida* utiliza os recursos da afetividade e da experiência para transmitir a mensagem de que não é errado nem incomum se sentir insegura no exercício da maternidade, e que contar com uma rede de apoio é fundamental para manter-se saudável nele. Considerando que os serviços de Elisama, de acordo com a página, voltam-se para a formação dessa rede de apoio, é possível entender que a autora cria um discurso que tanto acolhe mães com dificuldades no puerpério quanto salienta a importância de sua atuação profissional.

Os comentários à postagem enfatizam quão verdadeiro e compreensivo as participantes acham o texto de Elisama. Saciando tanto o fetiche do real contemporâneo quanto a necessidade de confiança que os sites de redes sociais demandam entre os sujeitos que neles interagem, a publicação é construída a partir das vivências pessoais de Elisama, com foco em seus momentos de maior fraqueza, sempre com um tom encorajador e atencioso que realça sua intenção de amparar a(s) leitora(s).

O afeto constitui parte importante da carta e das reações a ela, visível no modo como as leitoras se referem a Elisama ou a seu texto e, também, nas mensagens de apoio e carinho às mulheres marcadas na publicação.

Exemplificar as situações dificultosas do puerpério como alguém que já o experimentou confirma a autenticidade de Elisama e do conteúdo que produz diante de sua audiência, aspecto tão crucial nas relações puras e na construção subjetiva contemporânea.

Os valores elencados por Recuero se retroalimentam no caso aqui analisado. A reputação de Elisama pode ser mantida, ampliada ou mesmo criada (para quem não a conhecia) pela popularidade de seu *post*, que agrega a sua autoridade frente às diversas mães que a têm como fonte confiável de suporte e, por isso, contribuem para a visibilidade dos conteúdos da página por meio de marcações e compartilhamentos.

Ao contrário do que acontecia nas publicações dos séculos XIX e XX, o discurso de Elisama não trata da função social da mulher-mãe nem coloca a figura da mãe-higiênica como regra. Versa sobre a experiência individual de cada mulher com a maternidade, que possui semelhanças com a de outras mulheres.

A identidade coletiva de mãe é acionada, mas não é a única que Elisama atribui a si mesma. Ela também é orientadora parental, mulher, palestrante e amiga, sem se conformar em uma única faceta identitária. Além disso, a identidade coletiva de mãe volta-se a uma abordagem particular. Elisama conversa com outras mães a partir do seu ponto de vista, seus valores, suas memórias. Tais experiências pessoais são validadas a

partir do momento em que não apenas atestam a autenticidade do que a autora viveu, mas também se enquadram na identidade social de mãe, da qual Elisama se apropria para elaborar tanto a postagem quanto a página. Quem seria mais confiável para falar sobre a maternidade do que uma mãe?

A reflexão subjetiva descrita por Castells, na qual o indivíduo pode se apropriar ou se afastar dos valores das instituições dominantes para construir sua identidade, é praticada por Elisama na carta. Ao aconselhar outras mães a não internalizarem as cobranças do papel social materno, recusa a identidade legitimadora (e histórica) de mãe e transforma sua identidade social materna em uma identidade de projeto – acha necessário encarar a maternidade com outros olhos, estimulando demais mães a fazerem o mesmo.

Reivindicar a identidade social materna é importante para Elisama na medida em que a insere no grupo que a acompanha, permitindo que, dessa posição, por meio da página, construa (e consolide) modos próprios de tratar a maternidade; modos que podem ser apropriados por outras mulheres dentro desse mesmo grupo.

A autoconstrução, conforme proposta por Giddens, não se dá no vácuo social, mas com os sujeitos com quem o indivíduo interage, que validam a identidade do “eu”. No caso de Elisama, tal validação ocorre quando outras mães identificam sua carta como autêntica, capaz de dialogar com elas e/ou fazê-las se reconhecerem naquele relato.

Como o sujeito não tem controle sobre tudo que projeta nos sites de redes sociais, a identidade neles produzida não é totalmente sua. Trata-se de uma dupla via entre a ação do indivíduo e sua recepção pelos demais atores sociais da rede à qual pertence. As atitudes (curtir, compartilhar, marcar amigas, recomendar *Elisama Santos*) e comentários da audiência exposta à publicação “Carta à mãe recém-nascida”, em muito possibilitadas pelas especificidades técnicas da plataforma em que foram feitas, são tão fundamentais para construir a imagem pessoal e profissional de Elisama no Facebook quanto o fato de a autora tê-la postado em sua página.

## **Bibliografia**

- Baym, N. (2010). *Personal Connections in the Digital Age*. Malden: Polity Press.
- Bolter, J. D.; Grusin, R. (2000). *Remediation: understanding new media*. Cambridge: The MIT Press.
- Bourdieu, P. (2018). *Pierre Bourdieu: conceitos fundamentais*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Boyd, D. (2011). Social Network Sites as Networked Publics: Affordances, Dynamics, and Implications. En Papacharissi, Z. (Ed.). *A Networked Self: Identity, Community and Culture on Social Network Sites*. London: Routledge.
- Castells, M. (1999). *A Sociedade em Rede. vol 2. O poder da identidade*. São Paulo: Paz e Terra.
- Costa, J. F. (1999). *Ordem Médica e Norma Familiar*. Rio de Janeiro: Edições Graal.

- Ellison, N. B.; Boyd, D. M. (2013). Sociality through social network sites. Em Dutton, W. H. (Ed.). *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford: Oxford Handbooks.
- Figuereido Souza, A.L. (2019). “*Me deixem decidir se quero ou não ser mãe!*”: narrativas pessoais de mulheres sobre a maternidade nas mídias sociais. Disertación (Maestría em Comunicación), Universidade Federal Fluminense.
- Freire, M. M. L. (2009). *Mulheres, mães e médicos: discurso maternalista no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora FGV.
- Giddens, A. (2002). *Modernidade e identidade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Goffman, E. (2009). *A representação do eu na vida cotidiana*. Petrópolis: Vozes.
- Hall, S. (2005). *A identidade cultural na pós-modernidade*. Rio de Janeiro: DP&A Editora.
- Matuck, A.; Meucci, A. (2005). A criação de identidades virtuais através das linguagens digitais. *Comunicação, Mídia e Consumo*, v. 2, n. 4, p.157-182.
- Miller, D. (2011). *Tales from Facebook*. Malden: Polity Press.
- Polivanov, B.; Santos, D. (2016). Identidade e subjetividade na cultura digital: apontamentos sobre performatização de si em sites de redes sociais. En Regis, F.; Maia, A.; Jorge, M. F. (Eds.). *Performance, corpo e subjetividade nas práticas de comunicação contemporâneas*. Porto Alegre: Sulina.
- Polivanov, B. (2008). *Rádios Comunitárias: conflitos e negociações na configuração de redes de poder e identidades sociais*. Disertación (Maestría em Comunicação), Universidade Federal Fluminense.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone. The collapse and Revival of American Community*. New York: Simon & Schuster.
- Recuero, R. (2014). *Redes Sociais na Internet*. 2. ed. Porto Alegre: Sulina.
- Pereira de Sá, S.; Polivanov, B. (2012). Auto-reflexividade, coerência expressiva e performance como categorias para análise dos sites de redes sociais. *contemporânea| comunicação e cultura*, v. 10, n. 3, p. 574-596.
- Santos, E. (2018). Carta à mãe recém-nascida. *Elisama Santos*, 17 jan. Disponível em: <https://bit.ly/2SnJ73h>. Acesso em: 01 fev. 2018.
- Sibilia, P. (2016). *O show do Eu: A intimidade como espetáculo*. 2. ed. Rio de Janeiro: Contraponto.