

ARTIGO

MONOPARENTALIDADE (TRI)VIAL: UM PARADOXO

(Single Parenting (tri)vial: a paradox)

João Carlos Cattelan ¹
(Universidade Estadual do Oeste do Paraná)

Recebido em: setembro de 2019

Aceito em: novembro de 2020

DOI: 10.26512/les.v21i2.27274

¹ Professor Doutor da Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste). Docente na graduação em Letras, no campus de Marechal Cândido Rondon, e na pós-graduação (Mestrado e Doutorado), no campus de Cascavel. Mestre pela Universidade Federal do Paraná, doutor pela Universidade Júlio Mesquita Filho (Unesp-câmpus de Araraquara) e pós-doutor pela Universidade de Coimbra. E-mail: jcc.cattelan@gmail.com.

RESUMO

Busco examinar as formas de parentalidade, especialmente, a monoparental, que resiste à evidência de que a tessitura familiar e a socialização da criança ocorrem de forma mais complexa do que a que a situa ao lado da constituição heterossexual, com áreas de especialidade para cada gênero. Contra o imaginário que cinde as “competências” do homem e da mulher (para o que contribuem os dados que analiso), impondo-lhes uma atividade específica, atento para a biparentalidade e para multiparentalidade e postulo que homens e mulheres, mesmo solitariamente, podem suprir o cuidado da criança, sem gerar, como às vezes é defendido, indivíduos desajustados socialmente.

Palavras-chave: Monoparentalidade. Biparentalidade. Multiparentalidade.

ABSTRACT

I aim at examining the forms of parenting, especially the single parenting, which resists to the evidence that the family structure and child socialization occur in a more complex way than the one that places it next to the heterosexual constitution, with areas of expertise for each gender. Against the imaginary that separates the man's and the woman's “competences” (to which the data that I analyze contribute), imposing on them a specific activity, I call attention to the biparentality and multiparentality and postulate that men and women, even solitarily, can supply the care of the child, without generating, as it is sometimes argued, socially misfit individuals.

Keywords: Single Parenting. Biparentality. Multiparentality

RESUMEN

Intento examinar las formas de parentalidad, especialmente, la monoparental, que resiste a la evidencia de que la estructura familiar y la socialización del niño ocurren de manera más compleja que la que la ubica al lado de la constitución heterosexual, con áreas de especialización para cada género. Contra el imaginario que divide las “competencias” del hombre y de la mujer (a lo que contribuyen los datos que analizo), imponiéndoles una actividad específica, observo la biparentalidad y la multiparentalidad y postulo que hombres y mujeres, aunque en solitario, pueden satisfacer el cuidado del niño sin generar, como a veces se argumenta, individuos socialmente inadaptados.

Palabras clave: Monoparentalidad. Biparentalidad. Multiparentalidad

INTRODUÇÃO

Numa pesquisa, cheguei ao pleito de que, em determinadas campanhas publicitárias, o pai não tem lugar, isto é, ele é um não-lugar. No trabalho, utilizei cinquenta propagandas de produtos para o público infantil; nelas, ou a imagem era constituída por uma mãe e um bebê ou apenas pelo bebê, com a mãe, neste caso, sendo mencionada no texto verbal anexo ao texto não-verbal. Nos cinquenta anúncios, a figura paterna aparecia apenas duas vezes, mais a título de componente do cenário, do que como peça decisiva para a constituição do sentido.

A análise me levou a sustentar o aniquilamento do pai na composição de determinados cenários familiares, o assoberbamento das atividades da mãe em relação ao cuidado do filho e a anulação de algum protagonismo pela criança, tida como dependente. Os dez anúncios da revista

Cláudia Bebê, os vinte da revista **Pais&Filhos brasileira** e os outros vinte da revista **Pais&Filhos portuguesa** me fizeram postular que, apesar de poder desempenhar atividades de cuidado, o pai é alijado delas; a mãe é colocada sob a iminência de ser alcançada por mais um fazer; e a criança, se bem que possa satisfazer algumas necessidades, é tida como impotente, devendo ser atendida de modo unilateral quanto aos cuidados que demanda.

Se, por um lado, este imaginário açambarca a vida da mãe com um número infindo de tarefas, por outro, permite que o pai possa usufruir os momentos livres e aceite o diapasão do descompromisso para com o filho. Quanto a este, como profecia que se autorrealiza, torna-se dependente e até déspota da atenção da mãe, entendendo que ela deve servi-lo. Não são poucos, porém, os casos que desdizem o imaginário, mostrando homens que o contradizem, mulheres que se recusam a aceitá-lo e crianças que, de modo autônomo, conduzem a própria vida. Há, pois, um conjunto de crenças que se perpetua à revelia do que os dados empíricos revelam. A recorrência desse discurso produz distanciamentos interpessoais e dissensões familiares, às vezes, difíceis de solucionar.

O que importa retomar é que este tipo de clivagem produz, em eventos dramáticos, fraturas quase que irresolvíveis: para mulheres, crianças e homens. Sob a injunção imposta pelo imaginário ao sabor do senso comum, decisões judiciais afastam mulheres dos filhos, entendendo que não têm como provê-los financeiramente; separam pais dos filhos, acreditando serem incapazes de cuidado e pouco dados à afetividade; e isolam crianças de um e de outro, pautando-se na crença de que a criança não tem discernimento para escolher.

Com este sumário, passo ao objetivo do trabalho: embora a família monoparental seja vista, às vezes, como “aberração produtora de mão-de-obra para o crime organizado”, este modelo familiar baliza o funcionamento do discurso das propagandas analisadas. Valho-me de algumas para mostrar o foco monoparental da sua constituição, aproveitando para refletir sobre este “paradoxo”, em face do modelo triádico que parece ser desejável, em que pese a escolha provir de crenças de longa duração que se cristalizaram historicamente por meio do recalque ideológico que o coloca como estando ao lado do *bom*, do *bem* e do *melhor*.

1. A FAMÍLIA E A MONOPARENTALIDADE

No imaginário atual (nem tão atual assim), a família ainda é compreendida como instituição sociológica triádica, constituída por homem, mulher e criança (no mais das vezes, com dois filhos - um menino e uma menina, sendo aquele o mais velho para perpetuar o nome a linhagem), calcada no modelo clássico (religioso cristão). A operação de procriar e cuidar é, em geral, atribuída aos lugares

do pai e da mãe, sustentando-se na premissa da heterossexualidade, e os casos em que este modelo é rompido são entendidos como perniciosos para a criança e, em última instância, para a sociedade.

Esse modo de compreensão do que é desejável para uma família (cumprindo o destino social de *cellula mater*) se pauta no imaginário de que ela é o agrupamento fundamental da estrutura social, não bastando, portanto, que haja uma família, mas que ela se organize ao sabor do (ac)ordo social: em torno de homem e de mulher que terão filhos e serão responsáveis por eles. Sobre a família, mais do que o ditame de um modo de socialização, pesa uma arbitrariedade de cunho sexualizante pautado no modelo heteronormativo. A família parece ser, assim, um regime de sublimação da libido.

Para além do imperativo que paira sobre a família, uma miríade de injunções se impõe sobre como cada componente deve pautar a vida prática, pois “é a nível de família que o facto de pertencer a um sexo se torna um destino social, implícita ou explicitamente regulamentado e que se situa numa hierarquia de valores, poder e responsabilidade” (SARACENO; MALDINI, 2003, p. 21), levando homens e mulheres a ocuparem o seu lugar na tríade prevista e a agirem ao modo do como-se, da convivência e da cumplicidade. Essa incrustação de efeitos sobre ‘pai’ e ‘mãe’ faz com que os fios ao seu redor sejam tecidos com amarras coercitivas.

Embora este imaginário ainda vigore e se imponha sobre a vida de homens e mulheres no que se refere à constituição familiar e ter sido o padrão tomado para a formulação de postulados teóricos, a história de longa duração aponta para a atenção multiparental frente à introdução das crianças na sociedade. A interdição de comportamentos e o suporte das necessidades da criança (hoje, ditadas por anúncios, que fazem passar por obrigatório o que é supérfluo) foram quase, se não sempre, atendidos por pessoas externas ao ambiente doméstico. Contra a biparentalidade que ainda vigora em processos discursivos, a multiparentalidade parece ser ingrediente decisório.

A biparentalidade foi mais uma forma de responsabilizar um homem e uma mulher pelo cuidado da criança do que a renúncia de tecer um conjunto de fios que costurariam uma adequação mais açambarcadora do que a adequação ao cenário doméstico. A tessitura de teias ao redor de um homem, de uma mulher e de um filho parece ter como finalidade a aceitação de previsões sociais maiores do que o suporte para o desenvolvimento saudável.

Apesar deste bailado colocar o imaginário sobre a família nuclear sob suspeição e trazer à tona relações de parentesco mais abrangentes como “coadjuvantes” do destino social, nunca deixou de haver e, hoje, parece ser mais evidente que há, uma família monoparental, que não é desejada por certos discursos. Entre a multiparentalidade multifacetada e a biparentalidade, com o casal devendo atender, cada um por si, à paternidade e à maternidade, hoje, o modelo monoparental é mais evidente. Entretanto, sequer esta percepção abarcaria o que acontece no modo de estruturação das famílias.

O ponto crucial para o que pretendo atentar é: em que pese a defesa da biparentalidade heterossexual, imposta por uma percepção de cunho sexualizante, nunca deixou de haver uma família monoparental, além do que a própria estruturação biparental nunca deixou de ser uma somatória de monoparentalidades, com obrigações atingindo a cada um, obrigando-o a dar conta das incumbências isoladamente, embora não esteja sozinho. A biparentalidade parece nunca ter significado uma partilha efetiva das demandas familiares, com cada um cuidando do seu “próprio” afazer e do seu mundo particular. Contra o suposto acerto de uma composição familiar, teorizada em conjunto colaborativo, a prática coincide com o isolamento de cada um. Este é o “paradoxo” ingênuo do discurso que defende que a monoparentalidade seja perniciosa.

1.1 Primeiro dado: Prima Pappa Zero 3

O comercial da Prima Pappa Zero 3 foi publicado na revista Pais&Filhos de setembro de 2015, na página 16. Ele objetiva vender a cadeira da Peg-Pérego, que, em face da suposta versatilidade, poderia ser usada como cadeira de descanso, mesa de refeições e cadeira para refeições com os adultos. Enfatizando a tecnologia Made in Italy e a durabilidade do produto, o anúncio se ancora na promessa de conforto, de economia e de praticidade, já que, quando fechada, ocupa “o mínimo espaço”.

A cadeira acompanharia a criança desde o nascimento, pondo-a sob os olhos da mãe. Ela seria uma “cadeira para descanso”, funcionando como um berço; um utensílio que poderia ser adaptado para atender às demandas da alimentação; e, com a retirada da mesinha, tornar-se-ia uma cadeira elevada para a criança fazer as refeições junto com os adultos. “Desde o nascimento” cria o efeito de aproveitamento prolongado, acenando com versatilidade, praticidade e economia. Dessa maneira, seriam supridos os suportes demandados pela criança para o descanso e para a alimentação. Uma vez que a alegação de que o produto seria versátil, prático e econômico, cujas promessas poderiam não levar à compra, pois esses efeitos buscam convencer o interlocutor sobre o acerto da decisão e não sobre o atendimento das necessidades da criança, é dito que a cadeira é “confortável para o descanso nos primeiros meses”, é “uma completa cadeira para refeição”, tem “revestimento confortável” e põe a criança “sempre sob os olhos” da mãe. Ele cria, assim, uma via entre razões positivas para a compra e para o uso por parte do bebê.

Além dos ingredientes que produzem efeitos de sentido elogiosos, é preciso considerar que o nome da cadeira é grafado em maiúsculas no primeiro caso, com iniciais maiúsculas no segundo e



em negrito no terceiro e quarto, o que objetiva a memorização, enfatiza a qualidade e retira o objeto da condição de nome comum, tornando-o um substantivo próprio. Além disso, a expressão *Made in Italy* alerta para a origem estrangeira do objeto, o que o sobredetermina meritoriamente, e destaca a fabricante que avaliza o utensílio. Cabe atentar para o “3” que sucede o nome, alertando que o modelo é de terceira geração, tendo sido, portanto, aprimorado.

Além da trifurcação entre o convencimento/persuasão do leitor, a promessa de bem-estar da criança e o elogio ao produto, o anúncio utiliza a cor verde nos enunciados, na cadeira e nos olhos da mãe, gerando o efeito de concretização da expectativa com o nascimento do filho. O tom verde que sobressai à pele do rosto da mulher leva a inferir que, assim como o broto verde da natureza que se renova, o bebê pode ter uma vida segura com o uso do produto anunciado, provocando a luminosidade festiva que se verifica no olhar materno.

Ao lado da assunção de conforto do bebê e de praticidade e economia do comprador, o anúncio é cruzado pela defesa de que a mulher, dado os atributos do produto, terá tempo para se cuidar. Em face da praticidade da cadeira e da longevidade de existência, ela permitiria à mãe partilhar das características da que avaliza o anúncio: pele, dentes e sobrancelhas bem cuidados, olhos luminosos e sorriso tranquilo. Inserindo-se no intradiscorso do comercial e nos efeitos que gera de modo mais imediato, o anunciante promete à mulher a partilha de traços que adviriam da sobra de tempo para si.

Atento para a polissemia que constitui a sequência “sempre sob seus olhos”. Se, por um lado, ela aponta para a versatilidade da cadeira, por outro, ela é atravessada pela injunção do dever-ser, impondo que a mãe tenha o filho à vista para evitar eventos nefastos. Além disso, para que estes efeitos se concretizem, o anúncio determina que a condição é a aquisição do produto, sob pena de haver rupturas com a previsão social sobre a maternidade.

Voltando ao objetivo do trabalho, atento para o panoptismo (FOUCAULT, 1999) prometido ao e exigido do cuidado por parte da mãe. A formatação da imagem, com a plenitude da abrangência da visão materna, é emblemática, já que sintetiza a determinação de a mulher estar atenta à vida do filho, devendo tê-lo sob sua guarda ininterrupta, exigência que açambarca o dia-a-dia. Este anúncio performatiza a síntese do que competiria à mãe: cuidar do filho e agir como o olho que tudo vê.

Para arrematar: sobre o pai, ele está inexoravelmente ausente. Sobre a mãe, ela é uma presença abundante, seja na imagem ou no plano verbal, por meio dos dêiticos *seus, seu, você e te*. A monoparentalidade constitui o anúncio e, mais do que isso, é cindida, já que a mulher seria a única competente para atender a criança. Contra algum modo de constituição multiparental, biparental ou monoparental complexa, o comercial corrobora o imaginário sobre a obrigação dos pais: à mãe, a atenção; ao pai, as finanças: separação inapelável (que vão ser tematizadas em outros espaços). Eis o

“paradoxo” para quem defende que a família tripartite gera pessoas equilibradas, pois a monoparentalidade clivada assombra os discursos e a monoparentalidade abrangente, no limite, determina o que se refere ao cuidado. A definição de enunciação dada por Pêcheux (1993, p. 176-175) mostra de forma precisa o princípio de funcionamento discursivo que constitui este tipo de materialidade discursivo-ideológica:

Diremos que os processos de enunciação consistem em uma série de determinações sucessivas pelas quais o enunciado se constitui pouco a pouco e que tem por característica colocar o ‘dito’ e em consequência rejeitar o ‘não-dito’. A enunciação equivale, pois, a colocar fronteiras entre o que é ‘selecionado’ e tornado preciso aos poucos (através do que se constitui o ‘universo discursivo’) e o que é rejeitado.

2. A MONOPARENTALIDADE MULTIFACETADA

Considerando os estudos de Freud (1973 e 2005) sobre o papel paterno, mas também sobre o papel materno, existiria uma clivagem entre a atividade do homem e da mulher em relação ao filho. Cindindo as atribuições entre dois gêneros estanques, do lado da mãe, estariam as obrigações do afeto, da higiene, da alimentação e da educação, ao passo que, do lado do pai, estaria a necessidade de evitar a realização edípica e a introduzir a criança no mundo da moral. Se a relação entre a mãe e o filho tenderia para a tomada do lugar do pai por sua supressão, a relação entre o pai e o filho se constituiria pela castração: pela interdição de certos comportamentos e pela inserção na proibição. Devido à identificação alienante da criança com a mãe e à busca pulsional de realização libidinal da primeira na segunda, ela se transformaria em objeto de desejo do filho, cabendo ao pai travar a pulsão sexual e provocar a frustração primitiva e fundante da personalidade.

Em Freud, a relação familiar é teorizada por parâmetros heterossexuais, ficando sob encargo da mãe o cuidado “doméstico” e do pai o provimento das necessidades econômicas, sendo separadas as tarefas de cada gênero. À mãe, a afetividade; ao pai, a economia. Embora Freud tenha construído as suas reflexões ao sabor do seu tempo e tenha incorrido em *dobra ideológica*², os seus postulados são retomados e perpetuam a clivagem, alijando a mulher das atividades econômicas e o homem das atividades “domésticas”. Mesmo que o autor tenha se pautado no modelo triádico, o que se verificava, mesmo então, era um conjunto de monoparentalidades cindidas.

Aceitando que a criança depende de cuidados afetivos e moralizantes, mas que eles não são atribuíveis a um gênero, podendo ser atendidos pelo pai ou pela mãe ou por apenas um deles, Lacan (1995 e 1998) teoriza essa cisão como *função paterna* e *função materna*, sem cair no ditame

² Conforme Belo, Rêda e Fidelis (*In*: BELO, 2016, p. 35), dobra ideológica ocorre com ‘toda teoria que reforça o caráter ideológico de concepções de subjetividade. Ao invés de desconstruir ideologias que legitimam certos jogos de poder, teorias podem reforçar os efeitos de dominação que tais discursos produzem’.

sexualizante freudiano. Para ele, a inserção da criança na sociedade começa com a relação alienante com a mãe (ou com a *função materna* ou com o *Outro* que representa essa função e que se opõe à função da castração), devendo esse liame ser rompido, sob pena de haver distúrbios psíquicos. Embora permaneça na esteira de Freud, a especialização é superada e o cuidado afetivo (de realização libidinal) e a castração (de controle da pulsão sexual) são vistos como sendo atendidos por qualquer integrante da família. Em que pese o pleito atentar para a família padrão, a especialidade atribuída a cada um dos componentes do casal é suplantada pela defesa de funções práticas.

Embora faça os postulados freudianos se movimentarem, Lacan também incorre em dobra ideológica, pois toma o real psicossociológico como a condição atemporal da socialização, pautada na heterossexualidade. Embora as funções paterna e materna possam ser atendidas por homem ou por mulher ou por apenas um deles, permanece a clivagem que distingue pai e mãe e que faz com que, mesmo na monoparentalidade, cada um se desdobre, não podendo ser sintetizada como uma única exigência: o cuidado. Também em Lacan, a multiparentalidade é obliterada e a inserção da criança na moral compete a iniciativas monoparentais, feitas de ilhas que, mesmo exercidas por uma pessoa, são executadas uma a cada vez, sendo a mesma pessoa pai num momento e mãe no outro.

Contraopondo-se à clivagem postulada por Freud/Lacan, Laplanche (1988 e 1992), psicanalista francês, busca uma síntese integradora, supera a dicotomia paterno/materno e postula o conceito de *cuidado*, que elimina a especialidade biológica e permite integrar o conjunto de necessidades da criança, que podem ser supridas por qualquer membro da família e possibilita compreender a subjetivação, inclusive, para além dos laços sanguíneos. A superação da dobra ideológica seria alcançada pela percepção de que a inserção da criança na sociedade exige tarefas que podem ser atendidas monoparentalmente ou em conjunto, sem que se deva pleitear “vocações” femininas ou masculinas. Não se trata, para o autor, de negar a necessidade de afeto e de interdição, mas de compreender que, sob a rubrica do *cuidado*, superam-se os seccionamentos. Laplanche supera, dessa maneira, a separação maniqueísta entre homens e mulheres e contempla o que constitui as nuances complexas da socialização da criança.

Ao invés de suprimir a monoparentalidade porque seria impotente para o atendimento dos ditames sociais, Laplanche a teoriza como força que realiza a incumbência postulada como sendo atendida em dupla ou em grupo, apesar de deslocar a perspectiva biologizante para o ponto de vista funcional. A ênfase sobre o cuidado, e não sobre a função, além de superar o fosso que não seria transposto por pai ou mãe solitários, permite postular que cada um atende as demandas de uma criança para se ajustar ao que é preconizado por uma organização social, ou seja: homens são afetivamente capazes e mulheres atuam adequadamente no que se refere aos processos proibitivos necessários.

Voltando ao ponto: se, em Freud e Lacan, há um conjunto de preceitos que sustentam quem entende que uma família monoparental seja um lugar de produção de desajustados, em Laplanche, o deslocamento da função materna e da função paterna para o *cuidado* abre as portas para a percepção das teias que subjetivam a criança. Os dados deste estudo, porém, mostram que a dicotomia freudiana é reatualizada, pois a mulher vive monoparentalmente parte do cuidado, atendendo a afetividade, mas não a interdição. Entendo, pois, que a publicidade para criança, neste caso, organiza-se no modo do como-se à revelia da prática social, dando sustentação para que atitudes pouco embasadas sejam assumidas em detrimento da experiência que mostra que a monoparentalidade é o princípio que governa o *cuidado*, sem que isso signifique que ele cubra apenas determinada região das necessidades infantis, dada a dependência da criança em relação aos que a cercam.

2.1 Segundo dado: Fralda Huggies

O comercial ao lado, publicado em setembro de 2015, na página 13, divulga a fralda Huggies e produz um efeito de controle especializado, pois afirma que se destina aos “primeiros 100 dias” do bebê, período em que a criança mais produz excreções ainda informes. Com a sugestão de especialidade e usando outros ingredientes discursivos, o comercial (é óbvio) busca garantir a eficácia do produto e levar o consumidor à compra.

No canto superior direito, encontra-se a sequência “Huggies: primeiros 100 dias”, repetida no primeiro enunciado do texto central e enfatizada nas embalagens ao pé do anúncio. A ênfase dada a esse discurso é tão forte que não é possível passar pelo comercial sem dar a atenção ao fato de que ela busca aprisionar o leitor, gerando o efeito de produto atento a um período da vida do bebê, o que garantiria o equacionamento de uma necessidade crucial, mal atendida pelas fraldas “genéricas”. Na sequência, ao invés da palavra ‘cem’, surge o número ‘100’, que torna grandiloquente o efeito de desenvolvimento de uma fralda especial para um período conturbado.

No texto central, aparece o enunciado “Tão protetora quanto o seu abraço”. Por meio de uma relação comparativa, o anúncio equipara, valendo-se de ‘tão... quanto’, a proteção da fralda com o abraço da mãe. Atribuindo a ela a obrigação de proteger o filho e alijando o pai da cenografia, a parceria protetora se reduz ao abraço da mãe e ao uso do produto. É possível defender que a fabricante se imiscui no anúncio, já que ela seria tão protetora quanto a fralda e a mãe, sendo alçada à posição essencial, já que encabeça a sequência verbal.



Por meio de paralelismo sintático com o anterior, o enunciado seguinte se constrói por meio de comparação, equiparando a suavidade da fralda com o toque da mãe no bebê. Como antes, a relação comparativa coloca a fabricante e o produto em igualdade com o cuidado materno, alçando os dois primeiros à centralidade da construção, pois estão postos em posição inicial. Unindo o carinho com o paralelismo, é gerado o efeito de um tal cuidado na elaboração do produto que ele se aproximaria do trabalho estético, pois teria sido planejado detalhadamente, o que se confirma com as orientações RN (recém-nascido) e P (pequeno). A suavidade, que equivale ao carinho e à carícia, daria à mãe, assim, uma forte razão para a aquisição.

Ao pé da página, acha-se a sequência “pele + seca, saudável e protegida*”. Chama a atenção o asterisco que remete para a nota lateral: “Versus as demais fraldas Huggies”. Evitando ser acusada de difamação e se revestindo de honestidade, o sentido que emerge é: se a Huggies é especializada na produção de fraldas, as do anúncio devem possuir qualidade notável, já que mantêm a pele ainda mais livre de umidade, mais saudável e mais protegida. Além disso, as letras garrafais alertam para a qualidade do produto e o sinal de ‘+’, ao invés da palavra ‘mais’, enfatiza a superioridade técnica.

Sobre o plano verbal, no canto direito inferior, há a sequência “Bolinhas suaves como algodão que absorvem cocô líquido”, mimetizada por como a fralda funcionaria. Mostrando como o produto isola o “cocô líquido” da pele, a proteção, a suavidade, a ausência de umidade e a saúde estariam comprovadas, pois as causas de irritação seriam mantidas à distância. E, se houvesse preocupação com o desconforto das “bolinhas”, é dito que elas são absorventes e “suaves”.

Além destes expedientes, a imagética duplica a proteção, a suavidade e o cuidado da pele por meio das cores e das imagens. Seja com a tessitura sedosa da pele da mãe e do bebê, com a perfeição imaculada de cada uma, com a coloração uniforme e idêntica, com o tom acobreado que reveste os corpos ou com o tom do fundo do anúncio e das embalagens, as cores reduplicam o efeito de proteção e de saúde. Além disso, o sono do bebê, a fisionomia tranquila da mãe e o sorriso satisfeito da criança ratificam as promessas feitas.

Retomo ao fio da meada: se, por um lado, o pai é obliterado na cenografia, à mãe, sozinha, compete o cuidado da pele do bebê, em que pese o amparo da Huggies. E ela, no limite, é coagida a atentar para o cuidado da forma prevista, pois, usando o produto, poderia almejar a tranquilidade e a estética da modelo do anúncio. No bojo do comercial, desse modo, evidenciam-se efeitos de sentido subliminares ameaçadores e chantagens veladas.

Postulo, pois, que, contra a multiparentalidade prática e a biparentalidade constitutiva da interpelação ideológica, a monoparentalidade especializada constitui o imaginário que tipifica o processo discursivo em pauta. Contra alguma forma de percepção mais complexa, a mulher ainda é atrelada à vida doméstica e o homem é afastado de atividades prosaicas como trocar fraldas. Não é

aleatória ou sem causa, portanto, a defesa dos que afirmam que a trifurcação familiar heterossexual é imprescindível: contra todas as evidências que a desmontam.

Recorro a um exceto retirado de Orlandi (1993, p. 25) para fechar esta seção:

Assim é que vemos a relação entre palavra e silêncio: a palavra imprime-se no contínuo significante do silêncio e ela o marca, o segmenta e o distingue em sentidos discretos, constituindo um tempo (*tempus*) no movimento contínuo (*aevum*) dos sentidos do silêncio. Podemos enfim dizer que há um ritmo no significar que supõe o movimento entre silêncio e linguagem.

Esta discretização operada pela linguagem sobre o fluxo contínuo do silêncio produz, neste caso, uma profusão de sentidos e de compromissos por parte da mãe, alijando o pai do campo do sentido e o eximindo, por decorrência, do cuidado do filho, reforçando as ilhas monoparentais especializadas que fixam destinos sociais para a mãe e para o pai.

3. SOBRE LUGAR E POSIÇÃO

Busco mais um ancoradouro para discutir a monoparentalidade clivada como elemento constituinte do discurso em estudo, postulando que se organiza à revelia da biparentalidade ou da multiparentalidade vivida. Contrário aos esquemas *reacional* e *informacional* da produção do sentido, Pêcheux (1993) defende que o sentido do discurso não se define “se não em referência ao mecanismo de *colocação* dos protagonistas e do objeto de discurso, mecanismo que chamamos ‘condições de produção’ do discurso” (p. 78, grifos do autor), o que “supõe que é *impossível analisar um discurso como um texto*” (p. 79, grifos do autor). Propondo que os falantes não são assimiláveis a estímulos e respostas ou emissão e recepção de mensagens, para ele, os processos discursivos são submetidos a “formações imaginárias que designam o lugar que A e B se atribuem cada um a *si* e ao *outro*, a imagem que eles fazem de seu próprio lugar e do lugar do outro” (p. 82, grifos do autor), o que significa que “todo processo discursivo supõe a existência dessas formações imaginárias” (p. 83).

Trazendo isto para este trabalho, ter-se-ia o sujeito A (a anunciante), o sujeito B (a mulher, mãe) e o objeto discursivo (R ou o produto). Por serem propagandas, os anúncios buscam produzir uma imagem positiva de A e R, visando ao objetivo de levar à aquisição do produto, capaz de atender as necessidades do consumidor. Além destas determinações que cercam a produção de A (de que a revista é suporte), B não é apenas um consumidor genérico; sobre ela, pairam imperativos sobre o seu lugar. A mulher não é apenas mãe, mas um modo de agir; não é uma função prática, mas uma posição-sujeito. O bebê, por seu turno, é um indivíduo carente que precisa ser protegido. Cada um é, assim, perspectivado por uma mirada ideológica, devendo se conduzir ao modo do como-se e da convivência.

Para Pêcheux (1993, p. 85, grifos do autor), as “*representações imaginárias* das diferentes instâncias do processo discursivo... resultam de processos discursivos anteriores (provenientes de outras condições de produção)”, o que demonstra que a mãe dos anúncios em pauta é reatualizada pela suposta ligação “intrínseca” com o afeto e pela impossibilidade que lide com a economia e com a interdição. Afetados por um imaginário que define o que se pode dizer de uma mãe, resta à mulher a incumbência afetiva, enquanto a criança é anulada e o homem é carente de afetividade. Percebe-se que os ditames ideológicos que imperam sobre a tríade familiar transcendem os anúncios e buscam sua fonte em tempos históricos antecedentes.

Refletindo sobre a Análise de Conteúdo, Pêcheux (2011) teoriza a questão do *lugar* e da *posição*, valendo-se de um exemplo da área médica, que distingue o médico hospitalar do de clínica particular. Apesar de serem médicos e, portanto, partilharem um lugar “na estrutura de uma formação social, lugar do qual a sociologia pode descrever o feixe de traços objetivos característicos” (PÊCHEUX, 1993, p. 82), eles não ocupam a mesma posição, já que a forma de se referirem ao paciente muda, sendo ora “‘meu’ doente”, ora ‘*esse* doente’ (PÊCHEUX, 2011, p. 216, grifo do autor). O discurso, portanto, é tangido por imperativos relativos ao lugar e à posição ocupada. No exemplo, sem deixarem de ser médicos e ocuparem o mesmo lugar, o que provém de clínica particular refere-se ao paciente de uma forma, enquanto o de hospital público o faz de outra forma, submetendo-se a processos discursivos organizados a partir de miradas ideológicas diferenciadoras.

A mãe que aparece neste estudo, dado o seu lugar social, partilha de traços atribuíveis a mães de outras conjunturas. Sob a ótica semântica, todas têm relação com concepção, gestação, dar à luz, amamentação e outros elementos da sua constituição biológica. Porém, determinadas por clivagens de ordem sócio-histórica, a maternidade deve ser atendida diferentemente em face das injunções que se abatem sobre elas, fazendo-as ocupar diferentes posições-sujeito: mãe, mas não da mesma forma, o que se aplica também ao pai, que deve exercer a paternidade de determinado modo, em que pese os casos dos insubordinados ao (ac)ordo.

Retomo o fulcro do estudo: apesar de partilharem *um* lugar social, indivíduos interpelados em sujeito a partir de clivagens que cindem os espíritos humanos são conduzidos a ocupar posições-sujeito distintas, submetidos a ditames sociais que fazem ocupar os postos conforme preconizado. Nos anúncios em foco, pai e mãe ocupam posições de modo distinto dos de outras conjunturas, atendendo a injunção de que o normal é a monoparentalidade cindida, mesmo que essa mirada destoe de modo flagrante da história da sociedade humana e da evidência empírica contemporânea.

3.1 Terceiro dado: Começar Saudável

Este anúncio foi publicado na página 4 da revista referida. Ele divulga o site *Começar Saudável*, cujo objetivo, em termos textuais, é permitir que as mães tenham acesso a “dicas, vídeos e experiências sobre a maternidade”, com informações sobre como fazer frente aos “cuidados de quem você tanto ama”. A página permitiria, ainda, que a mãe partilhasse as “suas histórias com outras mães”. A finalidade do site seria, pois, a criação de um espaço pedagógico de preparação para o cuidado da criança.



Atento para “É incrível a quantidade de carinho de mãe que cabe em apenas um clique”, aberta para um item lexical de fechamento como ‘toque’, recorrente nas campanhas publicitárias, mas que quebra a expectativa pela troca da palavra usual por “clique”, focando o manuseio do computador por meio da ênfase sobre como a atividade ajudaria a mãe e o bebê. Minimizando o esforço (“apenas”) e maximizando o ganho (“é incrível”), o anúncio cria uma imagem positiva do site, por meio de “carinho de mãe”, amplificado pelo modalizador inicial.

A sequência maior do discurso é grafada em vermelho e azul, alternando entre escrita cursiva e de forma. Sobre o balão, ele remete às histórias em quadrinhos, o que é mimetizado com o objetivo de alertar para a troca de “experiências”. A abertura para a troca de “dicas [e] vídeos” é reforçada pelo sinal de indicação de participação na “conversa” e a linha serrilhada visa garantir a existência de um espaço para aprender e ensinar.

Quanto às cores, o azul indicia o céu/paraíso (paz, sossego, tranquilidade) e remete à relação tida como prototípica da mãe com um filho homem. Para Freud (1973), o desejo de um filho por parte da mulher se deve ao complexo de Édipo, dado que ela é castrada e não pode ser ameaçada por algo que já aconteceu. A menina desenvolve a inveja do pênis e o bebê seria a substituição e a realização da mulher; um bebê homem traria uma realização maior do que uma bebê mulher, pois a menina lembra à mãe a própria castração (deve-se lembrar que Freud foi acusado de ser falocêntrico em face de teses como essas). A cor do sangue, com efeitos de dinamicidade e calor, faz inferir que o site traz qualidade de vida, em face da partilha com outras mulheres e porque demanda “apenas um clique”.

Quanto à escrita, a letra cursiva gera o efeito de que o site permite a conversa natural sobre a maternidade e a letra de forma alenta o carinho da mãe, maximizado pela quantidade obtida pelo acesso e ratifica a facilidade do uso. A maximização do atendimento à obrigação materna aconteceria com a aceitação do discurso, pois ele exige um “clique”.

A sequência maior termina com “Um cantinho só seu criado com todo carinho pela Nestlé”. Valendo-se de ‘só’ e ‘todo’, o anúncio produz o efeito de atendimento da leitora, pois o cantinho seria só dela e o site contemplaria a sua maternidade, e *todo* permite concluir que a Nestlé se dedicou para que a mãe possa ter o melhor ao alcance. Porém, como estes recursos podem não produzir o efeito, o comercial convida/obriga a aceitar a injunção com “Entre e compartilhe suas histórias com outras mães”, em que o efeito de individuação se fratura, mas se ratifica o espaço de partilha.

Junto com a logomarca da anunciante, aparece o slogan: “Começar saudável/Viver saudável”; entre as porções há uma lógica de encadeamento, pois, se, o início da vida do bebê for saudável, a vida futura será; no caso de não ser, o percurso será problemático. Parece óbvio que, para o começo saudável, a mãe deverá acessar o site e propiciar o cuidado com o uso de produtos da Nestlé.

A parte visual do anúncio contribui para o “convite”, por meio de dois pés de bebê, de pele imaculada e de uma criança gordinha, que revela estar bem de saúde. O toque da mão da mãe na pele do bebê atualiza o efeito relativo ao teste do pezinho e imbrica a atividade com o “clique” que dirige para o site. Estes são expedientes usados para levar a mãe ao site e ser alcançada por produtos da fabricante, cuja “saúde” prepondera sobre a do bebê.

A relação familiar do anúncio é, pois, monoparental, impondo à mulher o cuidado e ao homem o sustento. Contra a biparentalidade pautada na heterossexualidade, tida como a desejável, e a multiparentalidade prática, discursos como os destes anúncios contribuem para que cisões se tornem profundas, afetividade, interdição e economia sejam mantidas em separado e contribui para a crença de que a monoparentalidade cria desajustados, sem se dar conta de que, mesmo a vida de casal que se pauta neste modelo vive a monoparentalidade isolacionista. Recorro uma vez mais a Orlandi (1993, p. 55-56) para fechar esta seção: “se a linguagem é categorização do silêncio, isto é, ela produz a sedentarização dos sentidos, as palavras representam já uma disciplinação da significação ‘selvagem’ do silêncio. Assim a produção verbal serve para a administração (gestão do sentido)”.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Retorno ao título “monoparentalidade (tri)vial”, por meio do qual eu buscava produzir dois efeitos. O primeiro remete à paráfrase que reitera o imaginário de que a afetividade só pode partir da mulher, apenas ela podendo cuidar do filho. Postulo, pois, que o imaginário fragmenta a maternidade, impedindo que se perceba que, desde sempre mas hoje em especial, com a entrada da mulher no mercado de trabalho, o cuidado complexo, quando construído sobre a partilha responsável, é suprido tanto por pais quanto por mães (e por relações complexas que transcendem o ambiente doméstico). A monoparentalidade, ratificada por um imaginário que cinde as incumbências, pela metade e ao

avesso, torna-se empecilho para a superação de tabus em relação a pais sozinhos.

O segundo se refere ao fato de que os anúncios se pautam na heterossexualidade (por isso, trivial), assumindo que a família se constitui de pai, mãe e filho, cabendo ao primeiro a provisão econômica (uma paternidade fragmentada) e à segunda, a afetividade. Alijando o pai da cenografia, o modelo “triádico” de família é vivido a partir da presença de uma mãe hiperbólica, no limite, como um conjunto de pessoas solitárias, com incumbências “naturais” e esclerosadas. Apesar de negar a monoparentalidade, que seria incapaz de suprir as demandas da criança, é ela o princípio constitutivo da estrutura familiar: que, quer me parecer, deveria ser superada, em face dos problemas que causa.

A fragmentação imposta sobre pai e mãe não resiste ao escrutínio histórico e empírico e é urgente perceber que o ser humano pode prover a criança do cuidado de que precisa, para evitar fórmulas que produzem segregação e discriminação sobre os “desviantes”, ancorando-se num imaginário que isola os supostos do *bom* e do *bem* dos supostos do *mau* e do *mal*. Para concluir de vez, valho-me ainda uma vez de Orlandi (1993, p. 170-171): “cabe reconhecer a pluralidade de ‘sítios de palavras’, aos quais nos consagra o presente a fim de aí nos arranjaros uma mobilidade, uma escolha, uma ‘liberdade de habitação’”.

REFERÊNCIAS

- FOUCAULT, Michel. *Vigiar e punir*. Tradução Raquel Ramallete. 19. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.
- FREUD, S. *Três ensaios sobre a teoria da sexualidade*. Tradução Paulo Dias Corrêa. Rio de Janeiro: Imago Editora Ltda., 1973.
- FREUD, S. *Totem e tabu*. Tradução Órizon Carneiro Muniz. Rio de Janeiro: Imago Editora, 2005.
- GADET, Françoise; HAK, Tony. *Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Tradução Bethânia S. Mariani *et al.* 2. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1993.
- LACAN, J. O estádio do espelho como formador da função do eu. *In: Escritos*. Tradução Vera Ribeiro. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1998.
- LACAN, J. *O seminário, livro 4: a relação do objeto*. Texto estabelecido por Jacques Alain-Miller. Tradução Dulce Duque Estrada). Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.
- LAPLANCHE, J. *Problemáticas II: castração – simbolizações*. Tradução Álvaro Cabral. São Paulo: Martins Fontes, 1988.
- LAPLANCHE, J. *Novos fundamentos para a psicanálise*. Tradução Cláudia Berliner. São Paulo: Martins Fontes, 1992.
- ORLANDI, Eni Pulcineli. *As formas do silêncio: no movimento dos sentidos*. 2. ed. Campinas:SP: Editora da UNICAMP, 1993.
- PÊCHEUX, M. Análise automática do discurso (AAD-69). *In: GADET, Françoise; HAK, Tony. Por uma análise automática do discurso: uma introdução à obra de Michel Pêcheux*. Tradução Bethânia S. Mariani *et al.* 2. ed. Campinas, SP: Editora da UNICAMP, 1993.

PÊCHEUX, M. A aplicação dos conceitos da linguística para a melhoria das técnicas de análise de conteúdo. *In: Análise de discurso: Michel Pêcheux. Textos selecionados por Eni Puccinelli Orlandi. 2.ed. Campinas, SP: Pontes Editores, 2011.*

REVISTA PAIS&FILHOS. São Paulo: Editora Manchete, set. 2015.

SARACENO, C.; NALDINI, M. *Sociologia da família*. 2. ed. Lisboa: Editorial Estampa, 2003.