

O fetiche da cesariana e a objetificação do nascimento em discursividades da Revista Veja São Paulo

Media, the Cesarean Fetish, and the Objectification of Birth

Luciana de Amorim BARROS 

Universidade Federal de Alagoas
Maceió, Brasil
luciana.barros@arapiraca.ufal.br

Sóstenes ERICSON 

Universidade Federal de Alagoas
Maceió, Brasil
sericson.ufal@gmail.com

Resumo: Este artigo analisa o funcionamento discursivo na constituição de sentidos sobre o parto, com foco na valorização da cesariana e na objetificação do nascimento. Com base na Análise Materialista do Discurso, articulada ao conceito de fetichismo da mercadoria (Marx, 2013), investiga-se como a mídia funciona na naturalização de práticas hospitalares, na estetização do parto e na transformação do corpo da mulher em mercadoria. A partir de reportagem da Revista Veja São Paulo, analisamos a constituição de um imaginário que associa a cesariana ao progresso, ao conforto e ao *status* social, ao mesmo tempo em que desloca o nascimento de sua dimensão simbólica e relacional. A análise discute como essas práticas são moldadas pelo capitalismo biomédico e pelo mercado, apagando formas alternativas e humanizadas de parir. Conclui-se que o parto, enquanto experiência fisiológica e política, vem sendo progressivamente capturado por discursos de consumo e espetáculo, embora tensionado por resistências que buscam ressignificá-lo.

Palavras-chave: mídia; parto; cesariana; fetichismo da mercadoria; discurso.

Abstract: This article analyzes the discursive functioning in constructing meanings about childbirth, focusing on the valorization of caesarean sections and the objectification of birth. Grounded in Based on materialist Discourse Analysis and articulated with concept of commodity fetishism (Marx, 2013), the study investigates how the media operateoperates in the naturalization of hospital practices, the aestheticization of childbirth, and the transformation of the female body into a commodity. Based drawing on news report of Veja São Paulo, the analysis it demonstrates how the formation of an imaginary is constructed that linksassociates caesarean delivery towith progress, comfort, and social status, while displacingsimultaneously detaching birth from its symbolic and relational dimensions. The analysis explores how these practices are shaped by biomedical capitalism and market dynamicslogic, obscuring alternative and humanized waysforms of giving birth. The study concludes that childbirth, as both a physiological and political experience, is increasinglyhas been progressively captured by discourses of consumption and spectacle, although challenged though still contested by resistances that seek to reframe its meanings.

Keywords: media; childbirth; caesarean section; commodity fetishism; discourse.

1 INTRODUÇÃO

O presente artigo tem como objetivo analisar como as mídias fazem circular discursos sobre o nascimento, especialmente no que tange à valorização da cesariana e à objetificação do corpo da mulher. A partir de uma abordagem teórica fundamentada na Análise do Discurso Materialista, articulada ao conceito de fetichismo da mercadoria em Marx (2013), busca-se compreender como a cesariana é representada como símbolo de modernidade, conforto e *status*, contribuindo para a reconfiguração do parto como mercadoria simbólica e material. Essa análise é atravessada por um contexto de transformação no capitalismo contemporâneo, caracterizado por uma apropriação dos discursos críticos, como a autonomia feminina e o empoderamento, pelos próprios mecanismos de mercado. Conforme Boltanski e Chiapello (2009) apontam, o “novo espírito do capitalismo” se renova ao incorporar os valores de crítica social e transformá-los em instrumentos de gestão e controle, o que se observa na dinâmica da “humanização do parto” como nova face do biopoder.

Em meio à espetacularização do nascimento promovida pelas mídias, o parto torna-se um evento performático e estético, regulado por dinâmicas de consumo e prestígio. Nesse cenário, ler criticamente os discursos que naturalizam essas práticas torna-se um gesto de risco e

resistência. Além da introdução e das considerações finais, o artigo está organizado em três seções: na primeira, abordamos a construção midiática do parto como risco e espetáculo; na segunda, exploramos a cesariana como fetiche mercadológico; e, na terceira, refletimos sobre a reificação do corpo feminino e as disputas ideológicas que atravessam os sentidos do nascimento.

2 A CONSTRUÇÃO MIDIÁTICA DO PARTO COMO RISCO E ESPETÁCULO

As mídias desempenham um papel essencial na disseminação de imagens e narrativas sobre o nascimento, influenciando as expectativas das mulheres e da sociedade como um todo. Elas atuam como um dos principais aparelhos ideológicos do Estado, naturalizando discursos que associam a cesariana à modernidade, ao conforto e à previsibilidade.

A produção midiática ocupa um lugar central na constituição do imaginário contemporâneo sobre o parto e o nascimento. A partir da circulação de reportagens, campanhas publicitárias, postagens em redes sociais e programas televisivos, constrói-se um regime de visibilidade que associa o nascimento, preferencialmente, ao ambiente hospitalar, à intervenção tecnológica e à segurança biomédica. No funcionamento discursivo dessas mídias, o parto é frequentemente representado como evento de risco, que demanda vigilância médica contínua e tecnologias de controle, como a cesariana e a analgesia. Tal funcionamento contribui para naturalizar sentidos que associam a experiência de dar à luz ao perigo e à vulnerabilidade, apagando outras possibilidades de vivência do parto, como o parto fisiológico e o parto domiciliar planejado.

Conforme Orlandi (2009) aponta, as mídias não apenas transmitem informações, mas produzem sentidos, deslocando e reinscrevendo posições ideológicas dominantes. Essa produção discursiva, situada em condições materiais e históricas específicas (Pêcheux, 1995), atua na naturalização de práticas médicas e hospitalares como únicas formas legítimas de nascimento. Stuart Hall (2019) acrescenta que as representações midiáticas participam da construção social da realidade, servindo a interesses que reproduzem desigualdades e hierarquias. Dessa maneira, o imaginário

sobre o parto constituído pelas mídias reforça sentidos associados ao risco, à intervenção tecnológica e à deslegitimação das práticas alternativas.

Na obra “Cultura das Mídias” (2003), Santaella explora a mídia como um elemento central na cultura contemporânea, analisando suas transformações, características e impactos na sociedade. A autora utiliza uma abordagem semiótica para compreender a mídia como um fenômeno complexo que atravessa diversos aspectos da vida cultural, social e econômica. A referida autora distingue três grandes “ecologias” ou momentos históricos das mídias, diferenciando o que são “mídias analógica (impressas)”, caracterizada pela linearidade e pela centralidade da palavra escrita, como jornais, revistas e livros; “mídias de massa (eletrônicas)”, as quais representam o avanço tecnológico como rádio e televisão, marcadas pela comunicação unidirecional e pela ampla disseminação de mensagens, e por fim as “mídias digitais”, que introduzem a interatividade, a conectividade e o rompimento com a linearidade, representando uma ruptura com os modelos tradicionais (Santaella, 2003).

Santaella (2003) analisa como as mídias digitais transformam os processos cognitivos e subjetivos, modificando como pensamos e nos relacionamos com o mundo, deslocando o foco da memória individual para o acesso à informação em rede e, nos mostra ainda como o papel do telespectador muda, possibilitando a interação e a coautoria em processos comunicativos. Também aborda como as mídias estão intrinsicamente conectadas à movimentação do capitalismo contemporâneo, funcionando como instrumentos de mercantilização da cultura de mercado e formação de subjetividades consumistas.

Para Braga,

os ambientes digitais proporcionados pela Internet disponibilizam espaço social para a revitalização e atualização da cultura de gênero, de troca de saberes entre mulheres, instrumentalizando novas gerações de mulheres para o enfrentamento cotidiano das demandas da maternidade, sexualidade e atividade profissional (2021, p. 16).

Nesse contexto, é importante considerar que os discursos midiáticos que circulam nas redes sociais digitais reproduzem sentidos dominantes e funcionam como espaços de disputa simbólica, marcada por ambivalências.

Como observado por Silveira (2013), os ambientes digitais são marcados pela visibilidade, engajamento e performatividade, nas quais os sentidos se constroem em torno da espetacularização do cotidiano e da busca por reconhecimento. Em sua análise da *hashtag* #onagagné, a autora mostra como acontecimentos políticos e afetivos se tornam materialidades discursivas tensionadas entre resistência e captura.

Com base na perspectiva materialista da Análise do Discurso, buscamos compreender como, no contexto capitalista, o nascimento e a maternidade são mercantilizados, transformados em produtos e serviços que movimentam uma ampla indústria de partos e nascimentos. Partimos do entendimento de que a crescente medicalização do nascimento é lucrativa para o mercado da saúde, razão pela qual a maternidade é amplamente explorada como nicho de consumo, com produtos voltados para grávidas, bebês e crianças, muitas vezes, reforçando ansiedades e criando demandas artificiais. Técnicas de reprodução assistida e serviços relacionados ao planejamento familiar são fortemente comercializados, tornando o nascimento um processo altamente regulado pelo mercado.

3 FETICHISMO DA CESARIANA E A MERCANTILIZAÇÃO DO NASCIMENTO

Os motivos pelos quais a cesariana tornou-se um objeto desejável para muitas mulheres e uma mercadoria que movimenta interesses e lucros para diversos sujeitos, como médicos, proprietários de hospitais, fabricantes de medicamentos e insumos médico-hospitalares, e, mais recentemente, os serviços de hotelaria hospitalar, apontam para um processo de mercantilização do nascimento. Esses serviços, que incluem alimentação personalizada, itens de conforto, comunicação, entretenimento e ambientação estética, foram incorporados progressivamente nas últimas décadas, aquecendo e diversificando o mercado das cesarianas. Esse cenário nos convida a refletir, à luz do conceito de “fetichismo da mercadoria”, formulado por Marx (2013, p.121), sobre como essas tecnologias de consumo e cuidado vêm sendo inseridas no parto, não como respostas a necessidades clínicas, mas como demandas simbolicamente produzidas pelo mercado, apresentadas como necessidades das parturientes e de seus familiares (Coelho, 2017).

Marx (2013) descreve como, no modo de produção capitalista, as relações sociais entre as pessoas assumem a forma de relações entre coisas, ou seja, entre mercadoria. No capitalismo, os produtos do trabalho humano aparecem como mercadorias, objetos que possuem tanto um valor de uso (sua utilidade concreta) quanto valor de troca (sua capacidade de ser trocado por outras mercadorias no mercado). O “fetichismo da mercadoria” ocorre quando o valor de troca parece surgir da própria mercadoria, e não do trabalho humano socialmente necessário que a produziu. Assim, “[...] o homem, por meio de sua atividade, altera as formas das matérias naturais de um modo que lhe é útil” (Marx, 2013, p.121).

De acordo com Marx (2013), esse fenômeno é comparado ao fetichismo religioso, em que os objetos sagrados parecem ter poderes próprios, quando na verdade esses poderes são projeções das relações humanas. No caso das mercadorias, elas parecem ter um valor intrínseco, ocultando o fato de que esse valor deriva do trabalho coletivo. As relações de produção (entre trabalhadores, capitalistas etc.) são mascaradas. As mercadorias parecem ganhar vida própria e interagir entre si de forma autônoma. As relações humanas se apresentam como relação entre coisas. Por exemplo, o dinheiro parece ter poder próprio, quando de fato ele representa uma relação social mediada pelo valor. Os trabalhadores são vistos apenas como “portadores” de força de trabalho, enquanto o capital e as mercadorias parecem ter agência que negocia e desperta o desejo das pessoas em consumi-las e assim satisfazer as necessidades do capital, como apontado por Marx (2013), é a personificação das coisas e coisificação das pessoas.

Desse modo, na sociedade capitalista, as coisas são produzidas por uma necessidade de troca, não importando se é uma necessidade humana, pois importa que tenha muito valor e os impactos da produção são infinitos. É nessa perspectiva que o corpo da mulher é tratado como mercadoria, com valor de uso e valor de troca. No contexto do parto, ele é explorado e utilizado como meio para alcançar objetivos patriarcais sob o efeito da dominação, onde a procriação é vista como a mercadoria final (Miranda; Amaral, 2024). Interessa, portanto, indagar: o sistema capitalista trabalha, de fato, para atender às necessidades de uso das mulheres no parto? Quem lucra com o valor de uso e quem lucra com o valor de troca? O funcionamento do

discurso nos mostra que o produto do trabalho capitalista, neste caso, não atende à necessidade fisiológica ou simbólica do nascimento, mas, ao contrário, transforma o parto em mercadoria.

A valorização financeira da cesariana destaca-se face ao parto normal, sobretudo quando este se torna um produto comercializável, potencializado pela manipulação da opinião pública, com respaldo em argumentos supostamente científicos e amplamente disseminados pelas mídias. Nesse contexto, o medo da dor é ativado discursivamente como dispositivo de convencimento: ele produz uma recusa antecipada ao parto vaginal e legitima a cesariana como solução técnica, indolor e segura. Esse processo de medicalização e comodificação¹ do nascimento oculta as relações reais de produção e transforma o corpo da mulher em objeto de consumo regulado.

Trata-se de uma expressão do funcionamento do fetichismo da mercadoria, em que o procedimento cirúrgico passa a ser valorizado não por sua indicação clínica, mas por seu valor simbólico, afetivo e mercadológico. O que era humano se torna coisificado, e os sujeitos passam a se relacionar com os objetos como se estes tivessem poder social por si mesmos (Coelho, 2017; Miranda; Amaral, 2024). Assim, a dor, enquanto experiência subjetiva, fisiológica e simbólica do parto, é apagada, deslocada ou reprimida, para dar lugar a um objeto tecnificado que promete controle, conforto e previsibilidade, mascarando os efeitos da mercantilização do nascimento.

O fetichismo da mercadoria não é apenas um conceito abstrato, mas uma característica objetiva do capitalismo, no qual a forma-mercadoria domina as relações sociais convertendo tudo em mercadoria e impondo uma dinâmica de mercado sobre a vida cotidiana. Nesse sentido, as necessidades humanadas são medidas por cálculos de mercado, convertendo as capacidades criativas e necessidades sociais em meros suportes de uma vida autêntica (Rodrigues, 2019).

¹ *Comodificação* é o processo pelo qual bens, serviços e até experiências subjetivas são transformadas em mercadorias, ou seja, em *commodities*. O termo também pode ser utilizado para designar a reorganização de instituições sociais segundo o funcionamento da produção, distribuição e consumo de mercadorias. No contexto desta pesquisa, refere-se à transformação do parto e do nascimento em produtos ajustados às demandas do mercado, regidos pela dinâmica do capital e do consumo (Harvey, 2012).

No contexto do capitalismo contemporâneo, práticas sociais historicamente vinculadas à intimidade, à corporeidade e à experiência simbólica, como o parto e o nascimento vêm, sendo, cada vez mais, capturadas pela dinâmica do mercado. Ao discutir os efeitos da pós-modernidade sob o domínio do capital, David Harvey (2012) aponta que não apenas bens materiais, mas também formas culturais e experiências coletivas passaram a ser Commodificadas, ou seja, transformadas em mercadorias passíveis de consumo, troca e valoração econômica. No caso do nascimento, observa-se esse processo na crescente estetização e espetacularização do parto, na introdução de serviços de hotelaria hospitalar e na organização do cuidado como pacote vendável.

A medicalização do parto, e particularmente a valorização simbólica e financeira da cesariana, não é alheia a esse movimento: ela transforma uma experiência humana em um produto controlável, padronizável e vendável. Assim, a Commodificação do nascimento se articula ao fetichismo da mercadoria (Marx, 2013), apagando as condições materiais e subjetivas da parturição para dar lugar a um ideal mercadológico que privilegia o conforto, a previsibilidade e o consumo.

No *site* O Globo², na reportagem “Parto normal: taxa de cesárea segue alta no Brasil, entenda os motivos”, datada do dia 06/05/2024, Elias Melo, o então presidente da Comissão Nacional de Assistência ao Parto da Federação Brasileira das Associações de Ginecologia e Obstetrícia, afirmou: “É possível fazer uma cesárea em meia hora. Com o parto normal, pode acontecer de durar 20 horas. As operadoras remuneram o mesmo para os dois procedimentos, mas o pagamento deveria se basear na disponibilidade” (Site O GLOBO, 2024, s/p). Nesse sentido, estaria o nascimento sendo reificado?

4 OBJETIFICAÇÃO DO CORPO FEMININO E DISPUTAS IDEOLÓGICAS SOBRE O NASCER

² Disponível em <https://oglobo.globo.com/saude/noticia/2024/05/06/parto-normal-taxa-de-cesareas-segue-em-alta-no-brasil-entenda-os-motivos.ghtml>. Acesso em: 01 dez. 2024.

Partimos do entendimento de que o discurso não é apenas uma expressão de pensamentos individuais, mas um processo histórico e social atravessado por formações ideológicas. O sujeito não controla tudo o que diz, pois o sentido é condicionado pela posição que ocupa na estrutura social e discursiva. Interpretar é sempre um gesto situado, condicionado pelas formações discursivas e pela historicidade. Não há interpretação pura ou universal, uma vez que a interpretação está ligada ao contexto em que se produz, sendo impossível desvinculá-la das condições históricas e sociais, enquanto o sentido é sempre determinado por posições ideológicas e pela relação entre o sujeito e a linguagem (Orlandi, 2012).

A memória discursiva se constitui no conjunto de discursos anteriores que permanecem ativos e influenciam a produção de novos sentidos, correspondendo ao “já-dito” que retorna e se atualiza em diferentes contextos históricos e sociais, que não apenas se limita à lembrança individual, mas está relacionada a uma memória coletiva e histórica. Desse modo, a memória discursiva condiciona o que pode ser dito e compreendido em um dado momento, e está intimamente ligada ao interdiscurso, no que se refere ao conjunto de formações discursivas que circulam socialmente, sendo, pois, a dimensão temporal dessa circulação, ou seja, o registro histórico dos sentidos (Pêcheux, 1999). Nessa perspectiva, e ainda, citando Pêcheux (1990 *apud* Orlandi (2009),

é porque há o outro nas sociedades e na história, diz M. Pêcheux (1990), correspondente a este outro languageiro discursivo, que aí pode haver ligação, identificação ou transferência, isto é, existência de uma relação abrindo a possibilidade de interpretar. E é porque há essa ligação que as filiações históricas podem-se organizar em memórias, e as relações sociais em redes de significantes (Orlandi, 2009, p. 59).

Por sua vez, o processo de fetichização leva à reificação das relações sociais, nas quais os sujeitos passam a se relacionar mediada e simbolicamente por mercadorias, e não diretamente entre si. Esse fenômeno causa alienação e deslocamento do sujeito em relação às suas próprias objetificações, de modo que o corpo da mulher passa a ser tratado como um meio de produção, explorado nos contextos da gestação e do parto, funcionando como mercadoria. Nesse enquadramento, o parto é

convertido em evento técnico e comercializável, em que o bebê se torna a mercadoria final e o corpo feminino, a via de produção.

Com base nesses pressupostos, entendemos que a medicalização do parto, em especial com a valorização da cesariana, contribui para o processo de fetichismo, ao descolar o nascimento de sua dimensão simbólica e relacional, e transferir a autoridade sobre ele à instituição médica e seus procedimentos. Nesse contexto, a cesariana não garante controle absoluto sobre o corpo feminino, mas funciona discursivamente como um fetiche: um objeto revestido de valor, que parece oferecer previsibilidade, segurança e eficiência, ocultando as relações de poder e os interesses que o sustentam. Assim, o protagonismo da mulher é deslocado, e não eliminado, pois permanece tensionado pelas contradições entre o saber médico, o desejo da parturiente e os discursos que circulam sobre o parto (Miranda; Amaral, 2024; Rodrigues, 2019).

De acordo com Marx,

a determinação da grandeza de valor por meio do tempo de trabalho é, portanto, um segredo que se esconde sob os movimentos manifestos dos valores relativos das mercadorias. Sua descoberta elimina dos produtos do trabalho a aparência da determinação meramente contingente das grandezas de valor, mas não elimina em absoluto sua forma reificada [sachlich] (Marx, 2013, p.124).

Podemos, portanto, considerar o fetichismo da cesariana na valorização excessiva e na naturalização dessa intervenção cirúrgica como principal ou ideal forma de parto, em detrimento do parto normal. Esse fenômeno está associado a fatores culturais, históricos, médicos e econômicos que criaram uma percepção distorcida da cesariana como sinônimo de modernidade, segurança e *status* social, muitas vezes desconsiderando seus riscos e implicações. O Brasil é um dos países com maiores taxas de cesariana no mundo, especialmente no setor privado, onde cerca de 80 a 90% dos partos são cesáreos, enquanto a Organização Mundial de Saúde recomenda uma taxa de 10 a 15% para casos realmente necessários. No sistema público (SUS), a taxa também é elevada, embora menor, em torno de 50% (OMS, 2021).

Assim como no fetichismo da mercadoria, no qual o valor de troca obscurece as relações de produção, o fetichismo da cesariana faz com que

o valor simbólico da cirurgia (modernidade, controle, status) ofusque sua finalidade médica real, que é a de salvar vidas em casos de risco, percebendo-se, dessa forma, que há uma desconexão entre forma e função. Sabe-se que a cesariana, quando realizada de forma adequada e com indicação médica, é um procedimento que salva vidas.

O cerne da questão reside em sua idealização e prestígio, uma vez que a cesariana é, muitas vezes, vista como um símbolo de progresso e *status* social, especialmente no setor privado, sendo associada a um parto “mais limpo”, “sem dor” e “mais seguro”, mesmo quando realizada sem indicação médica. Esse prestígio ignora que a cesariana é uma cirurgia de grande porte, com riscos aumentados de complicações, como hemorragias, infecções e problemas em gestações futuras, além dos potenciais riscos ao bebê. Existe uma relação direta entre cesariana eletiva e prematuridade, levando a problemas respiratórios no neonato, aumento do período de internação hospitalar, dificuldades na amamentação e contato pele a pele na primeira hora de vida. Os bebês nascidos por cesariana eletiva são mais suscetíveis a infecções nos primeiros meses de vida e podem apresentar retardo na amamentação (Mascarello; Horta; Silveira, 2017; Martins; Costa; Mantovani, 2023).

Nesse contexto, reportagens como a da Revista Veja São Paulo, que descreve a Maternidade São Luiz Star como um “berço de ouro”, contribuem para esse imaginário ao promoverem o parto como espetáculo e como bem de consumo de luxo (Figura 1).

Figura 1 - Capa da Revista Veja SP



Fonte: Instagram.com/vejasp
(Carvalho, 2022)

A postagem (Figura 1), intitulada “BERÇO DE OURO”, foi recortada do perfil da Revista Veja SP no *Instagram*, tendo sido divulgada em 08 de abril de 2022. Nela, vê-se publicizado um investimento multimilionário da Rede D’Or, no valor de 550 milhões de reais, na construção da Maternidade São Luiz Star. Localizada na Vila Olímpia, São Paulo, inaugurada em 15 de agosto de 2022. Segundo a reportagem, a luxuosa maternidade dispõe de quartos automatizados, assistente virtual, robzinho da Amazon, lençóis 400 fios, amenidades da grife Trousseau e suítes presidenciais com diárias de 12.000 reais, e há ainda a possibilidade de fazer um *upgrade* para um dos 12 quartos “luxo” intermediário, que custa 7.000 reais a noite.

A postagem acrescentou que, no momento do parto, até dez pessoas poderiam ocupar uma espécie de camarote (com equipe de garçons) para assistir à chegada do bebê, no chamado *life lounge*. Marcado pelo uso metafórico da expressão “BERÇO DE OURO”, a reportagem reitera que é o início da experiência de altíssimo padrão na Maternidade São Luiz Star, afirmando ser esta a maternidade que promete ser a mais luxuosa do país.

Nesse gesto de interpretação, selecionamos a metáfora como mecanismo discursivo relevante para a produção de sentidos e a constituição ideológica do discurso. Segundo Pêcheux (2011), a metáfora é vista como um deslocamento de sentido que ocorre dentro de um campo discursivo marcado por formações ideológicas e históricas. A metáfora não se reduz a um ornamento linguístico, mas evidencia processos de substituição e deslizamento de sentidos, fazendo significar de outra

maneira, criando formas de significar ao deslocar termos de um campo semântico para outro, influenciados pelas condições sócio-históricas. A metáfora, portanto, participa da produção de significados ao associar um termo a outro, deslocando sentidos e criando efeitos de significação. Está ancorada em formações ideológicas, pois os sentidos que ela ativa e os deslocamentos que produz refletem as posições ideológicas do sujeito. Também se insere no interdiscurso, já que evoca discursos anteriores e sentidos já-ditos, mesmo quando reformulados, podendo ainda ocultar as determinações históricas e ideológicas ao naturalizar relações sociais complexas.

A metáfora também pode ser usada para subverter sentidos estabilizados, provocando rupturas discursivas. Considerando que o “próprio de toda formação discursiva é dissimular, na transparência do sentido que nela se forma a objetividade material contraditória do interdiscurso” (Pêcheux, 1995, p. 162), entendemos que está em funcionamento na formulação desses dizeres uma inscrição do nascimento enquanto evento social, produzido discursivamente como experiência de luxo e *glamour*, com repercussão midiática.

Tendo em conta que o interdiscurso se refere à metáfora, como deslocamento do pré-construído de uma região discursiva para outra, a metáfora “berço de ouro”, além de ambientes controlados, monitorados e passíveis de abrigar festas, celebrando partos e nascimentos, aponta pelo interdiscurso a ideologia subjacente ao tecnicismo, ao controle dos corpos femininos, à sobrevalorização do mercado que se tornou o parto. Desse modo, reforça-se o elevado número de cesáreas praticadas no Brasil, segundo lugar no patamar de países com maior porcentagem de cesáreas no mundo, atrás apenas da República Dominicana, segundo dados da Organização Mundial de Saúde (OMS, 2021).

Além disso, conforme Odent (2004)³, poucos hospitais levam em consideração a importância da privacidade, da escuridão, do silêncio e de um ambiente feminino no trabalho de parto. “A tendência a ignorar ou

³ Médico obstetra nascido na França e radicado em Londres, importante militante da humanização da assistência ao parto, autor de diversos trabalhos defendendo o parto como um evento da natureza humana.

negar a necessidade da privacidade durante o parto é, na verdade, cultural e não específica de um meio médico ou leigo” (Odent, 2003, p. 111).

É nesse sentido, que abrindo espaço para interpretar, mobilizamos a paráfrase, “Lei do Padrão Ouro” de 1821⁴, como conceito central para entender os processos de repetição e reformulação de sentidos no discurso. A metáfora “berço de ouro”, ao ser atualizada em contextos contemporâneos, opera como uma paráfrase discursiva: tende a reafirmar significados já estabilizados, contribuindo para manutenção de interpretações dominantes no interior de uma formação discursiva (Orlandi, 1998). O “berço de ouro” estaria assegurando a reprodução de um significado dominante, ajudando a fixar certas representações estruturantes de *status* social?

Mobilizada na análise da reportagem da Revista Veja São Paulo, a metáfora “berço de ouro” atua como ponto de condensação discursiva: remete ao ideal de nascimento associado ao conforto, ao *status* e à excelência, mascarando as relações de produção e exploração que o sustentam. Essa metáfora também reinscreve sentidos anteriores vinculados à segurança do nascimento, deslocando-os para um padrão elitizado e inacessível. O chamado “padrão ouro”, originalmente utilizado no campo econômico, torna-se aqui uma régua simbólica para o nascimento, sugerindo que há formas superiores e inferiores de parir, de acordo com o capital simbólico e econômico envolvido.

A força discursiva da expressão “berço de ouro” não é uma criação isolada do discurso midiático contemporâneo, mas uma atualização de sentidos históricos vinculados à nobreza, ao poder e ao privilégio. Essa expressão, ao ser reinscrita no campo do nascimento, carrega uma memória discursiva aristocrática, que associa o nascimento não apenas ao início da vida, mas à distinção social desde o primeiro instante. A existência literal de berços de ouro em acervos históricos brasileiros reforça esse

³ A Lei do Padrão Ouro de 1821 foi uma legislação implementada no Reino Unido que formalizou o uso do Padrão Ouro como base do sistema monetário britânico. Esse sistema estabelecia que a moeda nacional (a libra esterlina) seria diretamente lastreada em ouro, ou seja, seu valor estaria vinculado a uma quantidade fixa de ouro. Foi um mecanismo fundamental na consolidação da economia de mercado global, mas também uma fonte de instabilidade social e política que afetou trabalhadores e pequenos comerciantes, sendo um dos pilares de ascensão do capitalismo liberal no Reino Unido (Polanyi, 2012).

funcionamento: no Museu do Estado de Pernambuco⁵, por exemplo, encontra-se o “berço de ouro” pertencente à família de José Mariano Carneiro da Cunha, aristocrata nordestino do século XIX; no Museu Imperial de Petrópolis⁶, outro “berço de ouro” foi utilizado pelos príncipes D. Pedro Augusto e D. Pedro de Alcântara.

Essas materialidades, inscritas no discurso histórico, mostram como o nascimento pode ser simbolicamente apropriado como marcador de classe e poder. Ao ser reapresentada na reportagem como metáfora publicitária de uma maternidade de luxo, a expressão funciona como uma paráfrase discursiva: repete e desloca sentidos já estabilizados na história, naturalizando a ideia de que certos nascimentos são superiores, mais seguros e mais desejáveis, desde que ancorados no capital.

Na atualidade, o que se observa é o funcionamento de novos paradigmas assistenciais que, sob o discurso da personalização e da humanização do cuidado, funcionam como mecanismos de rejuvenescimento do capitalismo biomédico. Este termo refere-se à forma como o sistema capitalista se apropria dos processos de trabalho médico para transformar o corpo, a saúde e o nascimento em objetos de gestão, controle e lucro, regulando a vida a partir de parâmetros técnico-científicos e mercadológicos. Com base em Pêcheux (1995) e Orlandi (2007), interessa observar o modo como as condições de produção (re)significam o parto e as relações sociais, pelo efeito da ideologia, e como as relações de poder e produção capitalistas moldam esse acontecimento. No caso do parto, o capitalismo biomédico atua ao medicalizar o nascimento, ofertando procedimentos e serviços como mercadorias, enquanto, simultaneamente, se adapta aos discursos contemporâneos de autonomia e empoderamento feminino.

⁵ O Museu do Estado de Pernambuco abriga o berço de ouro pertencente à família de José Mariano Carneiro da Cunha (1850–1912), político e abolicionista pernambucano, oriundo da aristocracia rural do século XIX. A peça integra o acervo da instituição, localizado em Recife. Informações disponíveis em: <https://www.museudoestadope.com.br>. Acesso em: 20 abr. 2025.

⁶ O Museu Imperial de Petrópolis conserva o berço dourado utilizado pelos príncipes D. Pedro Augusto e D. Pedro de Alcântara, netos de D. Pedro II. A peça está exposta na “Sala do Berço Dourado” e integra o acervo histórico da monarquia brasileira. Informações disponíveis em: <https://museuimperial.museus.gov.br>. Acesso em: 20 abr. 2025.

Assim, é importante considerar que os sentidos produzidos nesse processo não são homogêneos. Diferentes sujeitos, mulheres, trabalhadores em saúde e familiares, interpretam essas materialidades conforme suas posições sociais e ideológicas. Enquanto algumas mulheres podem aderir a esses discursos como promessas de cuidado e *status*, outras os recusam, enxergando neles a coisificação do corpo e a perda de autonomia. Essas interpretações plurais revelam a heterogeneidade do interdiscurso e a presença de fissuras nas formações discursivas dominantes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise demonstra que o discurso veiculado pela Revista Veja São Paulo não apenas informa, mas também produz sentidos ideológicos sobre o nascimento, atuando na modelagem de subjetividades e na legitimação de práticas biomédicas que restringem a diversidade das experiências de parir. Convertida em fetiche, a cesariana é frequentemente apresentada como solução ideal, obscurecendo seus riscos e a complexidade do processo do parto, ao mesmo tempo em que o corpo da mulher é coisificado e submetido a uma dinâmica mercantil que transforma até mesmo o nascimento em produto de comercialização.

Esse funcionamento discursivo se sustenta na capacidade adaptativa do capitalismo contemporâneo, que, conforme Boltanski e Chiapello (2009) analisam, se reestrutura ao incorporar discursos que o criticam, ressignificando-os em favor de sua própria eficiência e expansão. Nesse cenário, a chamada “humanização do parto” pode ser compreendida tanto como uma conquista simbólica das mulheres quanto como uma estratégia do capitalismo biomédico para renovar sua legitimidade.

Por sua vez, é preciso apontar para possibilidades de resistência, pois os gestos interpretativos tensionam os sentidos estabilizados e apontam fissuras nas formações discursivas dominantes. Desse modo, enquanto experiência fisiológica, simbólica e política, o parto permanece em disputa: embora capturado por narrativas de espetáculo e consumo, ele pode ser simultaneamente reapropriado por práticas e leituras que reivindicam a autonomia da mulher, o vínculo coletivo e o direito de significar o próprio corpo.

REFERÊNCIAS

BOLTANSKI, L.; CHIAPELLO, È. **O novo espírito do capitalismo**. Tradução de Ivone C. Benedetti. São Paulo: Martins Fontes, 2009.

BRAGA, A. Maternidades digitais: identidade, classe e gênero nas redes sociais. In: OLIVEIRA-CRUZ, Milena Freire de; MENDONÇA, Maria Collier de (Org.). **Maternidade nas mídias**. Santa Maria: FACOS – UFSM, 2021. Cap. 1.

COELHO, C. A. **O processo de mercantilização das cesarianas no Brasil**. Dissertação (Mestrado em Saúde Pública) – Fundação Oswaldo Cruz, Escola Nacional de Saúde Pública Sérgio Arouca, Rio de Janeiro, 2017.

HALL, S. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Tradução de Tomaz Tadeu da Silva e Guacira Lopes Louro. 12. ed. Rio de Janeiro: Lamparina, 2019.

HARVEY, D. **A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural**. 22. ed. São Paulo: Edições Loyola, 2012.

MARTINS, J. R.; COSTA, J. C. L.; MANTOVANI, E. R. Elective cesarean section and adverse effects for the neonate. **Research, Society and Development**, [S. l.], v. 12, n. 7, p. e2412742324, 2023. DOI: 10.33448/rsd-v12i7.42324. Disponível em: <https://rsdjournal.org/index.php/rsd/article/view/42324>. Acesso em: 20 nov. 2024.

MARX, K. **O capital: crítica da economia política**. Tradução de Rubens Enderle. São Paulo: Boitempo, 2013. v. 1.

MASCARELLO, K. C.; HORTA, B. L.; SILVEIRA, M. F. Complicações maternas e cesárea sem indicação: revisão sistemática e meta-análise. **Revista de Saúde Pública**, São Paulo, v. 51, p. 105, 2017. DOI: 10.11606/S1518-8787.2017051000389.

MIRANDA, R. D. C.; AMARAL, M. A comercialização dos corpos durante o processo de parto. **Contribuciones a Las Ciencias Sociales**, São José dos Pinhais, v. 17, n. 3, p. 01-11, 2024. DOI: 10.55905/revconv.17n.3-082.

ODENT, M. **Água e sexualidade: a importância do parto ecológico**. Trad. Maria de Fátima de Madureira. São Paulo: Ciências Contemporâneas, 2004.

ODENT, M. **O camponês e a parteira: uma alternativa à industrialização da agricultura e do parto**. Trad. Sarah Bailey. São Paulo: Ground, 2003.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (OMS). **As taxas de cesárea continuam a aumentar, em meio a crescentes desigualdades no acesso**.

Atualização departamental, 16 jun. 2021. Disponível em: <https://www.who.int/news/item/16-06-2021-caesarean-section-rates-continue-to-rise-amid-growing-inequalities-in-access>. Acesso em: 7 jun. 2024.

ORLANDI, E. P. **Análise de discurso**: princípios e procedimentos. 9. ed. Campinas/SP: Pontes, 2009.

ORLANDI, E. P. **Discurso em análise**: sujeito, sentido e ideologia. Campinas/SP: Pontes Editores, 2012.

ORLANDI, E. P. **Interpretação**: autoria, leitura e efeitos do trabalho simbólico. 5. ed. Campinas/SP: Pontes Editores, 2007.

ORLANDI, E. P. Paráfrase e polissemia: a fluidez nos limites do simbólico. **Revista RUA**, Campinas/ SP, n. 4, p. 9-19, 1998.

PÊCHEUX, M. **Análise de Discurso**: Michel Pêcheux. Campinas/SP: Pontes, 2011.

PÊCHEUX, M. **Papel da memória**. Tradução e introdução: José Horta Nunes. 3. ed. Campinas/SP: Pontes Editores, 1999. p. 49-57.

PÊCHEUX, M. **Semântica e discurso**: uma crítica à afirmação do óbvio. Trad. Eni Orlandi e colaboradores. 2. ed. Campinas/SP: Editora da Unicamp, 1995.

POLANYI, K. **A grande transformação**: as origens de nossa época. 2. ed. atualizada. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

RODRIGUES, V. C. F. Os extremos da mercantilização da vida social na contemporaneidade do capitalismo: uma análise à luz do fetichismo da mercadoria. **SER Social**, Brasília, v. 21, n. 45, p. 366-389, jul./dez. 2019. DOI: 10.26512/ser social. v21i45.24029.

SANTAELLA, L. **Culturas e artes do pós-humano**: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SILVEIRA, J. Análise discursiva da hashtag #onagagné: entre a estrutura e o acontecimento. In: Seminário de Estudos em Análise do Discurso – SEAD, 6., 2013, Porto Alegre. 1983–2013 – Michel Pêcheux: 30 anos de uma presença. **Anais...** Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2013. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/analisedodiscurso/anaisdosead/6SEAD/SIMPOSIOS/AnaliseDiscursivaDaHashtag.pdf>. Acesso em: 18 abr. 2025.

BARROS, Luciana de Amorim; ERICSON, Sóstenes. O fetiche da cesariana e a objetificação do nascimento em discursividades da Revista Veja São Paulo. **Entrepalavras**, Fortaleza, v. 15, e96362, 2025. DOI: 10.36517/ep15.96362