

Múltiplas maternagens, uma só representação: O jornalismo televisivo e a maternidade ideal¹

Maria Paula Neiman²

Profa. Dra. Cristiane Finger Costa³

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul

RESUMO

Este estudo busca problematizar a maneira como o jornalismo aborda temas que dialogam com questões de direitos humanos e gênero, especificando no tema das maternidades. A partir da análise do discurso de reportagens veiculadas no Dia das Mães, o estudo explorará as formas de descrição das maternidades que muitas vezes são reforçadoras de estereótipos ao retratar a maternidade de forma idealizada e homogênea, invisibilizando a diversidade de experiências maternas. A partir de uma revisão literária, o estudo explorará a contribuição da exclusão simbólica de mulheres que não se enquadram no padrão hegemônico exposto pela mídia.

PALAVRAS-CHAVE

Jornalismo; maternidades; gênero; estereótipos; mídia.

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Jornalismo audiovisual evento integrante da programação do 24º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 3 a 5 de julho de 2025.

² Mestranda discente do curso de comunicação social do Programa de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul – PUCRS, email: apaulaneiman@gmail.com

³ Orientadora do trabalho. Doutora em comunicação social, docente do curso de jornalismo na Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, PUCRS, email: cristiane.finger@pucrs.br

INTRODUÇÃO

No imaginário social construído de mãos dadas com a mídia, e neste trabalho entende-se o jornalismo, ser mãe ainda é sinônimo de abnegação, amor incondicional e felicidade plena. Todos os anos, datas como o Dia das Mães reforçam esse ideal, projetando uma imagem homogênea da maternidade que ignora as complexidades, contradições e diversidades que atravessam as experiências maternas reais. Mães sorridentes, emocionadas, alegres e com o mito do "instinto materno" internalizado. Mas o que essas representações revelam, e, principalmente, o que silenciam? Em um cenário em que o jornalismo ainda carrega marcas de uma tradição que tende à homogeneização das experiências, discutir como a mídia constrói a figura da mãe torna-se cada vez mais necessário. Este trabalho propõe um olhar atento para as formas como o discurso jornalístico aborda as maternidades, considerando as sutilezas, omissões e padrões que se repetem. Ao problematizar essas narrativas, pretende-se abrir espaço para refletir sobre os impactos simbólicos dessas representações e suas implicações na vida de mulheres reais, plurais e muitas vezes invisibilizadas.

Neste estudo, propõe-se falar do jornalismo, a partir da sua perspectiva televisiva. A televisão desempenha um papel central na vida social contemporânea, não apenas como fonte de informação, mas, sobretudo, como agente formador de valores, comportamentos e percepções de mundo. Sua força simbólica ultrapassa os limites do entretenimento, moldando subjetividades de forma profunda e, muitas vezes, imperceptível. Como afirma Joan Ferrés (2004, p. 26),

“a influência que a televisão exerce é maior ainda do que se pensa, precisamente porque se exerce de maneira inadvertida. Quanto menor é o conhecimento sobre os mecanismos de persuasão e sedução do meio, quanto maior é a convicção de que a gente mantém o controle sobre o meio, menos imune se está a suas influências inadvertidas”.

Isso revela como o consumo televisivo, especialmente em ambientes íntimos como o lar, torna-se terreno fértil para a internalização de normas sociais e estereótipos. Ao aliar imagem, som e narrativa em formatos acessíveis e emocionalmente envolventes, a televisão se diferencia de outros meios, como o rádio ou a imprensa escrita, pela sua capacidade de penetrar no cotidiano de forma contínua e eficaz. Assim, torna-se uma poderosa ferramenta de legitimação de discursos, contribuindo para a naturalização de

modelos sociais, como o da maternidade idealizada, amplamente reforçado nas coberturas jornalísticas televisivas. A televisão está presente em 94,4% dos domicílios brasileiros, segundo dados do IBGE, o que evidencia sua ampla presença nos lares do país. Ainda que o rádio permaneça relevante, sendo ouvido regularmente por 79% da população, conforme a pesquisa Inside Audio 2024, é a televisão que alcança a maioria dos brasileiros de forma contínua e multisensorial. A leitura de jornais, sejam impressos ou digitais, não foi considerada nesta análise, uma vez que cerca de 48 milhões de brasileiros são analfabetos absolutos ou funcionais, o que compromete o acesso pleno a esse tipo de mídia. Este trabalho propõe, portanto, refletir sobre a comunicação voltada à totalidade da população, e, nesse sentido, a televisão se destaca como o meio de maior capilaridade e influência social.

Além de seu amplo alcance, a televisão desempenha um papel fundamental na mediação simbólica da realidade, especialmente por sua capacidade de articular informação, emoção e entretenimento em uma mesma narrativa. Essa característica a torna particularmente eficaz na transmissão de valores culturais e na construção de imaginários sociais. Com a presença constante em diferentes espaços e horários do cotidiano, ela contribui para a naturalização de discursos e modelos sociais, influenciando percepções sobre temas como família, gênero e maternidade. Assim, compreender o papel da televisão vai além de avaliar seu alcance técnico; trata-se de reconhecer seu poder formativo na vida cotidiana da sociedade brasileira.

METODOLOGIA

Este estudo possui um percurso metodológico que articula a análise do discurso com o imaginário social, a partir da análise da reportagem do Jornal do Estado da TV Atalaia, afiliada da Rede Record em Sergipe. A matéria veiculada no Dia das Mães de 2023, serve como exemplo para o estudo explorar como as maternidades vem sendo abordadas pelo jornalismo. Realizou-se uma análise de discurso sobre as informações colocadas pelos repórteres, produtores e editores que atuaram no seu processo de produção e divulgação desta matéria que envolvem a maternidade e as mulheres mães. Portanto, trata-se de uma análise qualitativa e exploratória, juntamente com uma revisão da literatura sobre os temas de gênero, direitos humanos, maternidade, jornalismo e jornalismo televisivo.

ANÁLISE E PRINCIPAIS RESULTADOS

Este trabalho realiza uma análise do discurso da reportagem exibida no dia 12 de maio de 2023, no *Jornal do Estado* da TV Atalaia, afiliada da Rede Record em Sergipe. A matéria intitulada “Mães de primeira viagem” foi veiculada no domingo do Dia das Mães e busca homenagear as mulheres através da história de duas jovens mães, apresentadas como representativas de "todas as mães". A escolha metodológica pela análise do discurso, com enfoque crítico no imaginário social, a partir da mídia, permite compreender de que maneira o jornalismo contribui para a produção e reprodução de estereótipos acerca da maternidade.

A reportagem apresenta um recorte bastante limitado da experiência materna. As personagens escolhidas são mulheres jovens, brancas, de classe média, que engravidaram na primeira tentativa e que possuem condições materiais para realizar eventos como chá revelação e montar enxovais elaborados. Ambas contam com ampla rede de apoio, maridos presentes, mães e sogras atuantes, e dispõem de estabilidade financeira.

Desde a introdução da matéria, o apresentador Gilvan Fontes adota um tom de idealização ao afirmar: “Domingo é comemorado o Dia das Mães, uma data muito especial. Afinal, a maternidade é cheia de magia, de amor incondicional. Ser mãe não é uma tarefa fácil, mas é um mundo de emoções, um universo fascinante.” Essa chamada da reportagem promove uma romantização da maternidade, apresentando-a como uma experiência universal, plena e emocionalmente gratificante. Tal perspectiva desconsidera as diferentes formas de matinar, homogeneizando experiências e expectativas. Como aponta Veiga (2010, p.15), “As visões hegemônicas e circulantes na mídia [...] acabam por reforçar um padrão excludente de indivíduos e grupos que não se enquadram nos comportamentos constantemente afirmados como normais em nossa sociedade”. Ao selecionar e expor determinadas histórias sob o ângulo da maternidade idealizada, o jornalismo reforça um modelo de mãe associado à plenitude e ao amor incondicional. Esta escolha editorial está em consonância com a perspectiva de Genro (2013, online), que observa que

“O critério jornalístico de uma informação está indissolivelmente ligado à reprodução de um evento pelo ângulo de sua singularidade. Mas o conteúdo da informação vai estar associado (contraditoriamente) à particularidade e universalidade que nele se supõe, ou melhor, que são delineados ou insinuados pela subjetividade do jornalista”.

Dessa forma, a subjetividade do jornalista e da instituição midiática naturaliza um modelo específico de maternidade, reforçando uma representação limitada e excludente. Essa

normatização opera principalmente pelas emoções, como destaca Ferrés (1998, p.3): “Tende-se a pensar que os telespectadores são influenciados fundamentalmente desde a razão, quando na realidade são influenciados primordialmente desde as emoções”. As imagens selecionadas também colaboram para essa construção: planos abertos de ambientes acolhedores, quartos infantis organizados, casas confortáveis, sorrisos constantes, casais caminhando de mãos dadas, emoções expostas com trilha sonora suave. Visualmente, a reportagem reforça o ideal de uma maternidade harmônica e feliz. Não há espaço para representar o cansaço extremo, a ambivalência emocional, a sobrecarga mental, ou os desafios enfrentados por mães em contextos de vulnerabilidade social.

Até mesmo as dificuldades mais brandas, como a sobrecarga das tarefas domésticas e do cuidado com os filhos, são tratadas de maneira superficial, reiterando a ideia de que tais desafios são naturais e intrinsecamente gratificantes. Assim, a reportagem silencia experiências como o cansaço extremo, a falta de apoio, a privação de sono, as múltiplas jornadas, especialmente para aquelas que, mesmo em classes sociais mais altas, enfrentam desafios significativos no maternar.

Ao representar apenas esta versão idealizada da maternidade, o discurso jornalístico reforça a expectativa de que toda mulher deva priorizar a maternidade e sentir um desejo intrínseco e inquestionável de ser mãe. Contudo, como adverte Simone de Beauvoir (1990, p.103), tal naturalização é parte de um mito criado para manter as mulheres em posição de subordinação:

“Não acredito que existam qualidades, valores, modos de vida especificamente femininos: seria admitir a existência de uma natureza feminina, quer dizer, aderir a um mito inventado pelos homens para prender as mulheres na sua condição de oprimidas. Não se trata para a mulher de se afirmar como mulher, mas de tornarem-se seres humanos na sua integridade”.

A reportagem mostra as duas mulheres mães, com seus maridos, colocando como totalizadora a ideia de que todas as mães brasileiras possuem uma rede de apoio incondicional, porém, de acordo com a última pesquisa do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea), que analisou as desigualdades dos anos 1995 a 2015, 32% das mulheres no Brasil são mães solteiras e 45% são mulheres que comandam a casa e possuem pouco ou nenhum auxílio financeiro de companheiros ou rede de apoio, demonstrando que essa não é a realidade das mães do Brasil.

Essa análise demonstra que o jornalismo televisivo, mesmo em reportagens comemorativas, atua como agente ativo na construção de imaginários sociais excludentes. Ao ignorar as múltiplas dimensões da maternidade — marcadas por desigualdades de

classe, raça e gênero —, a mídia reforça um modelo único e normativo de ser mãe. Em vez de abrir espaço para a diversidade das experiências maternas, o jornalismo, ao se ancorar na emoção e na idealização, contribui para a exclusão das múltiplas formas de maternidade.

CONCLUSÃO

A análise da reportagem “Mães de primeira viagem”, veiculada pela TV Atalaia no Dia das Mães de 2023, evidencia como o jornalismo televisivo ainda reforça representações hegemônicas e idealizadas da maternidade, desconsiderando a pluralidade de vivências que constituem a realidade de muitas mulheres brasileiras. A escolha das personagens, a construção narrativa e estética da matéria, bem como a ausência de diversidade social, racial e econômica, revela um padrão midiático de representação que privilegia a normatividade, a afetividade romantizada e a maternidade como destino universal feminino. Ao apresentar a maternidade como uma experiência naturalmente mágica, harmônica e emocionalmente recompensadora, o discurso jornalístico analisado silencia aspectos fundamentais do maternar, como a sobrecarga, o cansaço, a solidão, os conflitos internos, a ausência de rede de apoio e as múltiplas formas de resistência e reinvenção que muitas mães vivem cotidianamente. Além de não colocar como centrais as mães pretas, pobres, lésbicas, trans e as diversas possibilidades do ser mãe. Este silenciamento não é acidental, mas sim parte de uma engrenagem simbólica que atua para manter certos padrões de gênero e família como desejáveis, legítimos e universais. Como demonstram autoras como a Márcia Veiga e Simone de Beauvoir, esse processo de invisibilização e normatização das experiências femininas está enraizado em um imaginário social que ainda atribui às mulheres um papel essencialmente materno, desconsiderando suas subjetividades e individualidades. O jornalismo, especialmente o televisivo, ao optar por representar uma única forma de maternar, branca, jovem, classe média e heteronormativa, reforça uma estrutura simbólica excludente e contribui para a manutenção de desigualdades sociais e de gênero. A televisão, enquanto meio de maior capilaridade no Brasil, tem papel decisivo na construção de sentidos sobre a vida em sociedade. Por isso, é urgente que esse espaço midiático amplie suas lentes, reconheça a diversidade das maternagens e atue com mais responsabilidade simbólica. O desafio que se coloca, então,

é pensar um jornalismo comprometido com a pluralidade, que vá além das datas comemorativas e das histórias emocionalmente apelativas, e que se proponha a escutar, narrar e visibilizar as diferentes realidades maternas existentes no país. Isso implica não apenas mudar a escolha de personagens ou a estética das reportagens, mas rever critérios de noticiabilidade, estruturas de produção e valores que sustentam a prática jornalística. Em um cenário de profundas desigualdades, representar é também disputar sentidos. E, nesse campo, reconhecer que não há uma maternidade, mas múltiplas maternagens, é um passo fundamental para romper com o imaginário excludente ainda dominante nas mídias televisivas brasileiras.

REFERÊNCIAS

BEAUVOIR, Simone de. O segundo sexo. 2. ed. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1990.

FERRÉS, Joan. Televisão subliminar: socializando através de comunicações despercebidas. Porto Alegre: Artmed, 1998.

FERRÉS, Joan. Televisão e educação: o poder formador da televisão. Porto Alegre: Artmed, 2004.

GENRO FILHO, Adelmo. O Segredo da Pirâmide: para uma teoria marxista do jornalismo, 1987. Documento digital disponível em: <http://www.adelmo.com.br/index3.htm>. Acesso em: 15 de abril de 2025

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA (IBGE). Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua: acesso à televisão e rádio nos domicílios brasileiros. Rio de Janeiro: IBGE, 2024. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em: 12 de abril de 2025

INSTITUTO DE PESQUISA ECONÔMICA APLICADA (IPEA). Retrato das desigualdades de gênero e raça no Brasil: 1995-2015. Brasília: Ipea, 2016. Disponível em: <https://www.ipea.gov.br/>. Acesso em: 13 de abril de 2025.

INSIDE AUDIO. Inside Audio Brasil 2024. Kantar IBOPE Media, 2024. Disponível em: <https://www.kantaribopemedia.com/>. Acesso em: 12 de abril de 2025.

VEIGA, Márcia. Mídia e representações sociais: o discurso jornalístico e a construção da realidade. In: Cadernos de Comunicação, v. 14, n. 2, p. 57-68, 2010. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.