

Desconstruindo estereótipos: a midiaticização da realidade gestacional de Viih Tube como agente de mudança¹

Isadora da Silva PRESTES²

Cássia Amélia GOMES³

Luiza Campos MENDONÇA⁴

Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” - Unesp

RESUMO

Este estudo acadêmico analisa a midiaticização da realidade gestacional da influenciadora Viih Tube e seu impacto social. Em contraste com a prevalência da mídia e das redes sociais em retratar corpos padronizados e estereotipados com base em um "padrão midiático", Viih Tube obteve um número significativo de visualizações e comentários em suas redes sociais ao divulgar conteúdos relacionados a sua realidade gestacional à espera pelo nascimento de sua filha, Lua, em 2023. Somando 54 milhões de seguidores em suas redes sociais oficiais, a atriz e influenciadora digital recebeu elogios por sua atitude em acolher mães e gestantes em um momento de grande insegurança, pressão estética e também sobre o papel social da mãe. Fundamentado nos conceitos de midiaticização, pressão estética, corpo e gestação, este estudo buscou compreender como Viih Tube utilizou seu *Instagram* para divulgar conteúdos relacionados à sua experiência materna, com o objetivo de acolher e incentivar outras mulheres que estão vivenciando ou já vivenciaram o mesmo momento. Nesse sentido, este estudo se utiliza da Análise de Conteúdo para analisar o vídeo “*tuor pelo meu corpo grávida*”, conteúdo mais engajado do *instagram* da *influencer* até o período da coleta de dados. Para além, as autoras analisaram também alguns comentários dos internautas no mesmo material. A análise considera o papel da mídia e das redes sociais na construção da imagem pública da influenciadora, assim como o impacto de suas ações para com a sociedade.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Alteridade; Midiaticização; Gestação; Viih Tube.

INTRODUÇÃO

Vivemos em uma sociedade em transformação, na qual a midiaticização se faz presente, impondo aos sujeitos a visibilidade. Na contemporaneidade o processo de

¹ Trabalho apresentado no GP Comunicação, Alteridade e Diversidade, XXIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 46º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp). Membro do Grupo de Pesquisa Comunicação Midiática e Movimentos Sociais (ComMov), isadora.prestes@unesp.br.

³ Doutoranda em Agronegócio e Desenvolvimento pelo Programa de Pós-Graduação em Agronegócio e Desenvolvimento da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), cassia.amelia@unesp.br.

⁴ Mestranda em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Estadual Paulista “Júlio de Mesquita Filho” (Unesp), luiza.c.mendonca@unesp.br.

autonomia envolve o mediatizar-se, exigindo visibilidade e adequação a padrões estéticos e de comportamento. Isso quer dizer que, “quanto mais vemos, menos vivemos, quanto menos vivemos, mais necessitamos de visibilidade, e quanto mais visibilidade, tanto mais invisibilidade, tanto menos capacidade de olhar” (BAITELLO JÚNIOR, 2014, p. 116).

O ser humano é “moldado” conforme a cultura e o contexto em que vive, sendo estabelecida a homens e mulheres a adequação a padrões de gênero - é preciso viver os papéis impostos pela sociedade. Papéis estes, que são exercidos de formas diferenciadas, conforme a cultura e o período histórico. Desta forma, o gênero apresenta-se como parte constitutiva das relações sociais, com base nas diferenças percebidas entre os sexos, como uma forma de estabelecer relações de poder (CARLOS, 2019). A sociedade vem, então, construir uma hierarquia de poder entre homens e mulheres, a qual assegura a dominação do patriarcado.

Partido de uma perspectiva de gênero, os direitos sexuais e reprodutivos da mulher versam ainda sobre a maternidade, visto ser um processo construído pela sociedade a respeito do (gênero) feminino (CARLOS, 2019). A gravidez traz em si a vivência de significados e práticas culturais, sua importância na construção de papéis a ser desempenhado pela mulher, a construção da subjetividade, o lugar da mulher na sociedade. Carlos (2019) mostra que, em decorrência da cobrança social a respeito do maternar, este passa, muitas vezes, a se constituir como parte central da vida da mulher. Assim, é possível perceber que a cultura naturaliza um processo que é socialmente construído.

Estamos vivendo na era das redes sociais digitais, fato que torna pertinente a afirmativa: “as pessoas aprenderam a conhecer o real através de fotografias e por isso precisam fotografar a vida para senti-la real” (RODRIGUES, 2006). Assim, a gestação e o parto que até então faziam parte dos momentos de intimidade da gestante, da família e amigos mais próximos, se constitui hoje como um espetáculo, sendo divulgado nos mais diversos canais digitais. As redes sociais oferecem às gestantes os mais variados “modelos de gestação” - como revelar a gravidez, como apresentar o ultrassom, a evolução da gestação, entre outros (DRAMALI, 2022).

As redes sociais virtuais estão cada vez mais presentes na vida dos sujeitos, podendo influenciar na formação de valores e princípios políticos, econômicos,

culturais e educacionais. Para Castells (2003, p.565), as “redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica (...) processos produtivos e de experiência, poder e cultura”. Porém, as redes sociais também são responsáveis pela pressão estética que acomete principalmente as mulheres. Nas redes, celebridades, blogueiras e influenciadoras compartilham vidas, rotinas e corpos considerados padronizados e perfeitos, inclusive no período pós-parto, de amamentação, de cuidados com o bebê e com o corpo, gerando uma pressão estética muito grande para com os seguidores, os quais se espelham nesses *influencers*.

No entanto, é importante ressaltar que, recentemente, houve uma intensificação positiva na utilização das redes sociais como uma extensão da vida real, onde cada pessoa pode, caso queira, apresentar a sua realidade através de publicações, *stories*, *lives*, entre outras formas variadas conforme as condições oferecidas pelas plataformas, buscando aproximar suas realidades dos espectadores, dos outros usuários que os vêem do outro lado da tela. É o que acontece com a atriz e influenciadora Viih Tube, que tem divulgado conteúdos sobre gestação e maternidade, vivenciada atualmente por ela. De maneira real e sem filtros, Viih Tube tem mostrado seu dia a dia com uma recém-nascida, bem como as mudanças que aconteceram no seu corpo no decorrer da gestação e como ele está agora, após o nascimento da primogênita, Lua. Além disso, Eliezer, pai de Lua, tem se dedicado a publicar conteúdos sobre o papel do pai na maternidade e no cuidado com a mãe e o bebê.

O casal tem sido bastante elogiado pelos internautas pela transparência, haja vista que, na grande maioria, as redes sociais estão voltadas para estereótipos, aparências e corpos padronizados. Por isso, este estudo busca entender como a midiatização da realidade gestacional apresentada pela influenciadora Viih Tube foi um fenômeno importante para desmistificar estereótipos e realidades construídas e amplamente divulgadas e naturalizadas por meio das redes sociais, tendo como justificativa a relevância e o impacto que a midiatização da realidade - em um ambiente voltado para o fantasioso, com a divulgação exponencial de corpos estereotipados, pode contribuir para a conscientização e a identificação dos internautas. Para isso, foi feita a análise de conteúdo (BARDIN, 2011) de um vídeo divulgado no *Instagram* da influenciadora, no qual ela faz um “*tour*” pelo seu corpo grávida que possui mais de 25 milhões de visualizações. Uma vez que a influenciadora Viih Tube, com sua ampla base

de seguidores e alcance significativo nas redes sociais, tem o poder de disseminar mensagens e discutir questões relacionadas à gestação, pode inspirar outras pessoas, promover a conscientização e até mesmo apresentar uma imagem real do corpo da mulher durante e após o período gestacional, buscando a transformação social e a construção de uma sociedade mais inclusiva e igualitária. Além disso, as autoras coletaram os principais comentários da publicação, visando entender como os internautas reagiram à publicação da *influencer* nas redes e o seu impacto perante o público consumidor, sob a ótica da cultura de participação e o poder de influência de Viih Tube.

MIDIATIZAÇÃO DA SOCIEDADE

Existem diversos estudos acerca da mídia e sua influência sobre a população, apesar de não ser um tema novo, a "mídiação surgiu como um novo quadro teórico para reconsiderar questões antigas, embora fundamentais, sobre o papel e a influência da mídia na cultura e na sociedade" (HJARVARD, 2012, p. 53). O autor também afirma que "a mídiação preocupa-se com os padrões em transformação de interações sociais e relações entre os vários atores sociais, incluindo os indivíduos e as organizações" (HJARVARD, 2012, p. 24).

Antigamente o que víamos era uma comunicação unilateral onde a grande mídia produzia conteúdo e a população apenas consumia. O fenômeno que vivemos hoje nas redes sociais digitais é chamado por Jenkins; Green; Ford (2014) de cultura da participação. Os autores pontuam que o novo modo de engajamento dos indivíduos com a mídia e a cultura, foi impulsionado pelo surgimento das redes sociais e das plataformas participativas na *internet*. Os autores argumentam que as pessoas estão se tornando participantes ativos na produção, compartilhamento e consumo de conteúdo, em contraste com o modelo tradicional de consumo passivo de mídia. Nessa cultura, os indivíduos se envolvem ativamente na criação e circulação de conteúdo, interagem com outros usuários, contribuem com comentários, avaliações, remixagens e compartilhamentos. Isso permite uma maior democratização da produção cultural e uma quebra nas barreiras entre produtores e consumidores, com a valorização da participação coletiva. Eles argumentam que a cultura da participação traz consigo mudanças significativas nos padrões de consumo, na produção de conhecimento e nas relações sociais. Ela estimula a colaboração, a diversidade de perspectivas e o engajamento

ativo, proporcionando oportunidades para que os indivíduos se expressem e se conectem com outras pessoas (JENKINS; GREEN; FORD, 2014).

Essa conexão com outras pessoas pode ser excelente no ponto de vista de ampliar o encontro de grupos de pessoas com mesmos gostos e interesses, porém pode ser tornar algo prejudicial ao levarmos em conta que, assim como na vida longe das telas, ninguém gosta de compartilhar suas derrotas e defeitos, criando uma grande ilusão de vida perfeita que não é real.

O compartilhamento de momentos cotidianos se tornou algo tão presente na vida das pessoas que “a sociedade contemporânea está permeada pela mídia de tal maneira que ela não pode mais ser considerada como algo separado das instituições culturais e sociais” (HJARVARD, 2012, p. 54). Isso mostra que, “uma compreensão da importância da mídia na cultura e na sociedade modernas não pode mais se basear em modelos que consideram esses elementos de maneira separada” (HJARVARD, 2012, p. 54).

Forechi (2016) ao falar sobre a midiatização e identidades femininas nas redes sociais digitais, aborda a cultura da participação nas redes sociais, destacando que ela não se limita à *internet*, mas está relacionada à movimentação social. O ensaio da autora propõe uma reflexão sobre a midiatização das identidades femininas produzidas na *internet*, com foco em *hashtags* de grande repercussão, mencionando três episódios destacados em 2015: a redação do Enem com o tema da persistência da violência contra a mulher, a campanha *#PrimeiroAssedio* e a *hashtag* *#MeuAmigoSecreto*. Campanhas que tiveram alta adesão das mulheres nas redes sociais onde elas relataram não somente situações machistas pela qual passaram, mas também assédios sexuais vividos ainda na infância.

É notório que apesar do grande “filtro” que mascara a realidade utilizado nas redes sociais digitais, existe também uma onda positivista que busca justamente relatar a realidade, por mais dura que ela seja, a fim de acolher os internautas e criar conexões com pessoas que vivem ou viveram o mesmo. No entanto, embora esse movimento esteja em crescimento, as redes sociais são ainda conhecidas como um universo fantasioso, repleto de estereótipos e modelos ideais que permeiam vidas, rotinas e corpos perfeitos dos usuários, os quais também se aplicam ao modo de maternar ideal, é o que veremos na próxima seção.

PRESSÃO ESTÉTICA, GÊNERO E GESTAÇÃO

As redes sociais virtuais estão cada vez mais presentes na vida dos sujeitos, podendo influenciar na formação de valores e princípios políticos, econômicos, culturais e educacionais. Para Castells (2003, p. 565), as “redes constituem a nova morfologia social de nossas sociedades e a difusão da lógica de redes modifica (...) processos produtivos e de experiência, poder e cultura”.

De acordo com Weinswing (2016) os influenciadores digitais vêm ganhando cada vez mais notoriedade, reverberando no comportamento da sociedade. Isso mostra que a luta pela visibilidade gera impactos significativos na formação da subjetividade dos sujeitos, impondo modos de ser, agir, sentir e se expressar. Nessa perspectiva, passa-se a ver tais imposições sociais como reais e o desejo de conquistar aquilo que se vê, de modo a se adequar aos padrões. Os influenciadores digitais compartilham constantemente suas vidas e rotinas de forma idealizada e perfeita, contribuindo para a perpetuação desses estereótipos, aumentando também a insatisfação corporal uma vez que “a mídia expõe belos corpos, fato que tem determinado, nas últimas décadas, uma compulsão a buscar uma anatomia ideal” (DAMASCENO et al, 2006, p. 82).

Homens e mulheres são vítimas da pressão estética das plataformas. No entanto, as mulheres, são as principais afetadas trazendo “insatisfações que as colocam numa corrida infinita em busca de atingir um padrão de beleza que está em constante transformação” (OLIVEIRA, 2021, p. 03) tal padrão tem sido comumente proliferado nas passarelas, revistas de moda, novelas, publicidades, sites de redes sociais, entre outros (LIPOVETSKY, 2000). Nesse sentido, “as pressões sobre o corpo feminino se potencializaram tanto que as mulheres se submetem a procedimentos extremamente agressivos a fim de alcançar um ideal de beleza que foi criado para ser desejado, romantizado e vendido” (LELES, 2019, p. 59). Assim, o corpo é visto como a personificação do sucesso, de modo que, aqueles que não seguem esse padrão devem se sacrificar buscando a adequação e caso não consigam, entender que serão desprezados e associados ao fracasso (LELES, 2019).

Para além, o materno também é um momento onde a mulher sofre imposições estéticas com a divulgação principalmente através das redes sociais de influenciadoras e celebridades que mostram suas gestações como perfeitas sem quaisquer implicações

físicas e emocionais, naturais durante esse processo (CORREIA, 2022). Além disso, existe também uma certa pressão em manter o peso durante a gravidez dentro de um limite determinado, não levando em consideração as diferenças existentes entre indivíduos, corpos e metabolismos, onde cada mulher vive uma gestação única, com diferenças e semelhanças a outras gestações (GARCIA; NETO; VIDAL, 2020). Outro ponto bastante levantado são as mudanças corporais comuns ao período, como o crescimento da barriga, o aumento de peso, o aparecimento de manchas, estrias, celulites, o aumento do umbigo, entre outras mudanças comuns, mas pouco faladas principalmente através dos meios de comunicação, podendo desestabilizar o emocional da gestante durante o período (CORREIA, 2022; GARCIA; NETO; VIDAL, 2020).

A gravidez, a qual traz para a mulher a vivência de significados e práticas culturais (CARLOS, 2019), vem sendo apresentada por influenciadoras como uma estratégia de *marketing*, as quais mostram em sua maioria de forma distorcida e fantasiosa. Em decorrência disso, se faz urgente e necessária a reflexão a respeito da gravidez como comércio, ostentação e estratégia para a visibilidade. Tal condição estimulou o desenvolvimento do presente estudo, o qual mostra a partir da gravidez real da influenciadora digital Viih Tube, que a emancipação e o empoderamento requerem a vivência, pela mulher, da sua essência, com liberdade de fazer escolhas, sem que necessite se enquadrar em um padrão.

METODOLOGIA

Utilizando a metodologia de análise de conteúdo (BARDIN, 2011), este trabalho teve como objetivo apresentar o vídeo divulgado no *Instagram* da influenciadora Viih Tube durante o seu período gestacional intitulado *Tour pelo meu corpo grávida*⁵. Atualmente, o vídeo conta com 25 milhões de visualizações na plataforma, mais de 2.8 milhões de *likes*, mais de 96 mil comentários e 259 mil encaminhamentos. O critério para seleção deste vídeo foi o de visibilidade, uma vez que ele possui o maior número de visualizações na conta da influenciadora até o momento da confecção deste artigo. Além disso, nos propomos a analisar alguns comentários da publicação, nos quais os internautas compartilham suas opiniões sobre o conteúdo. Foram selecionados os

⁵ Para ver o conteúdo na íntegra acesse: <https://www.instagram.com/reel/CqdSQTRp5U7/>. Acesso em 30 de julho de 2023.

comentários mais curtidos no momento. As curtidas nos comentários são realizadas pelos seguidores, e tais comentários acabam ganhando destaque com base no número de *likes* e respostas que recebem. Retirou-se o *username* de cada comentário a fim de preservar o anonimato dos seguidores. Para além, é importante destacar que a *influencer* tem se empenhado em desenvolver uma série de conteúdos sobre o seu maternar, no entanto, nos deteremos apenas ao recorte do vídeo de maior repercussão, o qual foi assunto também no Fantástico, programa da Rede Globo, transmitido aos domingos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES


Atriz e influenciadora digital, Vitória Di Felice Moraes, de 22 anos, conhecida artisticamente como Viih Tube, soma hoje cerca de 54 milhões de seguidores espalhados pelo seu canal do *Youtube*, *Instagram* e *TikTok*. A *influencer* é muito conhecida nas redes por divulgar conteúdos de moda, beleza, *lifestyle* e propagar conteúdos de humor. Viih Tube integrou o elenco do *Big Brother* Brasil 2021, na Globo, onde se tornou ainda mais conhecida. Atualmente, a influenciadora tem ganhado maior presença e visibilidade nas mídias sociais, por divulgar conteúdos relacionados à sua primeira gravidez, aguardando a chegada de sua filha, Lua, ao lado de Eliezer do Carmo Neto, também influenciador digital. Ambos têm se esforçado para mostrar a maternidade e a paternidade real e sem filtros nas redes.

O vídeo escolhido para análise no presente trabalho é o “*tour pelo meu corpo grávida*” divulgado no *Instagram* da influenciadora. Neste conteúdo, a influenciadora mostra as mudanças que aconteceram em seu corpo decorrentes da gestação como: ganho de peso, celulite, estrias, escurecimento de algumas partes do corpo, entre tantas outras transformações que o corpo da gestante passa e que, normalmente, não são expostos na mídia por não atenderem ao padrão de beleza imposto socialmente às mulheres. Viih Tube deixa claro em seu vídeo que a intenção é acolher outras grávidas nesse momento tão delicado e ressalta a importância feminina na gestação da criança, enfatizando que é mais importante o papel da mãe em gerar do que qualquer alteração estética que o corpo sofre durante esse processo.

A forma que o público feminino recebeu o conteúdo foi bastante positiva, não só pelo altíssimo engajamento, mas também pelos comentários de diversas mulheres. Os comentários, em sua grande maioria, falam sobre a pressão estética que as mulheres

sofrem mesmo durante a gestação, ressaltando que o que realmente importa é o “tornar-se mãe”. Outros comentários falam sobre a necessidade desse tipo de conteúdo, chegando a mencionar que essa realidade deveria ser mostrada nos consultórios para o acolhimento das gestantes. Por fim, percebeu-se que esse tipo de conteúdo trouxe mais notoriedade para a influenciadora, aumentando não somente a sua audiência, mas também as pessoas que a seguem e a admiram pelo tipo de conteúdo produzido. Assim sendo, notou-se que existe um certo consenso entre milhares de comentários que não só enalteceram a atitude da influenciadora, mas que também se sentiam acolhidas, representadas e respeitadas não apenas no momento da gestação, mas também como mulher em um todo.


Tá aí uma pessoa que colocou a maternidade como ela é a casa do bebê 🍼 e não pense que vai sair o bebê e já vai ficar com barriga li pada não gente ! Aqui a vi tá mostrando a realidade



423

(Imagem 1, *print* coletado pelas autoras)

Esse vídeo prova mais que nunca que "MORR3" uma mulher extremamente preocupada em seguir padrões que a sociedade impõe ... E NASCE uma MÃE onde a única coisa que importa é o amor mais lindo do universo. 🍌🍌



444

(Imagem 2, *print* coletado pelas autoras)

Esse vídeo é tão necessário e essencial principalmente aqui no Instagram, que é uma plataforma que só mostram “uma tal perfeição” né? Esse vídeo sim é a realidade da maioria das mulheres !! 🍌🍌🍌🍌🍌



460

(Imagem 3, *print* coletado pelas autoras)

Essa publicação deveria ser usada dentro dos consultórios para dar apoio a todas as mulheres q estão passando por isso ou pretendem passar, pq essas mudanças mexem tanto com o psicológico da gente q parece o fim da vida, a gente vai se afundando e na hora q vê está imersa dentro de uma depressão profunda com zero autoestima, o maneira leve q ela trata essas mudanças, a aceitação dessas mudanças no nosso corpo, só qm passa sabe, ainda mais ela por ser influencer famosa com certeza todo mundo achou q quer procedimento estético daria jeito, mas não ela mostrou a realidade de uma forma tão linda q com certeza vai ajudar muitas futuras mães por aí. Lindo demais esse vídeo ❤️

712

(Imagem 4, *print* coletado pelas autoras)

Vídeo de uma realidade necessária. Muitas mulheres se cobrando demais, se apegando a “perfeição” que vê aqui.

1685

(Imagem 5, *print* coletado pelas autoras)

Não seguia , não achava que o conteúdo era para mim, mas menina que vídeo necessário, maternidade real, zero filtros, com certeza acolheu muitas mulheres que infelizmente se baseiam na vida fake de muitas blogueiras!

1319

(Imagem 6, *print* coletado pelas autoras)

Não era fã, mas depois desse vídeo super necessário eu simplesmente virei. Obrigada por compartilhar essa fase de forma tão necessária e verdadeira.

1811

(Imagem 7, *print* coletados pelas autoras)

De acordo com Dramalli (2022) o “midiatizar-se” vem se estruturando como prática social, trazendo a visibilidade como exigência para a legitimidade e reconhecimento. É possível inferir que o parto passou a ser um evento midiaticizado, haja vista que a prática social envolvida na gestação e parto é diretamente influenciada pelo

funcionamento e presença da mídia (SARAIVA; PAVAN, 2019). Porém, conforme os comentários no vídeo “*Tour pelo meu corpo grávida*”, de Viih Tube, é possível perceber a identificação de mulheres com as implicações físicas e emocionais trazidas pela gestação, o que muitas vezes, não são explicitadas de forma real por outras *influencers*. A gestação midiaticizada, fantasiada por muitas influenciadoras digitais podem causar frustração e até adoecimento psíquico das mulheres, devido ao distanciamento dos padrões impostos em relação ao corpo perfeito durante a gestação e o pós-parto, a amamentação e as escolhas da mãe para com a criação e o cuidado do seu filho, bem como outras questões que permeiam o maternar.

Hoje, o avanço da *internet* facilitou ao público em geral o acesso à informação e também a desmistificação de momentos como a maternidade para públicos variados, tornando pública as questões privadas que perpassam pelo cotidiano real das mães. Nesse sentido, a mídia “...foi de fundamental importância para trazer ao espaço público as questões privadas da mulher, dentre as quais se destaca aqui a da condição de mãe” (TOMAZ, 2015 p. 159).

No entanto, ainda hoje, tem-se nas redes sociais um imaginário muito voltado para o perfeito, o que se distancia do real, em diferentes aspectos. Em entrevista para o Fantástico, Eliezer, marido de Viih Tube, afirma: "As blogueiras em geral trazem a gravidez muito romantizada. Então, já sai da maternidade, já mostra a barriga chapada e nisso as mulheres reais, o mundo real sente muito... Como posso dizer, sozinha, eu acho que a palavra é sozinha, tipo: só eu estou assim" (informação verbal).

Como vimos, a gestação idealizada é até mesmo transmitida pela mídia, através de blogueiras, celebridades e influenciadoras como um momento perfeito, sem problemas e sequer frustrações. No entanto, ao contrário, esse momento é marcado por muitas angústias que recaem sobre a mãe. Nesse sentido, a romantização da maternidade é ainda hoje difundida em sociedade, assim como afirmam Bezerra e Rodrigues (2018):

O meio social aponta para uma visão estereotipada de uma mulher-mãe que não encontra desafios e que, instintivamente, coloca para maternidade e maternagem uma relação de encontro perfeito. É isso que grande parte da mídia e a própria sociedade nos seus mais diversos grupos querem que a mulher acredite fazendo disso uma regra, que caso a mulher-mãe não se adeque está fora dos padrões, ou seja, marginalizada.

Por isso, tem sido tão importante falar sobre a gravidez real, principalmente por alguém com a visibilidade de Viih Tube. A gravidez pode ser uma fase desafiadora para muitas mulheres que lidam diariamente com críticas e julgamentos de pessoas à sua volta sobre corpo, peso e até mesmo pelo tipo de parto escolhido, pelo amamentar, e a forma de cuidar e educar os filhos, culpando-se de diversas maneiras. Assim, pensar em celebridades como Viih Tube, vista como um ser intocável, perfeita, mostrando mudanças no corpo, expondo sua realidade de forma natural, como realmente é, se conectando com muitas outras mulheres que estão passando pela mesma fase, faz com que elas se sintam representadas e acolhidas, entendendo que essas mudanças fazem parte de um processo natural. Viih Tube, em entrevista para o Fantástico, aponta: “O máximo que posso fazer é tentar ajudar as mães, tendo parceiro ou não do lado, a estar encarando essa transformação do corpo de forma positiva [...] Mostrar que é normal e mais do que isso, mostrar que é bonito” (informação verbal).

Nesse sentido, pode-se afirmar que, a contribuição da influenciadora nesse momento, foi de fato importante para acolher outras mulheres que estão ou já passaram por essa fase, mostrando que essa é uma realidade comum, porém ainda pouco retratada, principalmente através das redes sociais. Por isso, é importante mostrar a realidade gestacional além de outras frentes como período pós-parto, amamentação, educação e cuidados com as crianças, buscando conscientizar mães e mulheres. Além disso, “fortalecer a figura da mulher enquanto sujeito de direitos, de vontades e de expectativas a serem correspondidos” (TOMAZ, 2015 p. 162), oferecendo-lhes liberdade sobre seus corpos e principalmente sobre o seu maternar. Pensando nisso, tornar pública questões femininas ainda muito restritas ao ambiente doméstico são fundamentais para que a sociedade como um todo repense, discuta e desmistifique suas frentes.

CONCLUSÃO

A representação do maternar de Viih Tube é considerada uma mola propulsora de mudança fundamental diante das redes sociais que ainda naturalizam corpos e vidas perfeitas. Apresentar uma influenciadora digital com tanto prestígio e renome nas redes propagando imagens como essa, dando visibilidade para um maternar real e fraterno é

caminhar em direção a um futuro com menos cobranças gestacionais e mais informações sobre esse fenômeno.

Nesse sentido, é importante ressaltar que a midiatização de casos como esses são importantes para propagar visões da vida como ela é, evitando a romantização de períodos tão difíceis e conturbados como o materno para muitas mulheres. Embora cada mulher tenha uma realidade gestacional diferente, suas dores e angústias geralmente se relacionam sob os mesmos anseios e dúvidas, pautadas em uma realidade ainda pouco representada nas redes sociais. Por isso, a atitude da influenciadora tem se mostrado significativa, buscando garantir também a cidadania e acesso à informação a todos a respeito do real materno, evitando assim, a pressão gestacional vivida por muitas mulheres durante e após esse período.

Por isso, considera-se pertinente a necessidade de prosseguir com pesquisas e debates sobre mulheres e maternidade, a fim de ampliar a produção científica acerca da maternidade real, mostrando uma frente verdadeira sobre o materno e, assim, reduzir barreiras e angústias que cercam mulheres, gestantes e mães, tornando-as livres de imposições sociais preestabelecidas sobre gestação, criação dos filhos e sobre seus próprios corpos. Nesse sentido, este estudo não deve ser encarado como conclusivo, mas sim como um ponto de partida para novas reflexões e descobertas.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

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

BEZERRA, F. P. M.; RODRIGUES, F. de H. S. **Sobre corpos do mundo real: a mulher para além da maternidade**. Anais XIII CONAGES... Campina Grande: Realize Editora, 2018. Disponível em: <https://editorarealize.com.br/artigo/visualizar/42204>. Acesso em: 17/05/2023.

CASTELLS, M. **A Sociedade em Rede**. V. 1. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CARLOS, P. P. de. Gênero, Maternidade e Direitos Sexuais e Reprodutivos. **RJLB**, n1, 2019. Disponível em: https://www.cidp.pt/revistas/rjlb/2019/1/2019_01_1745_1781.pdf. Acesso em 13 de Maio de 2023.

CORREIA, K, G, S. **Percepções de mulheres mães no pós-parto acerca de sua imagem corporal: um olhar da psicologia sobre a influência das redes sociais**. (Monografia para obtenção de título de psicóloga) Unilasalle, online. 30f. 2022.

DAMASCENO, O. V. et al. Imagem corporal e corpo ideal. **Revista brasileira de ciência e movimento**, v. 14, n. 2, p. 81-94, 2008. Disponível em: <https://portalrevistas.ucb.br/index.php/RBCM/article/view/691/696>. Acesso em: 15 de maio de 2023.

DRAMALI, B. L. Empreendendo o Projeto Gravidez: gestação (ou gestão) de uma nova vida? **Desidades**, n. 33, ano 10, 2022. Disponível em: <https://desidades.ufri.br/artigo/empreendendo-o-projeto-gravidez-gestacao-ou-gestao-de-uma-nova-vida/>. Acesso em 13 de Maio de 2023.

FORECHI, M. Miatização e identidades femininas nas redes sociais digitais. **Anais de Resumos Expandidos do Seminário Internacional de Pesquisas em Miatização e Processos Sociais**, [S.l.], v. 1, n. 1, set. 2019. ISSN 2675-4169. Disponível em: <https://midiaticom.org/anais/index.php/seminario-miatizacao-resumos/article/view/604>. Acesso em: 22 maio 2023.

GARCIA, A. M. A.; SILVA NETO, F. S. da .; VIDAL, G. P. Analysis of the main aesthetic changes resulting from pregnancy: an integrative review. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 9, n. 9, p. e14996332, 2020. DOI: 10.33448/rsd-v9i9.6332. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/6332>. Acesso em: 1 jul. 2023.

HJARVARD, S. Miatização: teorizando a mídia como agente de mudança social e cultural. **MATRIZES**, [S. l.], v. 5, n. 2, p. 53-91, 2012. DOI: 10.11606/issn.1982-8160.v5i2p53-91. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/matrices/article/view/38327>. Acesso em: 22 maio. 2023.

JENKINS, H; GREEN, J; FORD, S. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável**. São Paulo: Aleph, 2014.

LIPOVETSKY, G. **A terceira mulher: permanência e revolução do feminino**. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

LELES, F. R. C. I. **Internalização, pressão estética e estereótipos nas mídias digitais: uma abordagem historiográfica (2008 - 2019)**. Universidade Federal de Uberlândia. Trabalho de Conclusão de Curso. Uberlândia/MG. p.:80. 2019. Disponível em: <https://repositorio.ufu.br/bitstream/123456789/26079/4/InternalizacaoPress%c3%a3oEst%c3%a9tica.pdf>. Acesso em 15 de maio de 2023.

MORAES, V. di. F; CARMO, E. do.. Choro, estrias e umbigo estufado: Viih Tube fala de gravidez sem filtros - entrevista [abr. 2023]. Entrevistadora: Flávia Cintra. Entrevista concedida ao Fantástico. Disponível em: <https://globoplay.globo.com/v/11520642/?s=0s>. Acesso em 15/05/2023.

OLIVEIRA, C. R. **Pressão estética e autoimagem: um estudo com mulheres de diferentes faixas etárias**. Trabalho de conclusão de curso. 33p. 2021. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/20335/1/TCC%20VERSA%cc%83O%20FINAL%20OFICIAL%20PARA%20A%20BANCA%204%20pos%20banca%20em%20pdf.pdf>. Acesso em 17 de maio de 2023.

RODRIGUES, J. C. **Tabu da Morte** [online]. 2nd ed. rev. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2006. Disponível em: <https://pdfcoffee.com/tabu-da-morte-pdf-free.html>. Acesso em 15 de Maio de 2023.

SARAIVA, C. R. C.; PAVAN, M. A.. As Mulheres e o Parto Midiatizado: uma análise do discurso das celebridades. **Extraprensa**. V. 12, 2019. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/extraprensa/article/view/158045>. Acesso em: 13 de Maio de 2023.

TOMAZ, R. Feminismo, maternidade e mídia: relações historicamente estreitas em revisão. **Galaxia** (São Paulo, Online), n. 29, p. 155-166, jun. 2015. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/gal/a/Q7mtHwSk4mzmxcT5k3trbNg/?format=pdf> acesso em: 15/05/2023.

WEINSWIG, D. **Influencers are the new brands**. October, 2016. Disponível em: <http://www.forbes.com/sites/deborahweinswig/2016/10/05/influencers-arethenewbrands/#5c3b8b107fc5>. Acesso em 15 de Maio de 2023.