



**UnB**

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA  
FACULDADE DE EDUCAÇÃO  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO**

**LUCÉLIA DE ALMEIDA SILVA**

**“MÃES DE PRIMEIRA VIAGEM” NA CULTURA DIGITAL: O USO DAS  
PLATAFORMAS PARA INFORMAÇÃO E APOIO SOCIAL**

**Brasília/DF  
2022**

**LUCÉLIA DE ALMEIDA SILVA**

**“MÃES DE PRIMEIRA VIAGEM” NA CULTURA DIGITAL: O USO DAS  
PLATAFORMAS PARA INFORMAÇÃO E APOIO SOCIAL**

Tese apresentada à Banca Examinadora do Programa de Pós-graduação em Educação (PPGE) da Faculdade de Educação (FE) da Universidade de Brasília (UnB), como requisito para a obtenção do título de Doutora em Educação pelo Curso de Doutorado em Educação – Área de Concentração: Educação, linha de pesquisa Educação Tecnologias e Comunicação (ETEC).

**Orientador:** Prof. Dr. Lucio França Teles

**Brasília/DF  
2022**

Ficha catalográfica elaborada automaticamente,  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S586m Silva, Lucélia de Almeida  
Mães de primeira viagem na cultura digital: o uso das  
plataformas para informação e apoio social / Lucélia de  
Almeida Silva; orientador Lucio França Teles. -- Brasília,  
2022.  
165 p.

Tese (Doutorado - Doutorado em Educação) -- Universidade  
de Brasília, 2022.

1. Mães de primeira viagem. 2. Maternidade científica. 3.  
Cultura digital. 4. Informação. 5. Apoio Social. I. Teles,  
Lucio França , orient. II. Título.

**LUCÉLIA DE ALMEIDA SILVA**

**“MÃES DE PRIMEIRA VIAGEM” NA CULTURA DIGITAL: O USO DAS  
PLATAFORMAS PARA INFORMAÇÃO E APOIO SOCIAL**

**Brasília, 22 de junho de 2022**

Banca de Defesa

**Prof. Dr. Lucio França Teles**

Faculdade de Educação - Universidade de Brasília – UnB (Orientador)

**Dra. Grazielle Lautenschlaeger**

Künstuniversität Linz/VALIE EXPORT Center (Membro Titular - externo)

**Prof. Dr. Carlos Ângelo de Meneses Sousa**

Faculdade de Educação - Universidade Católica de Brasília – UCB (Membro Titular -  
externo)

**Profa. Dra. Cristina Massot Madeira Coelho**

Faculdade de Educação - Universidade de Brasília – UnB (Membro Titular - interno)

**Profa. Dra. Rhaisa Naiade Pael Farias**

Pesquisadora Colaboradora Assistente do Programa de Pós-Graduação em Educação – UnB  
(Membro Suplente)

*Dedico esta tese ao meu pai que sempre acreditou no  
potencial libertador da educação*

## AGRADECIMENTOS

Ao findar esta importante etapa da minha vida, não poderia deixar de expressar o mais profundo agradecimento a todos aqueles que me apoiaram ao longo desta caminhada e que contribuíram para que este trabalho acontecesse.

Meu primeiro e maior agradecimento é para meu companheiro de jornada Estevon Nagumo, por participar desse doutorado integralmente, desde topar voltar ao mundo da pesquisa para me fazer companhia, compartilhar leituras, realizar infinitas leituras críticas do texto, até compreender minhas ausências e viabilizar o nosso cotidiano (cozinhando, cuidando dos afazeres domésticos e compartilhar momentos de descanso juntos jogando *Don't Starve Together*).

Ao meu orientador que além de aceitar desafio de me orientar nessa temática não familiar ao grupo de pesquisa, sempre transmitiu calma diante de minhas incertezas e ansiedades.

Às mães que se disponibilizaram para participar e dedicaram seu tempo para conversar comigo mesmo sendo um momento desafiador em suas vidas.

A interlocução com os membros do grupo de pesquisa Grupo Aprendizagem Colaborativa Online (GACO) e Grupo Interdisciplinar de Pesquisa sobre a Infância (GIPI).

Agradeço a UnB, ao Programa de Pós-graduação em Educação, seus professores, funcionários e colegas pela possibilidade de fazer ciência em uma época tão nebulosa e desafiadora para academia.

Aos prezados professores participantes da minha banca de qualificação por suas valiosas contribuições para esta pesquisa.

Aos amigos queridos que me escutaram, acolheram e apoiaram.

À minha grande família, todo meu amor e gratidão por todo o apoio de perto e de longe e por me acolher com seu afeto.

À minha mãe por partilhar essa caminhada do doutorado a sua maneira e ao meu pai que trago sempre no coração com saudades eternas.

## RESUMO

A transição para a maternidade é complexa e desafiadora, em parte decorrente das pressões sociais advindas das ideologias maternas e do que significa ser mãe imersa na cultura digital. Nessa pesquisa, buscou-se investigar a finalidade da utilização da internet pelas mães de primeira viagem no seu processo de tornarem-se mães. Trata-se de uma pesquisa qualitativa que utilizou como método a Teoria Fundamentada nos Dados. Foram geradas 116 respostas por meio de questionário on-line e realizadas 16 entrevistas semiestruturadas on-line com mães de primeira viagem. Para triangulação das informações, foram analisados três perfis do *Instagram* sobre maternidade mais citados pelas participantes. O estudo se assenta em uma abordagem interdisciplinar, dado as características do campo do estudo – maternidade e cultura digital – sendo os principais referenciais teóricos Andrea O’Reilly, Sharon Hays, Rima Apple, Manuel Castells, José Van Dijck, Thomas Poell e Martijn de Wall. Os dados apontam que as mães utilizam o *Instagram* para se informar e o *WhatsApp* para sua rede de apoio social, principalmente pela conveniência do uso dessas plataformas. Há uma valorização do conteúdo de profissionais da saúde, do saber científico, da experiência de outras mães e nessa vastidão de informações as mães se orientam por suas crenças e percepções pessoais. Porém, foram descritos problemas, como perfis do *Instagram* sobre maternidade utilizarem o discurso científico para ganhar credibilidade, sem citarem estudos ou autores, e que acabam usando do seu prestígio para venda de produtos. Parte da adesão aos grupos de *WhatsApp* foram orientadas pelos interesses individuais das mães, a partir de trocas com os grupos que possuem as mesmas crenças, reduzindo a possibilidade de contato com a diversidade. As mães utilizaram a internet para resolver suas dúvidas e necessidades na construção de suas maternidades. Os recursos digitais contribuíram para que elas pudessem acessar informações de forma fácil e valorizassem seus pares ao possibilitar trocas de experiências e apoio social.

**Palavras-chave:** Mães de primeira viagem. Maternidade científica. Cultura digital. Informação. Apoio Social.

## ABSTRACT

The transition to motherhood is complex and challenging, in part due to social pressures arising from maternal ideologies and what it means to be a mother in digital culture. In this research, we sought to investigate the purpose of using the internet by first-time mothers in their process of becoming mothers. This is qualitative research that used Grounded Theory as a method. 116 responses were generated through an online questionnaire and 16 semi-structured online interviews were carried out with first-time mothers. To triangulate the information, three Instagram profiles on maternity most cited by the participants were analyzed. The study is based on an interdisciplinary approach - motherhood and digital culture - with the main theoretical references being Andrea O'Reilly, Sharon Hays, Rima Apple, Manuel Castells, José Van Dijck, Thomas Poell, and Martijn de Wall. The data show that mothers use Instagram to inform themselves and WhatsApp for their social support network, mainly for the convenience of using these platforms. There is an appreciation of the content of health professionals, scientific knowledge, the experience of other mothers, and in this vastness of information, mothers are guided by their beliefs and personal perceptions. However, problems were described, such as Instagram profiles about motherhood using scientific discourse to gain credibility, without citing studies or authors, and who end up using their prestige to sell products. Part of the adhesion to WhatsApp groups was guided by the individual interests of the mothers, from exchanges with groups that have the same beliefs, reducing the possibility of contact with diversity. Mothers used the internet to solve their doubts and needs in the construction of their motherhood. Digital resources helped them to easily access information and value their peers by enabling exchanges of experiences and social support.

**Keywords:** First-time mothers. Scientific Motherhood. Digital culture. Information. Social support.



## LISTA DE SIGLAS

ABEP: Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa  
ANS: Agência Nacional de Saúde  
BASE: Bielefeld Academic Search Engine  
BLW: Baby-Led Weaning  
CAPES: Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior  
CCEB: Critério de Classificação Econômica Brasil  
CEP/CHS: Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília  
CGI.br: Comitê Gestor da internet no Brasil  
CRM - Conselho Regional de Medicina  
DIU: Dispositivo Intrauterino  
ERIC: Education Resources Information Center  
EUA: Estados Unidos da América  
GACO: Grupo de Pesquisa Aprendizagem Colaborativa On-line  
GIPI: Grupo Interdisciplinar de Pesquisa sobre a Infância  
OMS: Organização Mundial da Saúde  
PALS: Play and Learning Strategies  
Redalyc: Sistema de Información Científica Redalyc Red de Revistas Científicas  
RQE - Registro de Qualificação de Especialista  
RSL: Revisão Sistemática de Literatura  
SCIELO: Scientific Electronic Library On-line  
TCLE: Termo de Consentimento Livre e Esclarecido  
TFD: Teoria Fundamentada nos Dados  
TIC: tecnologias da informação e comunicação  
UnB: Universidade de Brasília

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> - Convite para participar da pesquisa - <i>WhatsApp</i> .....	51
<b>Figura 2</b> - Convite para entrevista – <i>WhatsApp</i> .....	54
<b>Figura 3</b> - Imagem de codificação do Atlas.TI.....	58
<b>Figura 4</b> - Síntese das categorias da codificação seletiva e axial .....	75
<b>Figura 5</b> - Perfil do <i>Instagram</i> da @drajannuzzi .....	90
<b>Figura 6</b> - Postagem do <i>Instagram</i> da @drajannuzzi .....	91
<b>Figura 7</b> - Perfil do <i>Instagram</i> da @umamaepediatra .....	92
<b>Figura 8</b> - Postagem do <i>Instagram</i> da @umamaepediatra.....	93
<b>Figura 9</b> - Perfil do <i>Instagram</i> da @pediatradescomplicada .....	93
<b>Figura 10</b> - Postagem do <i>Instagram</i> da @pediatradescomplicada .....	94
<b>Figura 11</b> - Captura de tela do aplicativo <i>BabyCenter</i> .....	133

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1</b> - Resumo palavras-chave da RSL .....	19
<b>Quadro 2</b> - Locais de realização das pesquisas da RSL .....	20
<b>Quadro 3</b> - Resumo categoria apoio social.....	23
<b>Quadro 4</b> - Resumo categoria informações sobre saúde .....	26
<b>Quadro 5</b> - Resumo categoria programas educativos on-line.....	28
<b>Quadro 6</b> - Comparativo das perguntas no piloto e na pesquisa final.....	50
<b>Quadro 7</b> - Taxa de respostas .....	55
<b>Quadro 8</b> - Categorias, subcategorias, códigos e falas representativas .....	59
<b>Quadro 9</b> - Perfis que as mães pesquisadas seguiam.....	72
<b>Quadro 10</b> – Perfil das entrevistadas .....	73
<b>Quadro 11</b> - Dados dos perfis de <i>Instagram</i> mais citados pelas pesquisadas .....	89

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Porcentagem de estudos por área do conhecimento.....	21
<b>Gráfico 2</b> - Temática dos estudos da RSL .....	22
<b>Gráfico 3</b> - Distribuição dos participantes por idade .....	61
<b>Gráfico 4</b> - Distribuição de participantes segundo raça .....	62
<b>Gráfico 5</b> - Distribuição de participantes segundo escolaridade.....	62
<b>Gráfico 6</b> - Distribuição de participantes segundo renda.....	63
<b>Gráfico 7</b> - Distribuição de participantes segundo estrutura familiar.....	64
<b>Gráfico 8</b> - Distribuição de participantes segundo região.....	64
<b>Gráfico 9</b> - Distribuição das participantes segundo profissão .....	65
<b>Gráfico 10</b> – Uso de plataforma.....	66
<b>Gráfico 11</b> - Intensidade de uso da internet .....	66
<b>Gráfico 12</b> - Temas de busca .....	67
<b>Gráfico 13</b> - Intensidade de uso da internet ligado a comportamentos interativos.....	68
<b>Gráfico 14</b> - Confiança nas plataformas .....	68
<b>Gráfico 15</b> - Confiança em perfil .....	69
<b>Gráfico 16</b> - Sentimento em relação às informações .....	70
<b>Gráfico 17</b> - Fontes de aprendizado sobre maternidade.....	70

## Sumário

<b>1 INTRODUÇÃO .....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Justificativa .....</b>	<b>16</b>
<b>1.2 Revisão de literatura .....</b>	<b>18</b>
1.2.1 Apoio social .....	22
1.2.2 Informações sobre saúde.....	26
1.2.3 Programas educativos via internet .....	28
<b>2 MATERNIDADE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA .....</b>	<b>32</b>
<b>2.1 Maternidade especializada e intensiva.....</b>	<b>34</b>
<b>2.2 Maternidade científica .....</b>	<b>35</b>
<b>3 CULTURA DIGITAL .....</b>	<b>38</b>
<b>3.1 Plataformas .....</b>	<b>39</b>
3.1.1 Instagram .....	42
3.1.2 WhatsApp .....	43
<b>4 PERCURSO METODOLÓGICO .....</b>	<b>45</b>
<b>4.1 Participantes.....</b>	<b>47</b>
<b>4.2 Instrumentos .....</b>	<b>48</b>
4.2.1 Questionário .....	48
4.2.2 Entrevistas.....	53
<b>4.3 Procedimento para análise dos dados.....</b>	<b>57</b>
<b>5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS.....</b>	<b>61</b>
<b>5.1 Questionário .....</b>	<b>61</b>
<b>5.2 Entrevistas .....</b>	<b>73</b>
<b>6 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>75</b>
<b>6.1 Perfil.....</b>	<b>75</b>
<b>6.2 Cultura digital .....</b>	<b>81</b>
6.2.1 Conveniência.....	81
6.2.1.1 Conveniência e pandemia.....	86
6.2.2 Influenciadores digitais .....	87

<b>6.3 Maternidade e informações on-line .....</b>	<b>96</b>
6.3.1 Mães informadas .....	97
6.3.2 Maternidade científica .....	105
6.3.3 Excesso de informação, crenças e confiança .....	114
<b>6.4 Apoio social .....</b>	<b>125</b>
6.4.1 Apoio social tradicional .....	126
6.4.2 Formação de comunidades on-line .....	130
6.4.3 Troca de experiências .....	136
<b>7 SUGESTÕES DE PESQUISA.....</b>	<b>146</b>
<b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>147</b>
<b>REFERENCIAS.....</b>	<b>152</b>
<b>Apêndice A .....</b>	<b>164</b>
<b>Apêndice B .....</b>	<b>165</b>

## 1 INTRODUÇÃO

Tornar-se mãe é um processo de mudança que envolve um período de transição e adaptação. As mulheres experimentam diversas transformações: biológicas; corporais; sociais; psicológicas; afetivas e legais (CARDOSO, 2014). Para as mulheres, a transição para maternidade não é apenas uma condição médica ou física, mas uma mudança de identidade (BAILEY, 1999; NICOLSON, 1999; OBERMAN; JOSSELSO, 1996; STEINBERG, 2005) e aceitação de uma nova função social. As mães de primeira viagem<sup>1</sup> relatam uma enorme ruptura no estilo de vida, na rotina (OAKLEY, 1979), e reavaliam sua autonomia, sua aparência física, sua sexualidade (NICOLSON, 1999) e a compreensão de si mesmas (STEINBERG, 2005).

Além disso, com a chegada do recém-nascido novas pressões são adicionadas às mães, que são identificadas historicamente como as principais responsáveis por assegurar a sobrevivência, a segurança e o bem-estar dos bebês. Elas são demandadas a aprenderem como cuidar deste novo ser que é altamente dependente. Mães de primeira viagem relatam viver um verdadeiro pesadelo nas primeiras semanas após o nascimento de seus filhos por não saber como acalmá-los nos momentos de choro, como alimentá-los, como trocá-los, como dar banho, entre outras atividades (MORAN; HOLT; MARTIN, 1997; LUPTON, 2000).

Ademais, a experiência vivenciada hoje por mulheres ao tornarem-se mães é substancialmente diferente da vivenciada por mulheres das gerações anteriores. Muitas chegam à maternidade com pouca ou nenhuma experiência com crianças pequenas. Uma infinidade de fatores pode ser associada a essas modificações: população vivendo cada vez mais em centros urbanos; mudanças nos papéis de gênero; os espaços da cidade cada vez mais especializados; queda na taxa de fecundidade; aumento no nível de escolaridade das mulheres; adiamento da maternidade; aumento da taxa de ocupação das mulheres no mercado de trabalho, entre outros (SCAVONE, 2001; GONÇALVES et al., 2019; SIMÃO et al., 2020).

Nesse sentido, Mauthner (1995) afirma que as mães estão perdendo redes geográficas e estão cada vez mais isoladas, apesar da necessidade de contato social. Os ambientes estão mais centrados nos adultos e menos amigáveis às crianças. Assim, a falta de convívio e interação com bebês e outras mães dificultam a troca de informações sobre a educação dos filhos e apoio mútuo, os quais estavam disponíveis nas redes informais e tradicionais.

---

<sup>1</sup> O termo é popularmente utilizado para as mulheres que são mães pela primeira vez. Dado a popularidade da expressão “mães de primeira viagem”, adota-se, nesta tese, o modo metafórico.

Adicionalmente, outro movimento que contribuiu para trazer mudanças às redes maternas tradicionais foi o movimento de medicalização e produção da maternidade científica ao estabelecer o saber médico, científico e especializado como referência para maternidade. Como observado por diversos pesquisadores (DRENTEA; MOREN-CROSS, 2005; LITT, 2000; APILLE, 2006; FREIRE, 2009), esse movimento favoreceu o maior afastamento, dos círculos femininos, do “conhecimento feminino” sobre a maternidade. Saberes que tradicionalmente estiveram nas mãos das mulheres, incluindo mães, irmãs, parteiras, foram dominados pelos médicos, hospitais e outros especialistas que prestam serviços na área da saúde e dão conselhos para mães sobre as crianças.

No cenário contemporâneo, observa-se a multiplicação de profissionais, serviços e conhecimentos cada vez mais especializados, tanto no período da gestação quanto após o nascimento do bebê: obstetras, pediatras, fisioterapeutas, nutricionistas, doulas, dentre outros. Bem como uma gama de fontes de informações, conhecimentos, narrativas de outras mães, por meio da internet.

Ela tem se tornado uma alternativa para as mães que não contam com a rede de apoio tradicional. O espaço virtual permite que elas se conectem com outras mulheres geograficamente distantes; que acessem as que estão vivenciando as mesmas experiências, sem necessariamente serem do seu ciclo social de conhecidos; que criem comunidades e compartilhem informações (DRENTEA; MOREN-CROSS, 2005).

As formas de ser e estar em sociedade, na atualidade, têm sido cada dia mais permeadas pela internet. De acordo com os dados gerados pela pesquisa estatística de abrangência nacional TIC Domicílios 2020, no Brasil, em 2020, 86% dos domicílios urbanos possuíam acesso à internet, que corresponde a aproximadamente 152 milhões de usuários (81% da população com dez anos ou mais). A taxa de usuários de população feminina representa 85% do total, sendo levemente maior que a masculina, de 77% (CGI.br., 2021), e 99% desses acessos são feitos através de smartphones (CGI.br, 2019). Para determinados grupos da população, como os jovens, a internet já se configura como elemento central de seu dia a dia.

O fato de as mães poderem contar com os especialistas e o uso da internet para suprir suas demandas em relação às questões da maternidade trazem uma nova situação para as elas. Como afirma Tomaz (2016, p. 199), “as famílias assistem a uma ampla produção de diretrizes e conselhos para a tarefa de cuidar e educar filhos”. O acesso, a disponibilidade e o compartilhamento de informações na web podem ter se tornado mais fáceis, no entanto a diversidade pode dificultar a decisão de saber em que confiar. Schneider (2018) identificou, em sua pesquisa, mais de 3.650 canais que abordam a temática da maternidade, sendo que eles



possuíam um número significativo de seguidores, como o canal “Flavia Calina” que tem mais de 6 milhões de inscritos.

Esse contexto é desafiador para as novas mães que precisam decidir como se relacionar com estes múltiplos conhecimentos, os quais vêm de fontes cada vez mais diversificadas e são mediados pelos recursos digitais com as pressões socioculturais sobre como as mães devem exercer sua maternidade (DOUGLAS; MICHAELS, 2007; HAYS, 1996), incluindo aquelas que se aplicam ao uso do conhecimento científico e médico (APPLE, 2006).

É nesse contexto que se insere a pergunta dessa pesquisa: Como as mães de primeira viagem, em seu processo de tornarem-se mães, se relacionam com o conhecimento necessário para sua maternidade, acessado por meio da internet?

Assim, a presente pesquisa tem por objetivo investigar a finalidade da utilização da internet pelas mães de primeira viagem no seu processo de tornarem-se mães. Os objetivos específicos são:

- Identificar o perfil das mães de primeira viagem com filhos entre 0 a 2 anos de idade;
- Descrever as motivações para o uso da internet;
- Pesquisar as especificidades do uso de diferentes plataformas (*Instagram, WhatsApp* E-mail, *Youtube*, aplicativos, comunicação instantânea, sites, outros) pelas mães de primeira viagem, e;
- Investigar que considerações as mães fazem ao selecionar conteúdo da internet para sua maternidade.

## 1.1 Justificativa

A maternidade diz respeito à construção social, em que as práticas maternas ganham contornos do momento histórico e do grupo social ao qual pertencem (GARNCAREK, 2020). Destaca-se a importância dos estudos feministas para o debate, em que se apresenta o entendimento de que a maternidade não é natural, estável, fixa ou constante, mas dinâmica e múltipla (YOPO DÍAZ, 2018). Assim, as mulheres, ao tornarem-se mães, constroem sua identidade e seu papel contextualizados no espaço e no tempo, e as redes de relacionamentos ajudam definir quem elas são (GILLIGAN, 1982).

Nesse sentido, o processo de tornar-se mãe acaba sendo uma aprendizagem permeada pela cultura materna vigente e, ao contrário do propalado pela ideologia do instinto materno, as mães aprendem sobre a maternidade por meio de processos educativos, aqui educação sendo entendida como apropriação de cultura (PARO, 2014). Dessa forma, pode-se afirmar que o

processo de tornar-se mãe se dá por meio da transmissão cultural das gerações anteriores para as mais novas, de mãe para mãe, mediado pelo saber científico, pela mídia e nas últimas décadas, com o advento da internet e a possibilidade de aprendizagem mediada por tecnologias digitais, adiciona-se mais uma forma de aprender.

O foco desse estudo sobre as mães de primeira viagem oferece uma oportunidade de explorar a complexidade do processo de aprendizagem em que as mães precisam manejar as ações de cuidado e nutrição dos bebês com as transformações no “eu”, as expectativas em relação ao seu papel social e às ideologias da maternidade.

O recorte do estudo de mães de primeira viagem decorre do pressuposto de que, ao tornarem-se mães, há uma demanda maior de aprendizado, podendo ser, neste período, o momento de maior busca por informações e apoio.

Esse estudo localiza-se na linha de pesquisa *Educação, Comunicação e Tecnologia* da Faculdade de Educação, da Universidade de Brasília (UnB). Por isso, será discutido a aprendizagem destas mães do ponto de vista da educação informal, que ocorre fora de espaços formais de aprendizado como a escola ou universidade. Podem ser considerados mediadores do processo educativo outras mães, amigas, médicos, meios de comunicação, os quais podem compartilhar informações e saberes que podem contribuir no processo, dessas mulheres, de tornarem-se mães.

Já o foco no uso da internet deve-se à abrangência dela no cotidiano dos indivíduos. A internet é utilizada com frequência como fonte de informação em saúde durante a gravidez e pós-parto (DECLERCQ et al., 2014). Para além da busca por informação, pesquisadores têm observado o uso dos espaços virtuais como um local para compartilhamento de narrativas femininas sobre depressão (SCHULTE, 2016; VISINTIN; AIELLO-VAISBERG, 2017), escuta sem julgamento (PESCE, 2018; ARTEIRO, 2017), afora a formação de comunidades on-line como meio de sociabilidade para as mães (SEGATA, 2017).

Na Revisão Sistemática de Literatura (RSL) conduzida nessa tese, nas bases nacionais e internacionais sobre o tema “maternidade pela primeira vez e internet” foram selecionados 14 artigos que tinham relação com o tema da pesquisa. Os estudos indicam que a internet tem sido utilizada pelas mães de primeira viagem, principalmente, para apoio social na maternidade (O’CONNOR; MADGE, 2004; MADGE; O’CONNOR, 2005, 2006; KUKIMOTO, 2010; PARRY; GLOVER; MULCAHY, 2013; JOHNSON, 2015; RUTHVEN; BUCHANAN; JARDINE, 2018), para obter informações sobre saúde (PLUTZER; KEIRSE, 2012; WALKER et al., 2017; GUENDELMAN et al., 2017) e para utilização de programas educativos on-line (SAWYER et al., 2016, 2017; ATLI et al. 2019; FEIL, 2020).

Os dados da RSL serão mais bem detalhados em subseção própria, no entanto, uma das conclusões que pode ser destacada é a lacuna de estudos brasileiros abordando como as mães se relacionam com os conhecimentos acessados por meio das tecnologias digitais no seu processo de tornarem-se mães.

Destaca-se que a presente pesquisa foi desenvolvido no contexto da Pandemia de COVID -19. O vírus foi identificado pela primeira vez em dezembro de 2019, na cidade de Wuhan, província de Hubei, na República Popular da China<sup>2</sup>. Desde então, o distanciamento social, restrições a circulação de pessoas e aglomerações têm sido indicadas como medidas protetivas. Neste contexto, observou-se o crescimento de atividades cotidianas sendo desenvolvidas por meio da internet, como teletrabalho, telemedicina, aulas on-line. Assim, parece especialmente importante observar se o uso da internet se tornou relevante ou não para as mães de primeira viagem durante este período.

Em relação à relevância desta pesquisa, destaca-se a importância para o campo dos estudos maternos. Andrea O'Reilly (2007, s/p ebook, tradução nossa) afirma que “sabemos mais sobre o ar que respiramos, os mares que viajamos, do que sobre a natureza e o significado da maternidade”. Já Adrienne Rich (2007, s/p ebook, tradução nossa) afirma que “a única experiência unificadora e incontestável compartilhada por todas as mulheres e homens é o período de meses que passamos desdobrando-se dentro do corpo de uma mulher”, que essa é uma das experiências mais comuns para o ser humano, porém são poucas as pesquisas que se debruçam sobre a temática.

Ademais, o estudo dos valores, crenças, conhecimentos, *habitus* da maternidade contemporânea contribui para compreender melhor as concepções de infância e bebê, uma vez que a maternidade sempre se dá em relação com as concepções de gênero, família e infância.

## 1.2 Revisão de literatura

As revisões de literatura podem ter diferentes enfoques e serem conduzidas metodologicamente de muitas maneiras. Algumas delas afirmam ser “totalmente sistemáticas” ou “uma meta-análise”, com forte foco na avaliação da qualidade da pesquisa selecionada. Outras são “revisões tradicionais” ou “escopo orientado” e mais focadas nas próprias descobertas da pesquisa (ARKSEY; O'MALLEY, 2005). Esta revisão de literatura se caracteriza por ser escopo-orientada, pois concentra-se principalmente no que existe sobre “maternidade entre as mães de primeira viagem e internet”. Portanto, não se discute a qualidade

---

<sup>2</sup> Fonte: Organização Pan-Americana da Saúde. Disponível em: <https://bityli.com/zZXXRo>.

dos estudos incluídos e busca-se mapear o cenário da produção acadêmica em relação a essa temática.

A pesquisa foi conduzida nas bases nacionais e internacionais, sendo as bases nacionais: Scientific Electronic Library On-line (SCIELO) e Portal de Periódicos CAPES (Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior). As bases internacionais consultadas foram: Bielefeld Academic Search Engine (BASE); Education Resources Information Center (ERIC), Scopus, Sistema de Información Científica Redalyc Red de Revistas Científicas (Redalyc) e Web of Science.

A revisão da literatura de artigos foi baseada nas palavras-chave: maternidade e internet, e utilizou-se a estratégia de busca que se baseia em termos semelhantes e relacionados, combinados em blocos. As palavras-chave utilizadas nas bases nacionais foram: maternidade, maternagem, maternidade pela primeira vez, mães de primeira viagem, internet, blogs e tecnologias da informação e comunicação; já as palavras-chave utilizadas nas bases internacionais relacionadas à maternidade foram: *maternidad, mother, motherhood, mothering, becoming mothers, transition to motherhood, parenting, momism, maternal role, 1st-time mothers*; e as palavras-chave relacionadas à internet foram: *internet, apps, multimedia, electronic learning, internet use, blogs, social support, social media, digital media, on-line parental support, e-parenting, e-learning, m-health e netmums*. O resumo pode ser observado no Quadro 1. A estratégia foi construir dois blocos que incluíssem termos relacionados à maternidade e à internet e combinar, no terceiro bloco, os estudos que tratavam da temática entre as mães de primeira viagem.

**Quadro 1** - Resumo palavras-chave da RSL

<b>Maternidade</b>	<b>Internet</b>	<b>Transição para maternidade</b>
Maternidade Maternagem maternidad mother motherhood mothering parenting momism maternal role	internet apps multimedia electronic learning internet use blogs social support social media digital media on-line parental support e-parenting <i>e-learning</i> m-health netmums	Mãe pela primeira vez Mãe de primeira viagem becoming mothers transition to motherhood 1st-time mothers

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Dado o grande número de estudos relacionados à temática maternidade e à temática internet, foi utilizado o operador booleano “and” para limitar as buscas. Assim, buscou-se associar uma das palavras do bloco maternidade com o bloco internet. Exemplos de busca: “maternidade y internet”; “motherhood and internet”. Como em “mother\* internet”, o uso do asterisco foi utilizado nas bases que fazem a pesquisa por lematização, ou seja, a pesquisa é realizada por variantes do termo automaticamente. Como critério de inclusão foram utilizados: artigos em português, espanhol ou inglês; revisados por pares nas bases que disponibilizam este tipo de filtro e possuir acesso aberto para o artigo completo entre os anos 2000 e 2020.

As pesquisas no banco de dados renderam um total de 256 artigos, grande parte foi encontrada na base Web of Science (155 artigos), seguido pelas bases Eric (43 artigos), Scopus (25 artigos), Redalyc (22 artigos), Portal de Periódicos Capes (8 artigos) e Scielo (3 artigos).

Os títulos e resumos dos artigos dos dois primeiros blocos foram lidos e passaram a compor o terceiro bloco. Os artigos deste último bloco foram selecionados para análise do artigo completo. Assim, dentro dos critérios estabelecidos, foram analisados 14 artigos. Novamente, a maioria dos artigos foi proveniente da base Web of Science. Artigos que estavam indexados em várias bases de dados foram contabilizados apenas uma vez. A seguir, apresenta-se uma visão geral dos estudos.

Os artigos encontram-se distribuídos em 6 países, tendo um predomínio das pesquisas conduzidas no Reino Unido e Austrália, conforme pode ser observado no quadro 2.

**Quadro 2** - Locais de realização das pesquisas da RSL

Quantidade	Local
1	França
1	Canadá
1	Turquia
3	Estados Unidos
4	Reino Unido
4	Austrália

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

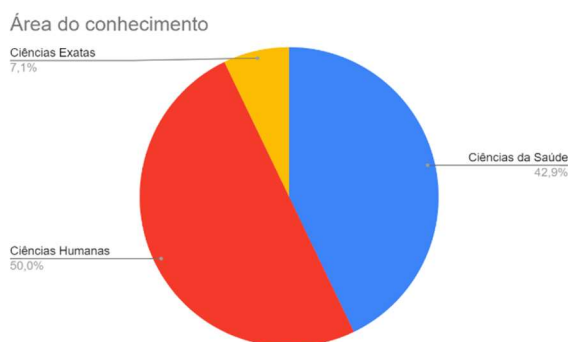
Em relação ao local onde as pesquisas foram conduzidas e a instituição a qual o pesquisador pertence, observa-se uma convergência nesses dados. Houve apenas um estudo em que o pesquisador conduziu a pesquisa em um país distinto de sua origem, que é o caso da pesquisa conduzida por Mikoto F. Kukimoto (2010) “*The use of communication tools among*

*japanese mothers living in France*”. Nesta pesquisa, a autora buscou compreender a experiência de mães de primeira viagem japonesas imigrantes, vivendo na França. Uma das características encontrada entre as pesquisas foi que grande parte delas foram conduzidas por pesquisadores que pertenciam a diferentes instituições, sendo observado, em alguns casos, a colaboração entre pesquisadores de diferentes países. Dois estudos australianos contaram com a colaboração de pesquisadores britânicos, e um estudo turco contou com a colaboração de um pesquisador britânico.

Observa-se que entre artigos há estudos que fazem parte de projetos maiores e os artigos são extratos das pesquisas. O projeto “*Cyberparents*”, que possui 3 artigos que compõem a revisão de literatura são: O’Connor e Madge (2004); Madge e O’Connor (2005, 2006). O projeto de origem britânica teve por tema como, porque e de que maneira os novos pais usavam a internet como fonte de informação sobre a parentalidade como uma forma de apoio social. Dois outros artigos desta revisão: Sawyer et al. (2016) e Sawyer et al. (2017) derivaram da mesma pesquisa conduzida em Adelaide, na Austrália. Nesse sentido, observa-se o porquê da prevalência de artigos encontrados nos dois países. Assim, considera-se que os Estados Unidos é o país onde se encontra a maior diversidade de pesquisas sobre mães e o uso da internet para comunicação.

Em relação ao enquadramento dos artigos à área do conhecimento, há um pequeno predomínio da área das ciências humanas em relação às ciências da saúde. A síntese das informações pode ser observada no gráfico 1.

**Gráfico 1** - Porcentagem de estudos por área do conhecimento

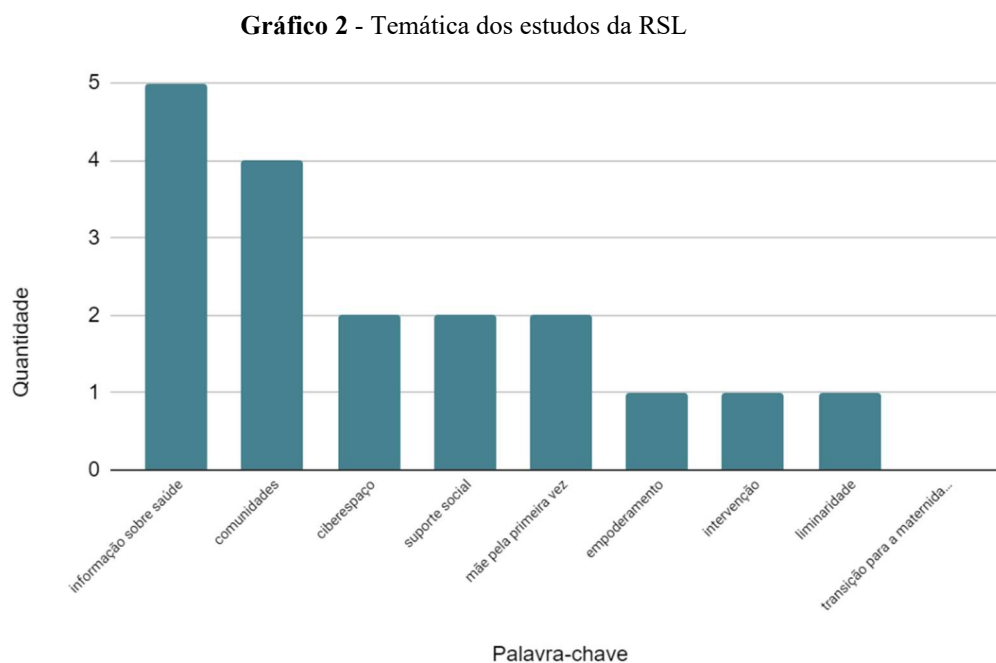


Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Na área da saúde, o foco dos estudos foi compreender o uso que as mães fazem da internet para buscar informações sobre saúde e desenvolvimento do bebê, bem como explorar os programas educativos desenvolvidos por meio da internet. Já na área das ciências humanas

há uma diversidade maior de temas, a exemplo, explorar o comportamento das mães nas comunidades; discutir conceitos: públicos íntimos, liminaridade, ciberespaço, sociabilidade orientado ao lazer.

No gráfico 2 é possível observar a distribuição das temáticas presentes nos estudos a partir da análise das palavras-chave presentes nos artigos. Há o predomínio da temática: informações sobre saúde, seguido por estudos sobre comunidades.



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Não foram localizados estudos brasileiros relacionados ao recorte desta revisão. Os três artigos localizados na base Scielo relacionam-se com a temática maternidade e internet, no entanto, não apresentam o recorte das mães de primeira viagem.

Os artigos, após serem analisados, foram agrupados em três categorias: 1) apoio social, 2) informações de saúde e 3) programas educativos desenvolvidos por meio da internet. A seguir, apresenta-se de forma mais detida como as temáticas foram abordadas neles.

### 1.2.1 Apoio social

A categoria apoio social foi comum a sete pesquisas, e nelas localizam-se grande parte de estudos relativos às ciências humanas (6 ciências humanas e 1 ciências da natureza) e compreende temas que abordam aspectos sobre o ambiente social de troca entre as mães e o mundo social. Os objetivos são diversos: encontra-se desde estudos com caráter mais descritivo sobre como as mães estão utilizando a internet para trocas e obter apoio, até aqueles que

buscaram discutir conceitos ligados à experiência de uso da internet pelas mães de primeira viagem.

Os estudos apresentaram duas formas para seleção de suas participantes: um desenvolveu a pesquisa apenas com mães de primeira viagem, usuárias de sites e comunidades para mães; e o outro recrutou mães de primeira viagem dentro da população de um determinado local geográfico. No que diz respeito aos instrumentos para geração de dados, os estudos dividiram-se em: análises de publicações em sites, questionários e entrevistas. Em relação aos sites, os autores pesquisaram os mais populares entre o grupo de mães participantes da pesquisa ou que apresentavam informações relevantes e confiáveis, sendo eles: *Mixi* (Japão), *NetMuns* (Reino Unido), *BabyCenter* (Reino Unido), *Babyworld* (Reino Unido) e *Momstown* (Canadá). O resumo do objetivo, do método e do campo pesquisados podem ser observados no quadro 3.

**Quadro 3** - Resumo categoria apoio social

<b>Autores</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Método</b>	<b>Site</b>
O'Connor; Madge (2004)	Explorar as maneiras pelas quais as mulheres estão usando a internet para ajudá-las a se ajustar ao seu novo papel durante a transição para a maternidade.	Questionário on-line vinculada ao site <i>Babyworld</i> <a href="http://www.babyworld.co.uk">www.babyworld.co.uk</a> . Entrevistas semiestruturadas em grupos virtuais.	<i>Babyworld</i>
Madge; O'Connor (2005)	Investigar a simultaneidade das experiências on-line por meio da exploração do ciberespaço como um espaço liminar performativo, onde as mulheres “experimentaram” diferentes versões da maternidade.	Questionário on-line vinculada ao site <i>Babyworld</i> <a href="http://www.babyworld.co.uk">www.babyworld.co.uk</a> . Entrevistas semiestruturadas em grupos virtuais.	<i>Babyworld</i>
Madge; O'Connor (2006)	Discutir o uso das tecnologias digitais e o empoderamento e ativismo feminista.	Questionário on-line vinculada ao site <i>Babyworld</i> <a href="http://www.babyworld.co.uk">www.babyworld.co.uk</a> . Entrevistas semiestruturadas em grupos virtuais.	<i>Babyworld</i>
Kukimoto (2010)	Verificar quais suportes eletrônicos as mães utilizavam.	Questionário, entrevistas e análise de posts da rede <i>Mixi</i> de mães imigrantes japonesas vivendo na França.	<i>Mixi</i>
Parry; Glover; Mulcahy (2013)	Explorar o papel do lazer para o apoio social utilizando como ferramenta uma rede social.	Entrevistas com as mães canadenses recrutadas por meio de rede social.	<i>Momstown</i>
Johnson (2015)	Compreender as mudanças nas práticas de suporte e busca de informação.	Entrevistas semiestruturadas com mães recrutadas em um hospital no centro de Sydney, Austrália.	-----
Ruthven; Buchanan; Jardine (2018)	Investigar quais são as necessidades de informação das jovens mães de primeira viagem.	Analisaram as postagens de fóruns on-line.	<i>NetMuns e BabyCenter</i>

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Madge e O'Connor (2004, 2005, 2006) argumentam que as características contemporâneas da maternidade fizeram com que o apoio tradicional – ajuda nos afazeres



domésticos e cuidados com as crianças –, que tradicionalmente as mães recebiam de outras mulheres (suas mães e redes mais amplas de parentesco), deixassem de ocorrer com as mudanças sociais, como a mobilidade geográfica, ou por considerarem que as práticas parentais estavam desatualizadas. Observa-se que cada vez mais outras fontes têm sido utilizadas para fornecer apoio: outras mães com filhos em idade semelhante, visitantes da saúde e recursos digitais.

As autoras citadas argumentam que o crescimento recente do número de sites direcionados especificamente aos pais sugere que esse grupo está cada vez mais acessando a internet para buscar informações e conselhos, não apenas para si, como para a saúde e o bem-estar de seus filhos. Cerca de 73% das mães participantes da pesquisa relataram a conveniência da internet, pela capacidade de se conectar a qualquer momento e o imediatismo das respostas a perguntas importantes.

Outra vantagem destacada pelas novas mães foi de que, com a internet, tinham acesso a práticas mais atualizadas, relatando que os conselhos de suas mães e dos visitantes de saúde eram datados. As autoras também argumentam que apesar de as novas mães continuarem a consultar suas próprias mães, há uma percepção de que as informações disponíveis na internet são melhores, pois refletem a prática atual de assistência à infância, além do suporte recebido via internet se mostrar como um recurso mais conveniente.

O anonimato conseguido pelas redes sociais também foi destacado pelas autoras como um fator positivo de apoio para as novas mães. Ele proporcionou a oportunidade de 'falar' abertamente, sem medo de represálias ou constrangimentos (MANN; STEWART, 2000 *apud* MADGE; O'CONNOR, 2006) que contribui para as mulheres legitimarem sua identidade como novas mães e na criação de um espaço seguro para formar julgamentos sobre práticas parentais apropriadas.

Parry, Glover e Mulcahy (2013) destacam o papel do lazer para apoio social ao analisarem a rede social *Momstow's*, que tem por objetivo facilitar a conexão entre mulheres que vivem em uma mesma comunidade. O site favorece que as mães se conheçam on-line, troquem experiências e interesses, além de apresentar condições para que se encontrem face-a-face, promovendo eventos que favoreçam momentos de lazer entre elas. Assim, as mães abandonam o anonimato para interagirem e se encontrarem pessoalmente.

Os achados do estudo de Kukimoto (2010) corroboram os resultados da pesquisa de O'Connor e Madge (2004). No entanto, diferente dos achados de O'Connor e Madge, as participantes do estudo não descartam os conselhos vindos de suas mães ou de outras mulheres. Destaca-se que a maioria delas afirmaram preferir as interações face-a-face. O uso das redes

sociais foi relevante apenas para um grupo específico de mães, aquelas que tinham relacionamento com um parceiro não japonês e para as que viviam fora de Paris. A maior parte delas (70%) obtinham suporte instrumental por meio do uso dos serviços das creches públicas, e o suporte emocional, obtinham de familiares que se encontravam no Japão e amigos franceses, utilizando e-mail e telefone. A rede social *Mixi* foi relevante apenas para as mães que possuíam amizades pela internet.

As demandas de apoio social das mães nas redes sociais são diversos, e apresentam complexidades diferentes. Ruthven, Buchanan e Jardine (2018), identificaram que as informações mais recorrentes demandadas pelo grupo de jovens mães inglesas participantes da pesquisa foram: como criar um ambiente positivo para uma criança; relacionamentos e bem-estar da mãe, e necessidades em torno do desenvolvimento e saúde do bebê. Essas temáticas foram apresentadas em posts caracterizados como informacionais, quando as mães apresentavam uma pergunta direta sobre determinado assunto; ou situacionais quando descreviam alguma situação em que as informações eram difusas e nem sempre apresentava uma pergunta ou questionamento.

Os autores, ao compararem os dados com outras pesquisas, identificaram que as questões levantadas por suas participantes eram recorrentes entre os estudos. No entanto, observaram que as mães mais jovens possuem necessidades mais complexas, dado que as mães mais velhas muitas vezes têm uma condição mais estável antes de se tornarem mães. Já as mães jovens, muitas vezes, precisam lidar com questões de moradia, estudos, trabalho, finanças, relacionamento entre outras questões, ao mesmo tempo que se tornam mães.

O tópico de troca de experiências esteve presente em todos os estudos. Se para O'Connor e Madge (2006) isso favoreceu o empoderamento das mães, pois permitiu que elas ocupassem posições de agência na produção de conhecimento, para Johnson (2015), as mulheres usam este espaço de troca para obter acesso ao conhecimento experiencial e incorporado em contraponto ao saber médico convencional. Além disso, ao compartilhar suas histórias da gravidez e maternidade, elas tornam público temas, discussões, questões femininas que historicamente ficaram restritas ao ambiente privado.

Dessa maneira o uso da internet para apoio social das mães de primeira viagem é obtido com suporte imediato, troca de experiências, acesso a práticas atualizadas, empoderamento das mulheres e conhecimento experiencial incorporado.

A discussão sobre apoio social entre as pesquisas relacionadas à maternidade é antiga, a recorrência do tema pode demonstrar a importância para a experiência materna. A exemplo

do que afirma Rapoport e Piccinini (2006), o apoio social é fundamental ao longo do desenvolvimento humano, especialmente nos períodos de transição e mudanças.

### 1.2.2 Informações sobre saúde

A categoria informação sobre saúde foi comum a três estudos, todos localizados na área das ciências da saúde, que focaram como as mães de primeira viagem têm acessado informações sobre saúde. Eles possuem, em comum, a abordagem quantitativa dos dados. O resumo das informações pode ser observado no quadro 4.

**Quadro 4** - Resumo categoria informações sobre saúde

<b>Autores</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Método</b>	<b>Resultado</b>
Plutzer; Keirse (2012)	Discutir quais fontes de informação em saúde são preferidas pelas futuras mães e como essas preferências mudam quando o filho atinge a idade escolar (4 e 7 anos de idade).	Estudo controlado randomizado de orientação antecipada com gestantes nulíparas recrutadas em todas as cinco maternidades públicas de Adelaide. Coleta de dados por meio de questionário.	Fonte preferida: durante a gravidez, outras mães; durante a primeira infância, os profissionais de saúde.
Walker; Mackert; Ahn; Vaughan; Sterling; Guy; Hendrickson (2017)	Identificar o uso e preferência das mulheres em relação às fontes de informação de saúde on-line e identificar alguns fatores de contextos associados.	Estudo quantitativo conduzido com mulheres residentes na região metropolitana do Texas, por meio de correio eletrônico. A amostra contou com 165 mães, sendo 45,5% mulheres brancas, 21,2% mulheres afro-americanas e 33,3% hispânica.	O estudo identificou que sobre o uso das mídias, 96,4% das mães relataram procurar informações na internet; 89,1% enviaram e-mail sobre bebê para familiares ou amigos; 84,8% leram revistas ou sites on-line para novas mães; 78,8% socializaram no Facebook; 77,6% assistiram vídeos do <i>Youtube</i> sobre cuidados com o bebê. Walker et al. (2017) concluíram que o tipo de uso está relacionado a fatores de contexto: idade, escolaridade, dentre outros.
Guendelman; Broderick; Mlo; Gemmill; Lindeman (2017)	Compreender a extensão da adoção e uso de ferramentas digitais de saúde e identificar as principais percepções, motivadores psicológicos do uso da tecnologia entre mulheres grávidas pela primeira vez desfavorecidas e mães de crianças pequenas.	Métodos mistos, escutas por meio de grupos focais. A pesquisa foi realizada com 92 mulheres	Maior uso da internet para as práticas de gestão de saúde entre as mulheres com nível maior de escolaridade, a maior preocupação entre as entrevistadas foi relacionada às condições materiais, habitação ou emprego, e não às questões relacionadas à saúde.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Em relação às fontes de informação, Plutzer e Keirse (2012) afirmam que as mães alteram, ao longo do tempo, suas referências de fonte de informação sobre saúde. De acordo com os autores, durante a gravidez a fonte preferida de informação são outras mães, amigos e parentes (67,8%), seguidos pelos profissionais de saúde (48,8%). Já quando a criança atinge a idade escolar, as mães têm os profissionais de saúde como sua fonte preferida (78%), seguido por: amigos e parentes (21,7%), outras mães (15,5%) e internet (13%). Os autores destacam que as características do período da gravidez e primeira infância da criança, principalmente para as mães de primeira viagem, são permeadas por preocupações com manutenção e promoção da saúde. Isso faz com que mães estejam em constante contato com profissionais de saúde, e, por consequência, tenham esses profissionais como fonte de informação em saúde. Os autores também afirmam que a pesquisa corrobora com outros estudos que indicam que a escolha das pessoas por fontes de informação em saúde “varia com idade, país, gênero, nível de educação, oportunidade para obter informações, seriedade dos problemas de saúde e tempo” (PLUTZER; KEIRSE, 2012, p. 801, tradução nossa), além da exposição prévia à educação em saúde.

Guendelman et al. (2017) observam que as práticas digitais de gestão da saúde são maiores entre as mulheres com nível maior de escolaridade - ensino superior. Já as com ensino médio incompleto ou sem ensino médio são mais propensas a não se envolverem em práticas de gerenciamento digital de saúde. Apesar dos autores estarem interessados nas práticas digitais de gerenciamento de saúde, eles observaram que entre as mulheres participantes da pesquisa a maior preocupação foi relacionada às condições materiais, habitação ou emprego, e não às questões relacionadas à saúde.

Já em relação ao comportamento de busca de informação on-line, Walker et al. (2017) identificaram que a busca sobre bebês é recorrente (96,4%) entre as mães de primeira viagem (mulheres brancas, afro-americanas e hispânicas residentes na região metropolitana do Texas) que utilizam a internet. Em relação ao tipo de ferramenta empregada, os autores associaram o uso mais frequente de e-mail pelas mães que tinham maior renda, moravam com parceiro, eram mais velhas e tinham menor estresse. Em relação ao uso de vídeos do *Youtube*, os autores afirmam que o uso foi maior entre as mães com menor escolaridade, onde aproximadamente metade das participantes da pesquisa procuraram informações sobre saúde, formação sobre bebê, bem como a sobre si mesmas.

Os autores identificaram quais eram os sites mais utilizados pelas mães (*Babycenter*, *Google*, *Whattoexpect*, *Kellymom*, *WebMD*, *DrSears* e *WIC*) e quais os recursos que elas procuravam ao escolher os sites: fornecer informações relevantes; ser fácil de usar; permitir a socialização com outras mães e ser fácil de usar. Observa-se que os sites destacados são todos

comerciais, as mães pesquisadas não apresentaram interesse em informações de saúde fornecidas por sites do governo. Os autores afirmam que outros estudos (MACKERT et al., 2009) demonstraram que os sites dos domínios .edu ou .gov são frequentemente evitados, pois são vistos como muito complexos.

Portanto, a busca por informações das mães de primeira viagem tem relação com escolaridade. Mas, há uma preferência por sites comerciais dado a relevância das informações e a facilidade de uso. As mães variam suas fontes de informação ao longo do tempo.

### 1.2.3 Programas educativos via internet

A categoria programas educativos via internet foi comum a quatro artigos, sendo a maioria da área das ciências da saúde (3 artigos das ciências da saúde e 1 das ciências humanas). Essa categoria abrange estudos sobre desenvolvimento de programas educativos on-line relacionados a maternidade, comumente denominados de m-health e e-health. O resumo das informações pode ser observado no quadro 5.

**Quadro 5** - Resumo categoria programas educativos on-line

<b>Autores</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Método</b>	<b>Resultado</b>
Sawyer; Reece; Bowering; Jeffs; Sawyer; Peters; Mpundu-Kaambwa; Clark; McDonald; Mittinty (2016)	Identificar os fatores que influenciam a adesão e desgaste do uso de um programa de intervenção via internet, mediado por enfermeiros para mães de bebês residentes de Adelaide, Austrália.	Estudo observacional, conduzido com mulheres residentes em Adelaide, Austrália. O formato e o conteúdo da intervenção foram baseados em grupos padrão.	Engajamento se deu devido ao atendimento imediato a demanda da mãe.
Sawyer; Reece; Bowering; Jeffs; Sawyer; Mittinty; Lynch (2017)	Testar a não inferioridade dos resultados para mães e bebês que receberam um tratamento clínico pós-natal, mais suporte de grupo com base na internet, moderado por enfermeiros, em comparação com resultados das mães que receberam atendimento padrão – apoio domiciliar pós-natal fornecido por uma enfermeira.	Estudo pragmático, de preferência, com controle não randomizado e randomizado, conduzido com mulheres residentes em Adelaide, Austrália. O formato e o conteúdo da intervenção foram baseados em grupos padrão.	Os resultados foram parecidos para os dois grupos. O programa de suporte on-line também demonstrou o potencial de fornecer acesso imediato ao suporte das enfermeiras.
Atli; Gunuc; Kuss; Baran (2019)	Avaliar se o uso de tecnologias pelos pais impacta no comportamento adaptativo de bebês de 18 a 24 meses de idade.	Estudo quantitativo conduzido com famílias em Anatólia, Turquia	Os autores afirmam que o uso da tecnologia pela mãe com seus bebês provou ter um impacto negativo no autogerenciamento, nas

			habilidades lúdicas e nas habilidades de comunicação da criança.
Feil; Baggett; Davis; Landry; Sheeber; Leve; Johnson (2020)	Avaliar o impacto da adaptação do programa Play and Learning Strategies (PALS) para uma intervenção via web.	Intervenção experimental via web com mães americanas de baixa renda. Os métodos utilizados foram observações diretas do comportamento materno com seu bebê, questionários sobre funcionamento materno e conhecimento dos pais sobre comunicação social infantil e estratégias parentais sensíveis e responsivas para promover a comunicação socioemocional e uso do programa em tempo real.	A intervenção teve impacto no comportamento da mãe e um impacto menor no comportamento dos bebês.

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Sawyer et al. (2016, 2017) desenvolveram um programa educativo via internet, moderado por enfermeiros, para mães e bebês. Os bebês tinham entre 1 e 7 meses, e eram residentes em Adelaide, Austrália. Este programa foi comparado com resultados do programa padrão, que consistia em apoio domiciliar pós-natal fornecido por uma enfermeira da comunidade.

Na primeira parte da pesquisa, Sawyer et al. (2016) buscaram identificar os fatores que influenciam a adesão e desgate do uso do programa mediado por enfermeiros via internet para mães de bebês. Os enfermeiros forneceram informações diretamente ao grupo de mães, baseados no modelo de serviço de saúde infantil ofertado no atendimento presencial: 1) responder a perguntas feitas por mães; 2) corrigir informações incorretas que surgiam durante as discussões das mães; e, 3) orientar as mães onde encontrar as informações. Os autores elencam os motivos relacionados à aderência a proposta: a intervenção foi ofertada quando a mãe estava vivenciando um problema; a mediação da enfermeira realizada dentro dos grupos, incentivando a interação; e acesso à informação imediatamente. Para mães, os programas educativos via internet oferecem vantagens adicionais, pois elas não precisavam comparecer a reuniões em horários fixos, ou ir ao centro de saúde, que eram distantes de suas residências.

Já na segunda parte da pesquisa, Sawyer et al. (2017) compararam os resultados do grupo que recebeu tratamento convencional com o que participou da intervenção via internet. Os resultados sugerem que os resultados para mães e bebês via internet são semelhantes aos alcançados pelo suporte em casa. Os autores acreditam que o programa pode ajudar a melhorar o alcance da população, ajudar a garantir o controle de qualidade das informações fornecidas,

e facilitar o acesso aos serviços de suporte durante o primeiro ano do bebê. Além de os programas de suporte on-line moderado pelas enfermeiras terem o potencial de fornecer acesso imediato ao suporte.

Programas educativos via internet são mais comuns na área da saúde, assim observa-se que a maioria das pesquisas nessa área foi realizada nas ciências médicas. Um dos poucos estudos encontrados que propõem uma intervenção via web, que não tem relação com questões de saúde, foi o estudo de Feil et al. (2020). Trata-se do programa “*Play and Learning Strategies (PALS)*”, que foi adaptado para forma on-line. O programa busca promover comportamentos parentais sensíveis e responsivos durante a infância, além de concentrarem-se em conectar a linguagem e a leitura às práticas parentais, a fim de favorecer o desenvolvimento socioemocional, cognitivo e a linguagem infantil. O programa teve, por público, mães de baixa renda. A avaliação dos autores é de que a intervenção teve mais impacto no comportamento da mãe e um impacto menor no comportamento dos bebês.

É interessante notar que há um aumento do uso das tecnologias digitais, como destacado pelos estudos nessa seção. No entanto, há também uma preocupação entre os pesquisadores da área em relação aos impactos do uso da tecnologia nos comportamentos dos indivíduos. É nesse contexto que se apresenta a pesquisa de Atli et al. (2019), que busca avaliar os efeitos do uso da tecnologia digital no comportamento adaptativo dos bebês, ou seja, as modificações no comportamento para lidar de maneira mais eficaz com as demandas de seu ambiente natural, social ou projetado (ATLI et al., 2019).

Em suma, há um crescente número de estudos avaliando as possibilidades das instituições e organizações alcançarem os pais com informações ou aplicativos educativos maternos (DANEBACK; PLANTIN, 2008). Esse recurso vem sendo observado com um certo otimismo por instituições de saúde, pois é uma forma de reduzir a pressão sobre os centros de tratamento e reduzir as despesas organizacionais.

Há uma tendência de crescimento do interesse acadêmico no assunto de recursos on-line para pais, que começou a surgir após os anos 2000. Alguns estudos indicam os benefícios de uso como uma forma das mães encontrarem apoio, suporte emocional e informacional, outros indicam que por meio do uso da tecnologia há possibilidade de atingir um público maior e de ser acessado por mães desfavorecidas. Foi comum a justificativa de as mães fazerem uso da internet levando em consideração a disponibilidade e conveniência. No entanto, os resultados das pesquisas não podem ser generalizados dada a diversidade metodológica, bem como a limitação de muitos estudos na seleção e participação de sujeitos. Houve um predomínio de participantes de classe média, branca, com ensino superior. Ademais, destaca-se a dificuldade

de julgar o sucesso do uso da tecnologia devido à falta de informações comparáveis realizadas em nível populacional. No geral, se mostram otimistas em relação ao uso da internet pelas mães de primeira viagem.

Vale destacar que outras revisões sistemáticas de literatura sobre a temática maternidade e internet já foram realizadas (PLANTIN; DANEBACK, 2009; NIEUWBOER; FUKKINK; HERMANNNS, 2013; DWORKIN; CONNELL; DOTY, 2013) e seus achados dialogam com a presente revisão. A revisão de escopo de Plantin e Daneback (2009) apresenta similaridade com as temáticas abordadas nesse estudo: compartilhamento de experiências, informações e conhecimento com quem está vivenciando as mesmas situações; busca por informações sobre saúde; informações complementares em relação às fornecidas por médicos; programas on-line; questões ligadas à exclusão digital. Os estudos identificam que o perfil de uso da internet é de mulheres, brancas, jovens e de classe média.

Dworkin, Connell e Doty (2013) buscaram cobrir a lacuna informada por Plantin e Daneback (2009) em sua revisão de como os pais e mães utilizam a internet em seu cotidiano. Assim, os autores apresentam uma abordagem mais aprofundada sobre as temáticas recorrentes nos estudos sobre parentalidade e internet. Eles observam que os estudos indicam que os pais e mães buscam informações sobre saúde, mas grande parte deles não discutem as informações encontradas via internet com os médicos. Alguns outros indicam que eles recorreram às informações na internet para complementar as informações recebidas do médico, alguns buscavam essas informações para dar suporte às suas próprias crenças e por se sentirem mais empoderados.

Já as semelhanças encontradas com a revisão de Nieuwboer, Fukkink e Hermanns (2013) diz respeito à predominância de algumas temáticas. Em relação ao suporte, houve mais estudos discutindo questões relacionadas ao suporte de pares, ou o suporte combinado, do que o apoio fornecido exclusivamente por profissional.

As sínteses das revisões também se assemelham aos resultados apresentados na RSL da presente tese. Em geral, relatam aspectos positivos do uso das tecnologias digitais; a dificuldade na comparação de resultados entre as interações e programas baseados na interação face-a-face com o uso da internet dado ao não uso de controle randomizado das amostras; e a diversidade nas temáticas dos programas. Além disso, há ausência de quadros teóricos para explicar as questões dos fenômenos.



## 2 MATERNIDADE NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA

Nesta seção, apresenta-se alguns conceitos em relação a maternidade. Inicia-se a definição de maternidade utilizada popularmente, seguida da problematização dessa definição a partir das considerações dos estudos maternos. Nas subseções “Maternidade Especializada e Intensiva” e “Maternidade Científica”, buscou-se contextualizar alguns valores culturais que orientam as práticas maternas. Evidentemente, há outros valores em voga, no entanto, esses são os mais próximos das características do grupo social de mães participantes da presente pesquisa, como poderá ser observado na seção de análise de dados.

Conceituar maternidade parece algo trivial, já que tal fato está ligado a relações biológicas, de parentesco e relações afetivas entre mãe e filho. Dicionários de léxicos comumente definem a maternidade tendo por base esse conceito. O dicionário on-line Michaels define maternidade como: “1) estado ou qualidade de ser mãe; 2) Relação de parentesco que liga a mãe a seu(s) filho(s); 3) Hospital, clínica ou setor hospitalar que se destina a cuidar de parturientes antes e depois do parto, bem como de seus recém-nascidos” (MICHAELIS ON-LINE).

O termo possui uma diversidade de significados, tanto no âmbito pessoal, de significação do sujeito, quanto no campo teórico. Diversos atores sociais, principalmente o movimento feminista, questionam essas definições. Holloway (1999, p. 91, tradução nossa) afirma, “longe de ser uma experiência simplesmente natural, a maternidade é um fenômeno social complexo: varia ao longo do tempo e no espaço e está intimamente ligado a ideias normativas sobre a feminilidade”. Muito esforço foi empreendido a fim de definir a maternidade para além da ordem normativa de um fenômeno biológico e natural.

Arendell (2000, p. 1192, tradução nossa), em sua revisão sobre a produção acadêmica na década de 1990 a respeito de maternagem e maternidade, observou que este é um campo em expansão. Para essa autora, os estudos sobre maternidade possuem em comum a definição de maternidade como “práticas sociais de nutrir e cuidar dos filhos dependentes”. Observa-se que a definição do termo não agrega a definição ao gênero. No entanto, historicamente, em grande parte das sociedades, as mulheres são as encarregadas das atividades de nutrir e cuidar. Mendonça (2021) cita algumas autoras que buscaram desassociar essa atividade da figura das mulheres, como Sara Ruddick (1989), que relaciona as atividades de cuidado das crianças a qualquer adulto que se responsabilize por elas, seja na vida pessoal ou profissional, e Andrea Doucet (2006), que pesquisou a maternagem masculina. O termo parentalidade tem sido

utilizado como uma forma de abarcar a ideia de cuidados compartilhados entre pais e mães e outros arranjos familiares.

O significado de maternidade também está entrelaçado com noções de feminilidade (CHODOROW, 1989, 1990; GLENN, 1994) e a identidade de gênero das mulheres é reforçada pela maternidade (MCMAHON, 1995). A construção social de maternidade ligada à identidade primária das mulheres é documentada desde o século XIX.

O movimento feminista teve um importante papel para compreensão da mulher para além do destino inescapável da maternidade, ele tornou possível compreender a maternidade a partir de uma concepção social e não apenas biológica do feminino. Permitiu abarcar a maternidade como uma forma de dominação do sexo masculino sobre o feminino (SCAVONE, 2001; BADINTER, 1985).

Entre pesquisadoras da área observa-se a busca de distanciamento da veiculação da maternidade à instituição patriarcal e há a proposição de um outro termo para definir a experiência das mulheres na tarefa de cuidar e nutrir das novas gerações. Nesse sentido, o termo *maternagem*<sup>3</sup> (*mothering*) enfatiza as experiências das mulheres na criação dos filhos, sendo centrado e definido pela mulher, um lugar de empoderamento e de mudança social. Já o termo *maternidade* (*motherhood*) geralmente se refere a instituição patriarcal, definida e controlada pelo homem, sendo opressora para as mulheres (O'REILLY, 2004).

Nesse sentido, Andrea O'Reilly (2007) propõe o feminismo matricêntrico, propondo que para além de empoderar as mulheres, proposto pela maternidade feminista, a maternidade seja um catalisador de mudanças sociais. A autora também propôs o campo de Estudos Maternos (*Motherhood Studies*) como uma forma de ocupar os espaços acadêmicos com esse tipo de discussão em diálogo com as ciências humanas, sociais e biológicas, além dos estudos das mulheres e estudos feministas. Nas subseções a seguir discute-se os conceitos teóricos que compõem a base dos Estudos Maternos.

Ressalta-se ainda que as discussões teóricas tenham avançado, os dados mostram que as mães continuam sendo as principais responsáveis pelos cuidados dos filhos. Segundo Barbosa (2018), a partir de um estudo da PNAD Contínua 2016, a participação das mulheres em tarefas domiciliares era substancialmente maior que a dos homens. Ademais, o padrão jurídico e cultural, no Brasil, ainda concentra a responsabilidade nas mulheres, as mães podem ter uma licença de até 6 meses, enquanto os homens têm apenas de 5 a 20 dias de licença.

---

<sup>3</sup> A pesquisadora se coloca ao lado das discussões da maternagem e compreende a necessidade de se problematizar o modelo de maternidade patriarcal. Contudo, optou por adotar “maternidade” no presente texto, pois é o termo mais popularmente utilizado, inclusive pelas participantes.

## 2.1 Maternidade especializada e intensiva

O termo maternidade intensiva foi cunhado por Hays (1996) para definir a maternidade centrada na criança, guiada por especialistas, trabalhosa, financeiramente cara. Nesse modelo, a maternidade é natural e essencial às mulheres, pois já que elas possuem a capacidade de gestar, também trazem em seus instintos a disposição e o desejo para nutrir os filhos. Assim, segundo a maternidade intensiva, as mães devem ser as cuidadoras centrais e fazer isso em tempo integral, a fim de atenderem as necessidades das crianças que são os bens mais preciosos. No entanto, as ações das mães devem ser orientadas por especialistas.

Dentro desse contexto, a mãe não possui interesses e necessidades, ela vive em função dos filhos (BASSIN et al., 1994 *apud* ARENDELL, 2000). A crítica em relação a essa ideologia é que ela entende que o trabalho de cuidados dos filhos deve permanecer a cargo das mulheres como um trabalho doméstico e privado, desobrigando os homens e outros atores sociais de se responsabilizarem igualmente por esta tarefa.

Esse modelo exclui uma gama imensa de mães trabalhadoras, já que poucas têm condições de exercer a maternidade dentro desses padrões, favorecendo às mães brancas, de classe média, que exerçam a maternidade em tempo integral e estejam totalmente realizadas por meio da aspiração doméstica (BORIS, 1994). As mães que não se enquadram nesse modelo de maternidade são identificadas como más mães ou desviantes. Estudos como os de Sutherland (2010 *apud* TAYLOR, 2011) sugerem que a experiência de culpa está associada à maternidade intensiva. De acordo com O'Reilly (2007), Adrienne Rich atribuiu a exaustão materna ao sentimento de culpa dado o isolamento das mulheres e aos padrões impossíveis de perfeição exigidos pela maternidade intensiva.

Outro conceito que se liga a este é o proposto por Susan Douglas e Meredith Michael (2007) *New Momism*<sup>4</sup>, que diz respeito ao modelo de maternidade perfeita, com padrões impossíveis de serem atingidos pelas mulheres e sob uma perspectiva romantizada de “boa mãe”, difundido pelas mídias massivas. Douglas e Michael (2007) entendem a mídia como a principal distribuidora dos ideais e normas que envolvem a maternidade. As mães passaram a ser aconselhadas, elogiadas, advertidas por este meio, além de serem impulsionadas ao consumo. O apelo ao consumo surge como uma forma das mães promoverem o

---

<sup>4</sup> De acordo Douglas e Michael (2007) o termo *Momism* foi cunhado pelo jornalista Philip Wylie em seu livro *Generation of Vipers*, de 1942, em que ele depreciava as mulheres americanas. Já o termo *New Momism* é decorrente do termo cunhado por Betty Friedan, "mística feminina", na década de 1960, em que era defendido que as mulheres tinham autonomia para suas escolhas e estavam no controle de seu próprio destino. Bem como também foi decorrente da conceituação proposta por Hays.

desenvolvimento emocional, cognitivo, imaginativo, quantitativo ou muscular das crianças por meio de brinquedos e outros produtos.

Na visão das autoras, a imagem da boa mãe difundida pelo *new momism* vem a partir de uma distorção de pautas feministas colocando que as mulheres têm escolhas, que são agentes ativos no controle de seu próprio destino e que têm autonomia. Nesse sentido, podem trabalhar fora de casa, mesmo em empregos anteriormente restritos a homens; podem cursar pós-graduação; ser independente financeiramente, mas “devem permanecer consciente da moda, esbelta, educada e respeitosa com os homens e se tornar uma mãe amorosa e altruísta” (DOUGLAS; MICHAELS, 2007, s/p, tradução nossa). Esse comportamento é divulgado sobre a ideia de que se trata de uma escolha das mulheres, em que elas podem tudo, mas fazem a opção de colocar os filhos em primeiro lugar, pois as crianças “precisam de atenção, cultivo e adoração constantes (...) [e] é mais fácil para as mães abandonarem seus empregos e seus sonhos do que para os pais” (DOUGLAS; MICHAELS, 2007, s/p, tradução nossa). Nesse sentido, todos os papéis sociais que as mulheres podem assumir são colocados em segundo plano em relação à maternidade (O'REILLY, 2007).

Estudos tanto internacionais (ARENDELL, 2000) quanto nacionais (PINHO, 2019) têm mostrado que as mães ainda estão sob os valores da ideologia da materna intensiva e especializada, apesar das mudanças na condição feminina - mais mulheres ocupando os espaços no mercado de trabalho, aumento dos anos de escolaridade, técnicas contraceptivas, mudanças na estrutura das famílias, dentre outros fatores sociais. Além das conquistas a partir das pautas feministas: empoderamento feminino, quebra com o modelo de culpa materna, valorização dos outros papéis sociais que as mulheres podem assumir, defesa para a individualidade das mulheres para além da maternidade, questionamento das práticas convencionais de cuidados e questionamento do modelo de que as mães são as únicas responsáveis pelo desenvolvimento dos filhos.

Na subseção seguinte, discute-se a ideologia da maternidade científica que se liga à maternidade intensiva, sendo que a maternidade científica enfatiza o papel dos especialistas.

## **2.2 Maternidade científica**

O conceito de maternidade científica foi cunhado inicialmente por Rima Apple, em 1987, e está baseado na “crença de que as mulheres precisam de especialistas científicos e aconselhamento médico para criar seus filhos de forma saudável” (APPLE, 1995, p. 161, tradução nossa). Autores como Apple (2006), Armstrong (1995), Rose (1999), Stearns (2003), e Freire (2009) documentaram como a menção à ignorância das mães constituiu um argumento

legitimador da intervenção dos peritos junto às mulheres, como médicos, educadores, psicólogos e psiquiatras.

Apple (2006) afirma que as mulheres foram responsabilizadas pelas mortalidades e morbidade infantil. Os problemas, que eram sociais, foram traduzidos em problemas individuais e atribuídos às mulheres sob a justificativa de que elas eram incapazes de cuidar saudavelmente de seus filhos, como a oferta de alimentos considerados inadequados, uso de roupas impróprias, dentre outros.

Observa-se que durante o século XIX a influência dos médicos sobre as mães se dava de forma incipiente, em um tom de conselho e orientação. Apple (2006) destaca que, nos EUA, os documentos produzidos durante o início do século XIX consideravam as mulheres como capazes de realizar as melhores escolhas e utilizar o bom senso para cuidar de seus filhos. No entanto, conforme a profissão foi se solidificando e ganhando prestígio, o tom de conselho passou para um tom autocrático (APPLE, 2006). Os médicos no processo de se consolidarem como os especialistas desqualificavam todos os saberes que não fossem os científicos e passaram a culpabilizar as mães pelas altas taxas de mortalidade infantil, como já destacado anteriormente.

Apple (2006, p. 35) observa que as mães que seguiam as orientações científicas do início do século XX temiam “os perigos dos velhos costumes e os novos conhecimentos a ensinaram a temer não apenas os velhos hábitos, mas também as ameaças recém-descobertas, como os germes”. Mães relatavam que as práticas antes da maternidade científica eram baseadas na tentativa e erro. A partir da maternidade científica, elas passaram seguir à risca as instruções dos especialistas.

Para os médicos, o que colocava em risco a vida das crianças era as mães seguirem os conselhos de outras mulheres: mãe, comadres ou vizinhas. As mães também não deviam confundir seu papel com o dos médicos, a elas cabia atuar preventivamente. As informações que os médicos compartilhavam nos mais diversos meios serviam apenas para capacitar as mães para atuarem preventivamente. Já a cura da criança era uma tarefa exclusiva do médico (LIMA, 2007). No entanto, os pesquisadores da temática observam que esse controle todo contribuiu para tornar as mães inseguras de suas próprias decisões.

É necessário destacar que, apesar das iniciativas de disseminação da ideologia da maternidade científica, a prática ficou restrita a grupos específicos, pois algumas mães não tinham os recursos básicos para seguir esses princípios (APPLE, 2006). Apple observa que:

Algumas mães deixaram de seguir os princípios da maternidade científica, não porque não quisessem, mas sim porque não podiam; eles careciam de recursos vitais. Por

exemplo, as rotinas da maternidade científica exigiam água - grandes quantidades de água para o banho, para beber, para limpar. Este requisito simples estava muito além das possibilidades de muitos, especialmente das famílias rurais no período entre guerras (APPLE, 2006, p. 91, tradução nossa).

No entanto, ainda que as mães não tivessem as mesmas condições para cuidarem de seus filhos, elas eram classificadas entre boas e más mães, pois, como observa Lima (2008), criou-se, no imaginário popular, a “forma adequada” de cuidar das crianças.

Os movimentos feministas, em meados do século XX, passaram a questionar o modelo pregado pela maternidade científica e a posição autoritária dos médicos. As mulheres não se contentavam mais com as declarações dogmáticas do que fazer, elas queriam saber sobre o porquê do conselho recebido e a base dessa orientação (APPLE, 2006, p. 126). As mães passaram a exigir cada vez mais um papel integral na tomada de decisões sobre a vida de seus filhos. Em vez de serem subservientes a um profissional de saúde autocrático, as mulheres trabalharam com especialistas e usaram suas próprias experiências para moldar suas práticas maternas para a saúde e o bem-estar de suas famílias (APPLE, 2006, p. 134).

Como observa Apple (2006, p. 140), alguns fatores contribuíram para mudança na ideologia da maternidade científica: a queda das taxas de morbidade infantil e mortalidade ao longo do século XX; o uso de antibióticos e vacinas. Estes fatores permitiram mudanças nas práticas médicas, dado que os médicos passaram a lidar com episódios de doenças menos agudas, sendo mais comum o atendimento para realização de exames e acompanhamento do desenvolvimento das crianças. Não ter que lidar com as situações graves, em que o conhecimento médico era inquestionável, fez com que não fosse necessária a tomada de decisão imediata, permitindo às mães consultar fontes alternativas de tratamento, que estavam crescendo exponencialmente nas últimas décadas do final do século XX.

Além desses fatores, Apple (2006) destaca que as mães que tinham condições socioeconômicas, quando não tinham suas demandas atendidas pelos médicos, migravam para os que atendiam as suas expectativas. A mesma lógica valia para os hospitais norte-americanos, pois com a queda na taxa de natalidade, essas instituições estavam preocupadas em atrair consumidores. Esses buscaram ofertar outros tipos de serviços: sala de parto, alojamento conjunto para mãe e bebê, a fim de garantir um público consumidor.

Nas últimas décadas do século XX, cresceu a oferta livros e revistas direcionados a orientarem os cuidados dos pais. Nos anos 1990, com a World Wide Web, observou-se a disseminação de conteúdo também por esse meio, veiculados por empresas, hospitais, universidades e sites de pais.

### 3 CULTURA DIGITAL

Apresenta-se algumas definições, nesta seção, para localizar o leitor em relação a qual abordagem teórica está sendo adotada na pesquisa. Assim, inicia-se com a definição de cultura digital e internet, pois são conceitos importantes para esse trabalho. Em seguida, contextualiza-se a cultura digital dentro do contexto atual de plataformização da sociedade. Na subseção “Plataformas”, apresenta-se as duas plataformas mais populares entre as mães: *Instagram* e *WhatsApp*.

De acordo com a definição de cultura digital, de Vani M. Kenski (2018, p. 139), apresentada no Dicionário Crítico de Educação e Tecnologias e de Educação a Distância:

o termo digital, integrado à cultura, define este momento particular da humanidade em que o uso de meios digitais de informação e comunicação se expandiram, a partir do século XX, e permeiam, na atualidade, processo e procedimentos amplos, em todos os setores da sociedade.

Kenski (2018, p. 139), afirma que a expressão normalmente é

vinculada às inovações e aos avanços nos conhecimentos, e à incorporação deles, proporcionado pelo uso das tecnologias digitais e as conexões em rede para a realização de novos tipos de interação, comunicação, compartilhamento e ação na sociedade.

Para Martins (2018), a cultura digital pode ser caracterizada a partir de quatro práticas sociais: práticas informacionais, práticas comunicacionais, práticas relacionais e práticas curatoriais. As práticas informacionais se relacionam a práticas de moldar, dar forma à matéria do digital, mixar e remixar os elementos simbólicos. Essas práticas procuram estabilizar sentidos e narrativas. Práticas comunicacionais se relacionam as estratégias de fazer circular, pôr em movimento e fazer chegar de um ponto a outro de uma rede de nós em conexão. Essas práticas apresentam novos modos de socialização por meio da conversação em rede. Práticas relacionais trata das novas estratégias de relacionamento social no universo digital, por exemplo, com a formação de grupos e coletivos nas mídias sociais. Práticas curatoriais são percebidas pelas práticas que estabelecem relevância e realizam filtros de significância por meio de funcionalidades específicas como os algoritmos das redes sociais.

Essa cultura digital pôde propagar-se graças ao advento da internet. De acordo com Ferrari (2018, p. 377-379), a “internet é uma estrutura de comunicação que permite que bilhões de dispositivos tecnológicos (e pessoas, suas usuárias) troquem informações entre si ao redor de todo o mundo”. A etimologia da palavra vem da junção de *inter* (‘entre’) e *net* (‘rede’), denotando que a internet é uma rede que interconecta diversas redes de computadores/dispositivos de amplitude local ou regional, formando uma rede de amplitude global. As conexões intercontinentais, iniciadas no final da década de 1980 e início da de 1990,

marcaram o início da internet global e comercial (FERRARI, 2018). Desde o início de 1990 observa-se a expansão da infraestrutura, de serviços e de aplicações da internet (FERRARI, 2018) e a penetrabilidade das tecnologias da informação e comunicação (TIC) em todas as esferas da atividade humana, o que levou a uma remodelação da base material da sociedade em ritmo acelerado (CASTELLS, 2010).

Como Castells (2010) observa, as revoluções tecnológicas fazem parte da história das sociedades. A revolução tecnológica informacional tem como característica ser difundida no período de reestruturação global do capitalismo, sendo caracterizada como sociedade capitalista informacional. A base material foi remodelada e a sociabilidade foi transformada por uma combinação de mudança cultural, transformação do trabalho e tecnologia (CASTELLS, 2002).

No entanto, estudos mais recentes vêm chamando atenção para outras características do capitalismo e as tecnologias da informação e comunicação. Para Zuboff (2021), a internet se tornou essencial para a participação na sociedade, ao mesmo tempo em que se encontra saturada de comércio, e, agora, subordinada ao capitalismo de vigilância. Para essa autora, a vigilância da sociabilidade – a maneira como nos relacionamos uns com os outros e com as coisas – se constitui o novo modelo de negócio de grandes empresas denominadas de *Big Techs*. Nesse sentido, inúmeros dados de nosso comportamento são coletados e utilizados para interferir em nossa conduta como consumidores e cidadãos. Já Van Dijck, Poell e Waal (2018), chamam a atenção para o que eles denominam de “capitalismo de plataforma”.

Neste estudo, concentra-se a discussão sobre a plataformização, pois, como será abordado nas seções posteriores, o uso da internet pelas mães de primeira viagem se deu, principalmente, por meio das plataformas *Instagram* e *WhatsApp*. As atividades das mães nessas plataformas – informações e apoio social – tratam do imbricamento das tecnologias e do uso da internet em suas atividades cotidianas, inclusive as relacionadas à maternidade.

### 3.1 Plataformas

Ao final da primeira década do milênio, passou a ser cada vez mais comum as plataformas on-line estarem integradas ao cotidiano, atravessando as relações públicas e privadas, mediando as mais diversas instâncias – sociais, mercadológicas, identitárias, entre outras (SAAD, 2020).

De acordo com Van Dijck, Poell, Waal (2018), as plataformas são:

infraestruturas digitais (re)programáveis que facilitam e moldam interações personalizadas entre usuários finais e complementadores, organizadas por meio de coleta sistemática, processamento algorítmico, monetização e circulação de dados (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018, p. 4, tradução nossa).



Esses autores defendem que o estudo das plataformas não pode se dar de forma isolada das estruturas sociais e políticas, “pois são todos (inter)dependentes de uma infraestrutura global que foi construída de forma constante a partir do início dos anos 2000 em diante” (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018, p. 8, tradução nossa).

Do ponto de vista dos usuários, as plataformas muitas vezes são associadas a ferramentas tecnológicas que lhes permitem fazer atividades on-line: conversar, compartilhar, comentar, namorar, pesquisar, comprar coisas, ouvir música, assistir a vídeos e chamar um táxi (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018). Para Gehl (2011) as plataformas, mais do que facilitar as atividades dos indivíduos, elas moldam a maneira como vivemos e como a sociedade está organizada.

Van Dijck, Poell e Waal (2018) chamam a atenção para os paradoxos presentes nas plataformas, quais sejam, elas parecem servir ao público, mas atende primeiramente aos interesses corporativos; anunciam uma noção de neutralidade, mas sua arquitetura traz um conjunto de valores ideológicos. É o que diversos autores (SILVEIRA; SOUZA; CASSINO, 2021) vem chamando de colonialismo de dados. No cotidiano, os usuários tendem a questionar pouco o risco sobre a segurança e o compartilhamento dos seus dados pessoais nas plataformas, em parte pelo usufruto dos benefícios dessas redes, como estar conectado, interagindo e “ganhando tempo” (PALETTA; DO LAGO, 2022).

A nossa informação pessoal, captada pelos dispositivos, é um retrato daquilo que vivemos. A entrega disso para empresas explorarem livremente é algo que deveria nos causar receio. Mas ela somente acontece porque há uma relação de simbiose entre essa exploração econômica com o entretenimento, serviços e a exposição social que as plataformas nos entregam. (PALETTA; DO LAGO, 2022, p. 8).

Nesse sentido, o discurso para a propagação das plataformas está ligado à oferta de serviços personalizados, ao progresso econômico e à inovação tecnológica. As plataformas alegam permitir aos indivíduos se tornarem mais independentes de instituições ou empresas ao acessarem um mercado de relações diretas entre os indivíduos que possuem um serviço ou produto e os que necessitam do mesmo sem a necessidade de intermediários, evitando regulamentações e despesas desnecessárias (VAN DIJCK; POEL; WAAL, 2018). Empresas como Uber e Airbnb indicam a tendência na qual a gestão algorítmica é um elemento central da plataformização do trabalho enquanto encontro de dataficação e racionalidade neoliberal (GROHMANN, 2020a).

Os primeiros anos desse desenvolvimento da plataformização foram observados por muitos, inclusive por alguns teóricos, de forma otimista, saudando uma cultura participativa

que havia sido iniciada nos anos 2000 com as mídias sociais e a Web 2.0<sup>5</sup>, pois elas, além de favorecerem a conectividade, favoreceram a coletividade (VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018).

No entanto, nos últimos anos, diversos autores vêm trazendo uma visão teórica mais crítica para esse movimento. Para Van Dijck, Poell e Waal (2018), as plataformas estão profundamente imbricadas nas estruturas sociais, compelindo, inclusive, que os governos revejam e ajustem suas estruturas legais e democráticas, colocando em disputa o benefício privado e ganho corporativo versus o interesse público. Diversos setores da sociedade já se mostram dependentes da infraestrutura das plataformas e gradualmente elas começam a estruturar nossas vidas, principalmente em relação à comunicação e ao trabalho (GROHMANN, 2020b).

As plataformas sob a égide de oferta de serviços de forma gratuita e seguindo a cultura da internet de ser um espaço aberto e gratuito para todos, monetizam seus serviços por meio da automatização da conexão entre usuários, conteúdo, dados e publicidade (COULDRY 2015; FUCHS 2011; TUROW 2012 *apud* VAN DIJCK; POELL; WAAL, 2018). Van Dijck (2017) afirma que a normalização da coleta em massa de dados, denominada por *datificação*, se estabeleceu como um novo paradigma na ciência e na sociedade. Nesse sentido, quanto maior forem os bancos de dados melhor será a análise preditiva. Seguindo por essa lógica, como observam Kegler, Luz e Pozobon (2021), as plataformas que detêm mais ativos de dados podem ter vantagem estratégica em relação às demais. Grohmann (2020b) ressalta que a comunicação é uma forma de organização dos dados que possibilitou a coleta massiva deles a partir da racionalidade neoliberal financeira. Para Zuboff (2021), em vez de as pessoas terem o direito de decidir como e o que vão revelar, esse direito é concentrado dentro do domínio do capitalismo de vigilância.

Paletta e Do Lago (2022) ressaltam que quanto mais as mensagens são personalizadas, maior a visibilidade, relevância e a legitimidade dentro de determinado grupo. Esses autores ressaltam o quanto a publicidade dentro das plataformas tem levado em conta as preferências dos usuários para explorar seus interesses a fim de ganhar engajamento para venda de produtos e compartilhamento de mensagens. Segundo Martins (2018), o consumo de informações tem relação com a cultura da *timeline*. Segundo esse autor, essa cultura trata de os aplicativos induzirem, de certa maneira, ao consumo e à realização imediata da interação, dada a

---

<sup>5</sup> Gehl (2011, p. 1229, tradução nossa) define Web 2.0 como “nova técnica capitalista de mídia de depender de usuários para fornecer e classificar conteúdo de mídia on-line, usando a atenção que esse conteúdo gera para apresentar anúncios ao público”

disponibilização constante de novidades na linha do tempo, essencialmente rápidas, demandando atenção quando surgem e se tornando de difícil recuperação para análise e avaliação posterior.

As plataformas citadas pelas mães, nesse estudo, como as mais utilizadas foram: *Instagram* (92%) e *WhatsApp* (53%). Ambas fazem parte da Meta (antigo Facebook) que compõe o grupo das cinco grandes empresas de plataformas dos Estados Unidos, conhecido como “*Big Five*”: Google (Alphabet), *Amazon*, *Facebook* (Meta), Apple e Microsoft, que deixam muito pouco espaço para os seus concorrentes. De acordo com Van Dijck, Poell e Waal (2018), essas empresas tornam as outras plataformas dependentes de seus serviços e infraestrutura. As plataformas menos citadas pelas participantes da pesquisa foram o Google e aplicativos destinados a usuários interessados na temática maternidade como *BabyCenter*. Nesse sentido, é apresentada uma breve discussão sobre as características das plataformas mais relevantes para as participantes: *Instagram* e *WhatsApp*.

### 3.1.1 *Instagram*

O *Instagram* é um aplicativo móvel, um software de aplicação web (CARROLL, 2017) e uma rede social que foi lançado em 2010, criado por Kevin Systrom e Mike Krieger, para compartilhamento de fotos e vídeos. Em 2012, o *Instagram* foi adquirido pelo Facebook por um bilhão de dólares<sup>6</sup>. Os dados de 2022 apontam que ele possui 1,3 bilhão de usuários ativos, de acordo com a própria plataforma.

Além de publicar fotos e vídeos com informações agregadas, como geolocalização, legendas de texto, emojis<sup>7</sup>, hashtags<sup>8</sup> e marcações de outros usuários, tem uma ferramenta específica (*Reels*) para criar e compartilhar vídeos curtos de até 30 segundos. Outro recurso, chamado *Stories*, permite compartilhar textos, músicas, figurinhas e *Gifs* que ficam disponíveis por 24 horas e possibilita interagir com o público por meio de enquetes. Além disso, é possível fazer compras no aplicativo utilizando o *Facebook Pay*.

A plataforma é estruturada para comunicação rápida, de curta duração, privilegiando o uso de imagens e vídeos, os textos possuem limite de até 2.200 caracteres, ao ultrapassar 138 caracteres o restante do texto fica oculto e é necessário clicar em “Leia mais” para finalizar a leitura. Como afirma Bentes (2021, p. 54), a lógica da plataforma “estimula a instantaneidade

---

<sup>6</sup>Fonte: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2012/04/facebook-anuncia-compra-do-instagram.html>

<sup>7</sup> Uso de imagem que representam emoções e sentimentos.

<sup>8</sup> Recurso de agrupamento que identifica grupos ou conteúdo específicos, através do símbolo "#" antes de uma palavra-chave ou expressão, com o objetivo de facilitar a pesquisa pelo assunto com o qual esse símbolo se relaciona. Ao usar o símbolo, a expressão é transformada em um hiperlink, o que permite o usuário facilmente fazer a pesquisa e encontrar conteúdo semelhante.

(captura, tratamento, visualização e interação por imagens)”. As informações agregadas como geolocalização, *hashtags*, marcação de outros usuários favorece a interação, a identificação de comunidades, e os mecanismo internos de geração de *links* como a *hashtags* favorecem a localização e recuperação de conteúdo dentro da plataforma.

O *Instagram* é uma rede social utilizada, muitas vezes, para acompanhar o que os outros estão fazendo por meio do consumo das publicações dos perfis seguidos e sugeridos pelo algoritmo da plataforma. A partir de 2015, a empresa começou a investir em produtos publicitários (CARROLL, 2017). As postagens são dispostas de acordo com a análise realizada pelo algoritmo que determina o que o usuário está mais interessado em visualizar (BENTES, 2021). A interação com o conteúdo postado dá-se por meio de curtidas, comentários (CARROLL, 2017) que validam a popularidade do usuário (SHELDON; BRYANT, 2016).

Diversos estudos vêm sendo desenvolvidos sobre a influência do *Instagram* na autoidentidade dos usuários, uma vez que o que é apresentado na rede social é uma representação filtrada hiper realisticamente. Nesse sentido, é uma plataforma na qual as celebridades podem gerar influência no comportamento, principalmente de jovens (DJAFAROVA; RUSHWORTH, 2017). A exposição a um padrão de beleza a partir das fotos do Instagram podem influenciar negativamente as preocupações e as crenças relacionadas à aparência das mulheres (FARDOULY; WILLBURGER; VARTANIAN, 2018), e a crença de que apenas um corpo magro é sinônimo de saúde (TIGGEMANN; ZACCARDO, 2016). Além disso, os influenciadores do *Instagram* podem gerar intenções de compra nos consumidores (CASALÓ; FLAVIÁN; IBÁÑEZ-SÁNCHEZ, 2020), já que os seguidores aspiram aos estilos de vida de certas celebridades dessa plataforma (DJAFAROVA; RUSHWORTH, 2017).

### **3.1.2 *WhatsApp***

O *WhatsApp* é um aplicativo de mensagens instantâneas e chamadas de voz, lançado em 2009, por Jan Koum e Brian Acton. Em 2014, foi adquirido pelo Facebook por 16 bilhões de dólares. Esse aplicativo é utilizado para troca de mensagens a partir de uma conexão de internet, o que evita tarifas de SMS, e utiliza criptografia de ponta a ponta, o que, em tese, gera mais segurança na troca de mensagens. Pelo aplicativo é possível enviar mensagens de texto, áudio, fotos, documentos, localização e realizar chamadas de voz e de vídeo. Os grupos de *WhatsApp* são utilizados para manter conversas com até 256 pessoas ao mesmo tempo. Em 2022, o *WhatsApp* possui 2 bilhões de usuários ativos em 180 países, de acordo com os dados informados pela própria plataforma.

Ahad e Lim (2014), pesquisando o uso do *WhatsApp* por estudantes de graduação de Brunei, identificaram que esses jovens percebem a plataforma como um aplicativo de comunicação conveniente em suas vidas cotidianas, por outro lado pode gerar comportamento viciantes, distrações nos estudos e exposição a mensagens falsas.

O *WhatsApp* é uma rede que contribuiu para disseminação de desinformação nas eleições de 2018, no Brasil (EVANGELISTA; BRUNO, 2019), e durante a pandemia do novo coronavírus (SALAVERRÍA et al., 2020), sendo aqueles com mais de 65 anos os mais vulneráveis às informações falsas divulgadas na plataforma (BAPAYE; BAPAYE, 2021). Um desdobramento do uso intenso do *WhatsApp* pode ser o FoMO (*Fear of Missing Out*), uma tendência de sentir ansiedade por perder experiências gratificantes de outras pessoas, o que impacta negativamente na vida diária e na produtividade (ROZGONJUK et al., 2020). O *WhatsApp* pode gerar uma sobrecarga de informações para adultos mais velhos (MATTHES et al., 2020).

Por outro lado, é uma ferramenta que possibilita uma maior sensação de presença na comunicação devido aos áudios e *emojicons* (KARAPANOS; TEIXEIRA; GOUVEIA, 2016). Na educação, tem sido considerada uma ferramenta que pode melhorar os resultados da aprendizagem devido à interação professor-estudante (SO, 2016), e no estudo de língua estrangeira (ANDÚJAR-VACA; CRUZ-MARTÍNEZ, 2017). Giordano et al. (2017) fizeram uma revisão de literatura e identificaram que o *WhatsApp* é considerado uma ferramenta de comunicação promissora para telemedicina, principalmente para comunicação entre profissionais da saúde e público geral.

#### 4 PERCURSO METODOLÓGICO

Nesta seção, apresenta-se o percurso metodológico. Inicia-se a discussão apresentando a metodologia Teoria Fundamentada nos Dados (TFD), seguido pela caracterização das participantes, os instrumentos – questionário on-line e entrevistas semiestruturadas on-line -, o campo e os procedimentos de análise. Na discussão desse percurso, buscou-se descrever de que forma a TFD esteve presente.

Realizar uma pesquisa na cultura digital requer uma sensibilidade para estudar questões que podem estar pouco registradas na literatura, visto que se trata de fenômenos recentes. Um dos desafios dessa pesquisa foi encontrar uma metodologia adequada para estudar a questão da maternidade na cultura digital. Como trata-se de um tema abrangente e a geração de dados deu-se por meio da internet, a TFD mostrou-se como uma abordagem metodológica interessante.

A Teoria Fundamentada nos Dados é um método sistemático de conduzir pesquisas que moldam a geração de dados e fornecem estratégias explícitas para analisá-los (CHARMAZ; THORNBERG, 2021). Ela é recomendada para estudo de temáticas novas (FRAGOSO; RECUERO; AMARAL, 2011) e pesquisas de caráter exploratório (NASCIMENTO et al., 2021). Segundo Flick (2009), é uma abordagem metodológica que dá prioridade aos dados e ao campo em estudo. Trata-se de uma conduta que busca construir estratégias sistemáticas para as pesquisas qualitativas, principalmente pelo método comparativo constante de confrontar os dados entre si (CHARMAZ, 2009). Atualmente, é uma metodologia mais utilizada em pesquisas internacionais da área da saúde e da administração (NASCIMENTO et al., 2021) e pouco empregada nas pesquisas da educação (PRIGOL; BEHRENS, 2019). Alguns exemplos de pesquisas recentes da área da educação que utilizaram da TFD: Konflanz et al. (2020) usaram essa abordagem para analisar as percepções de estudantes de um curso de pedagogia sobre a problemática ambiental, e Ritter et al. (2021) utilizaram a TDF para investigar as percepções de professores de Matemática de escolas públicas com o ensino remoto.

Nascimento et al. (2021) aponta que a TFD pode ser bastante útil se aplicada ao campo da educação, pois a sua finalidade é propositiva e reflexiva. Pinto (2012) ressalta que nessa metodologia o pesquisador é forçado a questionar e rever criticamente as próprias intervenções durante a pesquisa, possibilitando desenvolver uma teoria de densidade conceitual. Nascimento et al. (2021) sugere que sejam realizados estudos utilizando a TFD no campo da educação com o uso de softwares de análise de dados, pois essa é uma abordagem ainda pouco frequente. Entre as vantagens da TFD estão que esse método permite interpretar fenômenos complexos e permite o surgimento de novas explicações não limitado pelo conhecimento prévio, sendo útil quando há lacunas na literatura (ESPRIELLA; RESTREPO, 2020).

O princípio da TFD é que a teoria emerge dos dados, a partir da observação, do registro, da comparação, da classificação e da análise de similaridades e de dissimilaridades. De acordo com Kathy Charmaz (2009, p. 24), “a teoria fundamentada serve como modo de aprendizagem sobre os mundos que estudamos e como um método para a elaboração de teorias para compreendê-los”. Segundo a autora (2009, p. 19), os componentes determinantes da teoria fundamentada são os seguintes: envolvimento simultâneo na geração e na análise de dados; redação de memorandos para elaborar as categorias, especificar as suas propriedades, determinar relações e identificar lacunas; amostragem dirigida à construção da teoria e não à representatividade populacional; construção de códigos e categorias analíticas a partir dos dados, e não de hipóteses preconcebidas e logicamente deduzidas; utilização do método comparativo constante: elaboração de comparações durante cada etapa da análise; avanço da teoria em cada passo da geração e da análise, e revisão bibliográfica após o desenvolvimento da análise. Charmaz e Thornberg (2021) apontam que essa abordagem atrai pesquisadores que desejam engajar-se na reflexividade ao longo do processo de pesquisa.

Os procedimentos prescritos por essa concepção teórica serviram como sugestões orientadoras das estratégias e análises dessa pesquisa. A TFD foi adotada para: 1) construção de quadro com categorias e subcategorias, que foram consideradas para compreender como as mães de primeira viagem se relacionam com o conteúdo acessado por meio das tecnologias digitais no seu processo de tornarem-se mães, e, 2) elaboração das categorias centrais, também denominada de generalização teórica. O método da teoria fundamentada ajudou a sintetizar os dados por meio da construção de novos conceitos que explicaram o que estava acontecendo (CHARMAZ; THORNBURG, 2021). Por isso, foi necessário inúmeras leituras durante e após a codificação dos dados para que se pudesse fazer uma análise dos dados bem fundamentada.

Os métodos da teoria fundamentada podem ser complementares a outras abordagens. Ela parte do princípio de que dados e teorias não são descobertos, mas construídos, assumindo que “qualquer versão teórica oferece um retrato interpretativo do mundo estudado e não um retrato fiel dele” (CHARMAZ, 2009, p. 24). Para Strauss e Corbin (2002) teorizar é um processo de construção de teorias úteis para entender a realidade descrita e conceituada.

Seguindo o critério da credibilidade da TFD (CHARMAZ; THORNBURG, 2021) foi realizada uma descrição detalhada dos dados para que os leitores sintam que também estiveram no campo ouvindo os participantes.

## 4.1 Participantes

As participantes da pesquisa foram mães de primeira viagem com bebês de até 2 anos de idade, que utilizam a internet para questões ligadas à maternidade. O convite para participação na pesquisa ocorreu em dois momentos: 1º momento, estudo piloto para aproximação ao campo ocorreu em janeiro e março de 2020; e o 2º momento ocorreu entre abril e junho de 2021, para geração dos dados da pesquisa. O convite para pesquisa foi disseminado até que a saturação de dados fosse alcançada.

O primeiro momento com o estudo piloto teve por objetivo: 1) avaliar se seria possível contar com a participação de mães de primeira viagem por meio da internet utilizando grupos de mães no *WhatsApp* e influenciadoras no *Instagram*, usando o método bola de neve; e, 2) selecionar os instrumentos de pesquisa. O resultado do estudo piloto será comentado nas subseções *questionário* e *entrevista*. Já o segundo momento teve por objetivo a geração de dados que respondesse às perguntas levantadas por esse estudo.

Foi utilizado como campo de pesquisa a internet e os recursos e aplicativos ligados a ela. Assim, uma das condições para colaborar com a pesquisa foi ter acesso à internet para responder ao questionário on-line e participar das entrevistas on-line. Isto implicou que as mães sem acesso à internet ou com uma condição de acesso precária ficassem fora do escopo dessa pesquisa.

As participantes foram selecionadas por conveniência, pois os convites partiram da rede social da pesquisadora. Além disso, também foi utilizado o método bola de neve a fim de alcançar uma maior abrangência de participantes, pois esse tipo de público é de difícil acesso. O método bola de neve consiste na indicação de um potencial participante por meio da indicação de outro participante, e, assim, sucessivamente, foi escolhido dado a dificuldade em localizar mães de primeira viagem (VINUTO, 2014). As características desse público representam um desafio para os pesquisadores, dado a fase de transição de papel e identidade das mães, aliados à falta de tempo delas, por estarem concentradas nos bebês. Ademais, o período em que ocorreu a geração dos dados foi concomitante com as medidas de distanciamento social decorrentes da pandemia de COVID-19, gerando uma dificuldade maior para acessar esse público.

Entre as limitações desse tipo de método está o enviesamento dos resultados, por exemplo, pela participação de indivíduos de um mesmo estrato socioeconômico e cultural,



apresentando experiências e discursos semelhantes. Assim, a fim de superar essa limitação, utilizou-se a estratégia de a pesquisadora acessar diferentes tipos de perfil e com as características específicas (diversidade de idade, raça, escolaridade, deficiência e renda) que se desejava alcançar para que o convite fosse realizado para outras mães. No entanto, como será mais bem detalhado na apresentação dos dados, o perfil de participante na pesquisa teve pouca diversidade em relação a raça, idade, renda e escolaridade. No total foram geradas e analisadas 116 respostas por meio de questionário on-line e realizadas 16 entrevistas semiestruturadas on-line com mães de primeira viagem.

O estudo se pautou nos princípios da ética na pesquisa. Um dos primeiros procedimentos ético-metodológico adotados foi a submissão ao Comitê de Ética em Pesquisa do Instituto de Ciências Humanas da Universidade de Brasília (CEP/CHS), para avaliação dos pares em relação a possíveis constrangimentos ou prejuízos às participantes. Essa pesquisa foi aprovada pelo CEP/CHS, parecer nº 3.987.220. Vale lembrar que o parecer do órgão, por si só, não garante automaticamente a segurança das participantes e a ética na pesquisa. Assim, a pesquisadora esteve atenta a essas questões em todos os momentos desse estudo.

Outro procedimento ético-metodológico adotado foi a obtenção do aceite das participantes por meio da assinatura no Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE) (Apêndice A). Todos os questionários apresentavam os objetivos da pesquisa, bem como disponibilizava o contato do CEP/CHS e da pesquisadora para dúvidas e outras questões, inclusive a desistência da participação. Todos os nomes das participantes foram substituídos por nomes fictícios a fim de preservar a identidade delas.

## **4.2 Instrumentos**

Para responder aos objetivos propostos nessa pesquisa, foram realizados dois procedimentos para geração de dados: aplicação do questionário on-line com questões abertas e fechadas para mães de primeira viagem com bebês de até 2 anos de idade; e realização de entrevistas semiestruturadas com as mães convidadas a partir da resposta ao questionário on-line. Os dois instrumentos utilizados para geração de dados serão mais bem detalhados a seguir.

### **4.2.1 Questionário**

O questionário teve um caráter exploratório e descritivo. As participantes foram convidadas a acessar e responder um questionário on-line, por meio da plataforma Formulários Google.

O questionário utilizado para o estudo piloto<sup>9</sup> foi composto por 17 questões de múltipla escolha e 10 perguntas abertas, dividido em dois blocos. Um bloco de perguntas sobre 1) perfil: idade, cor/raça, cidade, estrutura familiar, renda, escolaridade, formação, profissão, tipo de acesso à internet; e, 2) bloco de perguntas para compreender a relação do uso da internet com a temática da maternidade: qual tipo de plataforma acessam; compartilham, utilizam ou produzem informações sobre a maternidade; tema de interesse; sentimento; confiança, checagem de veracidade; referências para aprendizagem.

A aplicação do questionário do estudo piloto ocorreu em um grupo de *WhatsApp* que a pesquisadora participava em 2019. A integração nesse grupo foi decorrente de algumas aproximações ao campo, a partir de rodas de conversa de mães de bebês e curso de formação de doulas. O *link* para acessar e preencher o questionário foi divulgado neste grupo, após solicitar autorização das administradoras. Outra estratégia de divulgação foi por meio de dois perfis de mães influencers no *Instagram*, localizados por meio de buscas no Google, e neles, elas informavam administrar grupos de mães no *WhatsApp*.

Em ambas as divulgações foi utilizado a técnica bola de neve. Observou-se que a técnica para o grupo de *WhatsApp* foi pouco efetiva, pois a pesquisadora realizou o contato individual com cada uma das participantes do grupo de mães, e elas, ao indicarem novos nomes, acabaram referenciando o grupo já acessado para divulgação da pesquisa. Os contatos realizados a partir da rede social da investigadora e perfil em rede social geraram proporcionalmente uma taxa de espalhamento maior do que o grupo de *WhatsApp*. O questionário foi enviado para 113 pessoas e obteve 26 respostas.

Levando em consideração os resultados desse estudo piloto, o questionário passou por algumas alterações relacionadas ao layout, clareza, conteúdo da pergunta e escala utilizada. As mudanças relacionadas ao layout se deram pelo fato de que grande parte das participantes responderam o formulário a partir de um smartphone, assim, perguntas como a classificação da intensidade de uso de algumas atividades na internet foram revistas a fim de permitirem uma melhor visualização pelas usuárias.

As respostas da pesquisa piloto ajudaram a identificar quais perguntas tinham respostas repetitivas ou estavam pouco claras. Por exemplo, a pergunta do estudo piloto “*Para além do aprendizado a partir da prática, quais destas opções você considera que adquiriu mais*

---

<sup>9</sup> <https://forms.gle/NvMfq51jsqx7VY3v7>

*conhecimento sobre maternidade?”* foi alterada para *“Com quais destas opções você considera que aprendeu mais sobre a maternidade?”* a fim de deixar a pergunta mais clara e objetiva para a participante.

As perguntas relacionadas no quadro 6 tiveram seu conteúdo alterado, pois não foi possível alcançar o objetivo que se desejava com elas. O objetivo da pergunta era identificar como as mães se relacionavam com a desinformação, no entanto, as mães participantes do estudo piloto informaram que não acessavam informações falsas, mas sim, informações que estavam relacionadas a diferentes crenças e perspectivas. Assim, a redação final foi ajustada para explorar o que elas disseram. A pergunta ficou redigida como segue na coluna Pesquisa Final.

**Quadro 6** - Comparativo das perguntas no piloto e na pesquisa final

<b>Estudo Piloto</b>	<b>Pesquisa final</b>
Você já identificou uma informação falsa sobre maternidade na internet? Se sim, relate como foi a experiência.	Quais os critérios que você utiliza no momento de selecionar um conteúdo sobre maternidade na internet?
Relate algum procedimento para checar a veracidade das informações sobre maternidade que você realiza.	Cite um perfil que você confia sobre informações da maternidade.
Se você não tivesse acesso à internet, quais as principais dificuldades que você teria em relação à maternidade?	Você tinha alguma crença que foi modificada após o contato com conteúdo acessado na internet?

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Além disso, observou-se que alguns itens do perfil sociodemográfico (17, 22, 23, 26) como: identificar a Região Administrativa, caso fosse moradora do DF; a quanto tempo se formou; área de formação, não seriam dados relevantes para análise e foram excluídos. Por fim, a mudança da escala foi devido às respostas das participantes concentrarem-se nos extremos da escala (1 ou 5), não sendo muito utilizado os valores intermediários (2, 3 e 4). Nesse sentido, passou-se a utilizar os conceitos relacionados a frequência (frequentemente, às vezes, raramente e não se aplica) e a grau de confiança (confia totalmente, confia em parte, confia pouco e não confia).

O questionário final<sup>10</sup> continha 29 questões, sendo 21 perguntas fechadas e 8 abertas. Sua estrutura foi composta de dois blocos: o primeiro sobre o uso da internet, e o segundo com

<sup>10</sup> <https://forms.gle/KemwaPFCTuWVq7At8>

questões sobre o perfil sociodemográfico das participantes. As perguntas do primeiro bloco, denominado “*Maternidade e o uso da internet*”, buscaram contemplar os objetivos específicos: descrever as motivações para o uso da internet; pesquisar as especificidades do uso de diferentes plataformas (*Instagram, WhatsApp E-mail, Youtube*, aplicativos, comunicação instantânea, sites, outros) pelas mães de primeira viagem e investigar que considerações as mães fazem ao selecionar conteúdo da internet para sua maternidade. Já o segundo bloco, denominado “*Informações pessoais*”, buscou contemplar o objetivo específico: identificar o perfil das mães de primeira viagem de crianças 0 a 2 anos de idade.

Levando em consideração a experiência de divulgação do questionário do estudo piloto, privilegiou-se nessa etapa a divulgação a partir da rede social da pesquisadora. O questionário foi distribuído para pessoas que tinham filhos e/ou que tinham contato com outras pessoas que tinham filhos, sendo utilizado, nesse caso, o recurso bola de neve. Foram acessados: familiares, amigas e contatos do trabalho, totalizando 59 contatos.

O questionário foi distribuído via *WhatsApp* e, em alguns casos, via e-mail. Foi enviado um cartaz seguido de um texto com as informações da pesquisa e o convite com o *link* para o formulário. Nesta mensagem do *WhatsApp* foi utilizado o uso de *emoticons* com o objetivo de chamar a atenção e dialogar com o padrão de mensagens que circulam nesta plataforma, para que as chances de leitura da mensagem e acesso ao questionário fossem melhores, conforme pode ser observado na figura 1.

**Figura 1** - Convite para participar da pesquisa - *WhatsApp*



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

O questionário foi aberto no dia 27/04/2021 e foram obtidas 189 respostas até o dia 22/06/2021. Foram excluídas as respostas das participantes que não faziam parte do perfil mãe de primeira viagem com filhos de até dois anos de idade: 18 não eram mães de primeira viagem, apesar de 10 dessas mães terem um dos filhos menores de 2 anos de idade; 28 mães de primeira viagem com filhos com mais de 2 anos de idade; 8 grávidas e 19 respostas duplicadas. Assim, o total de participações válidas no questionário foram 116 respostas.

Houve a predominância da participação de mães de 30 a 39 anos de idade, brancas, com pós-graduação, classe média alta. Dado as características de participação do público, foi aplicado uma nova estratégia a fim de alcançar as mães de baixa renda com menos anos de escolaridade. Para tal, foi acessado as creches públicas da Secretaria de Estado de Educação do Distrito Federal, dado que a pesquisadora reside no Distrito Federal e a Rede de Educação adota como prioridade a oferta de vagas para os bebês de famílias vulneráveis socialmente ou de baixa renda<sup>11</sup>.

Entre os dias 09/06/2021 e 14/06/2021 foi realizado o contato com diversos atores sociais ligados à creche. Foi solicitado aos gestores das instituições para que divulgassem o questionário da pesquisa nos grupos de *WhatsApp* dos pais das turmas de berçário, uma vez que grande parte das instituições estavam utilizando este recurso tecnológico para manter contato com as famílias durante a suspensão das aulas presenciais devido a pandemia de COVID-19. No entanto, não se obteve adesão das mães na pesquisa. Uma das diretoras relatou que o motivo para falta de participação era porque as mães não eram mães de primeira viagem, uma vez que naquela região era comum ter “famílias numerosas”. Já outra diretora informou que as famílias das turmas de berçários pouco acessam os comunicados da instituição, pois não tinham a prática de realizar as atividades remotas estipuladas pela unidade educacional.

Após o contato com instituições de quatro Regionais de Ensino do Distrito Federal e obter apenas 6 respostas durante o período de 09/06/2021 a 22/06/2021, a estratégia foi abandonada e não foi realizado contato com as instituições das outras 10 Regionais de Ensino. Buscou-se a divulgação da pesquisa em unidade de saúde por meio de uma enfermeira, no entanto o procedimento também não alcançou as mães com baixa renda e menos anos de escolaridade.

---

<sup>11</sup> Os critérios de prioridade para atendimento constam no site <<http://www.educacao.df.gov.br/consulta-da-classificacao-de-criancas-com-inscricoes-validadas-educacao-infantil-etapa-creche-2/>> Acessado em 21 de julho de 2021.

As mães que responderam ao questionário e deixaram seu contato ao final foram convidadas a participarem das entrevistas.

#### 4.2.2 Entrevistas

Atualmente, a maioria dos estudos de teoria fundamentada são baseados em entrevistas (CHARMAZ; THORNBERG, 2021). As entrevistas tiveram por objetivo estimular as mães de primeira viagem a falarem sobre o seu processo de tornarem-se mães, sobre o uso da internet e a relação desta para o seu processo da maternidade. Na teoria fundamentada, entrevistar não é considerado como esforço para espelhar a realidade, mas como interações emergentes por meio de uma exploração mútua das experiências e perspectivas do entrevistado (CHARMAZ; THORNBERG, 2021).

Durante as entrevistas buscou-se: descrição sobre quais conhecimentos acessam (sobre si, sobre o bebê, sobre saúde, sobre desenvolvimento do bebê, entre outros temas); quais os meios que utilizam para obter informações (suas mães, grupos de *WhatsApp*, *Instagram*, Aplicativos, entre outros); qual o padrão de uso da internet: se são produtoras ou consumidoras de conteúdo, se buscam a informação ou a informação chega até elas; o que fazem com o conteúdo acessado: se aplicam, rejeitam, ou validam com outra fonte; o motivo para buscarem informação, apoio dentre outros. Além de aprofundar as informações já coletadas por meio dos questionários.

As entrevistas foram semiestruturadas, utilizou-se um roteiro (Apêndice B) a fim de garantir a abordagem dos tópicos necessários durante a conversa com as mães. O roteiro ajudou a pesquisadora a ter em mente quais eram os objetivos da pesquisa e se a entrevistada já tinha abordado ou não o tema em suas respostas. A condução da conversa seguiu a lógica de cada entrevistada e não necessariamente a ordem estabelecida no roteiro.

Ademais, seguindo um dos passos da teoria fundamentada de envolvimento simultâneo na geração e na análise de dados, e a confrontação constantemente dos dados entre si, foi realizado a análise inicial dos questionários, conforme as respostas foram chegando e algumas questões que chamaram a atenção da pesquisadora foram aprofundados nas entrevistas. A exemplo: no questionário, para a pergunta sobre os critérios para seleção de conteúdo na internet, muitas mães informaram que o critério era a confiança. Interessou à pesquisadora compreender quais eram os elementos que elas utilizavam para identificar o conteúdo como confiável.

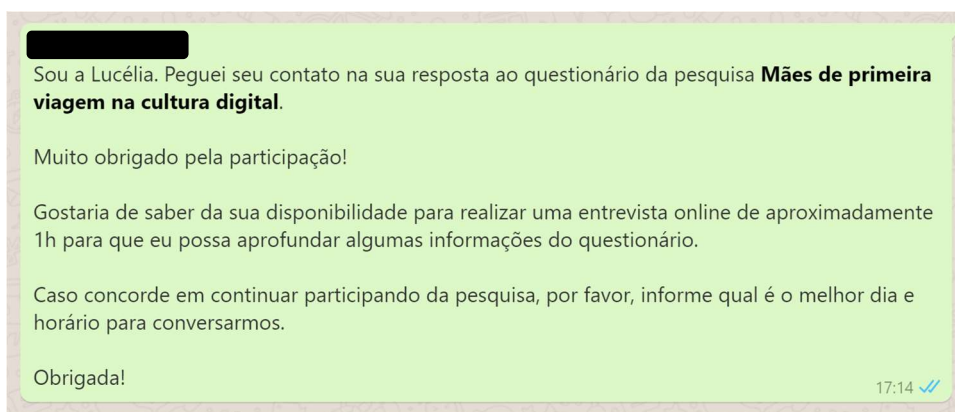
Igualmente, a pergunta sobre crenças modificadas após o contato com a internet teve respostas que se mostraram interessantes de serem aprofundadas na entrevista. Assim, algumas perguntas foram incluídas no roteiro a fim de aprofundar essa questão.

Além desses pontos advindos do questionário, outras duas perguntas foram acrescentadas a partir das respostas das entrevistadas. Uma delas tratou da formação de comunidades a partir do compartilhamento de afinidades e a outra sobre julgamento dentro dos grupos de mães.

O objetivo da descrição das mudanças que ocorreram ao longo da geração de dados, além de trazer uma maior transparência para a metodologia, também serve para ilustrar como os princípios da TFD foram operacionalizados pelo presente estudo.

Os convites para entrevistas foram enviados para as participantes que disponibilizaram o contato, e-mail ou celular, ao final do questionário. Foi enviado para o contato disponibilizado uma mensagem com o convite para o agendamento da entrevista, conforme pode ser observado na figura 2.

**Figura 2** - Convite para entrevista – *WhatsApp*



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Observou-se que os aceites para participar da entrevista ocorreram quando o convite foi realizado logo após responderem ao questionário. Nos casos em que o convite foi realizado alguns dias após a resposta ao questionário, a taxa de resposta foi menor. Observou-se também que as participantes que deixaram como contato o *WhatsApp* responderam mais positivamente ao convite para participar da entrevista do que as que deixaram o contato de e-mail. As participantes que disponibilizaram ambos os contatos o convite foi enviado via *WhatsApp*. O quadro 7 mostra a taxa de entrevistas comparando os contatos a partir do e-mail ou do

*WhatsApp*. Dos 19 contatos por e-mail decorreram 3 entrevistas, 16% de efetivação; já os 42 contatos por *WhatsApp* geraram 19 entrevistas, 45% de retorno.

**Quadro 7** - Taxa de respostas

Canal de contato	Total de contatos	Sem resposta	Resposta, mas sem entrevista	Entrevistas realizadas	Taxa de entrevistas
<i>WhatsApp</i>	42	13	10	19	45 %
E-mail	19	14	2	3	16%

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

A divulgação do questionário ocorreu, principalmente no início da semana, segunda-feira, e no restante da semana ocorreram os agendamentos e entrevistas. Buscou-se fazer os convites para as entrevistas no dia após a resposta ao questionário. Ao total, 84 mães disponibilizaram o contato para participar da entrevista, foram contactadas 61 delas. Dos 61 contatos, 27 mães não responderam, 12 responderam sem efetivação da entrevista (4 cancelaram, 4 iniciaram o contato, mas não finalizaram o agendamento, e 4 não compareceram no horário agendado) e 22 participaram da entrevista.

Vale destacar algumas questões sobre a não realização das entrevistas, seja por cancelamento ou por não conclusão do agendamento. Uma das mães cancelou por motivo de falecimento de familiar decorrente da COVID-19; algumas mães afirmaram não ter disponibilidade 1 hora para participar da entrevista, e algumas acreditavam que a conversa permaneceria por meio de mensagens no *WhatsApp*.

Nas três primeiras semanas de geração de dados (27/04/2021 a 16/05/2021) foram contactadas todas as mães que disponibilizaram o contato, incluindo as que não estavam dentro do perfil de recorte da pesquisa. O diálogo com as mães fora do perfil teve três objetivos: acessar a rede das mães para espalhamento da pesquisa; criar maior familiaridade com o campo, e verificar se as mães fora do recorte suscitavam questões diferentes das já estabelecidas no roteiro da entrevista semiestruturada.

À medida em que as entrevistas foram sendo realizadas, passou-se a contactar as mães seletivamente, a fim de obter uma maior variação do perfil das entrevistadas. Assim, a partir da quarta semana (17/05/2021 a 09/06/2021), passou-se a contactar as mães cujo perfil ainda não havia sido alcançado, a exemplo: mães com menos de 30 anos de idade, com ensino fundamental ou ensino médio e com renda familiar menor que 3 salários-mínimos.



Compõem o *corpus* da pesquisa 14 (quatorze) entrevistas realizadas com mães que tinham perfil enquadrado pela pesquisa e 2 (duas) com características distintas do recorte da pesquisa, que foram incluídas dado suas especificidades: ambas possuem dois filhos, uma delas com um filho de 3 anos e um bebê de 3 meses, a outra com um filho adolescente, 17 anos, e um bebê de 2 meses. A primeira mãe é pediatra, por isso buscou-se analisar a percepção de uma profissional que cotidianamente trabalha com informações, orientações, acompanhamento dos bebês e outras temáticas relacionadas à maternidade. A segunda mãe foi incluída a fim de analisar a percepção de uma mãe que experienciou a maternidade em uma época em que a internet era menos utilizada do que atualmente. Em suma, compõem o *corpus* da pesquisa 16 dezesseis entrevistas.

As entrevistas individuais foram agendadas de acordo com a rotina de cada mãe. Optou-se por entrevistas individuais, dado que o grupo de mães com bebês pequenos é um grupo de difícil acesso. A chegada de um filho é um momento de ajuste de rotina da família, e a dependência deles faz com que seus cuidadores tenham que destinar uma grande quantidade de tempo para os cuidados com eles. Algumas mães optaram por realizar a entrevista no momento de soneca do bebê, outras quando o companheiro estava disponível para cuidar da criança, durante o trabalho ou retorno do trabalho.

As entrevistas foram realizadas por meio do aplicativo Google Meet. A escolha dele se deu por se tratar de uma ferramenta comum e familiar aos usuários de aplicativos do Google e usuários do sistema Android. Durante os agendamentos, as participantes foram consultadas sobre a realização da entrevista utilizando este recurso e nenhuma delas apresentou dúvidas ou desconhecimento da plataforma. As entrevistas que compõem o corpus da pesquisa foram gravadas e transcritas totalizando mais de 13 horas de gravação, com uma média de 1h05 min para cada entrevista. Destaca-se que uma das entrevistas foi realizada por meio de mensagens escritas no *WhatsApp* por solicitação da participante.

As entrevistas foram iniciadas solicitando autorização para realizar a gravação, procedida pela apresentação da pesquisadora, objetivo da pesquisa e questões éticas da pesquisa (TCLE). Buscou-se utilizar uma linguagem cotidiana em vez de conceitos científicos nas perguntas (FLICK, 2009, p. 162), para facilitar a comunicação com as mães.

O uso dos recursos digitais possibilitou que o trabalho de campo da presente pesquisa pudesse ser realizado em meio à pandemia de COVID-19, sem apresentar riscos à saúde das envolvidas. Ao mesmo tempo, trouxe alguns desafios para a condução do trabalho. A conexão

com a internet foi um desses desafios, dado a instabilidade em alguns momentos das entrevistas, cortando alguns trechos de fala. No entanto, a fim de manter o ritmo da conversa, as entrevistadas não foram interrompidas, apenas nos momentos em que não era possível compreender a lógica de pensamento, ou nos momentos longos de instabilidade da internet.

Uma outra dificuldade encontrada durante o processo das entrevistas foi relacionada à condução delas para gerar o engajamento das participantes. Destaca-se duas delas, em especial: a primeira dada a ansiedade da pesquisadora, que apesar de toda a preparação anterior, tinha a preocupação em conseguir abordar todos os tópicos do roteiro. Assim, nessa primeira entrevista, a aplicação do roteiro ocorreu de forma mais burocrática dado o excesso de rigidez da entrevistadora (FLICK, 2009, p. 161).

Outro caso ocorreu com uma participante que deu respostas curtas e a entrevistadora não conseguiu engajar a entrevistada para desenvolver mais suas respostas. Nesse caso, a entrevista teve uma curta duração. Foi utilizado algumas intervenções para tentar desenvolver a resposta da entrevistada, como por exemplo, “Você pode contar um pouco mais sobre isso?”.

Além disso, a pesquisadora, quando em dúvida sobre algum tema abordado pela entrevistada, utilizou o recurso de indução específica (FLICK, 2009, p. 155), por meio de resumo da resposta dada e qual foi a compreensão da pesquisadora. Nesses momentos, a entrevistadora avisava que tinha interesse em compreender determinado tópico que era importante para pesquisa e pedia o *feedback* da entrevistada.

### **4.3 Procedimento para análise dos dados**

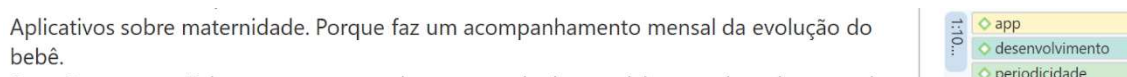
Para essa pesquisa foi utilizado o software Atlas.TI para suporte da análise dos dados. Esse programa foi concebido no final dos anos oitenta pelo alemão Thomas Murh, que recorreu à tecnologia para aplicar as abordagens metodológicas de Glaser e Strauss da Teoria Fundamentada (CANTERO, 2014). Ao incorporar programas de análise de dados, a qualidade da pesquisa educacional aumenta, pois fortalece a coerência e o rigor dos procedimentos analíticos (SEALE, 1999). Com auxílio do Atlas.TI é possível ir além do nível descritivo para atingir o nível conceitual que contribui para a teorização no campo da pesquisa educacional (CANTERO, 2014). Vale ressaltar que o software apenas fornece uma assistência para análise dos dados, o pesquisador precisa de um conhecimento aprofundado do objeto de estudo, sensibilidade teórica e reflexão constante (CANTERO, 2014).

Os questionários e as entrevistas foram submetidos à análise e a interpretação dos dados, de acordo com a proposta metodológica da Teoria Fundamentada nos Dados, segundo as seguintes etapas de codificação (ESPRIELLA; RESTREPO, 2020):

- Codificação Aberta: busca encontrar categorias conceituais nos dados;
- Codificação Axial: cujo objetivo é encontrar relações entre categorias;
- Codificação Seletiva: contabilizar relacionamentos e encontrar categorias centrais.

A análise de primeiro nível compreendeu a leitura criteriosa das questões abertas dos questionários e das entrevistas, denominada de codificação aberta, com identificação de códigos (palavras ou expressões) mais prevalentes nas falas dos participantes. Em seguida, esses códigos foram cadastrados no software Atlas.TI. A figura 3 exemplifica a codificação utilizando o Atlas.TI de uma resposta a uma pergunta aberta do questionário (“Destas plataformas/sites, relate qual você mais utiliza e por quê?”). A análise pela TFD não parte de categorias pré-definidas, assim, a cada trecho da resposta das participantes que continha algum tema prevalente foi atribuído um código. No exemplo a seguir, os códigos do trecho destacado foram: app, desenvolvimento e periodicidade.

**Figura 3** - Imagem de codificação do Atlas.TI



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

A análise de segundo nível, denominada codificação axial, contemplou o agrupamento dos códigos por semelhança e/ou proximidade, originando subcategorias que reuniam núcleos de sentido comuns. Posteriormente, o agrupamento dessas subcategorias sustentou a construção das categorias principais.

Por fim, no terceiro nível de análise, definido como codificação seletiva, foi realizado o refinamento, integração e inter-relação das categorias para constituir uma categoria central que representasse o conjunto de dados analisados. Essa análise pressupõe a identificação indutiva e hierarquização das categorias com base nos objetivos da pesquisa, resultando em um eixo temático ou teoria emergente, cuja validade é confirmada e validada por meio da revisita ao banco de dados para verificação da representatividade da teoria em relação aos dados gerados.

A codificação aberta resultou em 212 códigos dos questionários e 765 códigos das entrevistas. A codificação axial resultou em 8 categorias: conveniência; influenciadores digitais; mães informadas; maternidade científica; excesso de informação; apoio tradicional;

formação de comunidades e troca de experiências. A codificação seletiva chegou a três categorias: cultura digital, informação e apoio social. As informações apresentadas no quadro 8 exemplificam esse processo de codificação da TFD.

**Quadro 8** - Categorias, subcategorias, códigos e falas representativas

<b>Categorias (codificação seletiva)</b>	<b>Subcategorias (codificação axial)</b>	<b>Código (codificação aberta)</b>	<b>Falas representativas</b>
Cultura Digital	Conveniência	Internet	[...] porque a internet, claro, que ajuda, hoje em dia está aqui na palma da nossa mão literalmente então eu comecei a buscar bastante coisa [...] (Entrevista com Vitória 03.05.2021)
	Influenciadores Digitais	Perfis	[...] Isa Minatel o nome dela, ela é bem renomada, ela vive de dar palestras e tal e ela prega muito uma educação não violenta, eu conheci o perfil dela no perfil do Murilo Gun, que tem um curso cricricri, criando crianças criativas e ele chamou ela para comentar as aulas dele, então ele já colocou ela lá no alto, se ela falou que está bom então eu posso passar esse curso aqui para vocês, eu achei um curso bem legal, aí eu comecei a seguir ela no <i>Instagram</i> . [...]. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).
Informação	Mães Informadas	Dúvida	[...] O <i>Instagram</i> é uma coisa que eu consigo, em dez minutos, rodar os stories inteiros de um médico e, de modo geral, esses profissionais que eu sigo salvam muitas playlists. Às vezes eu tenho uma dúvida bem direta, eu consigo encontrar uma coisa específica. [...] como eles organizam os destaques, eu acho que eu consigo ser mais ágil nas buscas ali quando eu preciso. É por isso que eu prefiro. (Entrevista com Alice, 11.05.2021).
	Maternidade Científica	Científico	[...] Então, eu sempre tenho essa preocupação de ser científico e tudo mais, não olhar qualquer coisa. Ainda mais que se trata de uma vida, a vida do meu filho e tal. É por mais nessa linha. O que a ciência traz de bom e como mãe tentar aplicar [...].(Entrevista com Valentina, 22.05.2021).
	Excesso de Informação	Excesso	[...] porque se eu começar a pesquisar muito, você acaba se perdendo e você se perde. Um exemplo disso é a utilização de fralda de pano. Antes de eu ficar grávida, eu falava que se eu engravidar de novo meu filho vai usar fralda de pano, porque o mundo precisa de menos lixo, então vou fazer isso. Quando eu fiquei grávida, eu falei: está decidido. Ninguém usava. Das pessoas que eu conhecia, ninguém, das que estavam grávidas, ia usar a fralda de pano, era só eu, então não tinha muito como trocar. Então era eu que tinha que ir atrás da informação. O <i>Youtube</i> foi o que eu mais acessei para esse tipo de informação, só que é muita informação. E tem canais no <i>Youtube</i> que são exclusivos disso. Tem uma mulher, eu posso até pegar depois o nome e te falar qual é o canal, mas tem uma mulher que faz teste de todas as marcas que existem. É sério. Ela faz gráficos de absorção, de quanto

			tempo dura, quanto de líquido aquele absorvente absorve. Acaba sendo demais de informação. Eu quero saber qual é a marca boa, só, qual é a boa, que eu vou comprar, é isso. Facilita a minha vida [...] (Entrevista com Laura, 14.05.2021).
Apoio Social	Apoio Social Tradicional	Família	Eu não sabia disso, na prática eu não sabia de nada. Minha mãe e minha sogra vieram para me ajudar, [...]. (Entrevista com Fernanda, 12.05.2021).
	Formação de Comunidades	Amamentação	[...] Nos 30 primeiros dias, eu só chorava, "meu Deus, eu não vou conseguir amamentar, eu preciso pensar em outra saída". Eu me sentia culpada, porque eu precisava amamentar até os seis meses, para garantir a saúde, "o que eu faço da minha vida?". É essa parte de encontrar pessoas que passaram pela mesma coisa que eu passei. Há um grupo de <i>WhatsApp</i> da Casa de Parto, de que eu participo. Eu não sabia desse <i>WhatsApp</i> . No finalzinho do mês passado é que eu descobri esse grupo e foi fantástico, porque eu já peguei dicas de profissionais da saúde, de técnicas para melhorar a situação do peito, entre outras coisas. No meio de uma pandemia, sem isso é impossível, você não vai marcar para encontrar as pessoas, então o <i>WhatsApp</i> proporcionou essa troca de informações de forma rápida, assertiva, de um núcleo de pessoas que eu não conheceria se não fosse o <i>WhatsApp</i> . (Entrevista com Cecília, 07.05.2021).
	Troca de Experiências	Compartilhamento	[...] e aí eu perguntava bastante em grupo de <i>Facebook</i> : o que vocês compraram para fazer a introdução alimentar? Porque são coisas que você não vê em estudos, nenhum profissional passa para você. O que você usa? O que você não usa? Precisa comprar tudo que mandam comprar mesmo? Ou você só precisa de um cadeirão e um prato? Aí eu comecei a recorrer também muito aos grupos de <i>Facebook</i> . E tem um grupo, em específico, que é O Meu Filho é Alérgico à Proteína do Leite de Vaca, que é um grupo que as mães dão muito suporte. Qualquer hora do dia que eu for lá, eu falo: olha, preciso de ajuda nisso, a Marcela teve reação a isso, pode ser? A Marcela comeu frango hoje, existe reação ao frango? Não existe? Às vezes tem coisa que a gente procura no Google e não encontra, porque são coisas que estão realmente no cotidiano das pessoas, que acontece. Esse grupo também me ajudou bastante no que fazer, por onde, e seguir em relação à alergia da Marcela. (Entrevista com Luiza, 19.05.2021).

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Outro recurso da TFD foi a escrita de memorando: trata-se de um passo intermediário entre a codificação e a escrita do primeiro rascunho da pesquisa, incluindo uma análise provisória (CHARMAZ; THORNBURG, 2021). Os primeiros memorandos podem incluir discussões teóricas, analíticas e metodológicas e à medida que a pesquisa prossegue, os memorandos tendem a se tornar mais analíticos e definitivos (CHARMAZ; THORNBURG, 2021). Os memorandos ajudaram a definir as propriedades ou características dos códigos.

## 5 APRESENTAÇÃO DOS DADOS

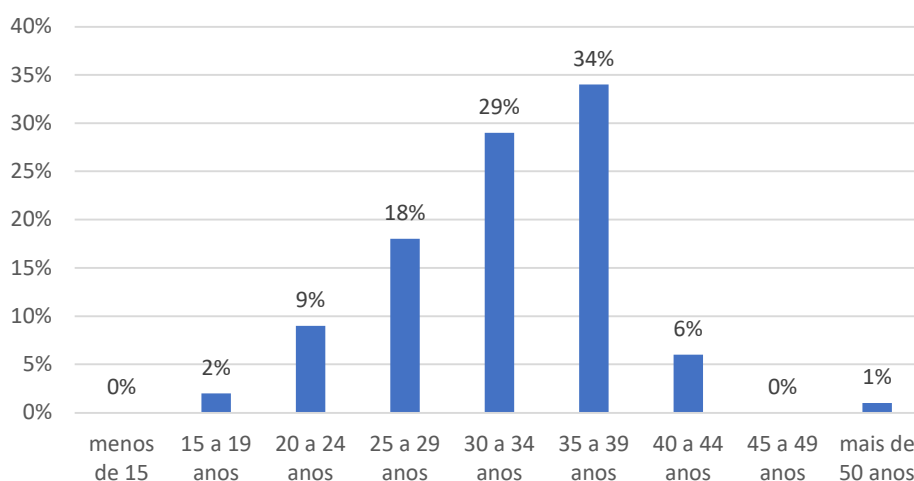
Nesta seção, será apresentada a síntese dos dados gerados nos 116 questionários e nas 16 entrevistas.

### 5.1 Questionário

Os dados apresentados nesta seção referem-se às 116 respostas ao questionário on-line, e como nenhuma pergunta era obrigatória, a quantidade de respostas por pergunta foi variada. Os dados serão apresentados em porcentagem. Primeiro serão apresentados os dados relacionados ao perfil sociodemográfico das participantes, correspondentes a seção “Informações pessoais”. Em seguida são apresentados os dados referentes ao perfil de uso da internet, correspondente a seção “Maternidade e o uso da internet” do questionário on-line.

Em relação ao perfil, obteve-se uma maior participação de mães na faixa etária de 35 a 39 anos de idade (34%), seguidas pelas mães de 30 a 34 anos (29%), e 25 a 29 anos (18%). Já as mães de 20 a 24 anos de idade (9%) tiveram uma menor participação, bem como as mães na faixa etária dos 40 a 44 anos de idade (6%). Houve 2% de mães na faixa etária de 15 a 19 anos de idade e 1% de participação de mãe com mais de 50 anos de idade. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 3.

**Gráfico 3** - Distribuição dos participantes por idade

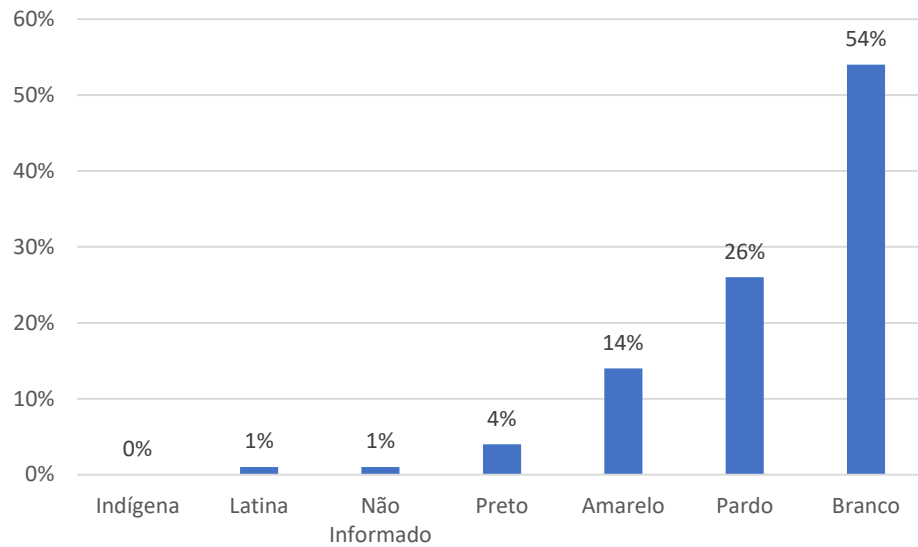


Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Em relação à raça, houve um predomínio das mães que se identificaram como brancas (54%), seguidas pelas pardas (26%) e amarelas (14%), apenas 4% negras, nenhuma indígena e

uma mãe escreveu na opção aberta de “Outros”, identificando-se como latina. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 4.

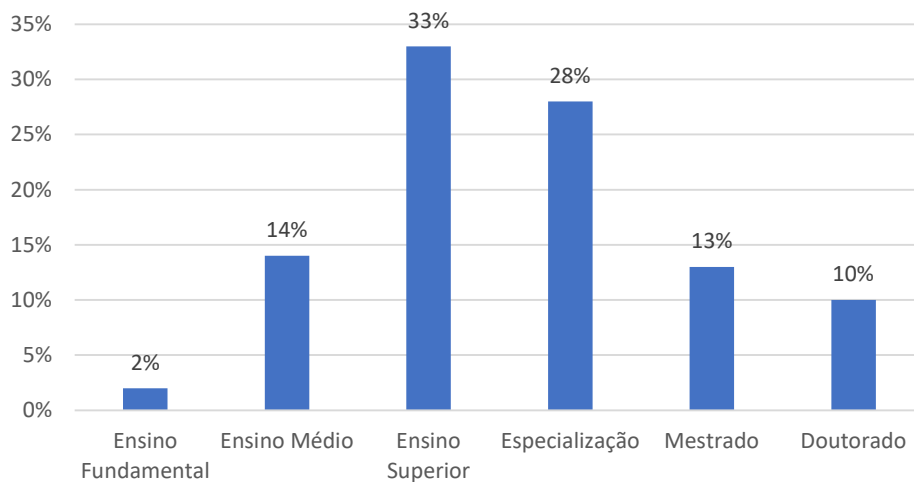
**Gráfico 4 - Distribuição de participantes segundo raça**



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Em relação ao nível de escolaridade, a maior parte das participantes (85%) possuem nível superior, sendo 33% graduação, 28% especialização, 13% mestrado e 10% doutorado; 14% das mães informaram possuir ensino médio, e 2% ensino fundamental, conforme pode ser observado no gráfico 5.

**Gráfico 5 - Distribuição de participantes segundo escolaridade**

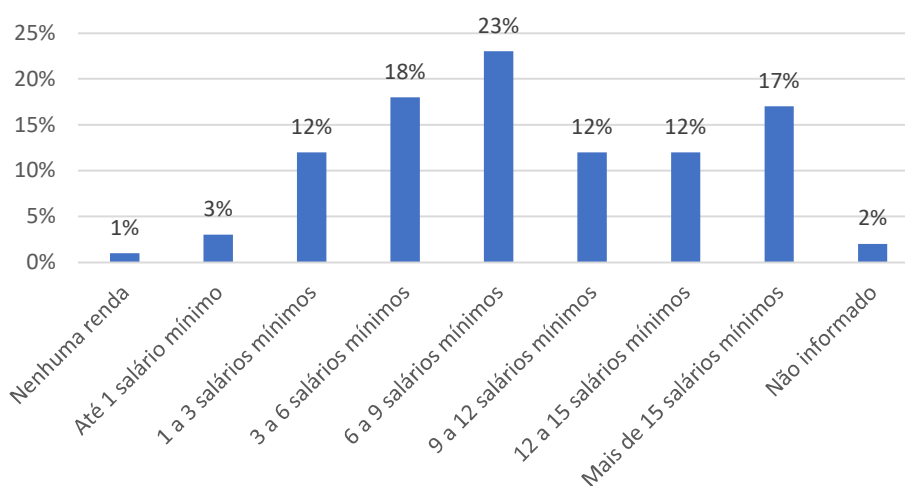


Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Em relação à orientação sexual, 92% das mães se identificam como heterossexuais, 5% como bissexuais e 3% como homossexuais. Em relação ao fator possuir deficiência, 97% das participantes informaram não possuírem.

Em relação à renda, a maior parte das participantes informou ter renda familiar mensal de 6 a 9 salários-mínimos (23%), seguido pelas mães com renda familiar de 3 a 6 salários-mínimos (18%) e mais de 15 salários-mínimos (17%). As faixas salariais de 1 a 3 salários-mínimos, 9 a 12 salários-mínimos e 12 a 15 salários-mínimos apresentaram o mesmo percentual de respostas (12%). Apenas 3% das mães informaram ter renda familiar mensal de até 1 salário-mínimo, 1% das mães informaram não terem nenhuma renda e 2% não informaram este dado. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 6.

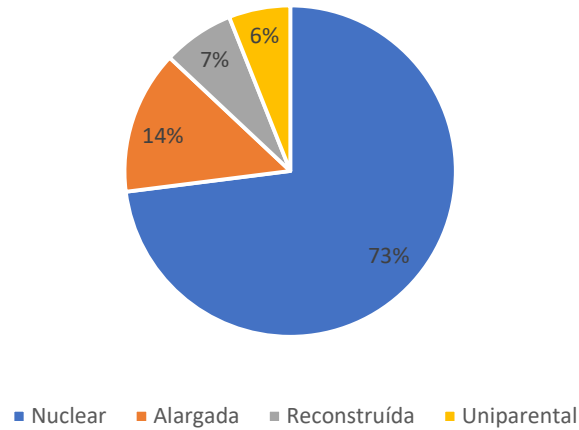
**Gráfico 6** - Distribuição de participantes segundo renda



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Em relação à estrutura familiar, apesar de ser observado uma certa diversidade, a estrutura dominante entre as participantes foi nuclear (73%), 14% das mães informaram que sua estrutura familiar era alargada (pais, filhos e avós/tios), 7% reconstruída (casal em que pelo menos um dos membros tem filhos de uma relação anterior) e 6% uniparental (tem a presença apenas de um dos pais). A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 7.

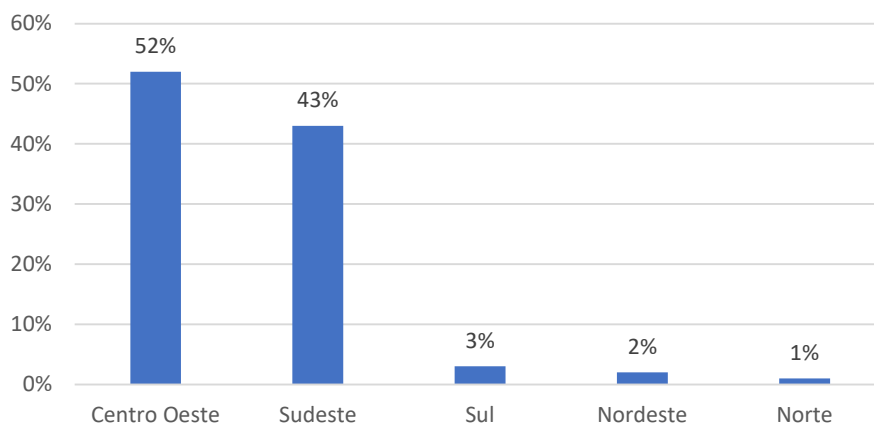


**Gráfico 7** - Distribuição de participantes segundo estrutura familiar

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

As mães se identificaram como as principais responsáveis (maior quantidade de tempo) pelos cuidados com o bebê (79%), apenas 4% identificaram os pais como os principais responsáveis, e 6% informaram dividir os cuidados entre os responsáveis. Houve também a indicação de avós (6%), creche (2%), babá (2%), empregada (1%).

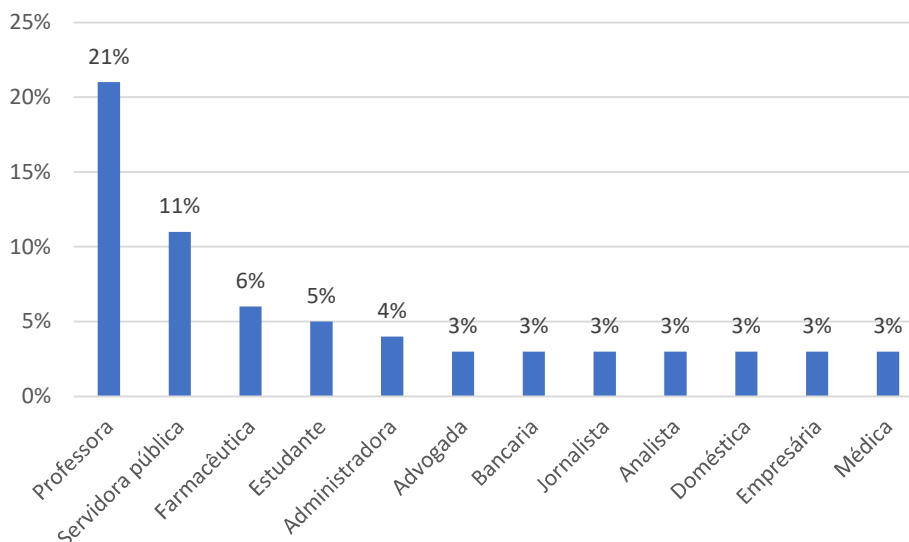
Já em relação ao local de residência, o estudo contou com a participação de 56 mães residentes no Distrito Federal, 41 em São Paulo, 5 de Minas Gerais, 4 do Rio de Janeiro, 4 de Goiás, 2 do Paraná, 1 do Rio Grande do Norte, 1 de Pernambuco, 1 do Pará e 1 da Bahia. No gráfico 8 é possível observar a distribuição por Região.

**Gráfico 8** - Distribuição de participantes segundo região

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

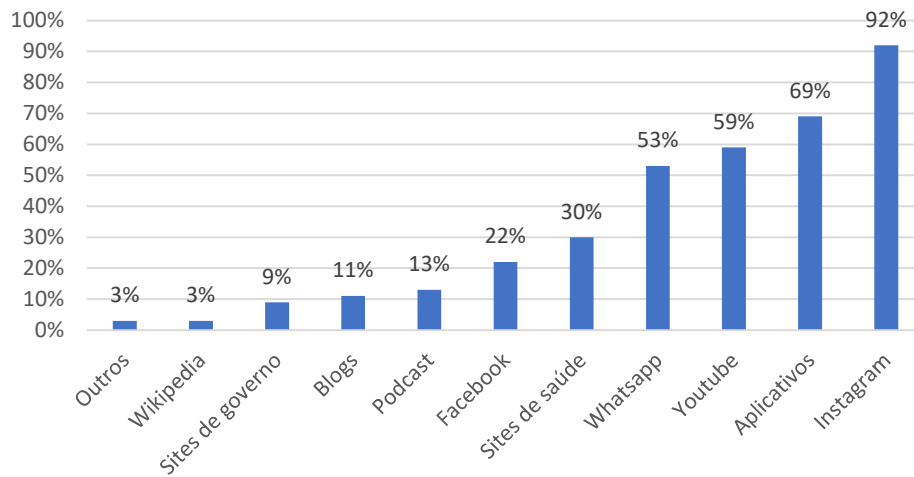
Em relação à profissão houve o registro de 39 tipos de profissões sendo as mais comuns: 21% professoras, 11% servidoras públicas, 6% farmacêuticas, 5% estudantes, 4% administradoras. No gráfico 9 está listado as profissões que tiveram mais de 3 respostas.

**Gráfico 9** - Distribuição das participantes segundo profissão



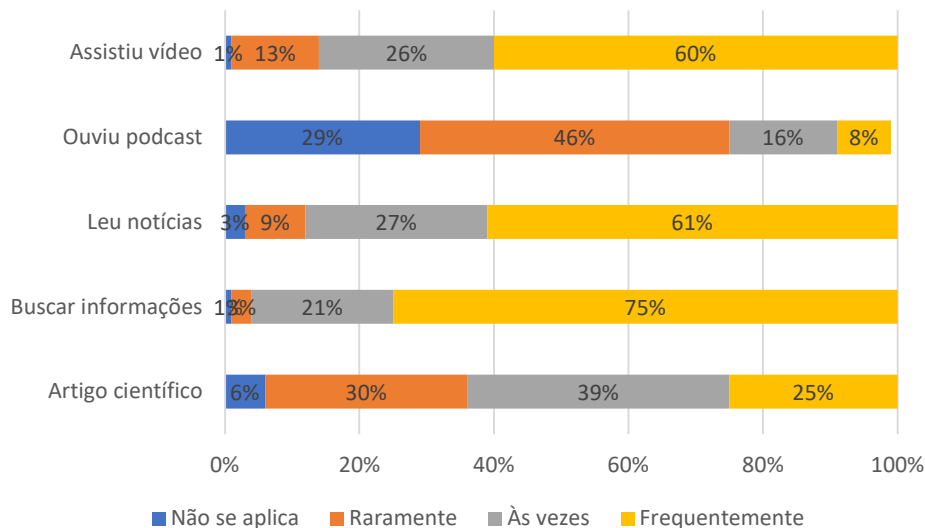
Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Os dados a seguir dizem respeito à seção do questionário “Maternidade e o uso da internet”. No concernente ao uso das diferentes plataformas relacionadas à maternidade, a maior parte das mães relataram utilizar o *Instagram* (92%), seguido pelo uso de aplicativos (ex: *Kinedu*, *BabyCenter*) (69%), o *Youtube* (59%) e o *WhatsApp* (53%). Com uso menor, as plataformas: *Site de saúde* (30%), *Facebook* (22%), *Podcast* (13%), *Blogs* (11%) e *Sites de governo* (9%). Sendo pouco relevantes para as mães: o *Wikipédia* (3%) e outras plataformas (3%). A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 10.

**Gráfico 10 – Uso de plataforma**

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

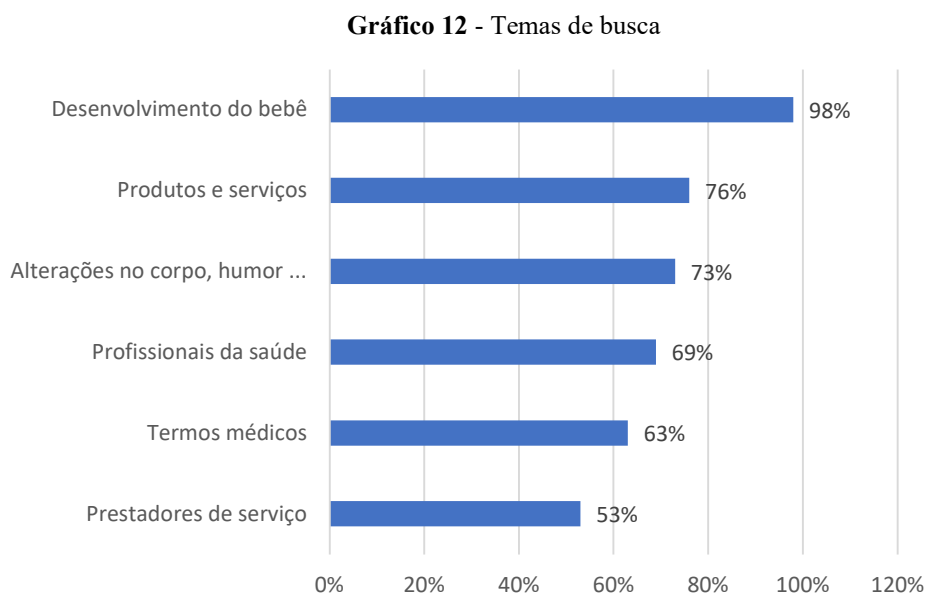
Na pergunta sobre a intensidade de uso, as participantes informaram que frequentemente buscam informações (75%), leem notícias (61%) e assistem vídeos (60%), às vezes leem artigos científicos (39%), raramente escutam podcast (46%). A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 11.

**Gráfico 11 - Intensidade de uso da internet**

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

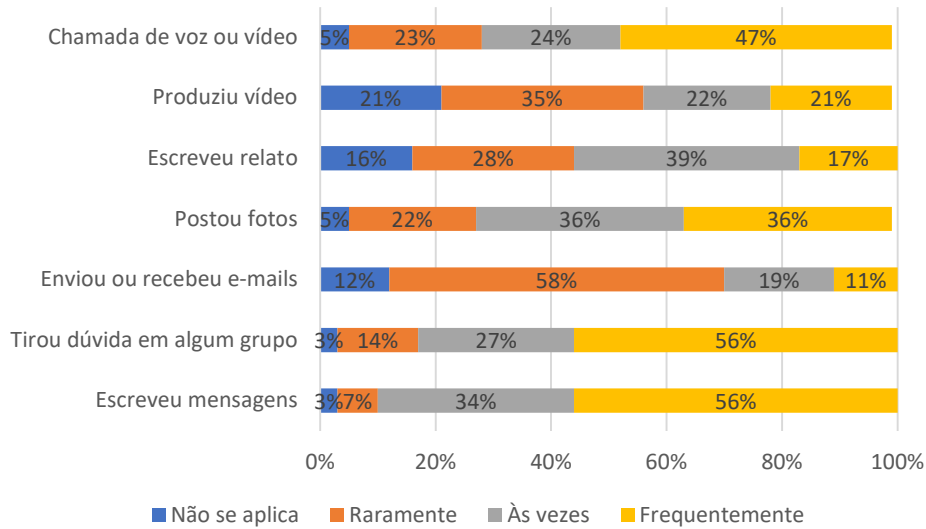
Foi solicitado às participantes escolherem, dentre uma lista pré-estabelecida, qual era o tema mais comum em suas pesquisas na internet, e o resultado foi: desenvolvimento do bebê (98%), seguido por busca de produtos e serviços (76%), alterações no corpo e humor (73%), busca por profissionais da saúde (69%), termos médicos (63%) e prestadores de serviço (53%).

A porcentagem desta pergunta foi calculada tendo como referência a quantidade de resposta ao questionário. As mães foram orientadas a marcarem até 3 temas da lista, algumas indicaram mais outras menos. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 12.



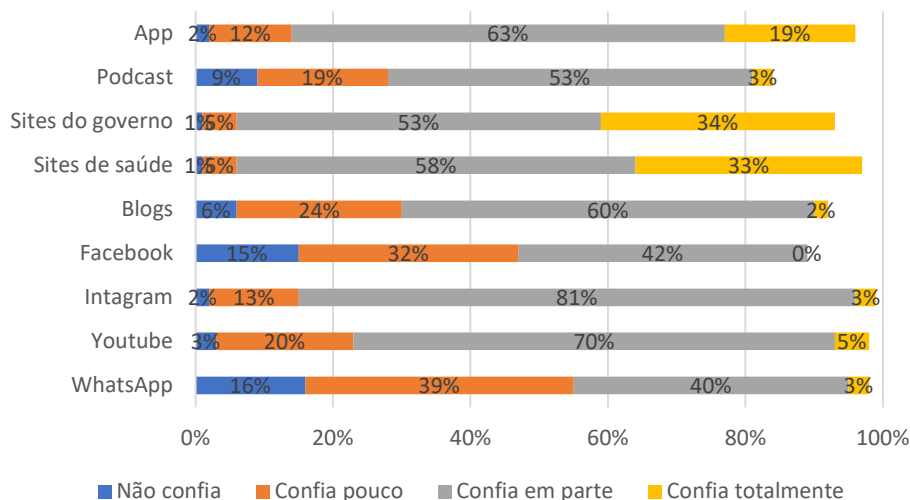
Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Já em relação à intensidade de uso da internet ligado a comportamentos interativos, as participantes informaram que frequentemente escrevem mensagens (56%), tiram dúvidas em algum grupo (56%), e realizam chamadas de voz ou vídeo (47%), sendo escrever relatos (39%) um comportamento indicado como realizado às vezes pelas participantes, já o uso de e-mail (58%) e produção de vídeo (35%) foram indicados como algo que raramente utilizam. Postar fotos foi um comportamento que dividiu as participantes, 36% disseram publicar frequentemente, e 36%, às vezes. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 13.

**Gráfico 13** - Intensidade de uso da internet ligado a comportamentos interativos

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

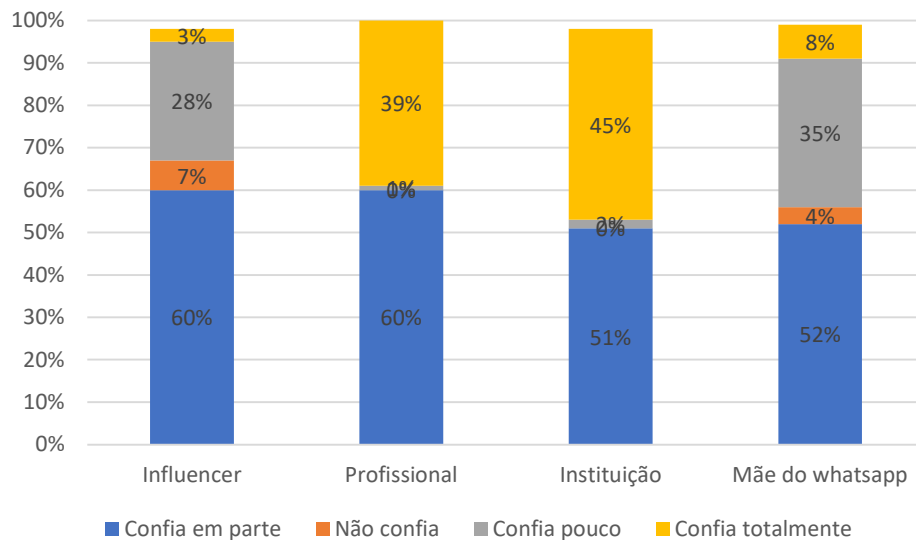
Em relação à confiança, de uma forma geral, as mães demonstraram confiar em parte nas informações que são compartilhadas nas diferentes plataformas da internet. Poucas confiaram totalmente nos conteúdos disponibilizados. As plataformas institucionais, como sites de saúde (33%) e sites de governo (34%), foram indicadas como sendo as que as mães mais confiam totalmente. Já as plataformas de produção de conteúdo pelos usuários foram as que tiveram o menor número de mães que confiam totalmente. *WhatsApp* (39%) e *Facebook* (32%) foram as que tiveram o maior número de mães indicando que confiam pouco nos conteúdos advindos destas plataformas. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 14.

**Gráfico 14** - Confiança nas plataformas

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

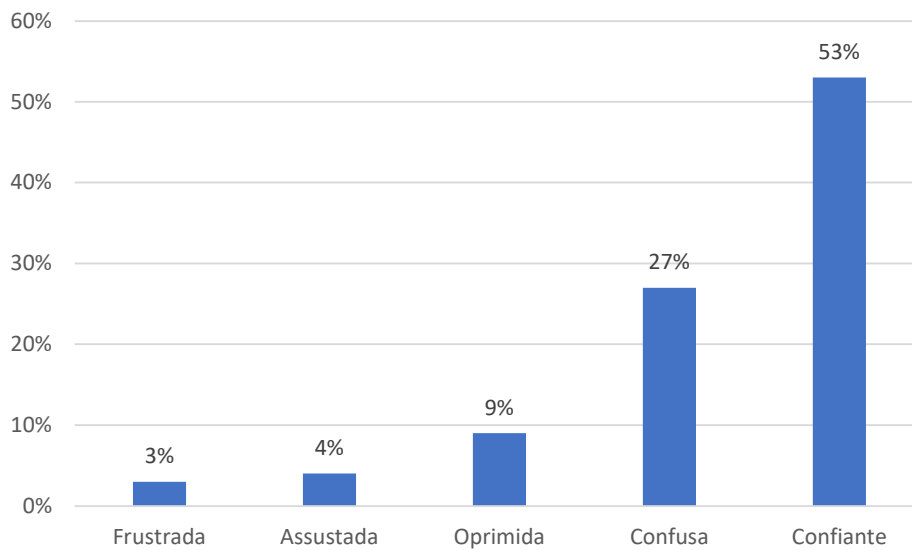
Além das plataformas, também foi solicitado para as mães informarem a sua confiança em perfis. Elas tendem a confiar nos perfis de profissionais da saúde: pediatras, nutricionistas, fonoaudiólogos, dentre outros, e tendem a confiar nos de instituições de saúde: hospitais, clínicas, etc. Esses dois tipos de perfis foram os que mais tiveram respostas de mães que confiam totalmente (39% profissionais e 45% instituições). Já os perfis ligados a mães, seja nas plataformas de redes sociais (28%) - *Instagram* e *Youtube* - seja nas de mensagens instantâneas – *WhatsApp* (35%), foram os que mais tiveram mães indicando confiarem pouco. De uma forma geral, as mães confiam em parte nos conteúdos compartilhados pelos diferentes tipos de perfis. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 15.

**Gráfico 15 - Confiança em perfil**



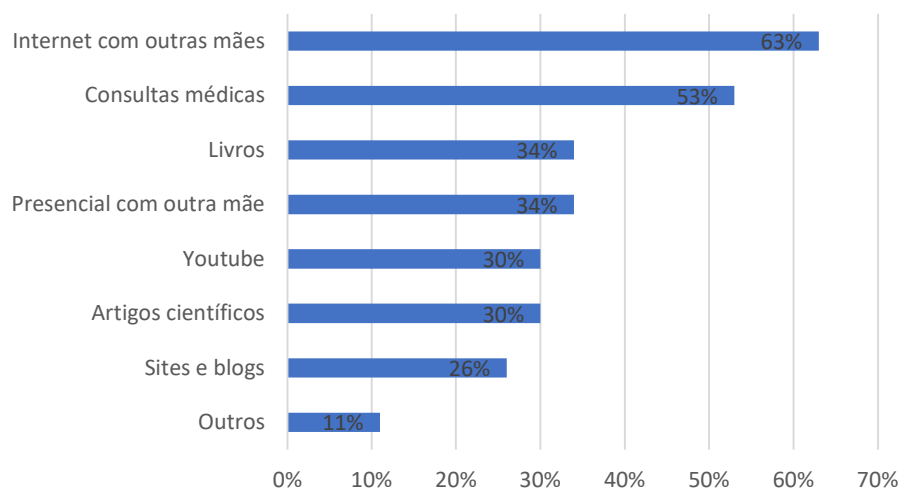
Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Na pergunta sobre os sentimentos relacionados às informações acessadas na internet, a maior parte das mães indicaram que se sentiram confiantes (53%) em levantar novas questões ou preocupações sobre um problema de saúde. A outra metade das mães relataram que se sentiram confusas com as informações que encontraram on-line (27%), 9% sentiram-se oprimidas pela quantidade de informações, 4% sentiram-se assustadas com a natureza das informações e 3% sentiram-se frustradas com a falta de informações ou a incapacidade de encontrar o que procuravam. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 16.

**Gráfico 16 - Sentimento em relação às informações**

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

A partir de uma lista pré-determinada, foi solicitado às mães que indicassem com quais das formas consideravam que mais tinham aprendido sobre a maternidade. Elas podiam selecionar mais de um item e o resultado foi: 63% das mães informaram que aprenderam com outras mães por meio da internet, valor maior do que presencialmente com outra mãe (34%) e por livros (34%). Consultas com médicos (53%) foi indicado como a segunda forma que as mães mais aprenderam. Artigos científicos (30%) e *Youtube* (30%) tiveram a mesma proporção de mães. Já os sites (26%) e outros (11%) foram os que tiveram uma menor proporção de mães informando utilizarem esses meios para aprenderem. A síntese dos dados pode ser observada no gráfico 17.

**Gráfico 17 - Fontes de aprendizado sobre maternidade**

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Os dados apresentados a seguir referem-se às perguntas abertas do questionário on-line:

- Destas plataformas/sites, relate qual você mais utiliza e por quê?
- Quais os critérios que você utiliza no momento de selecionar um conteúdo sobre maternidade na internet?
- Cite um perfil que você confia sobre informações da maternidade.
- Você tinha alguma crença que foi modificada após o contato com conteúdo acessado na internet? Se sim, você pode comentar?
- Relate exemplos de aprendizados adquiridos na internet que foram importantes no seu processo de tornar-se mãe.

Na pergunta aberta sobre o motivo de uso da plataforma, as justificativas variaram entre as atividades que desenvolvem nesse espaço e as características de cada plataforma.

Em relação ao *Instagram*, 57% das mães que indicaram esta como a principal plataforma, os motivos variaram principalmente entre acessar informações vindas de especialistas, relato de experiências de outras mães e as características de comunicação. Em relação ao acesso aos especialistas, as mães esclareceram que as informações publicadas pelos especialistas eram de qualidade, embasadas cientificamente e que eles utilizam uma linguagem simples, dinâmica e de fácil acesso, além de fornecerem dicas. Em relação ao relato de experiências de outras mães, indicaram que há um apoio ao ler relatos de situações reais e rotinas parecidas. Em relação à característica da comunicação, elas elencaram: facilidade de acesso (prático, direto e dinâmico), consumo rápido (instantâneo, ágil e pontual) e diversidade de temas, o que permite se manter atualizada. Os temas das pesquisas e interações são diversos, predominando aqueles relacionados ao bebê, como: alimentação, sono, amamentação, cólicas, estimulação, fezes e gravidez.

O *WhatsApp* foi a plataforma mais utilizada por 16% das mães que indicaram fazer parte de grupos, pois possibilita: compartilhar experiências; estar em contato com mães que estão passando pelas mesmas situações; tirar dúvidas; dicas (médicos, hospitais, promoções) e rede de apoio. Além disso, as mães indicaram poder usar este meio como canal de comunicação com os especialistas. Algumas qualidades também foram destacadas, como o motivo de uso: facilidade e interação síncrona.

Em relação aos aplicativos, 12% das mães indicaram como eles sendo a principal plataforma de busca e os motivos indicados foram: informações de acordo com o



desenvolvimento ou fase vivenciada pelo bebê; permitir o registro para controle diversos (amamentação, medicação, sono e estado geral da criança), além da possibilidade de trocas nas comunidades dentro desses aplicativos. Características como fácil e rápido também foram indicadas, sendo o *BabyCenter* e *Kinedu* os mais destacados entre as participantes.

Em relação ao *Youtube*, 11% das mães indicaram ser esta a principal plataforma utilizada e os motivos elencados foram: poderem assistir vídeos com explicações e ou demonstrações (“*formas adequadas de um procedimento*”); devido ao áudio; vídeos didáticos e alguns itens comuns às outras plataformas como conteúdo sucinto, dinâmico, apresentar diversidade de temas e facilidade na busca.

Em relação aos sites, 6% das mães indicaram estes como sua principal plataforma de uso e dentre os motivos estão: a indicação de *site* de saúde, como OMS, por conter base científica e por terem fontes confiáveis.

Na pergunta aberta sobre quais os critérios utilizados no momento de selecionar um conteúdo, a categoria mais comum foi ser confiável (19%), seguido por conteúdo baseado em estudos científicos (17%); um número menor de mães indicou a experiência de outra mãe ou a experiência do profissional (5%) como critério para seleção do conteúdo. Também foi indicado pelas mães (3%) a comparação do conteúdo entre diferentes fontes, se o conteúdo é institucional (5%), ou seja, advém de Conselhos Regionais, Sociedades, Organismos Internacionais de Saúde. Além disso, as mães indicaram, como critério, a identificação com a abordagem do conteúdo (8%), a formação dos profissionais (8%) e o conteúdo ser atualizado (4%).

Na pergunta aberta em que foi solicitado às mães que informassem um perfil que seguiam ou aplicativo utilizado, houve a indicação de 58 perfis diferentes. No quadro 9, está destacado os perfis apontados por mais de 4 mães, sendo o perfil da médica pediatra Dra. Ana Bárbara Jannuzzi Lagoeiro o mais popular entre as participantes.

**Quadro 9** - Perfis que as mães pesquisadas seguiam

Perfil	Qdade	%
<a href="#">drajannuzzi</a> (Dra. Ana Bárbara Jannuzzi Lagoeiro)	11	9%
<a href="#">umamaapediatra</a> (Dra. Mari Rios)	9	8%
<a href="#">pediatriadescomplicada</a> (Dr. Kelly Oliveira)	6	5%

<a href="#">drabiancamello</a> (Dra. Bianca Mello)	4	3%
--	---	----

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Amamentação, uso de chupetas, colo, sono, parto e apego foram as crenças mais modificadas a partir do contato com conteúdo da internet. Vinte e dois por cento (22%) das mães indicaram que não possuíam nenhuma crença ou que não se lembravam. Grande parte das temáticas apresentadas nessa questão se repetiram na pergunta aberta sobre aprendizagem da maternidade por meio da internet. As mães exemplificaram como as crenças foram modificadas a partir da aprendizagem.

Na pergunta aberta sobre o que aprenderam sobre a maternidade por meio da internet, diversas mães fizeram menção a temáticas relacionadas ao desenvolvimento do bebê, aos cuidados e como compreendê-los como sujeitos, a exemplo, sobre a pega correta na amamentação, picos do crescimento, salto do desenvolvimento, sono, fezes, reações a vacinas, entre outros. As mães também indicaram questões relacionadas a si, como depressão pós-parto, puerpério, importância de uma rede de apoio. Algumas também falaram sobre questões relacionadas à romantização da maternidade, lógica do sistema médico e participação dos homens nos cuidados com os filhos. Além de produtos: fraldas ecológicas, *sling*, entre outros. Dois por cento (2%) das mães informaram não terem aprendido nada por meio da internet.

## 5.2 Entrevistas

No total, foram analisadas 16 entrevistas. O perfil das mães que participaram da entrevista é predominante na faixa etária dos 30 a 39 anos de idade (63%), branca (63%), composta por família nuclear (88%), renda mensal familiar acima de 6 salários-mínimos (81%), a maioria com pós-graduação (56%), tendo um perfil diverso em relação à profissão, sendo a mais comum docente (25%). No quadro 10, é possível observar o detalhamento do perfil das mães entrevistadas.

**Quadro 10** – Perfil das entrevistadas

Nome	UF	Cor/ raça	Idade	Estrutura familiar	Renda familiar (SM)	Escolaridade	Profissão
Heloísa	DF	Parda	de 40 a 44 anos	Nuclear	de 3 a 6	Doutorado	Professora
Vitória	SP	Branca	34 anos	Nuclear	de 9 a 12	Doutorado	Farmacêutica
Eduarda	DF	Branca	28 anos	Nuclear	mais de 15	Ensino Superior	Servidor público

Cecília	DF	Branca	31 anos	Nuclear	mais de 15	Ensino Superior	Advogada
Sophia	DF	Parda	32 anos	Uniparental	de 6 a 9	Especialização	Arquiteta
Beatriz	SP	Amarela	41 anos	Alargada	de 12 a 15	Especialização	Farmacêutica
Manuela	SP	Amarela	37 anos	Nuclear	mais de 15	Ensino Superior	Farmacêutica
Maria	SP	Branca	40 anos	Nuclear	de 9 a 12	Ensino Superior	Gerente de produção de eventos
Alice	DF	Amarela	37 anos	Nuclear	de 9 a 12	Doutorado	Docente
Julia	DF	Parda	34 anos	Nuclear	mais de 15	Especialização	Médica
Fernanda	DF	Branca	36 anos	Nuclear	de 12 a 15	Ensino Superior	Funcionária pública (papiloscopista policial)
Laura	SP	Branca	de 35 a 39 anos	Nuclear	de 3 a 6	Ensino Superior	Analista de contratos
Lorena	DF	Branca	34 anos	Nuclear	de 6 a 9	Especialização	Assistente social
Luiza	SP	Branca	26 anos	Nuclear	de 3 a 6	Ensino Superior	Produtora de eventos
Valentina	DF	Branca	29 anos	Nuclear	de 6 a 9	Mestrado	Pedagoga
Helena	PR	Branca	33 anos	Nuclear	de 6 a 9	Doutorado	Professora universitária

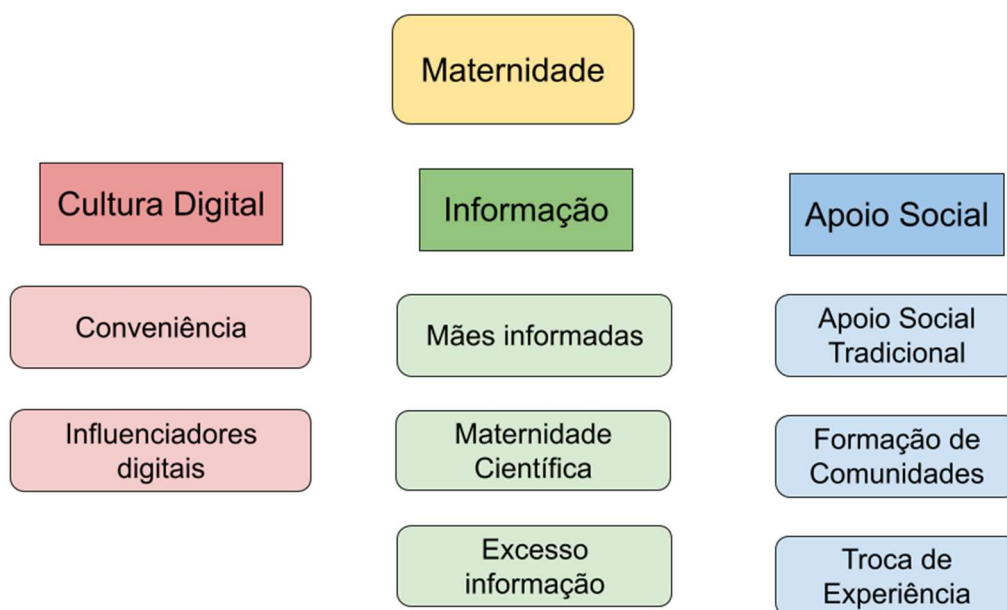
Fonte: Elaborado pela autora (2022).

Nas entrevistas, as plataformas mais citadas foram *Instagram* e *WhatsApp*. Dado que foram essas plataformas que puderam ser aprofundadas nas entrevistas, o recorte apresentado na análise diz a respeito a elas. O *Instagram* foi citado como espaço utilizado pelas mães para manterem-se informadas e o *WhatsApp* como espaço para realizar trocas com outras mães.

## 6 DISCUSSÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Nas próximas subseções, apresenta-se a discussão e análise dos dados. As subseções estão organizadas de acordo com a codificação axial e seletiva, conforme pode ser observado no esquema a seguir (figura 4). Inicia-se a discussão debatendo o perfil das participantes, seguida pelas subseções “Cultura Digital”, “Maternidade e Informações On-line” e “Apoio Social”.

**Figura 4** - Síntese das categorias da codificação seletiva e axial



Fonte: Elaborado pela autora (2022).

### 6.1 Perfil

Os dados apresentados nesta subseção referem-se apenas às mães de primeira viagem usuárias da internet. Para iniciar a discussão dos dados sobre uso da internet pelas mães de primeira viagem vale a pena fazer uma pequena retomada do panorama nacional de acesso à internet e do perfil das participantes da pesquisa.

O uso da internet no Brasil vem crescendo nos últimos anos. De acordo com a TIC Domicílios 2020, no Brasil em 2020, 86% dos domicílios urbanos possuíam acesso à internet, e aproximadamente 152 milhões de usuários (81% da população com dez anos ou mais). A taxa de usuárias de internet representa 85% do total da população feminina, sendo levemente maior que a masculina de 77% (CGI.br., 2021).

Ainda de acordo com o estudo, durante a pandemia COVID-19 ocorreu um aumento das atividades realizadas on-line, dado a migração de algumas atividades presenciais para o ambiente digital, como consequência das medidas de distanciamento social. No entanto, as

desigualdades de acesso e apropriação persistem, conforme os dados da pesquisa, sendo o acesso à internet maior entre as pessoas que possuem ensino superior, 96% do total da população com ensino superior; e está concentrado entre as classes B (97% do total da população) e A (92% do total da população) (CGI.br., 2021).

Como descrito na seção Apresentação de dados, o perfil das respondentes do questionário on-line foi: mães de primeira viagem com bebês de até 2 anos de idade na faixa etária de 30 a 39 anos de idade (63%), brancas (54%), com ensino superior (85%) e renda familiar mensal superior a 6 salários-mínimos (66%). O perfil das entrevistas foi similar, e ainda que este grupo componha o das respondentes do questionário, destaca-se as informações para demonstrar qual o recorte do público que participou das entrevistas, sendo as porcentagens: faixa etária de 30 a 39 anos de idade (63%); brancas (63%); com ensino superior ou pós-graduação (85%) e renda familiar mensal superior a 6 salários-mínimos (82%). A TIC Domicílios segue o Critério de Classificação Econômica Brasil (CCEB), conforme definido pela Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa (ABEP). A ABEP, desde junho de 2021, considera as estimativas de renda domiciliar mensal para os estratos B de R\$5.721,72. A partir desse valor, é possível afirmar que 64% da amostra dessa pesquisa se enquadra nas classes A e B.

Observa-se que o perfil das participantes da pesquisa corresponde ao perfil dominante de acesso à internet presente no cenário nacional. Apesar dos números crescentes de usuários e o aumento mais significativo de 2019 para 2020 ter ocorrido entre as classes C (de 78% para 85%) e D-E (de 57% para 67%), a pesquisa TIC Domicílios 2020 evidencia que o acesso é desigual, bem como o aproveitamento das oportunidades digitais. A exemplo, a realização de atividades financeiras (consultas, pagamentos ou outras transações) foram mais comuns entre usuários da classe A (86%) ou que estudaram até o Ensino Superior (79%), apesar do aumento significativo em 2019 entre os usuários das classes C (de 31% para 44%) e DE (de 9% para 19%) (CGI.br., 2021).

Outro exemplo de atividade de uso da internet foi o trabalho remoto. De acordo com a TIC Domicílios 2020, 38% dos usuários participantes da pesquisa disseram ter utilizado este recurso, que foi mais comum entre a classe A (72%) ou com Ensino Superior (66%), do que entre as classes C (36%) ou D-E (21%), ou que estudaram até o Ensino Fundamental (22%) ou Médio (35%) (CGI.br., 2021). Esse tipo de uso também foi notado entre as entrevistadas, a maior parte delas realizou trabalho remoto.

Nesse sentido, apresenta-se a ressalva de que o público dominante na presente pesquisa representa a classe com mais acesso aos recursos digitais, sendo pouco representada a

população de menor renda. Vale destacar que a exclusão digital não se trata apenas de ter acesso ou não à rede em decorrência das condições socioeconômicas e diferenças culturais (DIMAGGIO et al., 2001). De acordo com a revisão de literatura de Ragnedda, Ruiu e Addeo (2019), esse tipo de exclusão é identificado por estudiosos da área (ATTEWELL, 2001) como o primeiro nível de exclusão. Para os pesquisadores da área (HARGITTAI, 2002; PETER; VALKENBURG, 2006; VAN DIJK, 2006; RAGNEDDA, 2017; WEI et al., 2011; VAN DEURSEN et al., 2015), há ainda dois tipos de exclusão, dado que se observa uma difusão cada vez maior das TICs e a disseminação da internet. A exclusão de segundo nível está relacionada aos diferentes usos e à posse de diferentes graus de habilidades digitais (HARGITTAI, 2002). Por fim, o terceiro nível de exclusão digital (RAGNEDDA, 2017; WEI et al., 2011) diz respeito às desigualdades em termos de benefícios e resultados concretos que os usuários das TICs podem ganhar (VAN DEURSEN et al., 2015).

A diferença entre renda impacta nas condições de acesso, por exemplo, segundo a TIC Domicílios 2020, em 100% dos domicílios da classe A há um computador, enquanto na classe D-E somente 13% dos domicílios têm computador. A idade também gera diferença: a faixa de idade com maior quantidade de usuários no Brasil é de 16 a 24 anos com 96%, já a população de 60 anos ou mais apresenta 50% dos usuários. O nível educacional apresentou diferença relativa à quantidade de usuários de internet que acessam de forma exclusiva pelo telefone celular. Os que têm ensino superior são 15% e os que têm ensino fundamental são 81%.

Um dado relevante em relação à TIC Domicílios 2020 que dialoga com esta pesquisa é o número de usuários da internet que buscaram informações relacionadas à saúde ou a serviços de saúde. O público que mais buscou foi o feminino (57%), com ensino superior (78%) e da classe A (88%). Em 2020, as atividades mais realizadas pelo telefone celular foram mandar mensagens (86%), buscar informações (75%) e usar as redes sociais (68%), que como será detalhado na discussão dos dados, esse tipo de atividade foram as mais desenvolvidas pelas mães participantes da pesquisa. Um dado relevante é que os usuários apresentaram uma tendência muito maior de compartilhar conteúdo na rede (73%) do que postar um texto, imagem ou vídeo de sua autoria (31%).

Nesse sentido, observa-se que o perfil das participantes, além de ser semelhante ao perfil dos usuários que mais utilizam a internet, tem potencial de se beneficiar dos recursos disponíveis na rede. Compreende-se que o tipo de instrumentos adotados pela presente pesquisa também privilegiou as mães que tem facilidade de manuseio dos recursos digitais, pois a pesquisa foi realizada on-line e disseminada entre mães usuárias da internet.

Além dos fatores da exclusão digital, há que se considerar as características desse tipo específico de participante. Os desafios de uma mãe de primeira viagem podem ir além da exclusão digital. A exemplo, um dos perfis que pouco participou da pesquisa foi de mães jovens, pois elas podem ter demandas maiores em outras dimensões da vida, como garantir o sustento do bebê do que a busca por informações. O trecho da entrevista a seguir, com Laura, ilustra essa situação. Como descrito na subseção Entrevistas (p. 57), ela teve o primeiro filho com 20 anos de idade e diz ter acessado os conhecimentos necessários para a maternidade por meio da rede de mulheres da família (mãe, sogra e avó) e sua maior preocupação, na época, era em garantir os recursos financeiros necessários para a sobrevivência de seu filho:

Eu tinha vinte anos quando eu tive o João, então não sabia nada da vida, começa por aí. [...] As instruções eram da minha mãe e da minha sogra, da minha avó. Era muito isso. [...]

[...] o João teve que ir para o berçário muito cedo, porque eu tinha que trabalhar para, justamente, sustentar ele, então com cinco meses ele foi para o berçário [...]  
(Entrevista com Laura, 14.05.2021).

Ruthven, Buchanan e Jardine (2018) afirmam que mães jovens possuem necessidades mais complexas, já que muitas vezes precisam lidar com questões de moradia, estudos, trabalho, finanças, relacionamento, entre outras, ao mesmo tempo em que se tornam mães. Já Guendelman et al. (2017) observam que o uso das ferramentas digitais de saúde é maior entre as mulheres com ensino superior do que entre as mulheres com ensino médio incompleto ou sem ensino médio, além disso, a maior preocupação de mães com baixa renda são relacionadas às condições materiais, à habitação ou ao emprego e não questões relacionadas à saúde. Para Walker et al. (2017), a escolaridade está relacionada à escolha de plataformas para procurar informações. Na pesquisa dos autores, mães mais velhas, com maior renda e que moravam com os parceiros, tinham menor estresse e utilizavam o e-mail para acessar as informações. Já as mães com menor escolaridade preferiram vídeos do *Youtube*.

Os estudos destacados acima compõem a RSL e apresentaram o mesmo perfil de participante que os da presente pesquisa, além disso também utilizaram instrumentos on-line para o convite para participação na pesquisa e obtiveram, como participantes, mulheres brancas, de classe média e média alta. Apenas os estudos que contaram com amostras randomizadas, ou que tinham como objetivo determinado tipo de público, alcançaram mães com perfis diferentes do apresentado neste estudo.

Em suma, as pesquisas documentam que diferenças de renda, idade, nível de escolaridade são fatores importantes para definir o engajamento ou não das mães com os

diferentes tipos recursos digitais. Além disso, mães com características diferentes do descrito acima podem ter necessidades mais complexas do que apenas a saúde e desenvolvimento do bebê (RUTHVEN; BUCHANAN; JARDINE, 2018).. Além dessas questões destacadas, o presente estudo levanta mais uma característica deste perfil de participante, que é relacionado ao capital social das mães.

Observou-se, entre as participantes da pesquisa, mães que tinham em sua rede pessoal de amigos e ou de familiares, o contato com profissionais da saúde que puderam dar maior segurança e tranquilidade nas mais diversas situações vivenciadas por elas. Além de fornecerem uma curadoria das informações, as mães tiveram condições financeiras para acessar clínicas, serviços e profissionais especializados que puderam fornecer apoio a sua maternidade. O caso das entrevistadas Eduarda, Cecília, Lorena e Luiza pode exemplificar esse fato, elas tiveram condições financeiras para acessar uma Casa de Parto e vivenciar um parto humanizado, com equipes profissionais disponíveis para fornecer apoio antes e depois do parto, ou o caso de Cecília, Vitoria, Sophia, Luiza e Valentina que puderam contratar consultores para prestar-lhes assistência. Nesse sentido, como observam Song et al. (2012, p. 779), as circunstâncias materiais, capital cultural e conhecimento da informação permitem às mães escolherem e terem acesso a uma ampla gama de recursos, serviços e práticas.

Vale destacar que a maternidade antes de tudo faz parte de um fenômeno social, como tal as categorias sociais como: raça, renda, são marcadores da diferença de como a experiência tornar-se mãe se dá concretamente e isso pode ser observado nas diferentes dimensões da vida.

No caso dessa pesquisa que esteve interessada no comportamento de uso da internet por mães de primeira viagem, observa-se, refletido nos dados, os marcadores das desigualdades sociais.

Ademais, como Pires (2021) afirma, a blogosfera materna brasileira é branca. De acordo com a autora, tanto quem consome quanto quem produz o conteúdo materno e feminista é composto, principalmente por mulheres brancas, intelectualizadas, de classes média ou alta. Assim, as questões postas por esse grupo não dialogam com as questões das mulheres negras, por exemplo, pois, as mulheres brancas desfrutam dos privilégios da branquitude - acesso facilitado à internet de qualidade e à informação, possuem disponibilidade de tempo para refletir acerca da criação dos filhos, para debater e escrever na blogosfera (PIRES, 2021, p. 184-5).

Pires (2021, p. 188) observa que as questões predominantes entre as mães brancas – “escolhas possíveis de parto ou locais para realizá-los, a alimentação do bebê, amamentação, cama compartilhada, entre outros”, são menos urgentes frente às outras demandas das mães



negras, como “preconceito na escola, como fortalecer a autoestima das crianças, como lidar com a violência policial e com a violência obstétrica direcionada à população negra”.

Assim, não se busca, com essa tese, generalizar os achados para todos os perfis de mães usuárias da rede, mas sim, explorar a experiência de uso dessas mulheres digitalmente competentes. Como informado na metodologia, algumas estratégias foram desenvolvidas para alcançar a maior diversidade de participantes possível. No entanto, predominou o perfil de usuário com maior acesso aos recursos digitais.

## 6.2 Cultura digital

Nesta subseção, apresenta-se a discussão sobre como as vivências maternas são permeadas pela cultura digital e a conexão desta com as práticas de interação, comunicação, compartilhamento e ação (KENSKI, 2018) das mães de primeira viagem. A categoria “Cultura Digital” é proveniente da codificação seletiva e congrega as subcategorias “Conveniência” e “Influenciadores Digitais” derivadas da codificação axial. Estas são oriundas dos dados gerados das questões que tinham por objetivo descrever as motivações de uso da internet, as especificidades envolvidas no uso das diferentes plataformas e as considerações para selecionar o conteúdo. A síntese dos códigos permitiu concluir que parte das respostas a essas indagações anteriores devem-se à integração dos recursos digitais ao cotidiano das mães, bem como a associação desses a facilidades e soluções que atendem as necessidades cotidianas. Além da influência dos produtores de conteúdo digital.

### 6.2.1 Conveniência

Conveniência é definido, de acordo com o dicionário Michaelis On-line, como “1) qualidade do que é conveniente; adequado. 2) O que é de interesse para alguém; proveito, utilidade, vantagem. 3) O que está consonante com as normas morais e sociais; compostura, decência, decoro”. A partir dos trechos destacados dos questionários e entrevistas apresentados nessa subseção, será possível observar que o uso da internet faz parte do cotidiano das mães de primeira viagem e esse uso é associado a algo que tem utilidade para elas e apresenta a vantagem de ser um recurso integrado ao cotidiano.

Para algumas famílias, o uso dos recursos digitais faz parte de suas rotinas, ele está naturalizado, sendo que a pandemia intensificou este uso e, dessa forma, ele relaciona-se ao processo de tornar-se mãe foi só mais um dentre todos os outros.

A entrevistada Heloísa relatou que a internet faz parte de seu cotidiano, sendo que alguns recursos quase passam despercebidos diante da integração com a rotina, como o uso do *WhatsApp* para comunicação com sua rede de apoio social e as buscas no *Google*, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

internet no sentido amplo quando eu falo importância porque a gente já naturalizou essa coisa, se me tirar a internet a gente não vive então assim o contato com as mães aqui é muito próximo, é muito bacana, mas se não tivesse *WhatsApp* seria impossível então *WhatsApp* o recurso da internet [...] super importante, a questão também da busca no Google, então a gente não faz nada sem buscar fazer uma busca antes no Google, mas acaba que isso está tão naturalizado que a gente acha que é uma coisa, outro dia a gente teve experiência que a gente ficou sem energia, semana passada e o Ramon falou "Vou assistir um filme." mas como não tem energia, não tem celular, ele deixou carregando antes a bateria, mas não tem como roteador está desligado, não dá

para fazer nada, não é por causa da energia, porque não tinha internet entendeu e a gente meio que já naturalizou então assim ela tem uma importância, mas está tão familiarizada na rotina que nem parece que é uma coisa fora, fazer a busca no Google antes de qualquer coisa para mim é prática. (Entrevista com Heloísa, 03.05.2021).

A entrevistada Beatriz destacou a diversidade de recursos digitais utilizados que estão integrados a sua rotina de comunicação, de entretenimento e de trabalho, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Está em tudo, porque a gente está aqui conversando virtualmente; a gente usa o computador para trabalhar; meu celular pessoal acaba virando uma ferramenta de trabalho, porque o *WhatsApp* é um aplicativo super prático e a gente acaba conversando com os colegas. Acho que a tecnologia está em tudo. É uma coisa que não tem como voltar atrás. Não dá mais para imaginar a vida sem essas tecnologias: internet, WiFi, todos os aparelhos, computador, *Smart TV*. O que vai ser de uma mãe sem *Netflix*, sem *Youtube*? Eu acho que é bem por aí. É um processo irreversível, é uma coisa que não tem como viver sem mais. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

A entrevistada Eduarda relatou utilizar a internet para o trabalho, as compras, a comunicação e o entretenimento, sendo que durante a pandemia esse uso foi intensificado, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

O trabalho é todo on-line. Na pandemia, a gente fez tudo on-line, inclusive supermercado. Atualmente, feira, o moço entrega lá em casa e eu peço pelo *WhatsApp*. Compras, a grande maioria é Mercado Livre e *Amazon*. Roupas é só on-line; roupa para bebê, é só on-line. A gente faz chamada de vídeo todos os dias, com os meus pais e com os pais do meu marido. Uma vez ou outra, não [...] A gente usa, também, *Netflix* na pandemia. Não era uma coisa que eu tinha muito costume antes, mas na pandemia, a gente assiste ao *Netflix* todos os dias. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

A entrevistada Vitoria relatou que a rede proporcionou o acesso a diferentes materiais e temáticas, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] eu comecei a buscar bastante coisa, como eu sou da área [saúde] eu até cheguei a procurar mesmo coisas relacionadas, pessoas que falavam sobre isso academicamente, cheguei a ler alguns artigos, eu até li artigo sobre vacinação, li artigo sobre tudo quanto é assunto relacionado, de amamentação, eu li sobre isso, tipo usar chupeta, mamadeira, amamentar no peito. Do parto também cheguei a ler bastante coisa sobre protocolos, o que era indicado, o que não era indicado [...] (Entrevista com Vitoria 03.05.2021).

A entrevistada Cecília também comentou sobre como o uso da internet está integrado a sua rotina; e sobre a conveniência da mobilidade, este recurso permite que, ao mesmo tempo que a filha está mamando ou dormindo, ela consiga realizar alguma outra atividade concomitante, seja para entretenimento, informação ou trabalho, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Enquanto eu amamentava, às vezes eu lia. De madrugada, eu não consigo ler, porque eu tenho problema de visão. À noite, só com aquela meia luz, eu boto a novela *Mulheres de Areia*, pelo Globo Play. Eu era, até então, diretora de uma associação sem fins lucrativos e boa parte das partes administrativas eu tive que resolver pelo *WhatsApp*. Pelo *Google Drive* (maravilhoso), eu conseguia editar os documentos e já dar uma adiantada enquanto eu estava amamentando ou estava fazendo-a dormir. Então, coisas pendentes, que já estavam me deixando agoniada, eu consegui, pelo telefone, resolver. Por exemplo, a ata da assembleia, eu fui corrigindo enquanto amamentava, coisa que, há alguns anos, o pessoal não teria condições de fazer, você precisaria de um computador. Hoje, pelo telefone, você consegue fazer tudo. Enquanto eu edito, outro advogado, que é um colega, que também colabora, consegue, ao mesmo tempo, verificar as informações. Realmente, nisso tudo me ajudou. Na questão da maternidade, hoje, além de ter essa possibilidade do livro digital, dessa comodidade de assistir a alguma coisa enquanto eu amamentava, também teve a questão das informações. Por exemplo, eu tive mastite, candidíase e fissura ao mesmo tempo, no começo da amamentação. Foi muito difícil. Aí pesquisei como melhorar os sintomas, o que fazer, a quem recorrer. (Entrevista com Cecília, 07.05.2021).

Os recortes das entrevistas acima exemplificaram como as tecnologias digitais estão integradas às rotinas das entrevistadas. Em alguns casos, ela está tão naturalizada ao cotidiano que nem chega a ser percebida como algo que modificou hábitos e comportamentos.

No trecho destacado da entrevista com Laura, que teve seu primeiro filho há 17 anos e seu segundo recentemente (2 meses de idade na data da geração de dados), é possível dimensionar a extensão da cultura digital na mudança de hábitos da rotina de mães a partir da comparação com um período em que o acesso à internet não era tão presente e integrado ao cotidiano dos indivíduos, ou mesmo quando comparado com aquelas mães que optam por não usar os recursos digitais ou são excluídas digitalmente.

[...] Apesar de já ter internet, não era uma ferramenta que a gente usava para fazer essas buscas. Confesso que não me lembro se já existia *Google* para isso. Uma coisa que a gente fazia para buscar informação era no trabalho do meu marido tinha uma revistaria, uma biblioteca, e aí ele pegava as revistas *Pais e Filhos*, *Crescer*, via as matérias que mais chamavam a atenção, tirava xerox e levava para casa, para eu ler. Era a forma para saber o que fazer. E eu era muito jovem, eu não tinha amigos que estavam na mesma situação. [...] Agora estou em um momento completamente diferente. Tenho um monte de amigas, tenho grupos de *WhatsApp* para trocar experiências. Uma, inclusive, falou: vocês estão fazendo rotina? Eu falei: vou entrar em uma reunião agora, daqui a pouco te mando o que eu faço com o bebê. [...]. É muito mais rápida a informação. Do Miguel é 100% em internet. E a internet vem antes do pediatra. [...] (Entrevista com Laura, 14.05.2021).

Já as diferentes plataformas utilizadas pelas mães – *Instagram*, *WhatsApp*, *Google*, Aplicativos – trazem algumas características que são associadas à conveniência de uso delas pelas participantes da pesquisa. Elas já estavam integradas à rotina das mães, sendo adicionado, ao uso prévio, o acesso a conteúdo relacionado à maternidade. Conforme pode ser observado no trecho a seguir de uma resposta do questionário sobre a justificativa de uso:

*Instagram e WhatsApp*, porque eu já usava essas plataformas mais frequentemente para outros fins. (Questionário)

Uma das características das plataformas é a constante atualização, assim as mães, ao acessarem tais recursos, têm a sensação de que estão atualizadas com as informações mais recentes sobre aquela temática. No trecho a seguir, de uma resposta do questionário sobre a justificativa de uso da plataforma, a participante cita esta característica:

*Instagram*. É mais atualizado e é mais fácil de utilizar. (Questionário)

Outra característica é a de privilegiar a comunicação rápida, e o uso de recursos visuais para que, em uma rápida olhada na plataforma o usuário consiga consumir o conteúdo, faz com que as publicações dos produtores de conteúdo sejam curtas, com uma linguagem simples, sendo esta característica notada nas respostas ao questionário, conforme pode ser observado nos trechos a seguir:

*Instagram*, conteúdo de forma simples e direta (Questionário)

*Instagram*, pela facilidade e dinamismo (Questionário)

*Instagram*, pelo acesso simples a diversos tipos de conteúdo (Questionário)

*Instagram*. Porque é mais prático e instantâneo. (Questionário)

Outra característica diz a respeito à conveniência de estar em contato com outras mães que estão passando pela mesma experiência por meio das comunidades. Como abordado na seção Apresentação de Dados, a plataforma mais utilizada para esta atividade foi o *WhatsApp*, tendo um uso menos recorrente o *BabyCenter* e o *Facebook*. Nos trechos destacados a seguir, as mães destacam a participação em comunidades para obter apoio social:

*WhatsApp*, por ter grupo de mães onde nos comunicamos e tiramos dúvidas. (Questionário).

*WhatsApp*. Especialmente nos primeiros meses, porque era possível pegar dicas diretamente com outras mães, em grupos sobre maternidade. (Questionário).

*WhatsApp*. Mais facilidade em entrar em contato com as pessoas que podem me ajudar. (Questionário).

Como eu moro em Brasília e minha família toda mora em Minas, meu marido também, a gente é bem carente de rede de apoio familiar. Logo que eu engravidei, uma amiga me indicou um aplicativo, que é o *BabyCenter*. Não sei em que *post* foi, acho que foi um *post* de mães de Brasília, que eu acho que eu comentei alguma coisa e aí uma mãe veio no meu privado no *WhatsApp* e falou: olha, a gente tem um grupo de gestantes, se você tiver interesse. Eu falei: vamos. Não tem nada mesmo. Entrei nesse grupo e, você imagina, quase 200 gestantes, vira e mexe dava um quebra pau dentro do grupo,

hormônios a mil, mas foi um grupo que me ajudou muito em indicações profissionais de bons médicos, de bons laboratórios. Também algumas amigas pessoais são daqui de Brasília e me indicaram, mas ali foi se formando basicamente minha rede de apoio. (Entrevista com Alice, 11.05.2021).

O uso da internet para atividades de comunicação, informação, entretenimento, trabalho, compras, acesso a diferentes tipos de materiais, acesso à rede de apoio, dentre outras ações, faz parte do hábito das participantes e está tão integrado à rotina, que é percebido como algo natural.

Assim, a integração do recurso ao cotidiano permite que as mães realizem atividades de cuidado e nutrição concomitante ao uso da internet, principalmente dada a característica da mobilidade que permite que o *smartphone* sempre esteja a mão conectando-as a rede.

A internet proporcionou também o aumento do escopo de acesso a diferentes materiais. As plataformas, igualmente integradas as suas rotinas, permitiu atender suas demandas de estarem sempre atualizadas de forma rápida e simples.

Apesar da exclusão digital, como apontado na subseção anterior, é inegável que a internet está cada vez mais inserida na vida cotidiana. Santaella (2003) afirma que é lugar-comum dizer que as novas tecnologias da informação e comunicação estão mudando todas as esferas da sociedade. Para Castells (2003, p. 10), as “atividades econômicas, sociais, políticas, e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela, como por outras redes de computadores”. Assim, navegar por diversão, para buscar informações sobre saúde, para realizar compras, para se comunicar, para consumir notícias, são usos cada vez mais comuns entre os usuários.

Muitas das ações desenvolvidas pelas mães têm relação com o aspecto de estarem inseridas na cultura digital. Faz parte desse contexto estarem sempre atualizadas, de forma rápida e simples. Inclusive, a constante atualização pode ser observada em relação à distinção de plataformas utilizadas na presente pesquisa e às indicadas nos estudos que compõe a RSL. Devido à constante atualização e inovações das plataformas disponíveis para o uso na internet, nota-se que, por exemplo, os *blogs* e sites foram pouco indicados entre as participantes da pesquisa. Ao contrário da pesquisa de Madge e O’Connor (2004, 2005, 2006), que notaram, durante o desenvolvimento de sua pesquisa, o crescimento do número de sites destinados para os pais. Segundo Rainie (2005)<sup>12</sup>, em 2004, os *blogs* tinham se estabelecido como uma parte fundamental da cultura on-line. O declínio do uso de *blogs* ocorreu principalmente entre 2006 e 2010, devido ao avanço das redes sociais, principalmente do *Facebook*. Contudo, o *Facebook*, entre os adultos dos Estados Unidos, não apresenta mais crescimento desde 2016, diferente do

---

<sup>12</sup> Os dados se referem à realidade norte americana. Tal estudo foi utilizado, pois não foi localizado estudo brasileiro realizado por instituições de pesquisa sem interesse comerciais.

*Youtube, Instagram e Tik Tok*, que apresentaram um aumento de uso entre 2019 e 2021 (GRAMLICH, 2021). Além disso, entre os jovens estadunidenses de 13 a 17 anos, o uso do *Facebook* tem caído desde 2018 (GRAMLICH, 2021).

### 6.2.1.1 Conveniência e pandemia

O presente estudo foi realizado durante a pandemia de COVID-19 e os dados foram gerados entre abril e junho de 2021, período da maior onda de casos e mortes por COVID-19 no Brasil. Março, abril e maio de 2021 foram os meses que acumularam mais mortes por COVID-19 no Brasil, somando mais de 200 mil mortes somente nesses 3 meses. A vacinação no Brasil começou em janeiro de 2021, contudo até junho, apenas 12% da população estava completamente vacinada. O grupo de gestantes e lactantes só foram adicionadas ao grupo prioritários para vacinação contra a COVID-19 a partir de uma lei de 30 de julho de 2021. Nesse cenário, a internet mostrou-se um interessante recurso para mediar os impactos do distanciamento social.

A entrevistada Vitoria relatou que a internet ajudou no compartilhamento de momentos da gestação com familiares e amigos, chegando a realizar os “eventos tradicionais” de forma remota, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] foi meio estranho porque eu não vi ninguém, pensando em amiga, a gente tirava foto em videochamada, a gente estava na época junto e falava assim a gente não vai se ver nunca, era foto de barriga aqui on-line. Foi umas coisas assim que aconteceu durante a pandemia, acho que se fosse comparar, eu tenho essa palavra, foi mais solitário mesmo, por mais que tenha internet, óbvio que ajuda, mas é diferente, aquela história, é diferente de você conseguir marcar chá de bebê, a gente não fez, foi tudo on-line, todas essas coisas a gente teve que dar uma adaptada por conta da pandemia, chá de fralda. (Entrevista com Vitoria 03.05.2021).

A entrevista Sophia igualmente usou a internet para poder compartilhar momentos da maternidade com seus amigos, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] tudo muito virtual, isolamento mesmo, só saí para levar nas consultas, pediatra, fazer algum exame e de vez em quando sair para correr no parque.

[...] Por conta da pandemia e por meus pais serem grupo de risco, sou lactante e tal, eu tenho pouco contato com as minhas amigas, as minhas amigas eu tenho mais contato pelo *Whats.App* mesmo, a gente fazia até os encontros virtuais porque foi um choque para mim porque eu imaginei que seria diferente, eu imaginei que ia ter um monte de amigas em volta, vai ser tudo muito lindo, um monte de gente querendo ver o bebê e não, eu acho que eu recebi uma ou duas vezes nos dois primeiros meses, que eu acho importante receber visitas no início, mas o meu contato com as minhas amigadas foi mais virtual que foi o que mais pesou para mim essa mudança. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

Além disso, o uso da internet foi comum para as mães que não puderam acessar a rede de apoio presencial que comumente é prestado por suas mães, sogras ou amigas. No caso das participantes da pesquisa, a ausência desta rede esteve relacionada à distância física, ou seja, elas moram em cidades distantes de sua rede de apoio. A distância em si não seria um problema, porque seus familiares poderiam se deslocar, mas a recomendação do distanciamento social como uma das medidas de controle da pandemia COVID-19 fez com isso se tornasse um empecilho para grande parte das mães, principalmente, no início dela.

A entrevistada Eduarda relatou que sua rede de apoio social foi on-line e foi formada a partir do programa de gestantes da academia que frequentava antes da pandemia, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] eu sou de BH, mas eu trabalho aqui em Brasília. O meu marido é de Recife e ele também mora aqui. A gente não tem família nenhuma aqui. [...] Por causa da pandemia, o meu grupo principal de contato com pessoas que têm filhos é um grupo que foi formado pelo programa de gestante da academia, então tem várias mães. Na verdade, eu conheço uma ou outra; pessoalmente, eu nunca vi. E tem o grupo de *WhatsApp* que foi formado pelas pessoas que pariram no mesmo lugar que eu. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

Em suma, os trechos elencados ilustram como a internet está presente no cotidiano das mães, sendo importante instrumento para mitigar os impactos da pandemia. Foi utilizada para buscar informações; realizar eventos e ritos tradicionais on-line; ser uma alternativa à falta da rede de apoio presencial e por fim o uso cotidiano foi intensificado pela pandemia de COVID-19.

### **6.2.2 Influenciadores digitais**

Segundo Rainie e Wellman (2019), indivíduos em rede têm novos poderes para criar mídia e projetar suas vozes para públicos mais amplos que se tornam parte de seus mundos sociais. Influenciadores digitais é um termo utilizado para designar aquelas pessoas ou marcas que conseguem atingir um grande número de audiência por meio das mídias sociais (RAMOS, 2017). Segundo Karhawi (2017), para ser um influenciador digital é necessário passar por um processo de construção e manutenção de reputação. Segundo esse autor, um influenciador pode ser tanto aquele que estimula debates ou agenda temas de discussão em nichos, quanto aquele que influencia uma compra. No geral, um influenciador digital não é apenas um sujeito que tem relevância no ambiente digital, trata-se de um perfil profissional no campo da comunicação (KARHAWI, 2017).

Em relação à maternidade, foi notado que as mães têm uma tendência a seguir alguns perfis nas redes sociais, as chamadas influenciadoras digitais. Esse fato ocorreu tanto para



seguir os de profissionais, grande parte da área da saúde, como de outras mães que compartilham sua experiência nas redes sociais. Segundo as mães pesquisadas, principalmente as que responderam ao questionário, a plataforma mais utilizada para seguir essas influenciadoras é o *Instagram*. Para discutir esse ponto, foram analisados os perfis citados no questionário na pergunta aberta “Cite um perfil que você confia sobre informações da maternidade”.

Como informado, na apresentação de dados as mães indicaram 58 diferentes perfis do *Instagram*. A partir da categorização dos perfis citados, identificou-se 3 tipos, quais sejam, profissionais (86%), mães (52%) e comercial (83%). Em alguns casos, um mesmo foi categorizado em mais de um tipo, por exemplo, ser profissional e mãe. A maior parte dos perfis eram de mulheres (69%), alguns de homens (17%) e houve ainda perfis institucionais (14%), principalmente de clínicas e centros de atendimento a gestantes.

Os profissionais foram aqueles que identificaram suas profissões ou especializações nos perfis, sendo que alguns colocaram suas qualificações profissionais como CRM (Conselho Regional de Medicina) e RQE (Registro de Qualificação de Especialista). Um exemplo de descrição é o perfil da “Pediatra Na Web. Pediatra. Dra. Paula Arruda. Médica Pediatra pela Santa Casa/SP. Para agendamentos, clique no [link!linktr.ee/@pediatranaweb](https://linktr.ee/@pediatranaweb)”.

Dos 50 perfis profissionais, houve um predomínio das mulheres, com 80%. As principais profissionais identificadas foram pediatras (42%), produtoras de conteúdo digital (18%), médicas (8%), nutricionistas (6%) e psicólogas (6%).

As mães foram identificadas de duas formas: pela descrição no perfil do *Instagram*, por exemplo, “Dra.Kelly Oliveira |Pediatra. Médico(a). Mãe 🧑‍👧 Pediatra 🧑‍👧 ”; ou, então, caso não houvesse uma sinalização que era mãe na descrição. Nesse quadro, foi realizada uma pesquisa nos perfis e foram identificadas outras mães a partir das fotos com filhos (@pediatramae), pelos destaques dos *stories* (@bebedenutri) e *links* disponibilizados no perfil que levava para uma descrição mais detalhada da pessoa (@psimamaa). No total, houve 30 perfis identificados como mães, sendo 19 deles sinalizando que eram mães nas suas descrições do *Instagram*, outras 11 foram identificadas como mães nessa pesquisa de busca aos detalhes do perfil. Em relação à profissão dessas mães, 30% eram pediatras e 27% se descreviam como produtoras de conteúdo digital.

Houve 48 perfis comerciais, sendo a maior parte relativa à formação (52%), atendimento (46%), livros (29%) e consultoria (10%). Em formação foram consideradas todas as menções a cursos, aulas, capacitação e palestras. O atendimento refere-se a perfis que indicaram uma forma de contato para agendamento de consulta. Consultoria foram os perfis que indicaram

realizar esta ação, principalmente para a questão da amamentação. Houve ainda alguns perfis com venda de produtos (ex: almofadas para amamentação), serviços (ex: colocação de brincos) e distribuição de cupons de descontos. Dentre os 14 perfis que comercializam seus livros, a maioria são de produtoras de conteúdo digital (5) que, em geral, escreveram livros relatando suas experiências como mães. Houve 2 livros de nutricionistas, 2 de psicólogas e 1 de pediatra, além dos de outros tipos de profissionais.

Foram analisados os três perfis mais citados no questionário on-line. A partir do estudo desses perfis e de suas características, buscou-se construir um panorama do conteúdo visualizado pelas mães e das especificidades do *Instagram*. Esse levantamento foi realizado nos meses de maio e agosto de 2021. Apesar desse procedimento não estar previsto na metodologia como um procedimento da geração de dados, avaliou-se que detalhar o conteúdo que as respondentes indicaram seguir no *Instagram* era necessário para compreender algumas informações compartilhadas pelas mães sobre os perfis dos profissionais que não estavam presentes nas respostas do questionário, nem nas entrevistas.

Nesse sentido, dos 58 diferentes perfis do *Instagram* citados pelas mães, foram analisados os três mais recorrentes: @drajannuzzi (11), @umamaepediatra (9) e @pediatriadescomplicada (6). Foi feita uma análise da descrição e de uma postagem de cada um deles. No quadro 11, há os principais dados desses espaços.

**Quadro 11** - Dados dos perfis de *Instagram* mais citados pelas pesquisadas

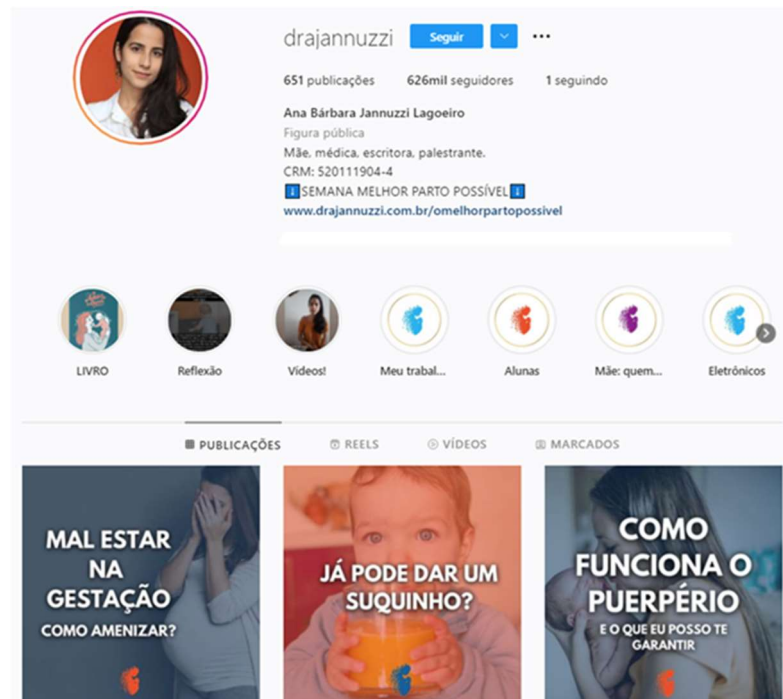
Instagram	Descrição	Publicações	Seguidores	Tema da penúltima postagem em 27/01/2022	Curtidas da postagem	Comentários da postagem
<a href="https://www.instagram.com/drajannuzzi">https://www.instagram.com/drajannuzzi</a>	Ana Bárbara Jannuzzi Lagoeiro / Figura pública / Mãe, médica, escritora, palestrante. / CRM: 520111904-4 / SEMANA MELHOR PARTO POSSÍVEL / <a href="http://www.drajannuzzi.com.br/omelhorpartopossivel">www.drajannuzzi.com.br/omelhorpartopossivel</a>	650	625.000	Já pode dar um suquinho?	8.120	752
<a href="https://www.instagram.com/umamaepediatra/">https://www.instagram.com/umamaepediatra/</a>	Mari Rios / Mais maternidade do que pediatria / Criar filhos envolve consciência, política, feminismo, revolução / CURSOS E LIVROS / <a href="http://linktr.ee/umamaepediatra">linktr.ee/umamaepediatra</a>	485	266.000	Mas por quê meu filho me machuca tanto?	3.292	196

<a href="https://www.Instagram.com/pediatriadescomplicada/">https://www.Instagram.com/pediatriadescomplicada/</a>	Dra.Kelly Oliveira / Médico(a) / Missão: Empoderar e transformar famílias ❤️ / Mãe 🧑‍👧 Pediatra 🧑‍⚕️ / Amamentação IBCLC 🧑‍👧 Sono 🧑‍⚕️ Alergista / Tem mais aqui 📍 / Founder @ped_experts 🧑‍⚕️ / <a href="http://link.pediatriadescomplicada.com.br">link.pediatriadescomplicada.com.br</a>	4.029	479.000	Lavagem Nasal	7.666	273
---	--	-------	---------	---------------	-------	-----

Fonte: Elaborado pela autora (2022).

O perfil @drajannuzzi tem o maior número de seguidores, 626 mil. Sua apresentação busca passar credibilidade ao se apresentar como médica, expondo o número do seu CRM (Conselho Regional de Medicina), além de se colocar como mãe, o que pode auxiliar na imagem de que possui experiência própria em relação à maternidade. Suas postagens buscam dar informações que possam esclarecer dúvidas de grávidas e mães. Seu primeiro *stories* em destaque trata do livro de sua autoria “O ano de ouro” (Figura 5).

Figura 5 - Perfil do *Instagram* da @drajannuzzi



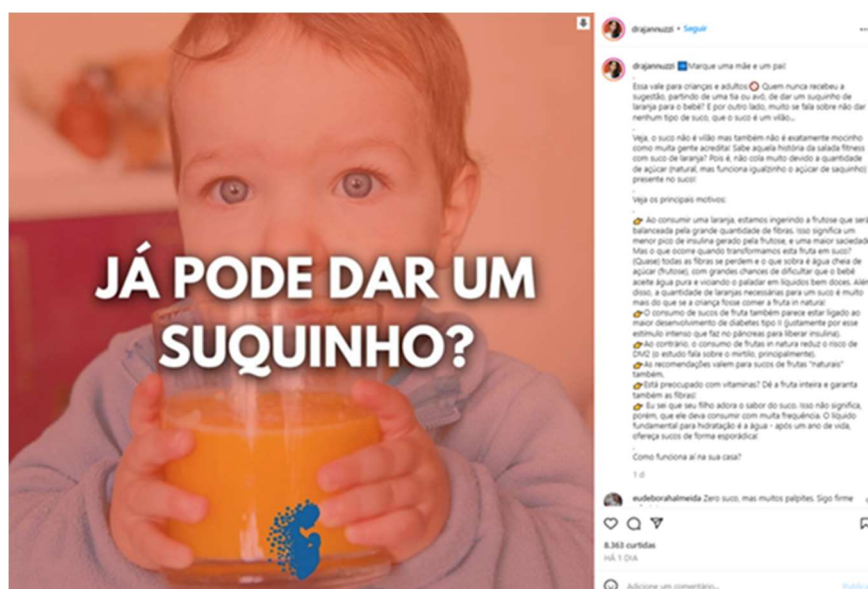
Fonte: *Instagram*

Para compreender a parte comercial deste perfil, foi feita a inscrição em um curso gratuito chamado “O Melhor Parto Possível”, de 3 aulas de 30 minutos cada. A partir dessa

inscrição, a equipe da Dra. Ana Junnuzzi passou a enviar e-mails divulgando novos vídeos no canal do *Youtube* da médica, além da divulgação de um curso pago sobre gestação, parto e puerpério. Esse curso tinha o custo de R\$ 997,00 e trabalhou inúmeras vezes com anúncios sobre a urgência de contratá-lo, pois as vagas costumam acabar rapidamente, reforçado pela divulgação que haveria um conteúdo extra gratuito incluso para aqueles que contratassem nas primeiras horas. Além disso, enviaram vídeos de alunas que participaram do curso com depoimentos favoráveis. Em resumo, parte do conteúdo disponibilizado de forma gratuita, nesse perfil do *Instagram*, serve de chamariz para um curso pago.

Ao observar a postagem “Já pode dar um suquinho?” (Figura 6) chama a atenção o tamanho da parte escrita, já que tem 326 palavras e 1.810 caracteres, ou seja, é uma postagem que apresenta um texto curto, utiliza o recurso da imagem para contextualizar o assunto da postagem e chamar a atenção dos usuários. A escrita busca apresentar uma linguagem técnica, própria da área da saúde, e explicar o porquê da orientação associado aos possíveis problemas de saúde, como neste trecho “O consumo de sucos de fruta também parece estar ligado ao maior desenvolvimento de diabetes tipo II (justamente por esse estímulo intenso que faz no pâncreas para liberar insulina).” Contudo, na explicação da preferência pela ingestão de frutas inteiras ao invés de sucos, em nenhum momento foi citada alguma pesquisa, artigo, livro ou autor.

**Figura 6** - Postagem do *Instagram* da @drajannuzzi

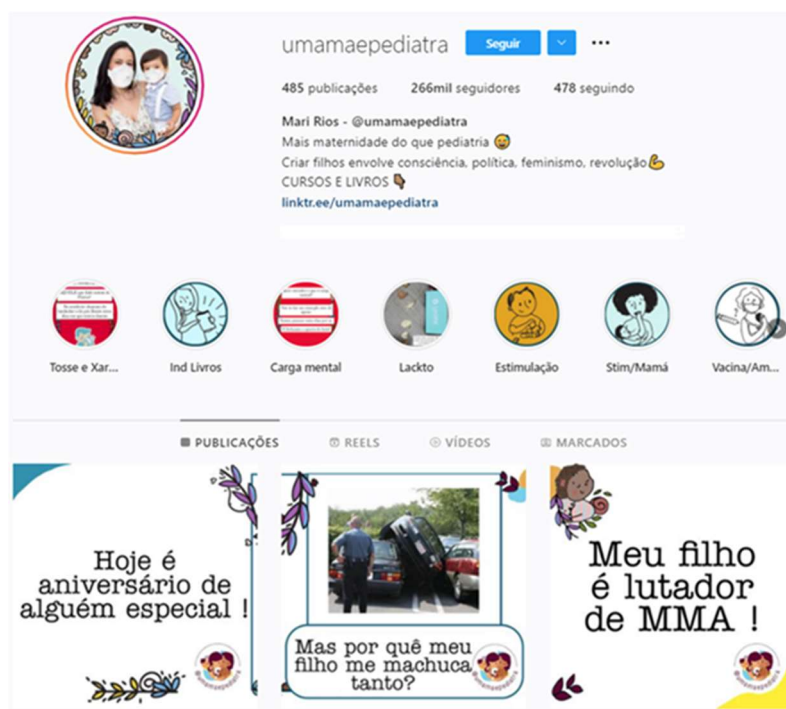


Fonte: *Instagram*

O perfil @umamaepediatra tem uma apresentação que foge um pouco da discussão restrita à saúde ao colocar “mais maternidade do que pediatria” e apresenta um tom político ao

colocar “Criar filhos envolve consciência, política, feminismo, revolução” (Figura 7). As postagens buscam dar informações que possam esclarecer dúvidas de mães. O link da sua descrição leva para uma página em que ela divulga seus livros, curso, agenda para teleconsulta, *link* para apoio via PIX, entre outros.

**Figura 7** - Perfil do *Instagram* da @umamaepediatra



Fonte: *Instagram*

A postagem “Mas por que meu filho me machuca tanto?” tinha 352 palavras e 2.152 caracteres (Figura 8). O texto apresenta alguns termos técnicos, ao mesmo tempo que usa da ironia com uso de *emoticons* e busca estabelecer um diálogo com as mães. Vide o trecho “Para que uma criança amadureça esta parte da psicomotricidade e consiga chegar numa melhor estruturação espaço temporal, ela vai demorar aproximadamente uns 8 anos 😊 😞. (isso mesmo minha senhora 🤪)”.

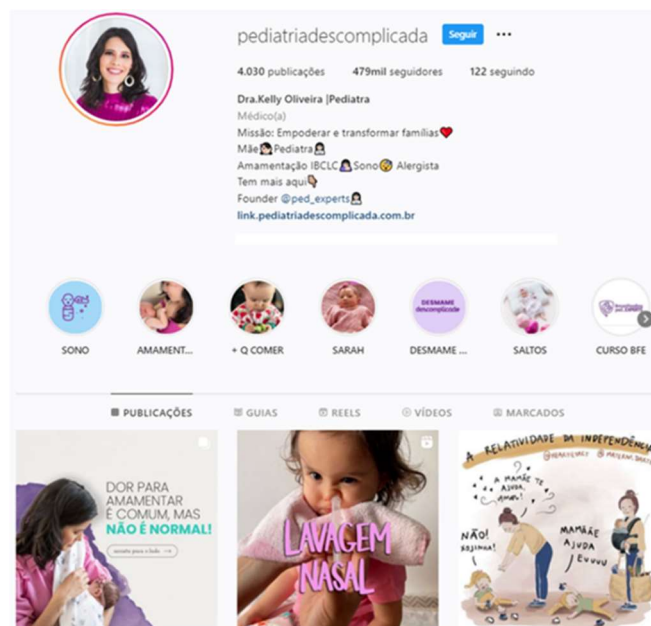
Figura 8 - Postagem do Instagram da @umamaepediatra



Fonte: Instagram

No perfil @pediatriadescomplicada, a autora se apresenta como mãe e médica (Figura 9). Suas postagens buscam dar informações que possam esclarecer dúvidas de mães. O link da sua descrição leva para uma página em que ela divulga seus livros, cursos e agenda para consultas.

Figura 9 - Perfil do Instagram da @pediatriadescomplicada



Fonte: Instagram

A postagem “Lavagem Nasal” tinha 211 palavras, 1.209 caracteres e trata-se de um vídeo explicando o procedimento para realizar uma lavagem nasal em uma criança (Figura 10). O vídeo demonstra como fazer o procedimento e o texto da postagem acaba reforçando o que se assiste no vídeo. Destaca-se que, diferente dos dois perfis anteriores, ao final da postagem há os dados da médica como CRM e RQE.

**Figura 10** - Postagem do *Instagram* da @pediatriadescomplicada



Fonte: *Instagram*

Em resumo, os três perfis acabam por divulgar conteúdo relacionado à maternidade que possam interessar às mães, seja com uma dica, curiosidade, uma informação médica ou a demonstração de um procedimento. Todos eles apresentam textos curtos com imagens ou vídeo. Dado o grande número de seguidores, são perfis que aproveitam esse espaço para divulgarem seus livros, cursos e contatos para agendar consultas. Analisando as últimas 9 postagens de cada um dos perfis, todas que trataram de temas sobre maternidade e dicas de cuidado com crianças, utilizaram uma linguagem técnica nas explicações, mas não realizaram citação de referências como artigo científico, livro ou autor, além de não apresentar as polêmicas, as divergências ou em qual linha se assenta suas afirmações.

Muitos perfis têm ganhado dinheiro dentro do *Instagram* produzindo conteúdo. Como observam Wong et al. (2019), o *Instagram* tem sido utilizado por empresas e indivíduos como uma ferramenta de marketing. A plataforma foi utilizada tanto pelos perfis de mães influencers (a exemplo, o perfil “Macetes de Mãe), quanto pelos perfis de profissionais (a exemplo, o perfil “@drajannuzzi”).

A maioria dos perfis, mesmo de profissionais da saúde, acabaram por revelar aspectos pessoais da maternidade. Satler e Carrijo (2021) identificaram que a performance no *Instagram* busca, muitas vezes, um equilíbrio entre admiração e fragilidade. Ao se apresentarem como pediatras e mães, houve uma busca de um balanço entre a construção de uma imagem admirável de pediatras, ao mesmo tempo que tentam revelar fragilidades pessoais que possam gerar identificação ao apresentarem suas experiências como mães. A mistura da vida pessoal com a profissional indica um imaginário contemporâneo a respeito do trabalhador criativo (COSTA, 2020).

Em relação à questão comercial, destaca-se a forma mercantilizada de se comunicar (SAAD, 2020) das influenciadoras digitais. Foi notório que o *Instagram* serviu de referência para informações sobre maternidade, mas também um espaço de divulgação para venderem cursos, atendimentos e livros. Pereira (2019) aponta que mães gestantes são influenciadas na hora de escolher produtos para a montagem do enxoval do bebê a partir do *Instagram*. Nesse sentido, Wong et al. (2019, p. 1331, tradução nossa) afirmam que quando está em jogo a fama e o incentivo financeiro haverá conflito de interesses, pois “os médicos nas mídias sociais estão em uma posição única para parecer mais confiáveis e honestos do que nas formas negócios tradicionais”, e os usuários que estiverem vulneráveis aos apelos comerciais, “poderão ser explorados involuntariamente se os médicos recomendarem marcas específicas de produtos ou estiverem comercializando sua própria marca”.

Além disso, a escolha das mães pode ser afetada pelos algoritmos, pois quanto mais elas indicarem seus interesses por maternidade no *Instagram*, maior a quantidade de dados que o algoritmo irá possuir para indicar novas postagens que atendam ao interesse tanto delas quanto da plataforma. Para Castro (2020), a agência dos usuários é confinada ao controle dos algoritmos das plataformas, num ciclo de vigilância em que todas as ações dos usuários são monitoradas e analisadas para ser exposto a novos conteúdos retomando o ciclo. O autor afirma que o controle via agência trata do quanto o usuário colabora voluntariamente para aperfeiçoar o controle ao qual se submete pelos algoritmos.



### 6.3 Maternidade e informações on-line

Nesta subseção, apresenta-se a discussão sobre a busca por informações pelas mães de primeira viagem, sendo esta uma das ações mais comuns desenvolvidas no ambiente on-line. A categoria “Informação” proveniente da codificação seletiva congrega as subcategorias “Mães Informadas”, “Maternidade Científica” e “Excesso de informação” provenientes da codificação axial.

Informação possui uma polissemia de significados, de acordo com Gracioso e Saldanha (2018, p. 346-350), o entendimento pode variar dependendo do ponto de partida. Nesse trabalho o foco será a discussão da informação no âmbito da tecnologia. Segundo Gracioso e Saldanha (2018), ao mesmo tempo que a tecnologia pode ampliar o acesso a informação na sociedade, a informação também pode ser um produto ficando sujeita aos mecanismos econômicos-corporativos que regem o controle de produção e acesso a tecnologia. Esses autores apontam também que a informação derivada das plataformas interativas virtuais é resultado de uma ação comunicativa construída e validada socialmente. Assim, os ambientes virtuais de aprendizagem potencializam os fluxos de informação, contudo não alteram sua natureza que é a de ser um produto socialmente construído.

Nos últimos anos, o debate sobre informação e tecnologia tem tido um aporte crítico, como o debate da vigilância (ZUBOFF, 2021), além de uma preocupação com os seus antagonismos: desinformação e infodemia, principalmente pelo impacto desses em eventos como as últimas eleições dos EUA (2016) e Brasil (2018) e a pandemia de COVID-19.

A informação relacionada à internet e à maternidade mostraram-se importantes nos estudos identificados na RSL. A busca por informações foi uma das atividades mais comuns no uso da internet pelas participantes da pesquisa, 75% delas realizaram essa atividade com frequência. A busca ocorreu prioritariamente no *Instagram* e no *Google*. Já a troca de informações foi mais comum no *WhatsApp* e o registro no Aplicativo *BabyCenter*. A fonte principal foram os perfis de profissionais da saúde.

Observa-se pelo recorte da RSL, que os estudos relacionados a essa temática também foram predominantemente da área da saúde, sendo possível destacar algumas características em comum como: a preferência e popularidade das fontes on-line; facilidade de acesso; rapidez; qualidade interativa (MORAHAN-MARTIN, 2004); facilitador para melhorar, manter e recuperar a saúde (FOX, 2000). Wang, Shi, Kong (2020) destacam que assim como a busca por informações de saúde on-line tem aumentado, as pesquisas acadêmicas também têm crescido, no entanto, ainda não há consenso sobre os preditores para a busca. Conforme pode ser

observado na RSL, apesar da diversidade de fatores contextuais investigados não foi possível generalizar os resultados.

Para Wong et al. (2019) o acesso a informações de saúde na internet proporciona a quebra com o modelo de medicina baseado na assimetria de conhecimento na relação médico-paciente. Nesse sentido, a internet permite que os indivíduos pesquisem sobre seus sintomas, seu diagnóstico ou seu tratamento. Para os autores (2019), redes sociais como o *Instagram* contribuem para a educação dos pacientes, pois permitem ver fotos e acessar informações de outros casos. Além disso, afirmam que a presença dos profissionais de saúde nessas redes pode contribuir para quebrar com mitos ou “tendências insalubres e inseguras” (WONG et al., 2019, p. 1331) que circulam pela rede. No entanto, de acordo com Song et al. (2012), outros estudos observam com pessimismo esse movimento e questionam o quanto a internet pode contribuir para a mudança nessa relação de poder médico paciente.

Esta subseção está dividida em três partes: a primeira: “Mães Informadas” aborda quais os motivos que levam às mães buscarem informações; a segunda: “Maternidade Científica” relaciona a busca por informações baseadas na ciência; e a terceira: “Excesso de Informação, Crenças e Confiança” discute como as mães têm lidado com tantas informações disponíveis na internet.

### 6.3.1 Mães informadas

A maioria das entrevistadas relataram o seu distanciamento do universo materno, seja pela falta de convivência com outras mães, pela temática da maternidade não fazer parte de suas interações, pela dinâmica do trabalho não permitir, pelo afastamento das discussões maternas dada a exaustão materna, ou mesmo dado ao adiamento da maternidade.

A entrevistada Helena relatou não ter experiência de cuidado com bebês antes do seu filho nascer, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Não tinha cuidado de nenhum bebê antes de ter a experiência com o meu filho.  
(Entrevista com Helena, 20.05.2021).

A entrevistada Vitoria relatou conhecer outras mulheres que eram mães, no entanto, ela não tinha vivência com essas mães e o universo materno era desconhecido para ela, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Então, na verdade tinha algumas amigas minhas que já tinham se tornado mãe na época, tenho várias amigas minhas, mas era uma coisa bem assim, aquele relacionamento que não era uma coisa tão próxima, óbvio, você via as crianças e tal, tinha ido visitar quando nasceu, mas é uma coisa muito assim, não tinha vivido

próximo a experiência porque eu acho que hoje que eu me vejo desse lado de cá eu percebo que é muito diferente, [...] (Entrevista com Vitoria 03.05.2021).

A entrevistada Maria também relatou a falta de vivência com outras mães. Para ela, em sua rotina anterior não era possível conciliar as demandas do trabalho com as de um filho, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Olha, eu não tinha noção nenhuma sobre o que era ser mãe, eu não tinha contato com mães. E até julho de 2019, eu não queria engravidar, porque eu trabalhava na área de eventos, trabalhava à noite, eu trabalhava das 5 da tarde às 3 e meia, 4 da manhã, então o meu horário era todo atravessado. Eu falava: “gente, não dá para eu ser mãe, não dá”, só que as coisas foram mudando [...] eu quero ser mãe”, [...]. Só que eu não tinha contato com ninguém que era mãe. Então assim, todas as minhas amigas engravidavam, eu falava: “boa sorte, eu volto quando seu bebê tiver seis meses”, e era o que eu fazia real, eu não tinha contato, eu nunca tinha segurado um recém-nascido, para você ter ideia. [...] (Entrevista com Maria, 11.05.2021).

Para a entrevistada Fernanda, a falta de convivência e interações com a temática da maternidade esteve relacionada com querer vivenciar outras coisas que não fosse relacionado ao tema, dado a exaustão materna, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Menina, você quer falar de outra coisa entendeu? Você não quer falar de criança, a pessoa passou a manhã com a criança e foi trabalhar à tarde e a gente falava de outra coisa. Falava de seriado, filme. [...] (Entrevista com Fernanda, 12.05.2021).

Já no caso de Eduarda, ela relatou não ter nenhuma amiga mãe, especialmente porque entre suas amigas não é comum ter filhos com a idade que ela teve, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

A maioria das minhas amigas não tem nem namorado ainda. Hoje em dia não é uma idade tão comum de ter filhos, as pessoas têm filhos um pouco mais velhas. Minha gravidez não foi planejada, apesar de muito querida. Eu nunca tinha tido contato com absolutamente nenhuma pessoa que tenha filhos ou que pretendesse ter filhos. As pessoas que eu conheço que tiveram filhos foi a minha mãe e a minha tia, que tiveram filhos há 30 anos [...] (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

Os trechos das entrevistas apresentados acima contextualizam qual era a relação das participantes da pesquisa com a maternidade antes de tornarem-se mães. Nesse sentido, para muitas delas a internet teve a função de oferecer um espaço para o contato inicial com informações sobre a maternidade, sendo o *Instagram* a principal plataforma utilizada para acessar essas informações.

Para mães como a entrevistada Eduarda, o *Instagram* é a fonte primária de informação e o local onde o conteúdo relacionado à maternidade é encontrado em abundância, conforme ilustrado no trecho transcrito da entrevista, a seguir:

Hoje a minha fonte primária para saber as coisas é o *Instagram*. [...]. O lugar que as pessoas exalam, entre aspas, o conteúdo mesmo, para mim, hoje, é o *Instagram*. [...]. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

O *Instagram* foi utilizado pelas mães como espaço tanto para obter informações iniciais sobre a temática quanto para assuntos que desconheciam. A entrevistada Beatriz relatou utilizar a rede para acessar informações de temas que ignorava, conforme ilustrado no trecho transcrito da entrevista, a seguir:

[...] Eu vou para buscar informação, porque tem alguns assuntos que a gente não conhece e como eles abordam esses assuntos no *Instagram*, você presta mais atenção [...]. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

Este contato inicial por meio de redes sociais, deu-se também de forma incidental. As mães entraram em contato com conteúdo que foram expostas em sua *timeline*, ou seja, o algoritmo da plataforma analisou o comportamento das usuárias na rede e indicou conteúdos que poderiam ser de seu interesse. O trecho a seguir, da entrevista com Beatriz, ilustra seu contato com conteúdo que não estava buscando ativamente:

Quando eu tinha curiosidade sobre um assunto, eu botava no Google e aparecia um vídeo, aí eu assistia. Às vezes você está passando o *feed* e passa alguma coisa que você acha interessante. Eu lembro, também, de vídeo no Pinterest, de estar olhando no Pinterest e ter um vídeo de como usar *sling*. Esse é um que eu salvei, até mandei para a minha irmã, que teve neném essa semana. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

A escolha desse ambiente, como abordado na categorização cultura digital, deu-se tanto por um comportamento incorporado à rotina das mães quanto pelas características da comunicação neste espaço. As postagens são curtas, a linguagem utilizada é simples e o conteúdo pode ser consumido rapidamente. Estes atributos estiveram presentes na fala de diversas participantes da pesquisa. Os principais códigos relacionados a essa comodidade a partir das respostas do questionário foram: fácil, instantâneo, prático, rápido, dinâmico, direto, simples, sucinto.

Para a entrevistada Sophia, essas qualidades estão ligadas ao seu uso diário do *Instagram*. Ela entende ser uma vantagem o conteúdo resumido, apresentado de acordo com as fases do desenvolvimento e o esforço dos produtores de conteúdo para fazer a transposição didática para os usuários, conforme pode ser observado no trecho da entrevista transcrito, a seguir:

[...] É isso, e o *Instagram* é os especialistas, eu sigo porque ele dá resumidinho o conteúdo, [...] é tipo um pacotinho de informação para cada idade e dá muito certo,

especialistas que tratam de, por exemplo, de psicomotricidade eles vão ter conteúdo para viver até seis meses com certeza porque é uma fase muito marcante para eles [...]

[...] um especialista que vai para o *Instagram* tem uma bagagem, mas para ele ser aceito pelo público, para a página dele ter engajamento, ele tem que pegar esse conhecimento, essa bagagem e transformar em um conteúdo que seja fácil de consumir, que seja acessível e que seja prazeroso também, então eu gosto disso, de consumir o conteúdo de alguém que tem uma bagagem, mas eu vi que teve o esforço ali de transformar em um conteúdo fácil de consumir, que é o que me ajuda. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

Para a entrevistada Cecília, o suporte visual fornecido pelos vídeos são um atrativo, pois são curtos e exemplificam como realizar determinadas atividades, conforme pode ser observado no trecho da entrevista transcrito, a seguir:

Nessas buscas sobre amamentação, sobre a consultoria, eu encontrei a Thaís Gesteira, que é uma das que eu listei no seu questionário, porque ela dá muitas dicas rápidas (de como fazer uma pinça - porque a pinça é importante para colocar na boca do neném -, o peito da forma correta, a massagem). Em pequenos vídeos, ela já passa a informação. [...]. (Entrevista com Cecília, 07.05.2021).

A entrevistada Alice compara o *Instagram* com outras plataformas e relata que nesta consegue encontrar o conteúdo mais rápido do que em outros espaços. Ela destaca que recursos na plataforma (*playlist*, destaques e *stories*) permite encontrar o conteúdo relacionado à temática que está procurando e que o consumo de todo o material disponível é rápido, conforme pode ser observado no trecho da entrevista transcrito, a seguir:

[...] O *Instagram* é uma coisa que eu consigo, em dez minutos, rodar os *stories* inteiros de um médico e, de modo geral, esses profissionais que eu sigo salvam muitas *playlists*. Às vezes eu tenho uma dúvida bem direta, eu consigo encontrar uma coisa específica. [...] como eles organizam os destaques, eu acho que eu consigo ser mais ágil nas buscas ali quando eu preciso. É por isso que eu prefiro. (Entrevista com Alice, 11.05.2021).

Já as entrevistadas Beatriz e Valentina comentaram que um dos motivos para o acesso de informações ser por meio do *Instagram* deu-se por não terem tempo para ficar pesquisando outros tipos de materiais, conforme pode ser observado nos trechos das entrevistas transcritos, a seguir:

[...] É mais *Instagram*, que é uma coisa rápida, às vezes você não tem tempo de ficar lendo ali, de ficar pesquisando muito a fundo. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

[...] eu não tenho esse tempo de estar pesquisando, detalhando e tudo, que nem essas profissionais, que elas pesquisam e deixam - seria mastigado -, facilitado. Elas deixam o conhecimento de forma fácil e acessível. Isso ajuda muito. Eu fico impressionada como contribui e ajuda na minha vivência e tudo. (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

As buscas ocorreram em momentos específicos de acordo com as fases e necessidades da mãe e ou do bebê. Os temas mais recorrentes foram amamentação, sono e alimentação. As pesquisas ocorreram principalmente durante a gestação, como uma forma de entrarem em contato com as temáticas desse universo desconhecido por elas. Já as buscas por informação após o nascimento do bebê se deram como uma forma de prepararem-se para as novas fases.

A entrevistada Luiza relatou que suas buscas foram orientadas de acordo com as fases que estava vivenciando. No período da entrevista, sua filha estava começando a comer, então suas buscas foram relacionadas à introdução alimentar, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Exatamente. Você procura uma coisa, aí você vai procurar sobre parto, aí você vê que tem que procurar sobre o pós-parto, sobre a recuperação, sobre qualquer coisa que podia sair do controle também. Eu acho que é isso. Na época da gravidez eu pesquisava sobre isso. Agora, nesse momento, que a Juliana está começando a comer, tem sido muito sobre introdução alimentar. (Entrevista com Luiza, 19.05.2021).

Já a entrevistada Valentina relatou acessar informações a fim de ofertar os estímulos “adequados” para cada fase do desenvolvimento de seu filho, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] O que pode estimular ou não cada fase, cada mês do bebê. Entendeu? Por exemplo, quatro meses, quais são os brinquedos, o que o bebê de quatro meses precisa [...]. (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

Nota-se pelas falas das mães que as buscas são uma forma de preparar-se, mas também entrar em contato com o que é esperado, o padrão, o que é enquadrado como normativo dentro do contexto que virá a ser vivenciado. Assim, além de contato inicial com as temáticas desconhecidas, elas acessam as ideias normativas. Porém, tudo que estiver fora desse padrão poderá causar angústia e preocupação para as mães, levando-as para novas buscas.

Essas situações que fugiram do estabelecido como padrão foram os motivadores de busca por informações de muitas das participantes da pesquisa. A entrevistada Manuela relata que teve diabetes gestacional, que é uma intercorrência que pode ocorrer durante a gestação. Ela relatou que devido a esse diagnóstico, buscou mais informações, principalmente pela preocupação dos possíveis impactos no desenvolvimento da filha, a qual foi enquadrada com um tamanho menor que o esperado para o período de desenvolvimento dela, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] quando aconteceu alguns eventos com a Antônia, eu tive diabetes gestacional, a Antônia estava um bebê muito pequeno para o período dela, então isso estava preocupando bastante acabei ficando de licença um tempo por conta disso ainda

durante a gestação e quando acontece essas coisas que não são muito esperadas que você fica um pouco mais preocupada aí faz você buscar um pouco mais de informação na rede social, seja através de sites de outros tem muitas clínicas de ginecologia que fazem educação não sei como fala, mas tem alguns artigos publicados, você sabe que são de fontes confiáveis, de médicos que se formaram em boas faculdades e aí dá para buscar através dali. (Entrevista com Manuela, 08.05.2021).

Ainda que aqui tenha sido destacado o exemplo de busca de informações dado a situação inesperada que gerou preocupação na entrevistada, nota-se que o comportamento mais comum entre as participantes da pesquisa, diante das situações que fugiram do esperado, foi procurar grupos de apoio social. Este aspecto será mais bem discutido na seção apoio social.

Destaca-se que ainda que o foco nesta subseção tenha sido as fontes on-line de informação, não significa que essas fontes foram as únicas entre as participantes da pesquisa. Para algumas delas, as fontes tradicionais (livros, médicos e outras mães) foram mais relevantes. A entrevistada Heloísa recorreu aos livros e médicos durante o período da gestação, e depois do nascimento do bebê, sua fonte tornou-se outras mulheres que também tinham filhos, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] então a fonte primária mesmo é uma fonte tradicional eu li livros a respeito do pré-natal, enfim primeiro ano de vida do bebê e eu também troquei muita ideia com pediatras, com o obstetra, então a minha rede foi mais tradicional assim e aí depois que o bebê nasce a gente acaba se contatando com outras mães, minha relação com mais mães foi realmente depois que eu tive o Arthur e aí essa rede se amplia para ser uma rede mais real, não é a rede de fonte profissional, mas de experiência de outras mães no meio familiar, com alguns cuidados com crianças enfim, então a fonte bem importante a rede familiar e também a convivência na comunidade onde eu moro tem muita criança, então tem muitas mães e tal e basicamente isso, [...]. (Entrevista com Heloísa, 03.05.2021).

Caso similar foi da entrevistada Manuela, que também teve como fonte principal de informação a sua médica, que era integrante do seu círculo familiar; e sua irmã, que também tinha filhos pequenos, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] o processo de busca de informação para maternidade, porque a minha irmã é muito próxima e ela já me deu várias dicas, muitos materiais ela já estava com dois filhos, o segundo estava com seis meses de diferença dela, então foi muito mais tranquilo, além disso acabou que a minha ginecologista que acompanhou todo o processo de gestação [...] também compartilhou muita informação médica [...] acabei pegando muita informação delas mesmas, das minhas referências, de quem passou pelo processo recente e que estava disponível facinho para mim, eram pessoas próximas. (Entrevista com Manuela, 08.05.2021).

Em suma, o *Instagram* foi indicado como plataforma principal para acessar as informações, essas buscas são uma forma de ter contato inicial com a temática. As buscas intencionais são orientadas pelas fases que a mãe e ou bebê estão vivenciando, ou como uma forma de se preparar para o que irão vivenciar. O acesso a informações também se deu de forma

incidental. As que foram acessadas pelas mães dizem respeito à maternidade normativa, sendo o que é enquadrado fora do padrão gera novas buscas, além de despertar sentimentos como preocupação.

A escolha pela internet como fonte de informação se deu por ser um recurso tecnológico que está incorporado ao cotidiano das mães, em que elas conseguem informação rápida, em uma linguagem simples. Os recursos visuais utilizados no *Instagram* ajudam as mães a compreenderem como funcionam determinados processos. Os mecanismos de busca da plataforma as ajudam a encontrarem as informações com facilidade. Elas optam por este formato por não ter tempo para ler conteúdos maiores ou mais densos. Como abordado na seção “Cultura Digital”, parte deste comportamento está relacionado à conveniência dos recursos digitais, e como apontado pelos estudos da RSL e outros autores (PLANTIN; DANEBACK, 2009; MORAHAN-MARTIN, 2004; FOX, 2000), a busca por informações de saúde on-line é um comportamento cada vez mais comum entre os usuários da internet, especialmente entre o público feminino (CGI.br., 2021). Destaca-se que as fontes on-line não foram as únicas preferidas pelas mães, algumas participantes tiveram preferência por acessar as fontes tradicionais de informação.

Muitas das participantes relataram não ter conhecimento prévio sobre a maternidade, que na contemporaneidade deixou de ser um destino inescapável das mulheres (SCAVONE, 2001; BADINTER, 1985) e passou a ser mais uma escolha do que uma imposição. Assim, como abordado na seção “Perfil”, grande parte das participantes realizavam trabalho remunerado, e um número considerável delas tinha ensino superior. Nesse sentido, seus interesses estavam ligados às outras dimensões de seus papéis sociais como: trabalho, estudos, dentre outros.

Observa-se que, para a maioria das participantes, a maternidade só passa a ser tema de interesse quando passam a vivenciar essa realidade. As entrevistadas tinham em seus círculos sociais outras mulheres mães, mas a temática maternidade não fazia parte de suas interações.

Outra questão que também contribuiu para o distanciamento das participantes de questões relativas à maternidade foi o distanciamento geográfico da rede de apoio tradicional, dada a mobilidade geográfica. Das 16 entrevistadas, 5 estavam distantes de sua rede de apoio (mães e sogras). Para Arteiro (2017), atualmente as mulheres estão cada vez mais distanciadas de uma transmissão de conhecimentos das gerações anteriores para as gerações atuais.

Nesse sentido, observa-se novas configurações de transmissão de conhecimentos, os especialistas e a mídia – tradicional e digital – tem ocupado este espaço como meios para o aprendizado (TOMAZ, 2015). Nota-se, na fala das mães, que suas buscas por informação também se deram sob a lógica das ideologias maternas: intensiva e boa mãe, que impõe às



mulheres a necessidade de adquirir conhecimentos detalhados do que os especialistas consideram adequado para o desenvolvimento infantil (HAYS, 1996). As mães se mostraram preocupadas em estar munidas de informações tanto para se prepararem para as novas fases de desenvolvimento dos bebês como estarem informadas para realizarem as melhores escolhas. Nesse contexto, não estar devidamente informadas e atualizadas para realizar as melhores escolhas colocam as mães sob o risco de serem enquadradas como más mães. Como afirma Song et al. (2012), esse comportamento, após ser internalizado pelas mães, tornam “naturais” o que é culturalmente construído.

As mães, ao acessarem as informações na internet, entram em contato com o que está estabelecido como normativo. A maior parte do conteúdo disponíveis no *Instagram* dialoga com o público específico de mães brancas, classe média, intelectualizadas e digitalmente competentes, pois, como destacado por Pires (2021) a blogosfera brasileira é branca e o conteúdo digital disponível dialoga com uma pequena parcela da população. Destaca-se que esse público historicamente foi destinatário de materiais informativos como manuais de puericultura, revistas, panfletos dentre outros.

Ademais, esse acesso ao padrão normativo coloca as mães em um estado de constante vigilância (SONG et al., 2012), monitorando todas as situações, observando quais os riscos para cada estágio, realizando registros para as próximas consultas médicas, dentre outras ações. As mães, ao mesmo tempo que podem empoderar-se com as informações e tensionar o lugar de poder na relação médico-paciente, são chamadas a responsabilizarem-se pelo gerenciamento de quais são as decisões corretas que devem realizar, quais os produtos devem adquirir e quais são as informações corretas a serem seguidas (SEIGEL, 2006 *apud* SONG et al. 2012). Nesse sentido, Song et al. (2012, p. 785, tradução nossa) afirmam:

assim como a internet permite que as mulheres se eduquem sobre seus cuidados de saúde, ela também funciona para institucionalizar um novo conjunto de expectativas e padrões de competência aos quais as mulheres devem aderir para serem consideradas pacientes informadas e, ao mesmo tempo, mães capazes.

Essas demandas impostas para as mães informadas restringem novamente o público, pois apenas uma pequena parcela da população tem condições de atender a essa configuração que continua demandando recursos econômicos, redes sociais e conhecimento cultural tanto para obter acesso quanto para agir sob essa ampla gama de escolhas (SONG et al., 2012; PLUTZER; KEIRSE, 2012; GUENDELMAN et al., 2017; WALKER et al., 2017).

Outro aspecto relacionado à busca por informações em plataformas que possuem interesses comerciais, como discutido anteriormente, é que sempre haverá conflitos de interesse

(WONG et al., 2019), pois o interesse final do produtor de conteúdo digital é o lucro ou fama, e isso, em alguns momentos, pode ser confrontado com as reais necessidades das mães, pressionando-as para escolhas ou aquisições sob a pena de serem enquadradas como más-mães.

### 6.3.2 Maternidade científica

Nesta subseção, discute-se que para além do paradigma da mãe informada, fez-se presente na pesquisa o modelo de maternidade baseado nos especialistas, em especial, da área da saúde.

As mães participantes da pesquisa informaram que o *Instagram* é a plataforma mais utilizada, que por meio desse ambiente acessam informações sobre a maternidade, principalmente pelos perfis de profissionais da área da saúde. Retomando brevemente os dados dos questionários - dos 58 perfis do *Instagram* citados: 86% eram de profissionais. Nas entrevistas, as mães mencionaram 23 especialistas (alergista, consultora de amamentação, consultora de *sling*, consultora de sono, dermatologista, doula, educadora parental, educadora perinatal, enfermeira, enfermeira obstetra, fisioterapeuta, fonoaudióloga, ginecologista, nefro pediatra, neurocientista, nutricionista, obstetra, odontopediatra, ortodontista, osteopata, pediatra, psicóloga, psicopedagoga), e desses, 17 eram da área da saúde.

Nota-se a preferência das mães em utilizar, como fonte de informações, mais os perfis de profissionais do que de mães, independentemente de a fonte ser on-line ou off-line.

A entrevistada Fernanda é uma das participantes que tem preferência pelos profissionais da área da saúde - médicos off-line –como fonte de informação off-line. O trecho da entrevista a seguir ilustra o porquê ela elegeu esse canal como sua fonte de informação e aconselhamento. Para ela, a prática materna é envolta por muitos boatos, por isso ela escolheu seguir as instruções do seu médico.

[...] E eu acredito super na ciência, o que meu ginecologista falava eu fazia, porque nessa coisa de ser mãe e em muitos outros aspectos da medicina, tem muito boatos e você fica doido; então o que ele falar para eu fazer, eu fiz. [...]. (Entrevista com Fernanda, 12.05.2021).

Já a entrevistada Eduarda tem os médicos on-line como fonte principal de informação, sua escolha pelos perfis de profissionais da saúde deu-se porque, de acordo com ela, eles compartilham informações com respaldo, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Quando eu digo "médico", é profissional de saúde (médico, fisioterapeuta, psicólogo, nutricionista). Engraçado, médico não é o que mais tem, tem muito fisioterapeuta (acho que porque talvez tenham mais tempo de produzir conteúdo). Normalmente, eles têm uma opinião mais respaldada [...]. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

Uma das principais justificativas das participantes da pesquisa para utilizar os perfis de profissionais como sua fonte principal de informação deve-se ao fato de o conteúdo ter respaldo científico, e este quesito também foi listado nas respostas do questionário como um dos critérios para confiabilidade da informação.

Com as entrevistas foi possível compreender melhor o que as participantes associaram à cientificidade das informações compartilhadas pelos perfis acessados no *Instagram*. A entrevistada Alice relatou que influenciada por sua profissão – pesquisadora/professora universitária – tem interesse em perfis de profissionais no *Instagram* que fazem referência a artigos científicos e que apresentam explicações dos processos envolvidos, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Tem um que eu até acho graça, porque eles são nefro pediatras. O Gabriel, graças a Deus, não tem problema nenhum, mas eles são tão detalhistas nas explicações de várias outras coisas que eu acabo seguindo, mesmo 80% do perfil deles sendo específico para doenças nefro, as outras questões, a gente que é dessa vibe pesquisadora que não sai da gente, esse perfil do nefro usa muito embasamento de artigos. Os outros dois perfis de pediatras que eu sigo também usam muito embasamento científico, então trazem muito artigos. Sair em tal revista uma notícia assim. Eles discutem muito isso e aí, no meu perfil levemente nerd, agrada, além de informações aleatórias, só comerciais, que a gente vê muito também. [...] Eu acho que esses quatro perfis que eu sigo têm muito essa coisa científica. (Entrevista com Alice, 11.05.2021).

A entrevistada Vitoria também relaciona o interesse por artigos científicos dada a sua formação acadêmica - Doutora em Fisiopatologia Médica – e relata ter lido sobre diversas temáticas durante a gestação, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Foi um pouco disso tudo na verdade, porque a internet, claro, que ajuda, hoje em dia está aqui na palma da nossa mão literalmente então eu comecei a buscar bastante coisa, como eu sou da área eu até cheguei a procurar mesmo coisas relacionadas, pessoas que falavam sobre isso academicamente, cheguei a ler alguns artigos, eu até li artigo sobre vacinação, li artigo sobre tudo quanto é assunto relacionado, de amamentação, eu li sobre isso, tipo usar chupeta, mamadeira, amamentar no peito [...]. (Entrevista com Vitoria 03.05.2021)

A entrevistada Lorena igualmente relata ser importante as explicações teóricas postadas pelo perfil da médica e mãe que ela segue, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] ela tem textos ótimos sobre questões técnicas de leite, amamentação, processos fisiológicos de um bebê e isso para mim é muito importante; entender por que você pode fazer uma livre demanda de amamentação de leite materno inclusive na introdução alimentar, porque tem um monte de profissionais que defendem que não pode porque implica na absorção de ferro, o texto dela foi ótimo para mim nesse sentido. Seu leite é específico não é só de espécie e ele tem beta caseína que ajuda na absorção de ferro que ao contrário do que todo mundo fala do leite, do que seria o leite de vaca, por exemplo, são essas informações que são muito técnicas, mas que tranquilizam. Mas ela praticamente não compartilha nada da maternidade dela, não

que eu tenha visto, eu sinto que ser pai, ser mãe facilita a forma de passar informação, elas ficam mais compreensíveis, mas a informação técnica é importante ser baseada em evidências para mim; ter uma teorização. (Entrevista com Lorena, 19.05.2021).

Já Eduarda relata que esse tipo de fonte de informação é utilizado pelo marido, e que ela recorre a ele esporadicamente quando sua rede de apoio apresenta opiniões divergentes sobre determinado assunto e ela fica na dúvida a respeito de como proceder. Nesses casos, ela checa o que os estudos científicos afirmam sobre aquilo. No caso dela, as buscas são realizadas por meio do buscador do Google, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] É uma coisa que não é comum, não é comum mesmo, mas é uma coisa que o meu marido faz muito, então eu acabo fazendo um pouco, eu tendo a olhar muito estudo científico também, mas é quase que subsidiário, não é o principal, é só para confirmar uma coisa que, para mim, parece óbvio e eu estou vendo as pessoas falarem uma coisa. Eu falo: "espera aí, então deixa eu ver alguma base mais definida do que seria, entre aspas, mais certo ou não".

[...] Normalmente, eu busco quando tem alguma coisa muito divergente. Se é alguma coisa que está todo mundo mais ou menos na mesma ideia, não é algo que eu vá procurar. Quando tem alguma coisa que é muito divergente, por exemplo quando eu escolhi dar alguma comida, ainda que não seja refeição, mas alguma coisa antes dos seis meses, o padrão é: "não pode" e aquilo não fazia sentido para mim, então eu fui procurar. Eu procurei no Google mesmo e nos arquivos do Google que têm os artigos científicos. Eu procuro normalmente em português, mas quando não dá, eu vou para o inglês. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

Para a entrevistada Valentina, a busca por informações respaldadas em estudos científicos é uma forma de fazer o melhor para o seu filho, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Então, eu sempre tenho essa preocupação de ser científico e tudo mais, não olhar qualquer coisa. Ainda mais que se trata de uma vida, a vida do meu filho e tal. É por mais nessa linha. O que a ciência traz de bom e como mãe tentar aplicar [...]. (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

Ademais, as mães, de uma forma geral, se mostram preocupadas em estarem atualizadas com os conhecimentos e práticas mais recentes. Os profissionais buscam informar as mães de que muitas práticas realizadas pelas gerações anteriores eram equivocadas ou não tinham respaldo científico suficiente para apoiá-las. Nesse sentido, muitas das participantes mostraram interesse em seguir as orientações provenientes de profissionais ou “científicas”, dado que as informações vindas de sua rede tradicional de apoio não eram condizentes com as práticas atuais.

A entrevistada Valentina comenta sobre duas informações que recebeu de sua rede de apoio, as quais são refutadas pelas informações atuais. A primeira delas é relacionada a deixar o bebê chorar para aprender a dormir sozinho, e que de acordo com as informações científicas

recebidas, essa prática está desatualizada. E a outra situação refere-se à oferta de água para o bebê antes dos seis meses de idade, que também está em desacordo com as orientações mais recentes sobre a amamentação, que deve ser preferencialmente exclusiva até os seis meses de idade, conforme pode ser observado nos trechos a seguir:

[...] é mais coisas baseadas mesmo em pesquisa. [...], por exemplo, quando eu estava pesquisando sobre o sono do bebê e tudo mais, tinha gente que falava: “tem que deixar o bebê chorando”; isso já no conhecimento científico, não se fala mais nisso, sabe? É bem ultrapassado. E inclusive tem até dados que deixa o bebê irritado, afasta ele do sono. Até ele entender que ele tem que dormir sozinho, entendeu? Então por isso que você tem que pesquisar mesmo. Ver, correr atrás. Ver se tem pesquisa e não aceitar qualquer fato, qualquer situação. (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

Não é qualquer coisa que as pessoas falam que eu acredito. Uma coisa, vou te dar um exemplo. Por exemplo, o meu bebê estava com diarreia, eu comentei. Teve uma mãe, mãe e amiga, que falou: “às vezes é bom dar um pouquinho de água”; só que a gente já sabe que não pode. Até os seis meses é o leite materno exclusivo. E em casos, exceções que a mãe não consegue amamentar, tem o uso da fórmula. Mas água não. Então tem isso. Então, eu sou bem bitolada. (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

O que se observou entre as mães foi o interesse nas explicações e no acesso a informações técnicas, que as ajudavam a compreender o processo que estavam vivenciando, ou que poderiam vivenciar. A entrevistada Sophia relatou que recebeu uma orientação da pediatra de sua filha sobre introdução alimentar – oferta de suco – algo que ela não considerava adequado e que a partir das explicações dadas em um curso por um perfil de profissional que seguia, ela sentiu-se segura para não seguir as orientações da pediatra, principalmente pela explicação respaldar o que ela gostaria de fazer, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] assim, a introdução alimentar eu evito dar líquido na refeição para a minha bebê e a pediatra dela indicou dar suco, 50ml no café da manhã, mas eu não quero também porque eu era muito viciada em suco e eu não queria acostumar a minha filha a tomar. E um outro pediatra que eu fiz um curso com ele de introdução alimentar, que foi o primeiro, ele já falou que não é bom dá líquido porque atrapalha na digestão, na hora que o suco gástrico vai lá e dilui com o líquido, então ele recomenda da líquido 30 minutos antes ou 30 minutos depois e essa pediatra fala "você já pode começar a dá um suquinho, 50 ml", ai essa informação eu não aceitei e não apliquei porque o outro pediatra que não é o que faz a introdução alimentar, não é o que acompanha, mas eu gosto muito das coisas que ele informa, eu gostei mais da explicação dele, do porque não dá e porque o da pediatra poder dar apesar de confiar muito nela. Eu sei que eu desse não causaria nenhum prejuízo para minha filha, não ia morrer por conta disso, mas eu acho que é mais saudável e achei que foi uma informação mais apurada que o outro pediatra deu, aí eu não dei suco para ela. É um exemplo muito pequeno assim, mas eu não aceito tudo 100%, se eu tenho alguma outra informação que prova, que mostra que daquela outra forma é melhor, é mais saudável, eu sigo a que eu acredito mais. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

A explicação nem sempre está ligada a contraposição de um outro conhecimento, ou algo que respalde e dê segurança para fazer algo diferente do indicado pelo profissional que é

a autoridade de conhecimento, em alguns casos trata-se apenas de uma explicação para um fato desconhecido e que não traz mudança para a ação praticada. A entrevistada Laura relatou que não sabia sobre saltos do desenvolvimento e os picos de crescimento, e que ao conhecer a explicação, isso não alterou sua prática de cuidado com o bebê, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Inclusive, essa informação eu lembro de ter pegado no *Instagram*, quando eu entro no *Instagram* e eu lembro de ter uma explicação de cada um dos períodos em que isso acontecia. Eu falei: nossa, gente, é sério esse negócio de salto? Então preciso ficar atenta. Se o Miguel já passou pelo de dois meses, porque, teoricamente, ele já deveria ter passado, eu não senti. Se foi, foi bem tranquilo. Outra coisa que acontece é que geralmente esses saltos, isso é uma observação que eu fiz, acontecem junto com as vacinas. Não dá para saber se é reação da vacina, não dá para saber. Eu lido com meu filho. Se ele está chorando, pego no colo. Não faço nada diferente disso. Apesar de ter o conhecimento disso, não é uma coisa que eu vou lidando com isso. Não sei explicar direito, mas eu não estou denominando essas coisas, estou apenas lidando com a forma como ele está se comportando, independente se isso é salto ou reação da vacina, o que quer que seja, eu estou cuidando dele. (Entrevista com Laura, 14.05.2021).

Estar imerso na cultura de mães informadas, que buscam compreender os processos envolvidos na maternidade, faz com que elas abandonem os profissionais que não forneçam explicações ou que apenas apresentem afirmações taxativas que não permitam às mães compreenderem os processos que elas ou os bebês estão vivenciando, mesmo que essas orientações sejam apresentadas sob argumentos de autoridade de conhecimento na área. A entrevistada Lorena relata sua experiência com uma pediatra que informou que seu bebê deveria fazer suplementação de vitamina e a explicação fornecida a ela foi apenas que se tratava de um protocolo de conduta orientada pela Sociedade Brasileira de Pediatria. A opção de Lorena foi de não seguir as instruções da pediatra, apenas quando uma outra pediatra explicou o porquê daquela conduta, ela concordou com as orientações dadas, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] ele teve uma alteração no teste do pezinho, a gente começou a fazer acompanhamento no hospital de apoio e por conta dessa alteração procuramos um pediatra no segundo mês, eu acho que a consulta foi marcada no terceiro mês em uma clínica que é só pediátrica, a gente chegou na clínica e a pediatra falou assim: “Vou receitar o ferro e a vitamina D” uma consulta bem tranquila, normal e eu perguntei: “Por quê? Já vai suplementar?” e ela disse: “Porque é protocolo” e isso me incomodou muito, tanto a mim quanto ao meu companheiro. E eu disse: “Mas protocolo?” e ela disse: “É, a Sociedade Brasileira de Pediatria” e na outra semana tivemos a consulta de CID dele a enfermeira falou: “Depende Lorena, depende pela cartilha é isso” e eu falei: “Não vou dar, ela não me passou nenhuma explicação, não individualizou a conduta dela” e a gente seguiu. Quando ele fez acho que cinco meses eu decidi procurar um outro pediatra [...] encontrei uma pediatra maravilhosa e ela falou assim: “Vocês já começaram a suplementar?” e eu falei: “Não, porque a outra pediatra não me individualizou a conduta e eu decidi não seguir”, ela me perguntou: “Você teve algum processo de, como diz, baixa ferritina na gravidez? Processo anêmico? Baixa de ferro?” e eu disse que tive e ela foi me explicar a lógica do porquê de suplementar

e que eu deveria ter desde o terceiro mês suplementado o ferro do meu filho, ali aquela conduta foi individualizada e fez todo sentido para mim e não virou e disse que era um protocolo, quando ela falou aquilo, aquela informação sedimentou e fez todo sentido na minha cabeça e disse: “Ok, saindo daqui vou na farmácia e mandar manipular e a gente vai dar” desde de então a gente tem dado, porque assim, tudo tem uma explicação [...]. (Entrevista com Lorena, 19.05.2021).

O critério da “cientificidade” é estendido para os perfis mães, influenciadoras digitais, que não são profissionais da saúde. Nas entrevistas, as participantes relataram acessar o perfil de mães, influenciadoras digitais, para acessar experiências, exemplos de como fazer ou conduzir determinadas situações, que estivessem baseadas em alguma perspectiva alinhada com os profissionais que já seguiam.

A entrevistada Alice relatou seguir dois perfis de mães, um deles era de uma mãe que compartilhava suas práticas de educação dos filhos e que eram calcadas em teorias que constam em livros “clássicos”. O outro perfil que seguia era de uma mãe que compartilhava receitas, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Eu, por exemplo, tenho seguido um perfil. É claro que hoje ela comercializa o curso, mas ela é mãe de quatro crianças, cinco agora. Ela tem uma questão da vivência, mas ela não é profissional, não é médica, não é psicóloga, mas ela trabalha muito embasada em alguns livros clássicos, em algumas coisas bem tradicionais, mas ela não é profissional da área. São vivências. Deve ser só ela. Eu também não tenho esse tempo todo, então eu até sigo alguns, mas que eu presto atenção é ela, que é sobre educação produtiva, mas ela não é profissional, pedagoga, psicóloga, ela é fisioterapeuta. Não tem muito a ver. Aliás, como diz ela, é de formação, porque hoje em dia ela é mãe e consultora de sono.

[...] Tem um perfil que nem era nutricionista, ela é mãe de um menino de dois anos e passa muitas receitinhas bacanas. Algumas eu acho que é um exagero, não faço, algumas ela acrescenta alguns legumes e nutricionalmente eu acho bacana e aí eu sigo, as texturas são boas, que é um perfil nutricional. [...]. (Entrevista com Alice, 11.05.2021).

No caso da entrevistada Vitoria, ela relatou seguir o perfil de algumas mães para obter referências de perfis de profissionais, principalmente de áreas que ela tem pouco conhecimento, como educação. Assim, para ela, mais do que a experiência de outra mãe ou o como ela faz, o que importa é qual é a referência científica utilizada pela mãe influenciadora, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] eu comecei a ver isso na época que comecei a ver umas mães, na verdade essas mães blogueiras que tem sido a ponte para eu chegar em alguns profissionais que falam sobre a educação porque eu sou da área da saúde, mas pensando nesse aspecto de educação é uma coisa completamente nova para mim, ou mesmo introdução alimentar [...] quando eu comecei a seguir as mães, como elas falam bastante no meio de toda essa história de dia a dia, de rotina com criança, tem outras pessoas que elas começavam a citar eu comecei a ver, fui buscar o trabalho através dela e fui ficando, comecei a seguir essas pessoas que também bateram aqui com a minha ideia de educação [...]. (Entrevista com Vitoria, 03.05.2021).

Assim, ainda que as mães acessem perfis de outras mães, influenciadoras digitais, que também podem ser enquadradas como especialistas em algum assunto ou temática dada sua experiência e estudos, mas que não trazem em seu perfil a formação acadêmica, são enquadradas em outro nível de confiança e importância em relação à fonte de informações.

Nota-se que apesar de estar presente na fala das mães o respaldo científico, o comportamento não é de busca de fontes científicas de fato, como, por exemplo, ler um artigo científico. Retomando os dados do questionário, as mães informaram que este comportamento é pouco recorrente, 39% delas informaram ler artigos científicos às vezes. Ademais, não é recorrente nas publicações dos produtores de conteúdo digital referências a estudos científicos, nem quais são os debates ou polêmicas que envolvem a temática abordada na publicação. Muitas vezes, trata-se de uma contraposição a práticas disseminadas pelas gerações passadas, a exemplo do post “Já pode dar um suquinho” analisado na seção “Influenciadores Digitais” com indicações, orientações “atualizadas” sobre determinada prática social do que alguma transposição didática ou tradução de algum estudo científico.

Ler artigos científicos demanda que os indivíduos dispendam uma quantidade maior de tempo, além de outras características relacionadas à linguagem e à comunicação acadêmica que nem sempre é acessível ao público leigo. Mesmo os perfis que atuam como divulgadores científicos não conseguem realizar a tradução ou transposição didática pelo *Instagram*, o que é possível realizar pela plataforma é divulgar o trabalho ou chamar o público para algum outro espaço onde os usuários terão que dispender uma quantidade maior de tempo para acompanhar tal conteúdo. Além disso, como relatado por muitas mães, elas não dispõem de tempo livre para ler, por exemplo, um artigo científico.

Em síntese, os profissionais da área da saúde são as principais fontes de informação das mães. No ambiente on-line, a principal plataforma utilizada é o *Instagram*, onde elas seguem os perfis de profissionais. Entre as justificativas utilizadas para a preferência por esses atores sociais estão: a maternidade é permeada por mitos e boatos, e os profissionais podem fornecer uma informação com respaldo científico. O interesse no científico, para algumas mães, liga-se à sua profissão ou formação acadêmica; valorização das explicações teóricas; como forma de se posicionar diante de situações com opiniões divergentes; buscar o que há de melhor para o filho; acessar informações atualizadas.

As mães estão interessadas em compreender os processos e ter respaldo para as suas decisões. As explicações nem sempre vão representar mudanças nas ações praticadas. Aquelas que não estão de acordo com as crenças das mães são desacreditadas, mesmo se quem fornece tiver as credenciais tradicionais de autoridade.



Apesar do interesse em informações científicas, poucas são as mães que acessam esse tipo de material e os produtores de conteúdo trazem poucas referências aos estudos acadêmicos, muitas de suas publicações são em contraposição a práticas disseminadas pelas gerações anteriores. Ademais, as mães se interessam pelas características de comunicação da plataforma que privilegia a publicação de conteúdo com linguagem simples, curta, direta e imediatista.

Plutzer e Keirse (2012) afirmam que após o nascimento do bebê, as mães preferem os profissionais de saúde como fonte de informações do que outras fontes como outras mães, amigos, parentes e internet. Para esses autores, a preferência por profissionais deve-se, principalmente, pelas características desse período, uma vez que as mães de primeira viagem estão permeadas por preocupações com manutenção e promoção da saúde, o que faz com que elas permaneçam em constante contato com médicos, e por consequência, tenham esses profissionais como fonte de informação.

Tal preferência por fonte de informação também foi notada entre as participantes da investigação de Guendelman et al. (2017). No entanto, em ambos os estudos não é considerado a simultaneidade da fonte de informação ser on-line e fornecida por um profissional da saúde. As pesquisas consideraram como distinto a fonte de informação on-line e off-line. Já no caso da presente pesquisa de doutorado, a preferência da fonte de informação foi a fornecida por profissionais de saúde de forma on-line. Pode-se afirmar que a distinção entre o presente estudo e os da RSL, em parte, deu-se em relação à própria estruturação da internet ao longo do tempo. Na época da geração dos dados das pesquisas da RSL, outras plataformas eram populares, além disso, a apropriação desses espaços pelos usuários acontece de forma dinâmica. O *Instagram*, como afirmado anteriormente, nasceu como uma rede de compartilhamento de fotos do cotidiano dos usuários e, atualmente, observa-se esta rede sendo utilizada para informação. Ademais, ainda que na época da geração dos dados das pesquisas da RSL a presença de profissionais de saúde já fosse notada em sites, *blogs*, dentre outros espaços, há uma diferença entre ser um profissional das diversas áreas do conhecimento e ser um influenciador digital, como abordado na subseção Cultura Digital.

Outro ponto a ser discutido em relação ao uso da internet pelas mães como fonte de informação pelos estudos da RSL, é que esses apresentam uma perspectiva otimista de uso da internet como fonte de informação. Para Pleace et al. (2000), ela é uma fonte alternativa de informação sobre saúde e apoio social. Já O'Connor e Madge (2004) e Madge e O'Connor (2006) a veem como uma fonte adicional de aconselhamento e informação que aumentam a confiança das mães e a sensação de maior controle, consequentemente, empoderando-as na transição da identidade para a maternidade.

Como Song et al. (2012) observam, muitos estudos saudaram com otimismo o uso da internet para obter informações de saúde, e esse movimento foi visto como um novo pluralismo médico, ou seja, formas alternativas ou complementares de compreender a saúde e a doença para além da medicina ortodoxa ocidental (CANT; SHARMA, 2014), sendo especialmente importante para as mulheres, uma vez que ofereceu acesso a modelos alternativos de saúde, cuidado e apoio, empoderando-as para desafiar o conhecimento especializado.

Outro ponto a ser destacado, em relação à associação maternidade e às informações de saúde, é que ao observar as principais temáticas das buscas citadas pelas mães: amamentação, sono e alimentação, nota-se que a preocupação, em grande medida, foi relacionada à construção social de práticas sociais do que implicações ou complicações na condição de saúde da mãe ou do bebê. O fato é que a gestação e o início da vida envolvem grandes mudanças biofisiológicas, e os profissionais que historicamente se envolveram com as questões do universo materno foram os profissionais da saúde: obstetras, enfermeiras e pediatras.

No entanto, outros profissionais também estiveram historicamente envolvidos com as crianças pequenas, quais seja, profissionais da educação, porém esses profissionais normalmente eram acessados por mulheres que não se enquadravam dentro da ideologia da boa mãe, ou seja, mulheres de baixa renda que precisavam trabalhar e deixar seus filhos sob os cuidados de outras mulheres. Assim, o modelo valorizado pelas ideologias da maternidade intensiva e boa mãe foram seguidos pelas mulheres brancas, de classe média que tinham condições de seguir o preconizado por essas ideologias. Elas seguiram os conselhos dos profissionais da saúde que por meio dos manuais de puericultura normatizaram os cuidados “adequados” sobre higiene e saúde do bebê.

Além disso, aspectos como exclusão digital precisam ser considerados, pois como abordado anteriormente, eles ocorrem em diferentes camadas, assim, para aproveitar o potencial da internet como uma fonte alternativa ou adicional de aconselhamento e informação, as usuárias precisam ser competentes digitalmente. Outro aspecto, trata-se da relação “produtores de conteúdo digital e consumidores”, pois como abordado anteriormente, o conteúdo disponível em sua grande parte dialoga apenas com uma pequena parte da população.

Nesse sentido, o presente estudo compreende que a preferência de fontes de informações relacionadas a profissionais da saúde dá-se para além da convivência com esses profissionais como apontado por Plutzer e Keirse (2012), pois essa preferência deve-se à construção social em torno da maternidade científica ou à renovação desses valores atualmente.

Notou-se que a fala de grande parte das entrevistadas estava carregada de valores da maternidade científica, em que os processos fisiológicos que elas e os bebês estavam passando

precisavam de conhecimento e gestão científica. A medicalização dos processos fisiológicos são alvos das críticas feitas pelos movimentos feministas, de saúde da mulher desde o final dos anos 1960 e 1970 (SONG et al., 2012).

Assim, as possibilidades encontradas no meio digital, como as mulheres acessarem outras narrativas, ou valorizar o saber transmitido por outras mulheres foi observado com otimismo por alguns estudiosos da área e pelo movimento da maternidade feminista, dentre outros, pois os esforços envidados por eles têm sido de recuperar a agência dos corpos femininos e da fertilidade por meio do compartilhamento de informações, como observam Song et al. (2012).

No entanto, como observam os autores, há uma série de fatores (aceitação do modelo pelas mulheres; condição econômica, raça e classe social) que faz com que os valores da maternidade científica continuem presentes.

Assim, o que se observa é a permanência dos médicos, profissionais da área da saúde de uma forma geral, como a autoridade no conhecimento, e a internet fornecendo às mães a escolha, ou moldando seu comportamento para o perfil do profissional que tem mais relação com suas crenças.

### **6.3.3 Excesso de informação, crenças e confiança**

O último ponto dessa seção trata de quais são os critérios adotados pelas mães para confiar nas informações diante os desafios de excesso de informação e desinformação.

Toda essa possibilidade de acesso a informações colocam as mães diante do dilema de que escolhas realizar. Qual o caminho mais seguro e coerente para ser seguido? Qual fonte é confiável? Todo perfil de profissional na rede social é confiável? O perfil informar que segue determinada corrente teórica é o suficiente para respaldar seu argumento? Ao mesmo tempo em que é fácil acessar uma diversidade de informações, há problemas com a sobrecarga, dificuldade de seleção de conteúdo e em quem confiar.

As participantes relataram que a busca por informação, em alguns momentos, foi excessiva, muitos canais, muitas opiniões, muita análise e, no final, nem sempre a mãe conseguiu acesso à informação que era importante para ela. O trecho da entrevista com Laura ilustra este caso, ela buscou informações sobre fralda de pano e encontrou o canal de uma mãe que fazia diversas comparações e análise, que na percepção dela foram excessivas. Apesar de tantas análises, Laura não conseguiu acessar a informação que era essencial para ela. No caso do seu filho, as fraldas adquiridas foram grandes e o uso do tamanho errado poderia prejudicar

o seu desenvolvimento, de acordo com informações da osteopata, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] porque se eu começar a pesquisar muito, você acaba se perdendo e você se perde. Um exemplo disso é a utilização de fralda de pano. Antes de eu ficar grávida, eu falava que se eu engravidar de novo meu filho vai usar fralda de pano, porque o mundo precisa de menos lixo, então vou fazer isso. Quando eu fiquei grávida, eu falei: está decidido. Ninguém usava. Das pessoas que eu conhecia, ninguém, das que estavam grávidas, ia usar a fralda de pano, era só eu, então não tinha muito como trocar. Então era eu que tinha que ir atrás da informação. O *Youtube* foi o que eu mais acessei para esse tipo de informação, só que é muita informação. E tem canais no *Youtube* que são exclusivos disso. Tem uma mulher, eu posso até pegar depois o nome e te falar qual é o canal, mas tem uma mulher que faz teste de todas as marcas que existem. É sério. Ela faz gráficos de absorção, de quanto tempo dura, quanto de líquido aquele absorvente absorve. Acaba sendo demais de informação. Eu quero saber qual é a marca boa, só, qual é a boa, que eu vou comprar, é isso. Facilita a minha vida. Acabei optando por uma marca, fiz o chá de bebê com eles, inclusive, comprei algumas para poder experimentar, mas eu descobri pela osteopata que a fralda é muito grande e pode atrapalhar o desenvolvimento dele, então ele precisa crescer um pouco mais para poder usar fralda. Ninguém falou isso. Fiz chá de bebê, já tem as fraldas, e agora, o que eu faço? Estamos usando fralda descartável até ele crescer mais um pouquinho e começar a usar essas fraldas. Eu comprei, nesse enxoval que eu fiz primeiro, um pouco de fralda recém-nascido, que teoricamente vai até os seis quilos. Meu filho nasceu com quatro quilos, então já usei super pouco, ele já passou dos seis quilos, então óbvio que ele já não está usando mais. Ele é um bebê bem gigante, inclusive. São informações que isso não tem. (Entrevista com Laura, 14.05.2021).

Observa-se que apesar das mães estarem interessadas em informações técnicas, nas explicações e na compreensão dos processos, isto também gerou sobrecarga. Laura relatou outro fato relacionado ao excesso de informações técnicas que geraram pressão em relação à “forma correta”. Ela comparou as informações sobre amamentação que dispunha quando seu primeiro filho nasceu e as informações que ela possui agora com seu segundo filho. Com o primeiro filho, ela não tinha informações sobre a importância da “pega” no processo de amamentação, já com o segundo, ela estava atenta a essas questões, o que acabou por gerar pressão, fazendo com que o processo fosse tenso, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] eu acho que também tem uma coisa desse negócio do conhecimento, não sei se é importante ou não, mas eu vou falar, que é: o fato de eu ter tido muita informação durante a gestão do Miguel, hoje eu estou passando por algumas coisas que eu não passei na do João. Por exemplo, essa coisa da pega do peito. Hoje eu sou super neurótica, porque ele tem que pegar perfeito para ele conseguir mamar direito sem me machucar. Os primeiros momentos da mamada é essa disputa, ele tentando pegar e eu tentando colocar direito, mas se não tivesse esse conhecimento talvez faria igual eu fiz com o João, só botava no peito, ele ia mamar e estava tudo certo, mesmo depois da feno. [...]. (Entrevista com Laura, 14.05.2021).

Além disso, as buscas na internet podem colocar as mães em contato com uma profusão de perspectivas sobre a mesma temática, gerando dúvida e confusão sobre qual caminho seguir.

A entrevistada Julia relatou sobre a dificuldade que teve por acessar diferentes abordagens sobre o sono, o que gerou tensão ao invés de tranquilidade, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] porque eu, sinceramente, como profissional, às vezes quero surtar de tanta informação que tem o tempo inteiro para a gente ler, estudar. Um artigo que falava uma coisa, aí já vem outro e fala outra, e com a maternidade não é diferente. [...] com essa história de sono, eu sofri muito. Ao mesmo tempo que eu queria botar rotina e deixar, fazê-lo dormir bem sem mim, eu ficava arrasada quando ele chorava e cada dia eu fazia uma coisa diferente. Meu marido falou: “para de ler essas coisas”. Porque eu li uma teoria de cá que mandava eu fazer uma coisa, eu li uma teoria de cá que mandava fazer outra. Ele falou: “você tem que escolher uma coisa e seguir, porque ficar nessa inconstância é pior que tudo”. Eu dei razão para ele e falei: realmente, estou ficando louca de tanta informação [...]. (Entrevista com Julia, 12.05.2021).

Os algoritmos das plataformas também contribuíram para esse excesso de informações, pois o mecanismo de recomendação colocou-as diante de uma abundância de conteúdo. A entrevistada Maria comentou sobre esta questão, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

E o *Instagram* é fogo, porque através do marketing digital e de toda a coisa, ele consegue selecionar, ele sabe que eu tenho um bebê e consegue identificar o meu perfil e ele vai mandando tudo em relação a esse mundo para a gente. (Entrevista com Maria, 11.05.2021).

As recomendações pelos algoritmos ao mesmo tempo que colocam as mães em contato com excesso de informações, restringem a diversidade de conteúdo. A entrevistada Lorena comentou sobre isso, ela avalia que acessava apenas conteúdos que estavam relacionadas a sua crença, o que acabou por contribuir para a restrição do seu universo, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Tem uns livros que eu leio e sinto que chegam a mim por conta dos algoritmos completamente, [...]. Não é muito diversificado, eu realmente acho que a pandemia não deixa ser, porque a internet vive por conta dos algoritmos eu procuro a minha linha de pensamento. [...]. (Entrevista com Lorena, 19.05.2021).

Diante de tanta informação, outro problema recorrente, relacionado ao mecanismo de recomendação do algoritmo, é a distração. A entrevistada Laura também comentou sobre essa questão, ela relatou que gastava muito tempo com conteúdo proveniente das indicações do algoritmo do *Instagram*, em que o conteúdo acessado não fazia parte de sua busca ativa, além dele estar misturado com as publicações de sua rede de privada, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] E aí é justamente perder o foco, porque se dependesse do *Instagram* para buscar alguma coisa, eu não acho que o *Instagram* é uma ferramenta para isso. Apesar de eu seguir várias pessoas sobre maternidade, vários perfis sobre maternidade, pediatras e afins, eram informações que se perdiam no meio de amigos com suas postagens. Eu acabava, nunca consegui usar, por exemplo, pesquisar sobre amamentação no *Instagram*. Até poderia chegar no perfil dessa minha amiga, mas com certeza ia aparecer muito mais lixo, vamos dizer assim, até chegar em informações úteis. O *Instagram*, não acho que ele seja uma ferramenta para isso. [...]. (Entrevista com Laura, 14.05.2021)

No caso da entrevistada Maria, o consumo direcionado pelos mecanismos do *marketing digital* é um dos problemas de se consumir conteúdo do *Instagram*. Ela avalia que os perfis dos profissionais trazem informações coerentes e relevantes, mas normalmente este conteúdo é associado à venda de algum produto. Destaca-se que no caso dessa entrevistada identificar esses mecanismos talvez seja simples, pois ela utiliza o *Instagram* como ferramenta de trabalho, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] tem uma doutora, acho que a Ana Jannuzzi, acho que é isso. [...] Ela fala de sono e tal, ela é a queridinha das mães, eu já não gostei muito do estilo dela porque eu acho que ela é muito mais, eu tenho um perfil de *Instagram* aqui das coisas de casa e tal e estudo *Instagram*, porque agora é a minha nova forma de trabalho, mas então o que que eu vejo? E estudando marketing digital, eu vejo que ela usa muito mais técnicas e gatilhos mentais do marketing digital para atrair esse público do que real passa a informação, sabe, ela faz muito mais para vender curso, porque ela vende, ela tem curso, do que o passar essa informação sincera. Ela passa a informação, só que ela faz muito para vender o curso. (Entrevista com Maria, 11.05.2021).

A questão do *marketing digital* também foi motivo de desconfiança para a entrevistada Beatriz, para ela os conteúdos disseminados no *Instagram* são informações direcionadas para a compra de algum produto ou serviço, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] a informação está nos perfis de *Instagram* e o profissional (a fono, a psicopedagoga) quer capitalizar em cima disso, ele quer pacientes. Se você falar assim: “meu filho não fala”, ele vai falar: “procura um fono”. Como você segue a fono, você acha que tudo o que ela fala está certo, você quer contratar aquela fono. Por isso eu confio parcialmente. Eu sempre tento ver o quanto aquilo faz sentido para mim, porque às vezes a pessoa fala uma coisa, mas para você não faz muito sentido [...].

[...] Tinha uma época em que a minha filha estava acordando muito à noite. Eu pensei seriamente em comprar um curso desses, mas você vai conversando e vai vendo que vai passar, que é uma fase. Eu fui esperando e realmente passou depois, ela voltou a dormir a noite inteira. É que as propagandas são muito bem-feitas, pega bem na sua dor, você fica: “eu acho que eu preciso disso”. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021)

Como apontado pela entrevistada, muitos dos perfis de conteúdo na plataforma são direcionados para determinados nichos e grande parte dos perfis acessados pelas participantes (83%) tinham interesses comerciais. Assim, como destacado pela entrevistada Beatriz, o conteúdo e a venda do produto atingem as mães em suas fragilidades, muitas vezes criando a

necessidade de urgência e necessidade. Isso pode ser especialmente forte para as mães de primeira viagem que experenciam a maternidade sob a lógica da maternidade intensiva.

Além disso, outro problema identificado pelas mães são as plataformas que favorecem a disseminação de notícias falsas, dado aos mecanismos de encaminhamento sem a checagem de veracidade da informação. A entrevistada Beatriz observou como problemático a facilidade de encaminhamento dentro da plataforma *WhatsApp* e relatou confiar apenas em informações vindas de determinadas fontes: órgãos de governo e grupo de amigas, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] no geral, eu confio pouco, porque vem muita besteira pelo *WhatsApp*. Qualquer um grava um vídeo e manda, e aquilo vira viral. Então, nesse sentido, eu confio pouco. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

Diante deste cenário de excesso de informações e suas implicações, as mães compreendem a necessidade de estabelecer filtros e alguns critérios na seleção de conteúdos consumidos pela internet, como se observa no trecho a seguir da entrevista de Cecília:

[...] Eu acho que a parte boa da internet é que ela trouxe aquele rio de informação, fez a transposição do São Francisco, só que agora eu preciso limpar esse rio. A informação veio, mas eu não posso beber essa água sem filtrar, sem ferver. (Entrevista com Cecília, 07.05.2021).

Um dos critérios estabelecidos pelas mães foi orientar suas buscas de acordo com suas crenças. Apesar de ter sido recorrente entre as mães a fala de não terem experiência, nem contato com as questões da maternidade previamente, o fato é que a maternidade faz parte da construção social. Nesse sentido, noções e julgamentos sobre a maternidade são construídos ao longo da vida, seja pela educação recebida, seja pelos modelos propagados na mídia, todos homens e mulheres chegam na idade adulta com algumas ideias sobre o seu ideal de maternidade. Algumas mães buscam adotar um modelo diferente do que experienciaram no papel de filhas e do vivenciado por sua rede de apoio. Outras optam por reproduzirem. Somado a isso, o período da gestação serve de preparação e definição de qual abordagem será adotada na educação dos filhos. Assim, foi recorrente na fala das mães a busca por informações orientadas de acordo com a sua crença.

As entrevistadas Lorena e Julia ilustram essa afirmação, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] obviamente que se eu vou em busca a gente sempre busca aquilo que é mais compatível com nossa linha de pensamento [...]. (Entrevista com Lorena, 19.05.2021).

[...] Eu acredito, sim, que a gente busca aquela informação que tem a ver com aquilo que a gente quer seguir, com certeza. As mães e eu também. Não é diferente. (Entrevista com Julia, 12.05.2021).

A entrevistada Vitoria buscou por profissionais que seguiam a linha da não medicalização, que tinham a mesma abordagem que os profissionais que seguiam as diretrizes do parto natural, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Na época que eu engravidei eu seguia mais enfermeira obstetra e médico obstetra da área falando sobre isso, como eu estava disposta a fazer o parto natural e não sei o que eu comecei a buscar gente com essa linha de raciocínio, não é? [...] (Entrevista com Vitoria, 03.05.2021).

Já a entrevistada Sophia relatou que após conhecer uma abordagem de educação que se identificou, Pikler, passou orientar suas buscas por essa abordagem. Assim, quando estava pesquisando algum material ou comunidade, utilizava isso como critério para confiar ou não no conteúdo, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] ou que seguem a disciplina positiva e aquela abordagem que eu gostei que foi o pediatra que me apresentou que a abordagem Pikler, eu achei fantástico, li sobre o assunto e quando eu vejo que alguém tem alguma referência que lembra essa abordagem que eu li, esses conceito da Pikler, quando eu vejo eu já colo na pessoa, não é? Se ela tem redes sociais para seguir, se tem comunidade ou algum grupo eu entro porque eu sei que ela vai está alinhada com aquilo que eu já percebi ter afinidade [...] (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

Outro critério adotado pelas mães é acessar informações a partir de indicações de profissionais, mães e grupos em que confiam. A entrevistada Vitoria contou com a curadoria de sua enfermeira obstetra, e de acordo com ela, a enfermeira encaminhava referências de fontes e outras indicações que tinham relação com o perfil dela, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] enfermeira obstetra, ela acabou sendo a que abriu as portas das informações para mim porque a gente marcou a reunião, na época já estava tendo a pandemia, foi tudo on-line, mesmo assim eu lembro que qualquer dúvida que eu tinha, ela sempre mandava e falava “olha, lê isso aqui, tem tais livros” eu cheguei a comprar o livro, está aqui, o parto ativo, não sei se você conhece. O livro que fala sobre o parto mesmo, como a gente pode ajudar, buscar ter um parto natural esse livro fala, eu lembro que ela me mandava várias informações direto, se tinha alguma dúvida como ela sabia que eu era da área também ela me mandava vários artigos então a gente trocava muita informação. Ela sempre esteve ali disponível, ela que mandava também, sei lá, acompanha tal perfil na internet que eu acho interessante, que esta pessoa está sempre falando sobre esses assuntos, enfim, que ela via que estava mais de acordo com as minhas ideias de ser mãe [...]. (Entrevista com Vitoria, 03.05.2021).

Caso similar é o da entrevistada Valentina, que recebeu as recomendações de fontes de informação a partir de profissionais da maternidade onde realizou seu parto. De acordo com



ela, todas os perfis sugeridos publicavam conteúdos científicos, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] lá na Maternidade Brasília, onde eu tive o Enzo, as enfermeiras e a própria pediatra já orientou alguns canais. De cunho científico e tudo mais na internet. E eu sempre procuro indicações e tenho o conhecimento científico como base.

[...] E a minha própria pediatra agora, atualmente, ela também indica alguns canais, alguns sites. E um canal que eu assisto muito é o Bebê Dorminhoco. É Bebê Dorminhoco? É Bebê Dorminhoco. Inclusive é de uma mãe. Ela tem dois filhos, só que ela é neurocientista, ela é formada na área da educação e ela traz o conhecimento científico mesmo sobre a rotina de sono do bebê. [...]. (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

A entrevistada Julia, que é médica pediátrica, relatou fazer recomendações, em suas consultas, de perfis de profissionais que ela segue, como uma forma de fornecer para suas pacientes fonte de informações confiáveis de assuntos que ela não conseguia aprofundar durante a consulta, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] algumas mães chegavam muito desesperadas “meu filho não dorme nada, doutora, está tudo errado”. Eu infelizmente não tinha tempo de dar toda a explicação de uma rotina de sono, de avaliar como estava o contexto daquela família com detalhes, eu falava: tem uma pessoa no *Instagram*, que eu sigo – que na época era uma moça bem bacana. Educar é Preciso, a Helena Menon. Eu falava: segue esse *Instagram*, ela dá umas dicas muito boas, pesquisa isso, pesquisa aquilo. Eu mesma jogava essas referências das coisas que eu lia, estudava e achava legais para os meus filhos, para as pacientes [...]. (Entrevista com Julia, 12.05.2021).

A entrevistada Helena igualmente utiliza como critério seguir perfis indicados por sua rede de apoio, no entanto, a confiança só é estabelecida após um tempo de acompanhamento e análise do conteúdo publicado, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Confio em sites e perfis de profissionais que foram indicados por mães conhecidas, além disso passo a confiar após certo tempo de acompanhamento. Não confio em grupos de mães que há na internet, pois muitos assuntos não coincidem a opinião das mães com as minhas opiniões. (Entrevista com Helena, 20.05.2021).

As recomendações classificadas como confiáveis pelas mães também podem vir utilizando os recursos on-line. Algumas relataram confiar nas indicações de novos perfis a partir de perfis de profissionais que já confiam. A entrevistada Sophia relata sobre o conteúdo de um perfil do *Instagram* que ela conheceu a partir da indicação do perfil que ela já confiava, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Isa Minatel o nome dela, ela é bem renomada, ela vive de dar palestras e tal e ela prega muito uma educação não violenta, eu conheci o perfil dela no perfil do Murilo Gun, que tem um curso cricricri, criando crianças criativas e ele a chamou para comentar as aulas dele, então ele já a colocou lá no alto, se ela falou que está bom

então eu posso passar esse curso aqui para vocês, eu achei um curso bem legal, aí eu comecei a seguir ela no *Instagram*. [...]. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

Já Beatriz estende a verificação para mais alguns itens: quem fez a indicação e quem segue o perfil indicado. Conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] As informações que eles compartilham e se alguém indicou, quem seguem, porque isso a gente consegue ver, quem mais segue. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

No entanto, nem todo acesso às informações são intencionais, as mães também acabam expostas ao algoritmo das plataformas. De acordo com Martins (2018), os algoritmos das redes sociais são exemplos de práticas curatoriais, já que estabelecem relevância e realizam filtros do conteúdo acessado pelos usuários.

O uso dos recursos da plataforma como critério para confiança faz parte de um dos recursos utilizados pelos algoritmos das plataformas para datificação do comportamento dos usuários. Como afirmam Van Dijck, Poell e Wall (2018, p. 36), as plataformas oferecem aos usuários uma ampla gama de métricas. As funcionalidades do *Instagram*, como número de seguidores, quem são os usuários que seguem aquele perfil, quem curtiu ou comentou a publicação servem de referência para confiança ou não. No entanto, como os estudos recentes vêm problematizando, esses dados são mais do que simples instrumentos, eles têm uma qualidade afetiva que leva os usuários a agirem. No caso desse estudo, esses dados servem de critério para confiar nas informações divulgadas pelo perfil seguido, começar a seguir um novo perfil indicado pelo perfil principal como confiável e até mesmo encaminhar a informação para seus grupos de mães.

Outro critério adotado é verificar a formação e a área de atuação do produtor de conteúdo digital. A entrevistada Beatriz possui preferência por informações advindas da sua rede pessoal, amigas e profissionais da saúde, quando a informação vem de uma fonte que ela não conhece, ela verifica qual é a área de atuação de quem a publicou, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

É importante ver quem está dando essa informação. Por exemplo, tem uma loja que se chama Grão de Gente, eles sempre postam conteúdos, uns conteúdos legais. Eu vou ver quem está falando. Às vezes está falando de amamentação, mas quem está falando no vídeo? “É a enfermeira não sei de onde, que trabalha com amamentação”, aí você fala: “acho que ok, dá para confiar”. Ou é o Fulano, que é pediatra, então dá para confiar mais. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021)

Já a entrevistada Manuela, que também tem preferência por informações advindas da sua rede pessoal, amigas e profissionais da saúde, quando as acessa de algum lugar

desconhecido, utiliza como critério a verificação da formação do produtor do conteúdo, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] na rede social, seja através de sites de outros tem muitas clínicas de ginecologia que fazem educação não sei como fala, mas tem alguns artigos publicados, você sabe que são de fontes confiáveis, de médicos que se formaram em boas faculdades e aí dá para buscar através dali. [...]. (Entrevista com Manuela, 08.05.2021).

Como abordado nas seções anteriores, as mães têm preferência por perfis de profissionais e utilizam isso como critério para considerar o conteúdo confiável ou não. Grande parte delas considera mais confiável a informação de um profissional do que de uma mãe da rede social. No entanto, para muitas delas apenas a formação não basta, este critério normalmente é associado a algum outro.

A entrevistada Vitoria verifica se a prática do profissional é coerente com o que ele publica, além de confiar mais em estudos científicos, entre outros materiais que respaldem a afirmação do profissional, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

É, eu acho que isso para mim é importante, tem que ter alguma aprovação que seja de estudos, que seja profissionais que eu vou ver quem são esses profissionais normalmente, na verdade não pode ser um médico obstetra, sei lá, CRM e tal falou, não, não é assim, eu vou ver quem sabe, eu tento buscar mais coisa, onde ele trabalha, que hoje na internet a gente consegue pesquisar mais a fundo esse tipo de coisa, se o cara trabalha mesmo com parto natural ou ele só está falando que ele faz parto humanizado porque é fácil a gente falar do que fazer e a gente busca opiniões acerca daquele profissional, sempre que alguém profissional fala alguma coisa preciso ver quem é esse profissional, porque não dá para você só saber, é aquela história, como tem gente boa e ruim tem profissional bom e ruim em qualquer lugar, então eu sempre busco isso, mas para ser as informações que eu confio. [...]. (Entrevista com Vitoria, 03.05.2021).

A entrevistada Luiza também relatou não confiar plenamente em todas as informações de seu médico, e nas situações em que não está convencida da explicação, procura outras fontes. Ela relatou que seu médico liberou o consumo de pequenas doses de álcool durante o período da amamentação, no entanto, ela sentiu a necessidade de consultar outro profissional que fosse especialista na área e buscou artigos científicos para checar a informação que seu médico forneceu, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Eu sempre busco estudos. No começo da minha gestação, o médico liberou que eu bebesse bebida alcoólica. Lógico, não para me embriagar. Ele me explicou. Falou: a OMS não recomenda porque quando você está embriagado, você não consegue cuidar do recém-nascido, do bebê, mas não que o álcool vá para o seu leite. Ele deu toda uma aula na consulta, só que eu ainda fiquei com aquilo: ai, gente, será? Será mesmo? Aí eu contratei uma consultora de amamentação também, que é uma pessoa que entende muito mais sobre o leite do que o ginecologista, o pediatra, que ela é mais específica e eu também busquei artigos. Tanto é que eu nem busquei, porque acho que na época não estava com tanto tempo. Ela me trouxe os artigos, ela me explicou por que eu poderia beber a bebida alcoólica sem exageros. Então eu sempre levo em

consideração muito mais os estudos do que o que eu li, o que eu vi. Eu sempre tento dar um double check com evidências. (Entrevista com Luiza, 19.05.2021).

As mães imersas na cultura digital aprenderam, ao longo de suas vidas, como usuárias competentes da internet, que nesse espaço podem ter contato prévio com uma diversidade de temáticas, recorrer a uma diversidade de materiais e linguagens comunicacionais, se informarem, além de ser um espaço para troca de experiência e aprendizagem a partir da vivência do outro. No entanto, toda essa disponibilidade pode ser excessiva e lidar com o excesso de informação tem sido um desafio diário para as mães de primeira viagem que têm o agravante de lidarem com essa questão quando estão fragilizadas pelo processo de tornarem-se mães. Assim, ao mesmo tempo em que encontram na internet um espaço para estarem informadas sobre a sua nova realidade que até então era desconhecida, esse mesmo espaço as coloca diante do excesso.

A vastidão de informações, aliadas ao modelo de negócios das plataformas (dataficação, mercantilização e seleção algorítmica) buscam transformar todas as ações on-line em dados e esses, por sua vez, são recursos transformados em mercadorias pelo processamento algorítmico (VAN DIJCK, 2019). Nesse sentido, os algoritmos das redes sociais têm por objetivo manter as mães o maior tempo possível navegando, favorecendo que elas pulem de um conteúdo para outro para que possam coletar dados dos interesses e preferências das mães a fim de que sejam comercializados. Assim, quanto mais tempo elas gastam nesses espaços, melhor para a coleta de dados.

As mães encontram soluções individuais para lidar com este cenário, filtrando as informações de acordo com seus sistemas de crenças e suas percepções pessoais. Para Van Zoonen (2012), vivemos um momento de suspeita epistemológica em que a confiança em instituições consagradas anteriormente – instituições oficiais e especialistas – agora são substituídas pela confiança a partir da experiência e opinião individual. De acordo com a autora, “onde a epistemologia está preocupada com a natureza, fontes e métodos do conhecimento, a eu-pistemologia responde essas questões com base no Eu (em mim) e na Identidade, tendo a internet como grande facilitadora” (VAN ZOONEN, 2012, p. 60, tradução nossa).

No caso dessa pesquisa, não significa uma descrença nas instituições oficiais e especialistas relacionados à maternidade, ao contrário, observa-se uma valorização delas, principalmente em decorrência dos valores da maternidade científica estarem assentados nesta base. No entanto, diante do excesso de conteúdo, as mães têm utilizado como filtro suas percepções e motivações individuais.

Nesse sentido, o excesso de informação; o papel dos algoritmos e a constante busca de confirmação das crenças faz com que as mães restrinjam seus círculos e reforcem opiniões que já compartilham, o que autores como Eli Pariser (2012) denominam de filtros bolhas e Colleoni, Rozza e Arvidsson (2014), câmaras de eco.

Outra questão relacionada ao excesso de informação, associado à falta de tempo para processá-la, ou para digeri-la, é deixar o leitor na superficialidade do saber. Cruz (2008) chama a atenção para necessidade de os usuários da internet também terem a capacidade de processar informação.

E por fim, mesmo que as mães relatem utilizar estratégias para filtrarem seu acesso a desinformação, elas, na verdade, também estão expostas, pois como afirmado anteriormente, as plataformas escolhidas para acessar o conteúdo possuem interesses comerciais e o compartilhamento de informações nesses espaços não passam por revisão por pares ou regulamentação de conteúdo. Assim, as informações postadas podem não ser precisas, pois dependem do conteúdo gerado pelo usuário (WONG et al., 2019).

## 6.4 Apoio social

Nesta subseção, apresenta-se a discussão sobre o apoio social tanto pelas redes tradicionais quanto pelas de apoio on-line. A categoria “Apoio Social”, proveniente da codificação seletiva, congrega três subcategorias: “Apoio tradicional”, em que é apresentada a discussão de como as redes de apoio off-line tem relevância para as mães de primeira viagem; “Formação de Comunidades on-line”, em que é discutido como as mães participantes da pesquisa buscam participar de comunidades on-line para trocar informações sobre maternidade e como algumas dessas redes são formadas; e, por fim, em “Troca de Experiências” discute-se os diferentes motivos e questões envolvidas nessas interações entre mães, com destaque para o papel do *WhatsApp* nessas trocas.

Apoio social, de acordo com Rapoport e Piccinini (2006, p. 86), pode ser definido como: “provisão de ambiente social e um importante aspecto de troca entre a pessoa e o mundo social”. No entanto, de acordo com estudiosos da temática (CANESQUI; BARSAGLINI, 2012), há falta de consenso na definição do conceito, sendo utilizado “diferentes teorias; preocupações com a mensuração; escassas reflexões conceituais e descompasso entre os conceitos e os instrumentos empregados nas pesquisas” (CANESQUI; BARSAGLINI, 2012, p. 1104). Nesse estudo, utilizaremos o conceito de Rapoport e Piccinini (2006), pois são pesquisadores brasileiros que têm se dedicado a estudar as questões sobre o apoio social materno.

Como abordado no início do texto dessa tese, o período logo após o nascimento do bebê é envolto por uma série de adaptações, tanto para os adultos (mudanças na identidade e no papel social, no corpo, nas relações familiares, além das pressões sociais ligadas as ideologias maternas) quanto para os bebês (que precisam aprender a viver fora do útero e iniciam-se os processos de socialização com o mundo).

A necessidade de apoio social, principalmente na transição para a maternidade, já está bem documentada pela literatura. Tradicionalmente, esse suporte é prestado por familiares, amigos e fornecem apoio, orientação nos cuidados à criança e ajuda nas atividades do dia a dia (MERCER; WALKER, 2006). Rapoport e Piccinini (2006) destacam uma série de estudos (RAPOPORT, 2003; CROCKENBERG 1981; MATSUKURA et al., 2002) que verificaram que as mães em situações estressantes, ou seja, diante do cansaço materno, horários e necessidades do bebê e adoecimento do bebê, solicitam mais auxílio.

Retomando os dados do questionário, o tema sobre apoio social foi abordado nas perguntas abertas, principalmente, na justificativa de uso das plataformas. As mães disseram utilizar predominantemente a plataforma *WhatsApp* para acessar apoio psicológico, grupo de

apoio, tirar dúvidas, compartilhar experiências, dar e receber dicas. Essas questões também estiveram presentes na fala das mães entrevistadas.

#### 6.4.1 Apoio social tradicional

O apoio social tradicional pode ser de dois tipos, instrumental ou emocional. O instrumental refere-se a ajuda com os afazeres domésticos e cuidados com as crianças, o qual é fornecido por uma rede tradicionalmente feminina: mães, sogras, podendo incluir membros da rede ampla de parentesco, amigas e vizinhas. O emocional refere-se às trocas de experiências, informações, aconselhamentos, dicas, entre outros, que ocorre dentro da rede feminina. A característica comum a ambos é a composição dessa rede de apoio, ela é formada por mulheres do círculo de convivência social.

Retomando os dados do questionário, das 116 participantes, apenas 7 contam com o apoio de suas mães. Já em relação as entrevistas, 7 informaram que receberam o apoio de suas mães e sogras, mesmo diante das recomendações de distanciamento social decorrentes da pandemia. A diferença na proporção encontrada entre os dois tipos de instrumentos provavelmente deve-se ao fato de que, normalmente, o apoio social tradicional instrumental é demandado no período logo após o parto, comumente denominado pela área da saúde de puerpério, em que o corpo da mulher passa por novas adaptações físicas e hormonais. Além disso, as novas mães nesse período se ajustam ao novo papel social e identidade, bem como lidam com as pressões sociais em torno da maternidade. Assim, levando em consideração o momento que este tipo de apoio normalmente é ofertado, compreende-se que as mães, ao responderem o questionário, consideraram o apoio que estavam recebendo quando o preencheram.

Nesse sentido, o apoio tradicional diz a respeito aos dados das entrevistas. A entrevistada Fernanda relatou que assim que o filho nasceu, recebeu o suporte instrumental da família nas atividades cotidianas de cuidado com o bebê. De acordo com ela, esse tipo de apoio foi importante, pois não sabia como realizar os cuidados na prática, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Eu não sabia disso, na prática eu não sabia de nada. Minha mãe e minha sogra vieram para me ajudar, [...]. (Entrevista com Fernanda, 12.05.2021).

Para Vitoria, o suporte instrumental foi importante durante o período que teve *baby blues*. O *baby blues* é um transtorno mental que as mulheres podem vivenciar após o parto como um estado depressivo mais brando e transitório. De acordo com a revisão da literatura nacional,

realizado por Albuquerque e Rollemberg (2021), este transtorno é algo comum, sendo que no cenário brasileiro, a taxa de mulheres que podem vivenciar tal condição varia entre 50 e 80% das mulheres no período do pós-parto. A medicina compreende esse fenômeno pelo viés hormonal e a psicanálise como desamparo original (IACONELLI, 2015; ARTEIRO, 2017). O trecho da entrevista pode ser observado a seguir:

[...] Eu lembro que quando eu tive neném, eu não sei se você chegou a pesquisar, mas eu passei por aquele baby blues, não chega a ser uma depressão pós-parto, mas é uma alteração de humor que a gente até por conta de todos os hormônios que vão voltando depois que tem neném, depois do pós-parto. Eu lembro que eu tinha falado isso para a minha mãe não vir, mas no final foi uma coisa que não teve o que fazer, eu lembro que eu estava tão mal nessas primeiras semanas, tinha acabado de nascer o Bernardo que ela acabou tendo que vir para cá, [...]. (Entrevista com Vitoria, 03.05.2021).

Já no caso da entrevistada Beatriz, o suporte instrumental foi necessário em decorrência do trabalho remoto. De acordo com ela, no início da pandemia foi difícil conciliar as tarefas domésticas, os cuidados com a filha (2 anos e 2 meses na data da geração de dados) e o trabalho remoto, sendo necessário contar com a ajuda da família para cuidar da filha enquanto realizava as atividades do trabalho, apesar de avaliar ter encontrado a solução tardiamente, pois chegou a ser desligada de seu serviço. Nota-se que esse período foi especialmente desafiador para as mães, pois as instituições educativas e outros espaços que compartilham os cuidados das crianças com as famílias tiveram suas atividades presenciais suspensas, além disso, a rede tradicional de suporte (mães e sogras) compunha o grupo de risco. Assim, as mães foram um dos grupos que mais sofreram com a sobrecarga durante a pandemia. O trecho da entrevista pode ser observado a seguir:

[...] Depois de 20 dias que não estava dando mais certo, eu comecei a levar a Adriana para os meus pais cuidarem dela durante o dia, para eu poder trabalhar, [...]. Agora, em casa, quem sai para trabalhar é a Adriana, porque três vezes por semana ela vai à casa da minha mãe, ela passa o dia lá. Nos outros dois dias, a minha sogra vem aqui em casa e fica com ela. [...]. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

As entrevistadas que relataram utilizar a rede de apoio tradicional emocional fazem uso da comunicação on-line para a interação. A entrevistada Heloísa relatou que a sua rede de apoio é constituída, principalmente, pela cunhada que têm filhos pequenos e as vizinhas do condomínio, sendo os recursos digitais utilizados para manter a comunicação deste grupo. De acordo com ela, o grupo do condomínio oferece diferentes tipos de suporte – tanto apoio instrumental (ajuda nos cuidados com bebê em situações emergenciais, apoio financeiro, dentre outros), quanto emocional (apoio para relação com o companheiro, troca de experiência sobre saúde e cuidados com os filhos, dentre outros), conforme pode ser observado no trecho a seguir:



[...] mas de experiência de outras mães no meio familiar, com alguns cuidados com crianças enfim, então a fonte bem importante é a rede familiar e também a convivência na comunidade onde eu moro tem muita criança, então tem muitas mães [...]

[...] no nosso condomínio a gente tem um grupo de mães no *WhatsApp*, um grupo que funciona muito assim, são 55 mães antes é um grupo só de mãe de bebê e aí quando as mães souberam que o grupo existia foram entrando e agora é de bebês e crianças e funciona muito [...].

[...] então esse grupo tem várias famílias e várias questões, as vezes ajuda financeira, uma mãe está passando por um apuro, ou um pai que é mais difícil com filho, e a mãe coitada, é bem importante você tem vários tipos de famílias e mães, a internet é o recurso bem importante para quem não tem, muita gente mora longe das famílias e aqui a gente tem um monte de mãe que o pai vai trabalhar e ela fica sozinha com recém nascido em casa, então quando tem um apuro ela não tinha para quem pedir ajuda, hoje em dia elas pedem ajuda a gente, me ajuda aqui a criança caiu, aconteceu tal coisa, tira foto que a criança está machucada, leva o remédio, então acho que o grupo do *WhatsApp* mostra que é muito importante uma rede de apoio e pode parecer loucura, mas eu não acho que funcionaria um grupo genérico tem que ser de mãe, maternidade é outra coisa, às vezes a mãe fica neurótica e a gente entende a outra mãe fala ‘Está doida.’ E quando não envolve exatamente a essa experiência, e quando eu não era mãe eu achava que loucura olha as lunáticas então acho que essa questão da experiência compartilhada com a experiência é super importante e é isso. (Entrevista com Heloísa, 03.05.2021).

As entrevistadas Manuela e Beatriz são amigas e participam de um grupo de mães amigas da época da faculdade. Beatriz relatou que seu grupo de amigas teve filhos em períodos próximos e, com isso, conseguem fazer trocas sobre a maternidade, sendo utilizado o *WhatsApp* para a comunicação do grupo, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Eu converso muito com as minhas amigas. Eu recebi a pesquisa através da Manuela. Ela mandou no grupo que a gente tem, que tem muitas mães, porque agora, no pessoal da faculdade, teve um boom. [...] Aí tem eu, a Manuela e tem mais uma menina, a Fernanda. A gente teve filhos em um intervalo de um mês. Eu tive, depois foi a Manuela, depois a Fernanda, então eles têm a idade parecida. A gente tem um grupo de *WhatsApp*, nós três, e a gente conversa muito, a gente fala das nossas angústias, das nossas preocupações. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

A entrevistada Manuela, além das amigas da faculdade, também conta, em sua rede de apoio, com a irmã que têm filhos pequenos e sua médica, que faz parte do ciclo familiar, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] minha irmã é muito próxima e ela já me deu várias dicas, muitos materiais ela já estava com dois filhos, o segundo estava com seis meses de diferença dela, então foi muito mais tranquilo, além disso acabou que a minha ginecologista que acompanhou todo o processo de gestação é a minha prima na verdade ela é esposa de um primo meu, que também é muito próxima, tem dois filhos, então ela também compartilhou muita informação médica que no caso ela também é médica e acabou que ficou muito mais simples todo esse processo de busca, porque já tinha indicação de melhores sites, o melhor de grupo, se precisasse, mas acabei pegando muita informação delas mesmas, das minhas referências, de quem passou pelo processo recente e que estava disponível facinho para mim, eram pessoas próximas. (Entrevista com Manuela, 08.05.2021).

Já Julia relatou que tem três grupos principais de rede de apoio. Um constituído por amigas antigas, outro por amigas que possuem a mesma profissão e o último que se formou a partir da Yoga para gestantes, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Tenho vários grupos de amigas mães, de profissões, de várias classes sociais e todo mundo recorre hoje em dia à internet, redes sociais para tudo.

[...] Eu posso te citar pelo menos três grupos muito fortes que eu tenho de mulheres. Um deles são médicas, são outras amigas médicas que eu tenho, mas os outros dois não. São mulheres de outras profissões, que a gente é muito amiga. Um a gente se formou pela maternidade, que era da época que eu fiz yoga na gestação do Bernardo, a gente tem esse grupo até hoje. Eu conheci as meninas na Yoga e a gente formou um grupo no *WhatsApp*. É um grupo muito ativo. Outro é de amigas de antes, mesmo antes de a gente ser mãe, aí todo mundo já é mãe e hoje em dia o tema é basicamente maternidade. [...] (Entrevista com Julia, 12.05.2021).

Já Helena relatou que participa de um grupo de mulheres da comunidade, além de um grupo de gestantes formado a partir da mediação de seu obstetra, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Assim que engravidei já comecei a participar de grupos de *WhatsApp* de gestantes que meu obstetra possui. [...] e fui convidada para participar de um grupo de *WhatsApp* de gestantes da comunidade também. [...] (Entrevista com Helena, 20.05.2021).

Em suma, a rede de apoio tradicional pode ter configuração instrumental ou emocional. O apoio instrumental foi ofertado pelas mães e sogras, principalmente no período do puerpério. As situações que demandaram esse tipo de suporte tiveram como motivações: não saber como conduzir, na prática, os cuidados com o recém-nascido; necessidade de apoio para passar por determinadas situações, como o *baby blues* e o trabalho remoto; ou até mesmo como fortalecedor de vínculos afetivos.

Já o apoio emocional foi estabelecido com outras mães que também tinham filhos pequenos, sendo composto por antigas amigas, familiares, vizinhas e mulheres que se conheceram a partir de alguma atividade específica para gestantes. Esse apoio envolve diversos tipos de trocas: experiências de cuidados com os bebês, preocupações com questões de saúde, compartilhamento de suas angústias, de informações.

Observa-se, pelos trechos destacados, que o apoio social tradicional instrumental foi necessário, para algumas mães, mesmo no contexto de distanciamento social decorrente da pandemia de COVID-19. Os estudos que compõem a RSL informam que apesar do uso de outras formas de suporte pelas mães de primeira viagem, o tradicional instrumental não foi desprezado ou substituído por outros, o apoio social on-line foi utilizado complementarmente (O'CONNOR; MADGE, 2004; MADGE; O'CONNOR, 2005, 2006).

No entanto, ainda não há consenso na literatura sobre a preferência das mães pelas fontes de aconselhamento e suporte emocional tradicionais (mães, sogras, amigas, vizinhas e profissionais da saúde) ou virtuais. Há uma série de variáveis que influenciam as escolhas, e os estudos têm abordado diferentes aspectos, como discutido na subseção “Perfil”. Algumas das variáveis a serem consideradas são idade, renda, escolaridade, raça, que também são fatores que influenciam no acesso e habilidade de uso ou não da internet.

Entre as participantes da pesquisa de O’Connor e Madge (2004) – mães, heterossexuais, brancas, com vantagem social e tecnologicamente capacitadas – houve preferência pelas trocas on-line com mães que estão passando pelas mesmas experiências, pois nesses espaços, consideram que acessam informações e práticas mais atualizadas. Já Kukimoto (2010) observou, entre as participantes de sua pesquisa – mães japonesas vivendo na França, que a relevância do suporte das comunidades on-line foi relevante apenas entre aquelas que fizeram amizades pela internet; as que estavam em um relacionamento com um parceiro não japonês ou para as que viviam fora de Paris. Já para as mulheres que possuíam amigos na França, ou amigos e família no Japão este recurso foi o menos utilizado inclusive se comparado com outros recursos de comunicação digital (e-mail e telefone).

Entre as participantes da presente pesquisa – com perfil semelhante as participantes da pesquisa de O’Connor e Madge (2004); Madge e O’Connor (2005; 2006), maioria mulheres brancas, com vantagem social e tecnologicamente capacitadas – houve diversidade sobre a preferência ou não do suporte on-line.

Castells (2003, p. 112) afirma que “a grande transformação da sociabilidade em sociedades complexas ocorreu com a substituição de comunidades espaciais por redes como formas fundamentais de sociabilidade”. As comunidades são baseadas em compartilhamento de valores, já as redes são montadas pelas escolhas e estratégias de atores sociais, sejam indivíduos, famílias ou grupos sociais.

Mesmo que o apoio social de pessoas que são próximas da mãe seja um fator relevante, ainda assim o uso da tecnologia para ter contato com outras mães é uma forma a ser considerada na ampliação desse apoio social.

#### **6.4.2 Formação de comunidades on-line**

A formação de comunidades on-line deu-se, principalmente, por meio de grupos de *WhatsApp*. A composição destas deu-se a partir de diferentes configurações. Houve grupos que foram constituídos por amigas que utilizaram *WhatsApp* para a comunicação, que foi o caso relatado na subseção “Apoio Social Tradicional”; outros formados por mães e profissionais; e,

por fim, comunidades on-line em que as mães não se conheciam previamente. Também houve a formação de redes de apoio a partir de temáticas específicas. A seguir, é detalhado o processo de formação dessas comunidades.

Os grupos que foram constituídos a partir dos laços de amizade prévio, a internet parece desempenhar um papel positivo na manutenção de laços fortes a distância (CASTELLS, 2003, p. 109). No caso da entrevistada Valentina, sua rede de apoio é composta por amigas que tinham laços de amizade previamente à maternidade, e todo o suporte deu-se de forma on-line, especialmente em decorrência do período pandêmico, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Tem um grupo no *WhatsApp* que é das mães. Foram as amigas que engravidaram praticamente no mesmo período da pandemia. [...] (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

No caso da entrevistada Maria, ela formou um grupo no *Facebook* como forma de congregar todas as suas amigas que estavam vivenciando a maternidade. Nem todas as participantes se conheciam, mas tinham a entrevistada como ponto em comum. Maria, relatou que, com o passar do tempo, outras pessoas foram convidadas pelas integrantes e a configuração do grupo foi, aos poucos, mudando, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] eu comecei a buscar as amigas que já tinham bebê, que eu tenho amigas que têm bebês, eu evito contato, mas eu tenho. E aí eu comecei: “oi, tudo bem? E aí, como é que foi, como é que é?”, e aí eu comecei a me atualizar, por grupo de *WhatsApp*, pelo *WhatsApp* uma a uma. Aí falei: “quer saber? Tem muita gente, eu vou montar um grupo”, aí montei um grupo no *Facebook*, mães de primeira viagem, e ali a gente ficou umas 20 pessoas, umas 20 mulheres tratando disso, falando. [...] (Entrevista com Maria, 11.05.2021).

A entrevistada Luiza também diz ter preferência por sua rede de apoio formada a partir de laços de amizades prévios. Essa preferência deve-se ao fato de as trocas terem relação com a identidade do grupo, sendo utilizado como plataformas para comunicação tanto o *Facebook* como o *WhatsApp*, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] eu tenho mais contato mesmo com minhas redes de amigas. Com minhas amigas a gente tem grupo no *Facebook*, grupo no *WhatsApp*, que acho que fica mais próximo das ideias para a gente fazer trocas, [...]. (Entrevista com Luiza, 19.05.2021).

Já no caso da entrevistada Laura, a formação da comunidade deu-se a partir da fisioterapeuta que lhe atendia. A profissional criou um grupo no *WhatsApp* com as mães que eram suas pacientes. De acordo com Laura, apesar de não se conhecerem pessoalmente, elas formaram laços de amizade, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Tenho um monte de amigas, tenho grupos de *WhatsApp* para trocar experiências.[...] São cinco mulheres: eu, minha fisioterapeuta, a consultora de amamentação, a nutricionista e uma outra, que é uma mãe. Porque a minha fisioterapeuta tinha elas três como pacientes. A minha fisioterapeuta estava grávida enquanto ela me atendia, grávida. Ela cuidava de outras gestantes e aí fez o grupo.

Eu só conhecia a minha fisioterapeuta, as outras mulheres eu não conhecia ninguém.

[...] Eu não sei o rosto delas, eu não tenho, não conheço elas, conheço elas como mães e do que elas compartilham lá no grupo. (Entrevista com Laura, 14.05.2021).

Já a entrevistada Vitoria, a sua participação em comunidades limitou-se ao grupo de profissionais que lhe atendeu durante o parto, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] acabei ficando só com esses outros da minha equipe do parto. (Entrevista com Vitoria, 03.05.2021)

As redes de apoio social citados acima tiveram por característica comum os laços de amizade, sejam os criados previamente ou os que se formaram a partir da maternidade. Já as comunidades que serão descritas a seguir tiveram como característica em comum a formação de grupos on-line em que os laços de amizade não estavam necessariamente envolvidos e o foco foram as trocas maternas.

As entrevistadas Alice e Fernanda participavam de um grupo de mães formado a partir de uma comunidade do aplicativo *BabyCenter*. O aplicativo tem um local para criação de fóruns on-line, mas muitas participantes acabam utilizando esse espaço para criar comunidades no *WhatsApp*, sendo comum alguma delas sugerir criar a comunidade e as mães que concordam, compartilham o número de *WhatsApp*, ou ingressam a partir do *link* fornecido por quem teve a iniciativa. A prática de compartilhar dados pessoais é desencorajada pelos administradores do aplicativo, mas como pode ser observado nas imagens ilustrativas (Figura 11) é algo recorrente.

**Figura 11** - Captura de tela do aplicativo *BabyCenter*



Fonte: *BabyCenter*

Alice relatou que a partir de uma participação sua na comunidade, uma mãe entrou em contato com ela e fez o convite para participar do grupo de *WhatsApp* de mães de Brasília, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Logo que eu engravidei, uma amiga me indicou um aplicativo, que é o *BabyCenter*. Não sei em que post foi, acho que foi um post de mães de Brasília, que eu acho que eu comentei alguma coisa e aí uma mãe veio no meu privado no *WhatsApp* e falou: olha, a gente tem um grupo de gestantes, se você tiver interesse. [...] Ali foi a minha base de rede de apoio mesmo, o grupo de mães. [...] (Entrevista com Alice, 11.05.2021).

Igualmente, a entrevistada Fernanda relatou seu processo de chegar até a sua rede de apoio on-line. Fernanda iniciou sua participação a partir de um link disponibilizado para o grupo de *WhatsApp*, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] tem o grupo do *BabyCenter* e se você quiser pode clicar em um *link* e ir para o grupo de *WhatsApp*, eu faço parte desse grupo até hoje [...]. (Entrevista com Fernanda, 12.05.2021).

Já as entrevistadas Eduarda, Cecília, Lorena e Sophia formaram sua rede de apoio a partir de serviços destinados a gestantes. As entrevistadas Eduarda e Sophia tiveram seu grupo formado a partir da academia. Já as entrevistadas Cecília e Lorena formaram a partir do local que realizaram seu parto. As mães podem participar de mais de um grupo e foi comum relatarem não conhecer as participantes presencialmente, principalmente em decorrência da pandemia, conforme pode ser observado nos trechos a seguir:

[...] Por causa da pandemia, o meu grupo principal de contato com pessoas que têm filhos é um grupo que foi formado pelo programa de gestante da academia, então tem várias mães. Na verdade, eu conheço uma ou outra; pessoalmente, eu nunca vi. E tem

o grupo de *WhatsApp* que foi formado pelas pessoas que pariram no mesmo lugar que eu. [...]. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

[...] eu fazia yoga durante a gestação e lá a professora criou um grupo porque ela viu uma necessidade em comum das mães de se manter em contato [...]. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

[...] Há um grupo de *WhatsApp* da Casa de Parto, de que eu participo. [...] (Entrevista com Cecília, 07.05.2021).

[...] eu faço parte de dois grupos basicamente – um de pais e mães da Casa de Parto e outro só de mães, é um grupo pequeno para *WhatsApp* tem 80 pessoas e para mim ele é efetivo, [...]. (Entrevista com Lorena, 19.05.2021).

A formação de comunidades on-line sem os laços de amizade prévios foi decorrente de distanciamento da rede de apoio tradicional, ou por não compartilhar das mesmas crenças que a rede de apoio tradicional, a exemplo a entrevistada Sophia. Ela relatou a preferência por trocar com o grupo on-line e não com a rede de apoio tradicional, para não lidar com os julgamentos em relação as suas práticas de cuidado, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Mas assim, por exemplo, eu não fico falando para as outras mães que ela dorme em um colchãozinho do lado da minha cama porque o que eu vejo como pregado como mais comum é o quartinho e ter seu berço e como eu não quero ser criticada por conta das minhas escolhas eu evito me expor, por exemplo no trabalho eu não falo muito sobre as questões da minha filha porque no trabalho eles já estão assim mais padrão, mais conservadores, não é? Um colega falou que o quartinho do bebê era montessoriano já deu uma polêmica, nossa, mas imagina a sua coluna, ter que colocar o bebê no chão toda vez, tipo nada a ver, mas assim, para evitar esse tipo de crítica eu não me exponho e eu busco está no grupo de pessoas que pensam mais parecido, [...] (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

A participação em comunidades on-line sem laços prévios também se deu pela busca por compartilhar com outras mães sobre alguma temática específica e que não fazia parte da realidade do restante de seu grupo de apoio, seja on-line ou tradicional. A entrevistada Luiza relatou participar de comunidades de mães que têm filhos com alergia a proteína do leite de vaca, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Aí eu comecei a recorrer também muito aos grupos de *Facebook*. E tem um grupo, em específico, que é O Meu Filho é Alérgico à Proteína do Leite de Vaca, que é um grupo que as mães dão muito suporte. Qualquer hora do dia que eu for lá, eu falo: olha, preciso de ajuda nisso, a Juliana teve reação a isso, pode ser? A Juliana comeu frango hoje, existe reação ao frango? Não existe? Às vezes tem coisa que a gente procura no Google e não encontra, porque são coisas que estão realmente no cotidiano das pessoas, que acontece. Esse grupo também me ajudou bastante no que fazer, por onde, e seguir em relação à alergia da Juliana. (Entrevista com Luiza, 19.05.2021).

As mães formaram suas redes de apoio on-line com base em seus laços de amizade prévios, a partir do interesse em comum de trocar com outras mães, por temáticas e por frequentar mesmos espaços de atendimento a grávidas. De acordo com Castells (2003), os

indivíduos montam suas redes, on-line e off-line, com base em seus interesses, valores, afinidades e projetos.

A formação das redes de apoio social on-line não são novidade para os dias atuais. De acordo com Martins (2018), as práticas relacionais – formação de grupos e coletivos nas mídias sociais – são uma das características da cultura digital. Nesse sentido, a formação das comunidades de mãe pode ser caracterizada como um hábito de mães inseridas na cultura digital. Wellman, Quan-Haase e Harper (2020) apontam que jovens adultos consideram que a mídia digital facilita a conectividade, não sendo uma barreira para a formação de laços sociais significativos e diversos.

No entanto, não se trata apenas desse contexto cultural, a formação de comunidades on-line também se deu a partir da necessidade de trocas com os pares, de participar de espaços que os membros compartilhem dos mesmos interesses pela maternidade. A formação delas deu-se a partir de laços prévios de amizade e a partir de encontros on-line. Segundo Rainie e Wellman (2019), é comum que a maioria dos membros de uma rede de indivíduos não se conheça intimamente ou de forma abrangente.

Nota-se uma tendência de afunilamento dos interesses dos grupos: as amigas mães, mães da mesma cidade, do mesmo condomínio, que usam fralda de pano, que usam *sling*, que os filhos possuem alergia a proteína do leite de vaca, dentre outras. A composição deles foi baseada em uma especialização cada vez maior desses espaços, sendo comum a participação em mais de uma comunidade. Além disso, as participantes que compuseram grupos com uma grande quantidade de membros, migraram para outros menores, com interesses similares. Wellman, Quan-Haase e Harper (2020) argumentam que os indivíduos em rede, de todas as idades, usam mídia digital para manobrar, em conjuntos separados, pessoas e comunidades que, muitas vezes, têm origens e interesses diversos.

Como observam O'Connor e Madge (2004), compartilhar experiências em redes específicas, que dividem os mesmos sistemas de crença é uma possibilidade reforçada pela internet, pois o espaço digital não é limitado pelas distâncias físicas, assim, a probabilidade de encontrar-se com outras pessoas que têm os mesmos interesses on-line é muito maior do que em um pequeno grupo local.

Os estudos que compõem a RSL analisam a formação das comunidades de mães a partir de uma abordagem otimista da tecnologia. Como espaço coletivo empoderador para as mulheres (O'CONNOR; MADGE, 2006), como forma de tornar público debates femininos que historicamente ficaram restritos ao ambiente privado (JOHNSON, 2015), essa leitura assenta-se nos princípios da maternidade feminista, em que se defende tirar do isolamento as questões



maternas por meio da rede de apoio de mulheres, tornando o pessoal em político. No entanto, ainda que esse movimento possa ser observado nas redes de apoio de mulheres, o que se observou a partir dos achados da presente pesquisa, como um dos valores mais predominantes nesses espaços, foram os de atendimento das demandas individuais das mães.

Segundo Castells (2003, p. 109), o papel mais importante da internet na estruturação de relações sociais é sua contribuição para o novo padrão de sociabilidade baseado no individualismo que, na atualidade, se dá em parte por conta do acesso à tecnologia de forma pessoal, principalmente por meio dos telefones celulares particularmente individualizados (RAINIE; WELLMAN, 2019). A internet, a conectividade móvel e as mídias sociais produziram um ambiente de “individualismo em rede” – indivíduos interconectados por meio de redes múltiplas e parciais (RAINIE; WELLMAN, 2019). Para Wellman, Quan-Hasse e Harper (2020), esses indivíduos em rede gostam das mídias sociais para fazerem conexões baseadas em interesses e manter contato com laços distantes.

Rainie e Wellman (2019) apontam que o ambiente social em mudança está aumentando a disposição e a capacidade das pessoas de explorar relacionamentos mais remotos – tanto os físicos quanto os emocionais. As mídias sociais ajudam a manterem contato onde os laços são mais fracos. Esses laços, geralmente, fornecem elementos cruciais de informação, sociabilidade e apoio à medida que os sujeitos, por exemplo, lidam com problemas de saúde (RAINIE; WELLMAN, 2019). Nesse contexto, o individualismo em rede proporciona acesso a uma variedade maior de pessoas e mais informações de uma maior diversidade de fontes (RAINIE; WELLMAN, 2019). Esses autores apontam que as questões negativas dessas conexões podem ser a vigilância e os filtros bolha, ao mesmo tempo que podem gerar questões positivas como expressões de empatia e aberturas para apoio social.

### **6.4.3 Troca de experiências**

A troca de experiências nas redes de mães on-line e off-line foi um dos pontos mais comentados pelas mães pesquisadas. Esse espaço de troca foi importante em diferentes aspectos, algumas vezes para se conseguir uma indicação rápida, outras para questões de um espaço de desabafo. Essa categoria dialoga com a discussão de conveniência apresentado na subseção “Cultura Digital”, e informação apresentada na subseção “Maternidade e Informações On-line”, pois os conhecimentos estão sempre sendo atualizados e disponibilizados pela rede de apoio de uma forma em que se possa acessar quando se necessite.

As mães relatam que ao compartilharem suas dúvidas, angústias nos grupos ou mesmo ler os relatos de situações parecidas com as quais estão vivenciando, elas encontram apoio

social. Observa-se que um comportamento comum entre as participantes foi conectar-se as redes de suporte on-line para acessar práticas de cuidados atualizados, já que o apoio encontrado nas redes tradicionais é visto como desatualizado. A entrevistada Marina utilizou esse argumento para não buscar apoio da rede tradicional (mãe, sogra, tias), pois, para ela, as práticas delas são desatualizadas, por isso sua preferência pela troca com a rede de apoio on-line, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Na minha família já tinha bastante, minhas primas, minhas tias, já tinha uma rede de mães antes de mim, só que eu confesso que eu busco pouco por elas. Acho que por serem mulheres mais velhas, elas têm opiniões um pouco ultrapassadas, na minha opinião. [...]. (Entrevista com Luiza, 19.05.2021).

Para a entrevistada Eduarda, as práticas adotadas atualmente são distintas das gerações passadas e são refutadas em grande parte pela atual geração. Uma das práticas distinta é a forma de realizar a introdução alimentar: enquanto a geração passada liquidificava os alimentos, as práticas atuais valorizam ofertar alimentos em pedaços, tendo até um método próprio para isso – BLW (*Baby-Led Weaning*), conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] A opinião de gerações passadas costuma atualmente estar muito fora de moda, digamos assim. As pessoas tendem a não ouvir e eu entendo. Por exemplo, a minha mãe não mora aqui em Brasília e eu achei isso ótimo, porque é muito pitaco, é muita coisa, “quando eu fazia, era assim, esse é o certo”. Por exemplo, isso da alimentação, do BLW, minha mãe morre porque o neném cospe o pedaço, ela não aguenta ver. A opinião das gerações passadas está quase sendo combatida o tempo todo. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

Observa-se, pelo trecho da entrevista com Valentina, que a principal justificativa ao explicar as novas práticas de cuidados atualizadas foi a de que as evidências científicas trouxeram novos entendimentos sobre as práticas que foram consolidadas nas gerações passadas. Valentina relatou que a mãe aconselhou que o bebê dormisse de barriga para baixo, mas de acordo com as informações levantadas por Valentina, essa prática estava relacionada à maior taxa de mortalidade dos bebês, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Às vezes a minha mãe fala: “porque o bebê precisa dormir de barriga para baixo”; aí eu: “não, não pode”; eu pesquisei a taxa de maior mortalidade de bebê, é quando eles estão dormindo de barriga para baixo. Então o bebê tem que dormir de barriga para cima até um ano de idade. [...]. (Entrevista com Valentina, 22.05.2021).

No entanto, esse comportamento não foi unânime entre as participantes da pesquisa. Para a entrevistada Maria, as práticas entendidas como atualizadas em relação aos cuidados colocam novamente as mulheres em uma condição de submissão ao saber dos profissionais, sendo o argumento do atualizado uma nova forma de pressão para as mães. Maria argumentou

que as orientações “atualizadas” sobre a introdução alimentar não fazem sentido dentro da forma que ela avalia que deve ocorrer a introdução alimentar, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Agora elas estão usando muito um termo de sigla, introdução alimentar, IA ou não sei o quê. Gente, que dicionário vocês engoliram? Quer dizer que vocês pariram e colocaram um dicionário dentro de vocês, não é possível, porque eu não sei o que é isso [...].

[...] “gente, de verdade, não sei de onde veio”, acho que uma falou, aí a outra acha bonito e elas vão enfeitando um pavão tão grande, que quando chega a informação para a gente, a gente se sente um mané, você fala: “nossa, mas eu preciso saber tudo isso para pegar a papinha e pôr na boca do meu filho?”, não, para, não sei. [...] Esse método BLW mesmo, eles falam para amassar a comida e dar para o bebê. Está bom, você vai amassar a comida e vai dar para o seu bebê, só que o bebê ainda não sabe mastigar, isso tem que ser depois de um tempo, não adianta você dar para o bebê de seis meses, que está começando a introdução alimentar agora, a dar a comida assim que ele vai rejeitar, ele não vai querer comer, ele vai engasgar e você, na verdade você vai ficar desesperada e não vai querer dar comida para o seu filho, você vai optar dar o leite. Então no começo dá mais líquida mesmo: “mas não pode dar sopa porque”, gente, para, você vai falar para as mães dos anos 80 que não era para dar sopa e chá para o bebê, nós não estaríamos vivas, porque elas davam sopa e chá e se você tivesse magrinho, você ia comer mingau. Eu não dou isso para o meu bebê, mas eu bato a papinha bastante para ela ficar bem viscosa. [...]. (Entrevista com Maria, 11.05.2021).

Outro uso indicado da rede de apoio social on-line foi para obter apoio simultâneo, ou seja, contar com alguma outra mãe disponível nas 24 horas do dia, nos 7 dias da semana. Isso foi destacado como uma das vantagens de uso das comunidades on-line.

A rede de apoio da entrevistada Beatriz era composta por mães que possuíam amizade desde a época da faculdade, o apoio simultâneo disponível a qualquer hora do dia permitiu que ela tivesse companhia durante a madrugada, enquanto amamentava a filha, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] A gente tem um grupo de *WhatsApp*, nós três, e a gente conversa muito, a gente fala das nossas angústias, das nossas preocupações. No comecinho, de madrugada, a gente tinha que dar de mamar, a gente não podia dormir, tinha que ficar prestando atenção, então a gente ficava conversando no *WhatsApp*. Tem muita coisa que eu converso com as amigas. (Entrevista com Beatriz, 07.05.2021).

A rede de apoio de Sophia era toda composta por mães que se conheceram on-line, e ela igualmente relatou obter apoio simultâneo durante o período que amamentava sua filha de madrugada, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] amamentando a Francisca e a gente ficava conversando porque nesses grupos de mãe sempre tem alguma mãe de madrugada, eles são 24 horas, então uso muito o *WhatsApp* nos grupos porque eu gosto mais do contato direto com as pessoas, [...]. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

Observa-se que este tipo de apoio é especialmente importante para as mães de primeira viagem, pois as adversidades ocorrem nos mais diversos momentos, sendo que muitas vezes as mães necessitam de suporte em horários não comerciais.

Dentre os tipos de suporte mais realizado dentro das redes, o compartilhamento de experiência no ambiente on-line foi um dos mais importante para as participantes da pesquisa. Retomando os dados do questionário sobre com quais fontes avaliavam terem mais aprendido, 63% das mães informaram ter aprendido mais em interações na internet com outras mães, enquanto 34% delas disseram ter aprendido mais presencialmente com outra mãe. Elas usam os espaços on-line para identificar sintomas dos filhos, saber quais práticas deram certo com outras mães, saber se o que estão vivenciando está dentro do padrão e se sua experiência encontra eco com a de outra mãe. Além disso, muitas vezes, as mães precisam ouvir a confirmação do grupo para validar algo que já tinham intenção de fazer ou também receber alguma sugestão de algo que é novo para elas. Os trechos das entrevistas destacados a seguir permitem compreender como essas questões se deram para as participantes da pesquisa.

A rede de apoio on-line da entrevistada Alice compartilhou experiências mais intensamente no período do pós-parto. De acordo com ela, a temática das trocas foram diversas, passando por temas como o que fazer quando os bebês estavam com cólica, o que fazer para os bebês dormirem, indicação de profissionais, produtos, dentre outros. Conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] o que fazer com cólica? O que fazer para dormir? Tentar descobrir esse lance da rotina do sono, as melhores técnicas [...] Quem estava amamentando, ajudando muito, indicação de profissional que auxilia na amamentação, quem estava passando para a fórmula, os bebês que têm alergias. Aí a gente às vezes tinha mil postagens por dia. Tinha dia que eu entrava e falava: “gente, o que aconteceu no grupo? Eu não consigo acompanhar vocês”. Mas aos pouquinhos isso foi resolvendo também, porque a gente acaba não sendo tão novo mais, mas hoje em dia a gente discute muito assim: “não estou me adaptando muito com essa vitamina”. Hoje de manhã tinha uma desesperada, porque o bebê com 39° de febre, o que eu faço? A gente: “já pensou em ligar no pediatra?”. A gente vai se ajudando, mas a gente pergunta muito os sintomas, às vezes uma teve uma situação parecida em casa. Todas ali do grupo têm tentado estar à disposição, então a gente tenta se ajudar muito nisso. Às vezes até dicas de nebulização, faz só com soro, essas coisas. [...]. (Entrevista com Alice, 11.05.2021).

No entanto, como destacado no trecho da entrevistada Laura, o compartilhamento não se restringe às experiências de cuidado com o bebê, mas também sobre a condição das mães, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

É um grupo bem diversificado. É uma rede de apoio mesmo. Lá a gente desabafa. Tipo: ai, estou cansada. Gente, não consegui dormir. [...] está todo mundo na mesma fase. Gente, o coco saiu verde. O que aconteceu com vocês? Manda fotos. Bem grupo de apoio mesmo. Gente, briguei com o marido. Está lá no grupo. Indicação de fazer

assim e fazer assado. Gente, vocês estão fazendo rotina com o filho de vocês? Nota mental para eu lembrar de mandar para elas, senão a gente esquece também. É realmente um grupo de apoio. E, muitas vezes, a pergunta antes de procurar no Google vai para elas. Vocês já fizeram isso? Já aconteceu isso com vocês? Gente, hoje aconteceu isso, isso e isso. O que vocês acham? Tem isso. Que nem uma estava perguntando. Gente, o convênio de vocês cobra colocação de DIU? Eu já fui à internet buscar informação na ANS que é obrigatório, já mandei o artigo. É assim que funciona o grupo. (Entrevista com Laura, 14.05.2021).

O estado emocional das mães foi um dos grandes motivadores que levaram as mães procurarem a rede de apoio. A entrevistada Cecília recorreu a sua rede de apoio por ter ficado assustada quando teve candidíase mamária, e ao compartilhar com um grupo de mães, sentiu-se confortada com o relato de outras mulheres que passaram pela mesma situação, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] a cicatrização da minha laceração estava sendo de forma equivocada, o meu corpo estava indo por outro caminho e eu comecei a ficar um pouco assustada. Eu gostaria de ter trocado informações com outras pessoas, só que não aconteceu, eu acabei indo à consulta e as coisas se resolveram da forma correta, não precisou de nenhuma intervenção. Mas conversar sobre isso traz um conforto, você conhecer pessoas que passaram pela mesma situação traz conforto. Quando eu comentei “eu estou com candidíase, não está sarando, alguém tem algum dermatologista para indicar?”. Uma me indicou dermatologista; a outra falou da experiência dela, que não adianta, é o ciclo da doença, a doença dura dois meses, é isso, mas daqui a pouco acaba; e outra passou uma receita de óleo de coco, vinagre, gotas de essência de melaleuca e não sei mais o quê. Cada uma tem uma contribuição diferenciada, foi bem interessante. [...]. (Entrevista com Cecília, 07.05.2021).

As mães, ao compartilharem as suas experiências, esperam também uma validação de sua decisão pelo grupo. A entrevistada Sophia consultou sua rede de apoio sobre um sintoma da filha, e ela esperava saber se outras mães tinham passado pela mesma experiência e a possível gravidade daquele sintoma para procurar ou não um serviço médico, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] essa semana o meu bebê apresentou uma alergia, deu uma manchinha diferente que eu nunca tinha visto na pele, aí antes de mandar para a pediatra eu mandei no grupo das mães para elas levantarem o que podia ser, se precisa entrar em contato com a pediatra, se era grave, se tinha que correr para a emergência, e minhas falaram “isso aconteceu com meu filho, geralmente eu dou um antialérgico”, mas era o que eu já ia fazer, eu joguei só para eu poder confirmar se o que eu estava pensando, se era usual. [...]. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

A entrevistada Luiza valoriza as trocas em sua rede de apoio, pois estão relacionadas à prática cotidiana, e como esse tipo de informação elas não conseguem com os profissionais ou com as pesquisas por artigos no *Google*, as mães realizam uma curadoria do que é importante para o cotidiano. Ela participa de uma comunidade de mães que tem filhos com alergia a

proteína do leite de vaca, no *Facebook*, e lá elas trocam informações sobre o cotidiano dos filhos que possuem alergia.

No entanto, apesar de existir a valorização de informações sobre a prática que não estão disponíveis nas informações compartilhadas pelos profissionais, observa-se que a valorização é do saber médico. A entrevistada Lorena relatou que em sua rede de apoio, ao compartilhar as práticas, elas também compartilham quais foram as explicações fornecidas pelos profissionais, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Super. Não, a gente fala só sobre isso, é muito comum. É muito comum compartilhar as experiências no sentido de: “Gente meu bebê está com nove meses e tem duas semanas que ele acorda dez vezes à noite, a minha pediatra falou que era isso, mais alguém? E minha experiência está assim e assim assado”; então é existe só compartilhar da experiência, já é compartilhar logo o que o pediatra falou para poder dar um suporte e é isso, para os grupos que eu participo sinto que é importante essa informação profissional. (Entrevista com Lorena, 19.05.2021).

Outro tipo de compartilhamento comum dentro das redes de apoio social foi a indicação de serviços, produtos e profissionais. A rede é utilizada como forma de curadoria. A entrevistada Sophia relatou que recebeu a notícia sobre a vacinação contra Covid-19 para mães lactantes a partir de seu grupo de mães, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] tipo semana passada chegou que já estão cadastrando mães que amamentam para a vacina de COVID, então quando começa alguma coisa geralmente elas divulgam nesses grupos, tipo olha, começaram a cadastrar, daqui a pouco chega a nossa vez, coisas assim. Então além de manter contato do que está acontecendo nesses calendários, os eventos que estão acontecendo sobre esse assunto têm muita troca, tipo uma rede de apoio [...]. (Entrevista com Sophia, 07.05.2021).

A entrevistada Fernanda relatou que quando estava buscando creche para seu filho, entrou para um grupo específico de discussão sobre creches para obter referências, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] E participo de outro grupo – quando estava procurando creche para meu filho -, entrei nesse grupo de *WhatsApp* que é sobre creches daqui de Brasília também, aí acaba que acabam compartilhando outras coisas, mas o assunto inicial eram creches. Hoje em dia meu filho está na creche, quando alguém pergunta alguma coisa sobre a creche dele ou alguma que já visitei, eu falo o que achei. (Entrevista com Fernanda, 12.05.2021).

Para a entrevistada Eduarda, o grupo é sua fonte primária de informação, por meio da curadoria que outras mães fazem ao indicar perfis no *Instagram* e que, mesmo que o tema não seja de seu interesse no momento, ele passa a compor seu sistema de referência, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] Na verdade, a fonte primária é o *WhatsApp*, onde as pessoas começam a indicar perfis e, mesmo que você não esteja naquele momento, aquilo vai ficando ali e, quando você chega a procurar, você já tem alguma coisa formada na sua cabeça. [...] (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

Nota-se que o compartilhamento não se dá abertamente, as mães possuem preferência por trocar com outras que tenham relação com a sua identidade, pois a situação vivenciada por elas pode ser parecida, mas a compreensão do fenômeno e o significado podem ser diferentes. Maria relatou a sua experiência ao participar de uma comunidade com a qual não se identificava e, por isso, criou uma comunidade com as pessoas que compartilhavam a mesma identidade. Dessa forma, pode receber o apoio que desejava ao invés de sentir-se desconfortável, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] eu comecei a procurar um grupo no *Facebook*, aí eu entrei em um grupo chama Ohana, é um grupo, nossa, mas as mulheres de lá parece que todas têm doutorado, me estressa ouvi-las falando, sabe, elas falam, é um tom, porque tem as especialistas no grupo e aí eu acho que de tanto elas lerem ali, tanto estar habituada e participando do grupo de forma ativa, todas fazem o relato, todas te orientam e tal, elas orientam, mas elas todas orientam da mesma forma, com o mesmo linguajar, com o mesmo tom, com a mesma serenidade. Para, a mulher recém-parida está enlouquecida, ela quer uma naturalidade, ela quer saber: “não, eu também me ferrei”, sabe assim: “também está ruim para mim, meu bebê não dorme, está vendo essas olheiras, é isso”, e aí eu falei: “não quero essa mulherada, eu quero fazer o meu grupo e ter ali as pessoas em que eu confio, e que eu sei que vão falar para mim a real”, que eu vão falar: “realmente essa fase é muito difícil, olha, vem cá, eu vou te dar um abraço porque você está com vontade de chorar, eu também estou, sabe, eu passei por isso e comigo foi”, embora eu tenha essa positividade toda, eu sou realista, não tem essa coisa de o tom, para mim, o que me irrita é a forma como fala, quando começa a usar muito o termo médico. [...] (Entrevista com Maria, 11.05.2021).

Além de procurar grupos que tem mais relação com sua identidade, muitas vezes, a escolha é por não compartilhar para não receber crítica, pois nem todas as trocas que ocorrem entre as mães são de apoio, há também julgamentos e comparações, seja da rede presencial ou virtual, das gerações mais velhas (mães, sogras) ou das mais novas. A entrevistada Eduarda comentou sobre o suporte que recebeu da sua rede de apoio instrumental tradicional no início de seu puerpério, mas que depois de um tempo preferiu se afastar para não ter que lidar com as diversas opiniões dos familiares, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

[...] depois que o neném nasceu, a gente ficou um tempo na casa dos meus pais e um tempo na casa dos pais dele, depois que o neném estava um pouquinho maior, e eu não aguentava mais, eu queria voltar para a minha casa, mesmo que lá eu tivesse 20 pessoas para dividir, eu não queria, eu queria só o meu espaço, eu estava cansada de gente dando opinião. [...]. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021)

Já Cecília comentou sobre como foi criticada quando teve dificuldade com a amamentação e sua decisão de optar pela mamadeira, tanto em sua rede de apoio tradicional

quanto na de apoio on-line, o que acabou por gerar insegurança em relação ao que estava fazendo, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Eu comentei isso com a minha mãe, minha mãe ficou chateada, começou a dar exemplos do que aconteceu com ela. [...] A minha mãe ficou chateada de eu falar isso para ela. Ela comentou que a minha irmã parou de mamar com quatro meses, que bico e mamadeira realmente causam confusão e trazem esse problema. (Entrevista com Cecília, 07.05.2021)

[...] No grupo de mães, eu tinha comentado sobre isso, aí meteram o pau na coitada da fonoaudióloga, “como a fonoaudióloga indicou dar mamadeira?”, começa aí. Eu: “gente, não é uma coisa de ter opção, de ela falar: ‘não vai dar nada’. Por ela, não daria nada, só o peito, mas eu não tinha condições”. “Por que estava caindo aos pedaços?”. [...] E quando você vê uma pessoa metendo o pau na fonoaudióloga, você fala assim: “mas a culpa é minha, não é dela”, você já fica: “a culpa é minha, a culpa de não amamentar é minha, a culpa de falarem mal da fonoaudióloga é minha”. Culpa já é uma palavra que vive na minha vida desde quando eu me entendo por gente. Com a amamentação, piorou, ainda mais no grupo de mães. [...]. Eu chorava todos os dias me sentindo culpada, ouvindo aquelas outras mães que na primeira vez que a criança pegar a mamadeira, nunca mais vai querer o peito. Eu estava muito fragilizada. [...] porque começaram a falar de confusão de bico. Para mim, não era uma realidade esse negócio de confusão de bico, não fazia parte do meu cotidiano, não sabia, não conhecia. A informação que eu tinha era de que a confusão de bico era uma coisa muito distante, você precisa de muita coisa para a criança não querer o seu peito mais, só que uma abençoada falou: “na primeira vez que a criança mama na mamadeira, ela pode largar o seu peito”. Eu falei: “gente, então eu não estou dando mamadeira, estou dando cocaína para a criança. Tomou droga uma vez, vai virar uma viciada na mamadeira”. Isso me deixou muito transtornada, essa informação que eu tive nesse grupo de mães me apavorou muito. [...]. (Entrevista com Cecília, 07.05.2021).

Assim, percebe-se que as mães criam estratégias para não serem expostas aos constantes julgamentos, elas escolhem com quem e o que compartilham. Eduarda diz participar de grupos com identidades muito marcadas e que quando partilhou com um grupo algo que não era defendido por eles, ela sentiu-se julgada e optou por não expor outras situações, conforme pode ser observado no trecho a seguir:

Na minha avaliação, eles só acolhem as ideias que são próximas. Quando você tem uma ideia divergente, eu vi pessoas saírem de grupos por causa disso. Eu lembro que eu saí de um grupo porque eu falei alguma coisa. Foi o caso da introdução alimentar, que eu falei que eu dei um abacaxi para o meu filho de cinco meses e meio, que já sentava sozinho, que tinha todos os sinais de prontidão. Eu fui tão massacrada por ter feito isso que eu falei: “obrigada”, aí saí, sem condição. Então, eu não sinto que eles são acolhedores, eu sinto que eles são acolhedores com as ideias que eles perpetuam. No grupo de esquerda, outro dia alguém mandou o *link* de uma consultora de sono, que meu grupo de direita adora. Alguém falou assim: “não gosto muito”, “também não gosto”. Aí começou: “não gosto”, “não gosto”, “não gosto”, “não gosto”. Foi um pouco menos intensa a fala, mas foi tipo assim: “aqui não tem espaço para esse tipo de conteúdo”, enquanto no outro grupo é bem recorrente. (Entrevista com Eduarda, 06.05.2021).

Nesse sentido, percebe-se que as mães, ao compartilharem suas experiências cotidianas, a “maternidade real”, elas aplicam filtros sobre qual parte da realidade querem mostrar para as



outras mães. Destaca-se que o objetivo da discussão sobre julgamentos e comparações não é estabelecer qual prática está certa ou errada, mesmo porque a temática utilizada para ilustrar como ocorreram tais situações nas vivências das mães são frutos de construções sociais. O objetivo dessa discussão foi de problematizar como as interações ocorrem e como esses processos são complexos, não podendo ser vistos apenas sob um prisma, a exemplo, dizer que todas as trocas que ocorrem entre as mães são para fornecer apoio.

A justificativa para o uso das redes de apoio social on-line relatados pelas participantes foram: obter aconselhamento atualizado, em contraposição ao encontrado nas redes de apoio tradicional, por meio das gerações anteriores; e apoio simultâneo, ou seja, sempre encontrar uma mãe disponível para fornecer algo que precise, independente da rede ser formada por mulheres que eram amigas previamente ou por mulheres que se conhecem apenas no espaço virtual.

Já os motivos foram o compartilhamento de experiências para questões ligadas aos cuidados com bebê, às relacionadas à mãe – saúde física e emocional, relacionamento com companheiro; a validação pelo grupo de suas ações; dicas de práticas que não são obtidas por meio dos profissionais ou artigos científicos; as explicações ofertadas pelos diferentes profissionais; indicação de serviços, produtos e profissionais.

O uso das redes de apoio social on-line como forma de acessar práticas atualizadas também foi observado como uma das justificativas nos estudos da RSL. Madge e O'Connor (2004) igualmente identificaram esta tendência de buscar informações, apoio social com mães que estão passando pelas mesmas experiências, ou na internet por identifica-las como práticas atualizadas. As autoras (2004) descrevem que as mães consideram melhores as informações disponíveis na internet, pois refletem a prática atual de cuidados infantis.

No entanto, é necessário considerar que as práticas de cuidados compõem o repertório de práticas sociais e, como tal, elas precisam ser localizadas histórica e culturalmente. Nesse sentido, as práticas de cuidado refletem os valores, concepção de sujeito de cada contexto sócio-histórico. Ademais, como discutido na subseção “Maternidade Científica”, fez parte dessa ideologia a desvalorização dos conhecimentos compartilhados entre as mulheres e a valorização do saber médico.

Quando as mães acessam práticas atualizadas de cuidado por meio de sua rede de apoio social, elas consultam as experiências de outras mães, mas que continuam a ser instruídas pelos profissionais. Ademais, a esse padrão gera novas formas de pressão sobre as mães, como abordado na subseção “Mães Informadas”.

A cultura digital trouxe a fluidez de tempo e espaço, assim, o apoio social que antes ficava limitado por essas questões, passa hoje a não ser um fator limitador para a interação. As mães encontram companhia de outras mães nas madrugadas, o apoio vem independentemente de onde esteja localizada a outra mãe, seja uma vizinha, uma moradora de outro estado ou país. O apoio simultâneo, ou seja, contar com alguma outra mãe disponível nas 24 horas do dia, nos 7 dias da semana, também foi destacado nos estudos da RSL (MADGE; O'CONNOR, 2006) como uma das vantagens de uso das redes de apoio on-line.

O compartilhamento de experiências no ambiente on-line faz parte da cultura da digital. As mães juntaram-se a partir de interesses em comum para troca de informações, práticas, dicas, apoio emocional e geraram, muitas vezes, um senso de pertencimento. Essas trocas podem não ser novidades para o universo materno, nem distintas do ambiente off-line, no entanto, a internet ampliou as formas como essas trocas podem ocorrer e possibilitou a comunicação de muitas com muitas, com um acesso instantâneo para as mais diversas demandas das mães. A rede facilitou que mães que estão passando pelas mesmas dificuldades troquem informações, o apoio em grupos de *WhatsApp* e outras plataformas não só podem auxiliá-las, como permite-lhes até mesmo criarem vínculos.

Para Johnson (2015), as mães, nos espaços on-line, acessam o que ela denomina como conhecimento experiencial e incorporado. Para a autora, elas, ao realizarem essas trocas, estão se contrapondo ao saber médico convencional. De fato, as mães nesses momentos podem de alguma forma, estar se contrapondo ao saber médico, principalmente ao que os pesquisadores (APPLE, 2006; FREIRE, 2009) denominaram como medicalização das atividades mundanas e comuns do cuidado diário das crianças, pois como destacado na subseção “Maternidade Científica”, observa-se, a partir do século XIX, que os médicos passaram a aconselhar as mães em quase todos os assuntos relacionados à vida dos bebês – orientações sobre alimentação infantil, banho, roupas, fraldas, móveis, questões comportamentais como chupar dedo, fazer xixi na cama e formação de hábitos, dentre outros.

No entanto, observa-se que grande parte das mães participantes da presente pesquisa estavam interessadas em trocar experiências que tivessem embasamento científico e atualizado, sendo assim, não necessariamente constitui-se uma contraposição ao saber médico, mas, muitas vezes, deseja-se ter acesso ao como operacionalizar aquilo que o saber médico propaga.

## 7 SUGESTÕES DE PESQUISA

Os principais aplicativos utilizados pelas mães fazem parte das plataformas de infraestrutura e suporte. Como apontado pelos autores Van Dijck, Poell e Wall (2018), todos os dados alimentam as plataformas proprietárias. O presente estudo levantou algumas problemáticas em relação à crença de que as mães conseguem fazer escolhas dentro do universo disponível na internet. No entanto, não foi objeto de investigação desse doutorado, as formas de mercantilização da datificação das redes sociais pelas mães. Outros estudos são necessários para compreender de que forma o comportamento delas pode estar sendo influenciado e/ou modificado segundo a lógica do capitalismo de plataformas.

Como já discutido anteriormente o perfil das participantes da pesquisa foi predominante de mães brancas, escolarizadas, de classe média e média alta, competentes digitalmente. Assim, as questões das mães de primeira viagem foram referentes a esse público, sendo necessário outros estudos que abarquem um perfil mais diverso de mães e verifique se há uma variabilidade de uso da internet ou se esse espaço, como afirma Pires (2021), é predominantemente branco.

## 8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve por objetivo investigar a finalidade da utilização da internet pelas mães de primeira viagem no seu processo de tornarem-se mães. Nesse sentido, as principais contribuições para o campo foram:

- Descrição do uso de diferentes plataformas pelas mães, destacando o uso do *Instagram* para informação e o *WhatsApp* para apoio social;
- Discussão das formas como as mães selecionam as informações a partir das suas crenças e das suas relações pessoais;
- Descrição das motivações envolvidas na formação de redes de apoio social online de mães, e;
- Problematização dos usos da internet pelas mães de primeira viagem sob a lógica da plataformização.

As mudanças socioeconômicas, culturais e políticas que caracterizam a maternidade na contemporaneidade, colocaram as mães de primeira viagem diante de diversos desafios. Um deles tratou da maternidade na cultura digital. A fim de explorar esse assunto, será sintetizado como cada objetivo específico foi desenvolvido na pesquisa.

Em relação ao objetivo de descrever as motivações para o uso da internet, as mães digitalmente letradas apresentaram um contexto em que todos os campos de sua vida eram mediados pelas tecnologias digitais. Assim, um dos motivos para o uso da internet deu-se pela integração de tais tecnologias ao cotidiano, pois esses comportamentos estavam naturalizados em sua rotina. Isso foi notado, principalmente, por meio da mobilidade proporcionada pelo uso dos *smartphones*, que permitiu que as mães, em momentos como os da amamentação, estivessem em interação com outras mães, consumido, ou pesquisando conteúdos na internet.

Assim, a internet foi importante instrumento no processo de tornar-se mãe, devido a conveniência e benefícios, como se informar de forma rápida com o conhecimento mais atualizado possível. Durante a pandemia foi notório o quanto ela auxiliou na busca por informações e possibilitou a formação de redes de apoio. Em geral, as mães de primeira viagem começaram a se informar sobre o tema quando passaram a vivenciar essa realidade.

Outro objetivo específico trabalhado foi pesquisar as especificidades do uso de diferentes plataformas pelas mães. Nesse ponto, as mães utilizaram as plataformas que já possuíam familiaridade e faziam parte de seu uso cotidiano – *Instagram*, *WhatsApp*, *Facebook* e *Google*, bem como o uso de aplicativos específicos para a maternidade – *BabyCenter*, *Baby+*,

*Kinedu*. As principais plataformas utilizadas foram as mais populares no contexto brasileiro e o uso de aplicativos foram escolhidos de acordo com as especificidades de suas demandas.

O *Instagram* foi utilizado pelas mães como espaço para se informar por meio dos influenciadores digitais. A plataforma forneceu aos produtores de conteúdo digital, tanto um meio para compartilhar rotineiramente conteúdo de sua área de atuação profissional quanto expor pequenas pílulas de sua vida privada. Dessa forma, as mães foram duplamente influenciadas. Assim, por meio do *Instagram*, as participantes conseguiram acessar informações que proporcionaram um contato inicial com a temática e explicações sobre determinados processos.

Houve uma preferência por seguir perfis de profissionais da saúde, principalmente pediatras. A análise dos produtores de conteúdo mais seguidos indicou que há uma mescla entre informação e comércio, visto que as principais contas pesquisadas tinham indicações de venda de produtos, seja um curso ou um livro sobre maternidade. As publicações das influenciadoras digitais afirmavam que suas informações eram baseadas na ciência, no entanto, em nenhum desses houve a referência a artigos ou livros para auxiliar quem quisesse se aprofundar no assunto.

Os grupos de *WhatsApp* de mães se mostraram como pontos importantes de troca de experiência, obtenção de apoio simultâneo e contato com pessoas que estão vivenciando a mesma situação. Essa troca de experiência com outras mães aponta para a relevância da internet como meio de formação de rede de apoio a partir de interesses em comum. Nos grupos de *WhatsApp*, as mães receberam a curadoria de informações, compararam sua experiência com a de outras mães, acessaram modelos normativos de maternidade, bem como encontraram apoio e acolhimento para suas demandas. As mães escolheram realizar as trocas em espaços em que suas práticas não seriam julgadas. Foi notada a formação de comunidades cada vez mais específicas, as mães procuraram espaços em que suas experiências encontrassem eco nas de outras mães. Além disso, a participação foi maior nos pequenos grupos do que nos com um número maior de participantes.

Essa pesquisa teve também como objetivo específico investigar que considerações as mães fazem ao selecionar conteúdo da internet para sua maternidade. Nesse tema, as mães, ao utilizarem a internet, o fazem por hábito e para duas atividades principais: se informarem e/ou apoio social. Em relação às informações, buscam estarem atualizadas com as práticas ou conhecimentos atuais; compreenderem os processos da diáde mãe-bebê; estarem instrumentalizadas o suficiente para poderem tomar as melhores decisões por seus filhos ou

terem os argumentos de autoridade para justificar ou respaldar suas decisões frente às demandas das ideologias maternas.

Uma forma de filtro apresentada pelas mães foi suas crenças e percepções pessoais. Ainda que grande parte das mães tenham relatado não terem contato com a temática da maternidade antes de tornarem-se mães, essas questões estão presentes ao longo das vidas, com as construções sociais informando sobre os papéis de gênero, a mídia apresentando tipos de maternidade, dentre outros elementos culturais. O período da gestação foi utilizado por elas para tomarem contato com as especificidades da maternidade e solidificar seu sistema de referências sobre como desejam que seja sua jornada. Após o nascimento dos filhos, suas escolhas ideológicas são orientadas por esse sistema de referência anterior, seja para refutar ou para reforçar as informações.

Assim, parte do que elas buscam na internet são conteúdos que corroborem com o que já estavam inclinadas a realizar. Esses balizadores do que se busca na internet, ao mesmo tempo que podem ser reconfortantes, geram um certo aprisionamento em uma bolha de conhecimento. Esse tipo de comportamento é reforçado pelos algoritmos das redes sociais que indicam conteúdos que os consumidores já são familiarizados e que têm mais chance de serem consumidos, acabando em uma câmara de eco.

Além do problema dos algoritmos, há ainda o excesso de informação e de desinformação nas redes. Frente a isso, as mães adotam alguns critérios para filtrar as informações. Utilizam os recursos internos das plataformas como forma de verificar a reputação dos perfis e têm como referência o quanto as pessoas falam sobre determinada temática, defendendo ou refutando um ponto de vista.

Em relação ao apoio social, as demandas para as mães diante das ideologias maternas são grandes e a rede de apoio contribui para seu processo de tornarem-se mães. Elas buscaram espaços para que suas questões fossem acolhidas, apoiadas diante das situações desafiadoras que não sabiam como agir ou não possuíam um sistema de referência prévio.

As mães, a partir das práticas informacionais (MARTINS, 2018), apropriam-se do conhecimento considerado o mais adequado para as mães informadas. No entanto, nem sempre todo esse conhecimento é incorporado às práticas de cuidado e nutrição desenvolvidas com os bebês ou até mesmo nos seus próprios cuidados. Diante do excesso de informação, muitas vezes as mães se utilizam das práticas relacionais (MARTINS, 2018) para obter respaldo para suas decisões, construir uma base de referência sobre possíveis modos de agir. Assim, as informações só passam a ter significação quando consultam sua rede de apoio, seja tradicional ou on-line.

Os estudos que tratavam da relação entre mães e internet, em geral, apontaram para pontos positivos como acesso a práticas atualizadas (RUTHVEN; BUCHANAN; JARDINE, 2018) e científicas. Contudo, essa pesquisa de doutorado aponta ressalvas, como a excessiva comercialização da maternidade e o uso do discurso científico como forma de adquirir prestígio. Os perfis de *Instagram* analisados utilizaram o tema maternidade para dar algumas informações, no entanto, os interesses comerciais estiveram presentes, seja para conseguir mais seguidores, seja para venda de seus produtos, como livros e cursos.

Vale destacar que os perfis do *Instagram* mais citados na pesquisa são de profissionais da saúde, como pediatras. A valorização dos especialistas é um ponto relevante no momento que vivemos, dado que autoridades políticas e religiosas questionam especialistas e pesquisadores (MACHADO et al., 2020). Ao mesmo tempo, vivemos em um momento que a medicina também passa por uma polarização em que a ciência não é mais o principal critério orientador. Haja vista os médicos que tiveram muito espaço na mídia para defenderem uso de medicamentos sem eficácia comprovada contra a COVID-19 (BARBOSA et al., 2021). Nesse contexto, a divulgação de estudos científicos relativos à maternidade é algo cada vez mais importante.

Contudo, o discurso científico nos perfis de *Instagram* estudados carece de indicações de referências. Esses espaços acabam utilizando a ciência mais como atestado de autoridade do que uma divulgação científica. Dizer que está pautado na ciência sem indicar qualquer estudo é uma das formas de tentar ganhar credibilidade pelos divulgadores de desinformação. Para se diferenciar da pseudociência e dos propagadores de desinformação, esses perfis poderiam se inspirar em modelos adotados por divulgadores científicos como o Atila Iamarino.

A grandes empresas de tecnologia têm se aprimorado para que os consumidores passem cada vez mais tempo em suas plataformas (ZUBOFF, 2021). Segundo Wolf (2019), a cultura da facilidade e da imediatez pode ameaçar o pensamento crítico. Essa autora aponta que é relevante nos atentarmos que a leitura em papel ainda é uma forma relevante de adquirir conhecimento, dado que nesse formato temos mais concentração do que em uma leitura a partir de uma tela. Assim, vale a ressalva de que, por mais que se conseguir informações por meio da internet sejam convenientes, elas têm um preço, como a exposição à publicidade.

Notou-se uma pressão para que essas mães estivessem bem-informadas para que pudessem realizar as melhores escolhas. Contudo, diante de tanto conhecimento disponível, tem sido um desafio cada vez maior saber filtrar em quais delas confiar. Assim, os desafios das mães se informarem são inúmeros, como o excesso de informação e a influência dos algoritmos ao sugerir conteúdos similares. Os dados dessa pesquisa apontam para questões relevantes

acerca de como elas lidam com esses desafios. Em tempos em que os especialistas da área perdem prestígio, principalmente por conta daqueles que utilizam a internet para propagar desinformação, as mães pesquisadas indicaram como os profissionais da saúde continuam sendo relevantes na curadoria de informações sobre maternidade.

Ademais, em um momento em que há uma polarização social e um desgaste das relações sociais, as mães formarem comunidades no *WhatsApp* para apoio social e troca de experiência é um alento. Dado que elas vivenciam uma grande transformação, por mais que a tecnologia possa contribuir para se informar, outros seres humanos continuam proporcionando um apoio social fundamental na construção de suas maternidades. Assim, o nascimento de um filho(a) parece reforçar a importância das trocas humanas, às vezes, com uma ajuda da tecnologia.



## REFERENCIAS

- AHAD, Annie Dayani; LIM, Syamimi Md Ariff. Convenience or nuisance? The WhatsApp's dilemma. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, v. 155, p. 189-196, 2014.
- ANDÚJAR-VACA, Alberto; CRUZ-MARTÍNEZ, Maria-Soledad. Mobile instant messaging: WhatsApp and its potential to develop oral skills. **Comunicar. Media Education Research Journal**, v. 25, n. 1, 2017.
- APPLE, Rima D. Constructing mothers: scientific motherhood in the nineteenth and twentieth centuries. **Social History of Medicine**, v. 8, n. 2, pp.161-178, 1995.
- APPLE, Rima D. **Perfect Motherhood: science and childrearing in America**. Rutgers University Press, New Brunswick, New Jersey, and London. 2006.
- ARENDELL, T. Conceiving and Investigating Motherhood: The decade's scholarship. **Journal of Marriage and the Family**, v. 62, n. 4, p. 1192–1207, 2000.
- ARKSEY, H.; O'MALLEY, L. Scoping studies: Towards a methodological framework. **International Journal of Social Research Methodology: Theory and Practice**, v. 8, n. 1, p. 19–32, 2005.
- ARMSTRONG, David. The rise of surveillance medicine. **Sociology of Health & Illness**, v. 17, n. 3, p. 393-404; 1995.
- ARTEIRO, Isabela Lemos. **A Mulher e a Maternidade: um exercício de reinvenção**. Tese (doutorado) - Universidade Católica de Pernambuco, Recife, 2017.
- ATLI, S. *et al.* Impact of parents' technology use on 18- to 24-month-old infants' adaptive behaviors. **Adaptive Behavior**, v. 27, n. 3, p. 197–219, 2019.
- ATTEWELL, Paul. The first and second digital divides. **Sociology of education**, v. 74, n. 3, p. 252-259, 2001.
- BADINTER, Elisabeth. **Um Amor conquistado: o mito do amor materno**. Tradução de Waltensir Dutra. — Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1985.
- BAILEY, L. Refracted selves? A study of changes in self-identity in the transition to motherhood. **Sociology**, v. 33, n. 2, p. 335–352, 1999.
- BAPAYE, J.A.; BAPAYE, H.A. Demographic Factors Influencing the Impact of Coronavirus-Related Misinformation on WhatsApp: Cross-sectional Questionnaire Study. **JMIR Public Health Surveill**, v. 7(1):e19858, 2021.
- BARBOSA, Ana Luiza Neves de Holanda. **Tendências nas horas dedicadas ao trabalho e lazer: uma análise da alocação do tempo no Brasil**. Texto para discussão / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada.: Rio de Janeiro, 2018. Disponível em [http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td\\_2416.pdf](http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/TDs/td_2416.pdf). Acesso em 6 out. 2019.

- BARBOSA, Bernardo; FÁVERO, Bruno; ELY, Débora; BARBOSA, João. Impulsionados pela imprensa, médicos que desinformam sobre Covid-19 somam 30 mil de visualizações no Youtube. 26 de fevereiro de 2021. **Aos Fatos**. Disponível em: <https://www.aosfatos.org/noticias/impulsionados-pela-imprensa-medicos-que-desinformam-sobre-covid-19-somam-30-mi-de-visualizacoes-no-Youtube/>. Acesso em 2 março de 2021
- BENTES, Anna. **Quase um tique**: economia da atenção, vigilância e espetáculo em uma rede social. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2021.
- BORIS, Eileen *et al.* **Home to work**: Motherhood and the politics of industrial homework in the United States. Cambridge University Press, 1994.
- CANESQUI, A. M.; BARSAGLINI, R. A. Apoio social e saúde: pontos de vista das ciências sociais e humanas. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 17, n. 5, p. 1103–1114, 2012.
- CANT, S.; SHARMA, U. **A new medical pluralism?** Alternative medicine, doctors, patients and the state. London, New York: Routledge, 2014.
- CANTERO, Daniel San Martín. Teoría fundamentada y Atlas.ti: recursos metodológicos para la investigación educativa. **Revista Electrónica de Investigación Educativa**, v. 16, n. 1, p. 104-122, 2014.
- CARDOSO, Alexandrina. **Tornar-se mãe, tornar-se pai**: das competências parentais: Estudo sobre a avaliação das competências parentais. Novas Edições Acadêmicas, 2014.
- CARROLL, D. R. Instagram. **The Blackwell Encyclopedia of Sociology**, 1–2; 2017. Disponível em <https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeos0986> Acesso em: 31 mai 2022.
- CASALÓ, Luis V.; FLAVIÁN, Carlos; IBÁÑEZ-SÁNCHEZ, Sergio. Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. **Journal of Business Research**, v. 117, p. 510-519, 2020.
- CASTELLS, Manuel. **A Galáxia internet**: reflexões sobre a internet, negócios e a sociedade. Tradução de Maria Luzia X. de A. Borges. Rio de Janeiro, Zahar, 2003.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2010.
- CASTELLS, Manuel. Preface: The internet and the Network Society. In: Wellman, Barry; Haythornthwaite, Caroline. **The internet in everyday life**. Blackwell Publishers. 2002
- CASTRO, Julio Cesar Lemes de. Controle via agência em plataformas algorítmicas. **Galáxia** (São Paulo), p. 144-157, 2020.
- CHARMAZ, Kathy. **A construção da teoria fundamentada**: guia prático para análise qualitativa. Tradução: Joice Elias Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009.
- CHARMAZ, Kathy; THORNBERG, Robert. The pursuit of quality in grounded theory. **Qualitative Research in Psychology**, v. 18, n. 3, p. 305-327, 2021.

CHODOROW, N. **Feminism and psychoanalytic theory**. New Haven, CT: Yale University Press; 1989

CHODOROW, N. Gender, relation, and difference in psychoanalytic perspective. In: C. Zanardi (Ed.), **Essential papers on the psychology of women** (pp. 420–436). New York University Press; 1990.

COLLEONI, Elanor; ROZZA, Alessandro; ARVIDSSON, Adam. Echo chamber or public sphere? Predicting political orientation and measuring political homophily in Twitter using big data. **Journal of communication**, v. 64, n. 2, p. 317-332, 2014

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nas escolas brasileiras: **TIC Educação 2020**: edição COVID-19, São Paulo, 2021.

COMITÊ GESTOR DA INTERNET NO BRASIL – CGI.br. **TIC Domicílios 2020** – Apresentação dos principais resultados para a imprensa, 2019.

COSTA, Nathália Drey. Trabalhe Você Mesmo: o trabalho “criativo” na sociedade de plataforma. **Revista Contracampo**, v. 39, n. 2, 2020.

COULDRY, N. “The Myth of ‘Us’: Digital Networks, Political Change and the Production of Collectivity.” **Information, Communication & Society**. 18, no. 6: 608–26; 2015.

CROCKENBERG, S. B. Infant irritability, mother responsiveness, and social support influences on the security of infant-mother attachment. **Child Dev**. 52(3):857-65; 1981.

CRUZ, José Marcos de Oliveira. Processo de ensino-aprendizagem na sociedade da informação. **Educação & Sociedade**, v. 29, n. 105, p. 1023-1042, 2008.

DANEBACK, Kristian; PLANTIN, Lars. Research on parenthood and the internet: Themes and trends. Cyberpsychology: **Journal of Psychosocial Research on Cyberspace**, v. 2, n. 2, 2008.

DECLERCQ, Eugene R.; SAKALA, Carol C.; CORRY, Maureen P.; APPLEBAUM, Sandra; HERRLICH, Ariel. Major survey findings of listening to Mothers SM III: New mothers speak out. **The Journal of Perinatal Education**, v. 23, n. 1, p. 17-24, 2014.

DIMAGGIO, P. *et al.* Social Implications of the internet. **Annual Review of Sociology**, v. 27, p. 307–336, 2001.

DJAFAROVA, Elmira; RUSHWORTH, Chloe. Exploring the credibility of online celebrities' Instagram profiles in influencing the purchase decisions of young female users. **Computers in Human Behavior**, v. 68, p. 1-7, 2017.

DONZELOT, Jacques. **A Polícia das famílias**. Tradução de M. T. da Costa Albuquerque. Rio de Janeiro: Edições Graal, 1980.

DOUCET, Andrea. **Do men mother?** Fathering, care, and domestic responsibility. Toronto: University of Toronto Press, 2006.

DOUGLAS, Susan J.; MICHAELS, Meredith W. The new momism. In: O' Reilly, Andrea (org). **Maternal theory**: Essential readings. Edição do Kindle, p. 617-639, 2007

DRENTEA, P.; MOREN-CROSS, J. L. Social capital and social support on the web: The case of an internet mother site. **Sociology of Health and Illness**, v. 27, n. 7, p. 920–943, 2005.

DWORKIN, J.; CONNELL, J.; DOTY, J. A literature review of parents' online behavior. **Cyberpsychology**, v. 7, n. 2, p. 1–14, 2013.

ESPRIELLA, Ricardo de la; RESTREPO, Carlos Gómez. Teoría fundamentada. **Rev. Colomb. Psiquiatr.**, v. 49, n. 2, p. 127-133, 2020.

EVANGELISTA, R; BRUNO, F. WhatsApp and political instability in Brazil: targeted messages and political radicalisation. **Internet Policy Review**, v. 8(4), 2019.

FALK, John H.; DIERKING, Lynn D. The 95 percent solution. **American Scientist**, v. 98, pp. 486–493, 2010.

FARDOULY, Jasmine; WILLBURGER, Brydie K; VARTANIAN, Lenny R. “Instagram Use and Young Women’s Body Image Concerns and Self-Objectification: Testing Mediation Pathways.” **New Media & Society**, v. 20, n. 4, 2018.

FEIL, E. G. *et al.* Randomized control trial of an internet-based parenting intervention for mothers of infants. **Early Childhood Research Quarterly**, v. 50, p. 36–44, 2020.

FERRARI, Roberto. Internet. In: MILL, Daniel *et al.* (Ed.). **Dicionário crítico de educação e tecnologias e de educação a distância**. UFSCar, 2018.

FLICK, U. **Introdução à pesquisa qualitativa**. Tradução de Joice Elias Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009

FOX, Suzannah. The online health care revolution. **Pew Research Center**. 2000. Disponível em <https://www.pewresearch.org/internet/2000/11/26/the-online-health-care-revolution/>. Acesso em: 11 mar. 2022

FRAGOSO, S.; RECUERO, R.; AMARAL, A. **Métodos de pesquisa para internet**. Porto Alegre: Sulina, 2011

FREIRE, Maria Martha de Luna. **Mulheres, Mães e Médicos**. Discurso maternalista no Brasil. Rio de Janeiro: Editora FGV. 2009.

FUCHS, C. **Foundations of Critical Media and Information Studies**. New York: Routledge, 2011.

GARNCAREK, Emilia. “Living with Illegal Feelings”- Analysis of the Internet Discourse on Negative Emotions towards Children and Motherhood. **Qualitative Sociology Review**, v. 16, n. 1, p. 78-93, 2020.

GEHL, R. W. The archive and the processor: The internal logic of Web 2.0. **New Media and Society**, v. 13, n. 8, p. 1228–1244, 2011.

GILLIGAN, C. **In a different voice: Psychological theory and women's development.** Cambridge, MA: Harvard University Press; 1982

GIORDANO, Vincenzo; KOCH, Hilton; GODOY-SANTOS, Alexandre; DIAS BELANGERO, William; PIRES, Robinson Esteves Santos; LABRONICI, Pedro. WhatsApp Messenger as an Adjunctive Tool for Telemedicine: An Overview. **Interact J Med Res** v. 6(2):e11, 2017.

Glenn, E. N. Social constructions of mothering: A thematic overview. In E. N. Glenn, G. Chang, & L. R. Forcey (Eds.), **Mothering: Ideology, experience, and agency** (pp. 1–29). New York: Routledge; 1994.

GONÇALVES, Guilherme Quaresma; CARVALHO, José Alberto Magno; WONG, Laura Lúcia Rodríguez; TURRA, Cássio Maldonado. A transição da fecundidade no Brasil ao longo do século XX—uma perspectiva regional. **Revista Brasileira de Estudos de População**, v. 36, 2019.

GRAMLICH, John. 10 facts about Americans and Facebook. **Pew Research Center**. 2021. Disponível em <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/06/01/facts-about-americans-and-facebook/>. Acesso em 15/02/2022

GROHMANN, Rafael. Plataformização do trabalho: entre dataficação, financeirização e racionalidade neoliberal. **Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura**, v. 22, n. 1, p. 106-122, 2020a.

GROHMANN, R. A Comunicação na Circulação do Capital em Contexto de Plataformização. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. e5145, 2020b.

GUENDELMAN, S. *et al.* Listening to Communities: Mixed-Method Study of the Engagement of Disadvantaged Mothers and Pregnant Women With Digital Health Technologies. **Journal of Medical Internet Research**, v. 19, n. 7, 2017.

HARGITTAI, E. Second-level digital divide: differences in people's online skills. **First Monday** 7(4); 2002.

HAYS, Sharon. **The cultural contradictions of motherhood.** New Haven: Yale University Press. 1996.

HOLLOWAY, Sarah. **Reproducing motherhood.** Geographies of new femininities, Pearson Education, London, 1999.

IACONELLI, V. **Mal-estar na maternidade: do infanticídio à função materna.** São Paulo: Annablume; 2015.

JOHNSON, S. A. 'Intimate mothering publics': comparing face-to-face support groups and internet use for women seeking information and advice in the transition to first-time motherhood. **Culture, Health and Sexuality**, v. 17, n. 2, p. 237–251, 2015.

KARAPANOS, Evangelos; TEIXEIRA, Pedro; GOUVEIA, Ruben. Need fulfillment and experiences on social media: A case on Facebook and WhatsApp. **Computers in Human Behavior**, v.55, p. 888-897, 2016.

KARHAWI, Issaaf *et al.* Influenciadores digitais: conceitos e práticas em discussão. **Communicare**, v. 17, n. 12, p. 46-6, 2017.

KEGLER, B.; LUZ, A. J. A. da; POZOBOON, R. de O. Sociedade de Plataformas e os desafios para a Comunicação Pública: o caso OBCOMP. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 17, n. 1, p. e5653, 2021.

KENSKI, Vani M., Cultura Digital. In: **Dicionário crítico de educação e tecnologias e de educação a distância**. Daniel Mill (org.). Campinas: Papirus, 2018.

KONFLANZ, T. L.; BERTUZZI, T.; COUTINHO, C.; CANTO-DOROW, T. S. do. Perceptions of students in a pedagogy course on environmental issues and pedagogical practice: an analysis based on Grounded Theory. **Research, Society and Development**, v. 9, n. 5, p. e128953129, 2020.

KUKIMOTO, M. F. The use of communication tools among japanese mothers living in France. **Netcom**, n. 24– 1/2, p. 47–62, 2010.

LIMA, A. L. G. Maternidade higiênica: natureza e ciência nos manuais de puericultura publicados no Brasil. **História: Questões & Debates**, v. 47, n. 2, p. 95–122, 2007.

LIMA, A. L. G. Os saberes especializados da pediatria e a adaptação das mães às necessidades de seus bebês: um estudo de manuais de puericultura publicados no Brasil. 31 Anped. Anais.Caxambu: **Reunião Anual da ANPED**, 2008.

LITT, J.S. **Medicalized Motherhood: Perspectives from the Lives of African- American and Jewish Women**. New Brunswick, New Jersey: Rutgers University Press, 2000.

LUPTON, D. ‘A love/hate relationship’: The ideals and experiences of first- time mothers. **Journal of Sociology**, v. 36, n. 1, p. 50–63, 2000.

MACHADO, Caio C. Vieira *et al.* **Ciência Contaminada: Analisando o Contágio de desinformação sobre coronavírus via Youtube**. Centro de Análise da Liberdade e do Autoritarismo (LAUT). 2020. Disponível em <https://laut.org.br/ciencia-contaminada.pdf>  
Acesso em: 31 out. 2020

MACKERT, Michael *et al.* Designing e-health interventions for low-health-literate culturally diverse parents: addressing the obesity epidemic. **Telemedicine and e-Health**, v. 15, n. 7, p. 672-677, 2009.

MADGE, C.; O’CONNOR, H. Mothers in the making? Exploring liminality in cyber/space. **Transactions of the Institute of British Geographers**, v. 30, n. 1, p. 83–97, 2005.

MADGE, C.; O’CONNOR, H. Parenting gone wired: Empowerment of new mothers on the internet? **Social and Cultural Geography**, v. 7, n. 2, p. 199–220, 2006.

MARTINS, A. B. A. A. **Práticas culturais e estratégias de cuidado à saúde materno infantil em Sobral - CE**. Dissertação (Mestrado em Saúde da Família) - Universidade Federal do Ceará, Sobral, 2018.

MATSUKURA, T. S, MARTURANO, E. M., Oishi, J. O questionário de suporte social (SSQ): estudos da adaptação para o português. **Rev Latinoam Enfermagem**. 10(5):675-81; 2002

MATTHES, Jörg; KARSAY, Kathrin; SCHMUCK, Desirée; STEVIC, Anja. “Too much to handle”: Impact of mobile social networking sites on information overload, depressive symptoms, and well-being. **Computers in Human Behavior**, v. 105, 2020.

MAUTHNER N.S., Postnatal depression: The significance of social contact between mothers, **Women’s Studies International Forum**, vol.18 (3), pp. 311–323, 1995.

McMAHON, M. **Engendering motherhood**: Identity and self-transformation in women’s lives. New York: Guilford Press; 1995.

MENDONÇA, Maria Collier de. Maternidade E Maternagem: Os Assuntos Pendentes Do Feminismo. **Revista Artemis**, vol. 31, no. 1, 2021

MERCER, R. T.; WALKER, L. O. A review of nursing interventions to foster becoming a mother. **Journal of Obstetric, Gynecologic & Neonatal Nursing**, 35(5), 568-582; 2006.

MOHAMADIRIZI, Soheila; FAHAMI, Fariba; BAHADORAN, Parvin. Comparison of the effect of multimedia and illustrated booklet educational methods on women's knowledge of prenatal care. **Iranian Journal of Nursing and Midwifery Research**, v. 19, n. 2, p. 127, 2014.

MORAHAN-MARTIN, J. M. How internet users find, evaluate, and use online health information: A cross-cultural review. **Cyberpsychology and Behavior**, v. 7, n. 5, p. 497–510, 2004.

MORAN, C. F., HOLT, V. L., & MARTIN, D. P. What do women want to know after childbirth? **Birth**, 24(1), 27-34. 1997.

NASCIMENTO, Jardelina Bispo *et al.* A teoria fundamentada em dados aplicada ao campo da educação superior. Research, **Society and Development**, v. 10, n. 5, 2021.

NICOLSON, Paula. Loss, happiness and postpartum depression: The ultimate paradox. **Canadian Psychology**, v. 40, n. 2, p. 162, 1999.

NIEUWBOER, C. C.; FUKKINK, R. G.; HERMANNNS, J. M. A. Peer and professional parenting support on the internet: A systematic review. **Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking**, v. 16, n. 7, p. 518–528, 2013.

O’CONNOR, H.; MADGE, C. “My mum’s thirty years out of date” the role of the internet in the transition to motherhood. **Community, Work and Family**, v. 7, n. 3, p. 351–369, 2004.

O'REILLY, Andrea. Introduction. In: O'REILLY, Andrea (Ed.). **From motherhood to mothering**: the legacy of Adrienne Rich's *Of woman born*. Suny Press, 2004.

O'REILLY, Andrea. **Maternal Theory**: Essential Readings. Demeter Press. Edição do Kindle, 2007.

OAKLEY, Ann. **Becoming a mother**. Oxford, UK: Martin Robertson, 1979.

OBERMAN, Yael; JOSSELSO, Ruthellen. Matrix of tensions: A model of mothering. **Psychology of Women Quarterly**, v. 20, n. 3, p. 341-359, 1996.

PALETTA, Francisco Carlos; DO LAGO, Jader Jaime Costa. Plataformização e o uso da informação para a criação de estímulos de consumo. **e-Ciencias de la Información**, v. 12, n. 1, 2022

PARISER, E. **O filtro invisível**: o que a internet está escondendo de você. Tradução de Diego Alfaro. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PARO, Vitor Henrique. **Educação como exercício do poder**: crítica ao senso comum em educação. Cortez, São Paulo 2014.

PARRY, D. C.; GLOVER, T. D.; MULCAHY, C. M. From “stroller-stalker” to “momancer” courting friends through a social networking site for mothers. **Journal of Leisure Research**, v. 45, n. 1, p. 23–46, 2013.

PEREIRA, Laura Karolinne de Oliveira. **#Fuiinfluenciada**: a influência do Instagram na decisão de compra das mães gestantes. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Administração) - Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2019.

PESCE, Luísa Ruzzarin. **O lado B da maternidade**: um estudo qualitativo a partir de blogs. Dissertação. Programa de Pós-Graduação em Psicologia. Instituto de Psicologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2018.

PETER, Jochen; VALKENBURG, Patti M. Research note: Individual differences in perceptions of internet communication. **European Journal of Communication**, v. 21, n. 2, p. 213-226, 2006.

PINHO, Juliana Malacarne de. **Representações da maternidade no cinema brasileiro contemporâneo**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação) – Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

PINTO, Candida Martins. A teoria fundamentada como método de pesquisa para ambientes virtuais de aprendizagem. **Caminhos em Linguística Aplicada**, v. 7, n. 2, p. 78-96, 2012.

PIRES, E. M. A blogosfera materna é branca: trabalho, feminismos, raça e classe na blogosfera materna brasileira. **Ártemis**, v. XXXI, p. 183–202, 2021.

PLANTIN, L.; DANEBACK, K. Parenthood, information and support on the internet. A literature review of research on parents and professionals online. **BMC Family Practice**, v. 10, p. 1–12, 2009.



PLEASE, Nicholas *et al.* On-line with the friends of Bill W social support and the Net. **Sociological Research Online**, v. 5, n. 2, p. 33-44, 2000.

PLUTZER, K.; KEIRSE, M. J. N. C. Effect of motherhood on women's preferences for sources of health information: A prospective cohort study. **Journal of Community Health**, v. 37, n. 4, p. 799–803, 2012.

PRIGOL, Edna Liz; BEHRENS, Marilda Aparecida. Teoria Fundamentada: metodologia aplicada na pesquisa em educação. **Educação & Realidade**, v. 44, 2019.

RAGNEDDA, M.; RUIU, M. L.; ADDEO, F. Measuring Digital Capital: An empirical investigation. **New Media & Society**, p. 1–24, 2019.

RAGNEDDA, Massimo. **The third digital divide: A Weberian approach to digital inequalities**. Routledge, 2017.

RAINIE, Lee. The state of blogging. **Pew Research Center**. 2005.

RAINIE, Lee; WELLMAN, Barry. **The internet in daily life**. Society and the internet: how networks of information and communication are changing our lives, p. 27, 2019.

RAMOS, Daniela Osvald. A influência do algoritmo. **Revista Comunicare**, v. 17, p. 70-85, 2017.

RAPOPORT, A. **Da gestação ao primeiro ano de vida do bebê: apoio social e ingresso na creche**. Tese de Doutorado. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Instituto de Psicologia. Curso de Pós-Graduação em Psicologia do Desenvolvimento. 2003.

RAPOPORT, A.; PICCININI, C. A. Apoio social e experiência da maternidade. **Journal of Human Growth and Development**, v. 16, n. 1, p. 85, 2006.

RICH, Adrienne. Introduction from of woman born. In: O' Reilly, Andrea (org). **Maternal theory: Essential readings**. Edição do Kindle, 2007

RITTER, D.; SCHMITZ, G.; BULEGON, A.; TOLENTINO-NETO, L. Percepções de professores de Matemática sobre as aulas remotas: uma análise à luz da teoria fundamentada nos dados. **Revista de Ensino de Ciências e Matemática**, v. 12, n. 3, p. 1-19, 2021.

ROSE, Nikolas. **Governing the soul: the shaping of the private self**. London: Free Association Books, 1999.

ROZGONJUK, Dmitri; SINDERMAN, Cornelia; ELHAI, Jon D.; MONTAG, Christian. Fear of Missing Out (FoMO) and social media's impact on daily-life and productivity at work: Do WhatsApp, Facebook, Instagram, and Snapchat Use Disorders mediate that association? **Addictive Behaviors**, v. 110, 2020.

RUDDICK, Sara. **Maternal Thinking: Toward a Politics of Peace**. New York: Balantine Books. 1989

RUTHVEN, I.; BUCHANAN, S.; JARDINE, C. Relationships, environment, health and development: The information needs expressed online by young first-time mothers. **Journal of the Association for Information Science and Technology**, v. 69, n. 8, p. 985–995, 2018.

152, 2020.

SAAD, Elizabeth. A plataformização das relações sociais: reflexões sobre a ressignificação da atividade comunicativa. In: FARIAS, L.; LEMOS, E.; REBECHI, C. **Opinião pública, comunicação e organizações: convergências e perspectivas contemporâneas**. São Paulo: Abrapcorp, p. 152-163, 2020.

SALAVERRÍA, R.; BUSLÓN, N.; LÓPEZ-PAN, F.; LEÓN, B.; LÓPEZ-GOÑI, I.; ERVITI, M.-C. Desinformación en tiempos de pandemia: tipología de los bulos sobre la Covid-19. **Profesional de la Información**, v. 29, n. 3, 2020.

SANTAELLA, L. Da cultura das mídias à cibercultura: o advento do pós-humano. **Famecos**, v. 22, p. 23–32, 2003.

SATLER, L. L.; CARRIJO, A. J. DE F. O que adolescentes pensam sobre o compartilhamento de si na internet? **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 15, n. 1, p. 111-130, 19 jan. 2021.

SAWYER, M. G. *et al.* Nurse-Moderated internet-Based Support for New Mothers: non-inferiority, randomized controlled trial. **Journal of Medical Internet Research**, v. 19, p. 1–14, 2017.

SAWYER, M. G. *et al.* Usage, adherence and attrition: How new mothers engage with a nurse-moderated web-based intervention to support maternal and infant health. A 9-month observational study. **BMJ Open**, v. 6, n. 8, p. 1–11, 2016.

SCAVONE, Lucila. A maternidade e o feminismo: diálogo com as ciências sociais. **Cadernos Pagu**, Campinas, p. 137-150, 2001.

SCHNEIDER, R. Narrativas da maternidade no YouTube. **Temática**, v. 14, n. 12, p. 205–220, 2018.

SCHULTE, A. A. **Maternidade contemporânea como sofrimento social em blogs brasileiros**. (Dissertação de Mestrado) – Pontifícia Universidade Católica de Campinas, Campinas, Centro de Ciências da Vida, Programa de Pós-Graduação em Psicologia, Campinas. 2016.

SEALE, Clive. Quality in qualitative research. **Qualitative Inquiry**, v. 5, n. 4, p. 465-478, 1999.

SEGATA, Juliara Borges. “**Mamães ativas**”: etnografia de um grupo mulheres, da gestação à maternidade. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) - Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2017.

SHELDON, Pavica; BRYANT, Katherine. Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age. **Computers in Human Behavior**, v. 58, p. 89-97, 2016.

- SILVEIRA, Sérgio Amadeu da; SOUZA, Joyce; Cassino, João Francisco (orgs). **Colonialismo de dados e modulação algorítmica: tecnopolítica, sujeição e guerra neoliberal**. São Paulo, SP: Autonomia Literária, 2021.
- SIMÃO, Andréa Branco; COUTINHO, Raquel Zanatta; GUEDES, Gilvan Ramalho. Desejo por filhos entre mulheres de alta escolaridade: conflitos, mudanças e permanências. **Revista Brasileira de Estudos de População**, Rio de Janeiro, v. 37, 2020.
- SO, Simon. Mobile instant messaging support for teaching and learning in higher education. **The Internet and Higher Education**, v. 31, p. 32-42, 2016.
- SONG, F. W. *et al.* Women, Pregnancy, and Health Information Online: The Making of Informed Patients and Ideal Mothers. **Gender and Society**, v. 26, n. 5, p. 773–798, 2012.
- STEARNS, Peter. **Anxious parents: a history of modern childrearing in America**. New York: New York University Press, 2003.
- STEINBERG, Z. Donning the mask of motherhood: A defensive strategy, a developmental search. **Studies in Gender and Sexuality**, v. 6, n. 2, p. 173–198, 2005.
- STRAUSS, Anselm; CORBIN, Juliet. **Bases de la investigación cualitativa: técnicas y procedimientos para desarrollar la teoría fundamentada**. Universidad de Antioquia, 2002.
- SUTHERLAND, Jean-Anne. Mothering, guilt and shame. **Sociology Compass**, v. 4, n. 5, p. 310-321, 2010.
- TAYLOR, Tiffany. Re-examining cultural contradictions: Mothering ideology and the intersections of class, gender, and race. **Sociology Compass**, v. 5, n. 10, p. 898-907, 2011.
- TIGGEMANN, Marika; ZACCARDO, Mia. “Strong Is the New Skinny”: A Content Analysis of #fitspiration Images on Instagram. **Journal of Health Psychology**, v. 23, n. 8, p. 1003–1011, 2018.
- TOMAZ, R. Feminismo, maternidade e mídia: relações historicamente estreitas em revisão. **Galáxia** (São Paulo, Online), n. 29, p. 155-166, jun. 2015
- TOMAZ, R. O. Vendem-se conselhos: poder pastoral, mídia e maternidade. **Rizoma**, v. 4, n. 4, p. 196–207, 2016.
- VAN DEURSEN, Alexander JAM; HELSPER, Ellen J. The third-level digital divide: Who benefits most from being online? In: **Communication and information technologies annual**. Emerald Group Publishing Limited, 2015.
- VAN DIJCK, J. **A Sociedade da Plataforma: entrevista com José van Dijck**. DigiLabour, 2019. Disponível em <https://digilabour.com.br/2019/03/06/a-sociedade-da-plataforma-entrevista-com-jose-van-dijck/>. Acesso em 06 de maio de 2020
- VAN DIJCK, J. Confiamos nos dados? As implicações da datificação para o monitoramento social. **MATRIZES**, v. 11, n. 1, p. 39–59, 2017.

VAN DIJCK, José; POELL, Thomas; DE WAAL, Martijn. **The platform society: Public values in a connective world.** Oxford University Press, 2018.

VAN DIJK, J. Digital divide research, achievements and shortcomings. **Poetics**, v. 34, n. 4-5, p. 221-235, 2006.

VAN ZOONEN, Liesbet. I-Pistemology: Changing truth claims in popular and political culture. **European Journal of Communication**, v. 27, n. 1, p. 56-67, 2012.

VINUTO, J. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. **Temáticas**, v. 22, n. 44, p. 203–220, 2014.

VISINTIN, C. D. N.; AIELLO-VAISBERG, T. M. J. Maternidade e sofrimento social em mommy blogs brasileiros. **Psicologia - Teoria e Prática**, v. 19, n. 2, p. 98–107, 2017.

WALKER, Lorraine O. *et al.* e-Health and new moms: Contextual factors associated with sources of health information. **Public Health Nursing**, v. 34, n. 6, p. 561-568, 2017.

WANG, X.; SHI, J.; KONG, H. Online Health Information Seeking: A Review and Meta-Analysis. **Health Communication**, v. 36, n. 10, p. 1163–1175, 2020

WEBSTER, Frank. **Theories of the information society.** Routledge, London, 2014.

WEI, Lu; HINDMAN, Douglas Blanks. Does the digital divide matter more? Comparing the effects of new media and old media use on the education-based knowledge gap. **Mass Communication and Society**, v. 14, n. 2, p. 216-235, 2011.

WELLMAN, Barry; QUAN-HAASE, Anabel; HARPER, Molly-Gloria. The networked question in the digital era: How do networked, bounded, and limited individuals connect at different stages in the life course?. **Network Science**, v. 8, n. 3, p. 291-312, 2020.

WOLF, Maryanne. **O cérebro no mundo digital: os desafios da leitura na nossa era.** Tradução Rodolfo Ilari; Mayumi Ilari. São Paulo: Contexto, 2019

WONG, X. L.; LIU, R. C.; SEBARATNAM, D. F. Evolving role of Instagram in #medicine. **Internal Medicine Journal**, v. 49, n. 10, p. 1329–1332, 2019

YOPO DÍAZ, M. Enacting motherhood: time and social change in Chile. **Journal of Gender Studies**, v. 27, n. 4, p. 411–427, 2018.

ZUBOFF, Shoshana. **A Era do Capitalismo de Vigilância.** Editora Intrínseca, 2021.

## APÊNDICE A

### Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

Você está sendo convidado a participar da pesquisa “Mães de primeira viagem na cultura digital: uso da internet como fonte de acesso ao conhecimento especializado”, de responsabilidade de Lucélia de Almeida Silva, aluna de doutorado da Universidade de Brasília. O objetivo desta pesquisa é compreender como as mães pela primeira vez se relacionam com o conhecimento especializado acessado por meio das tecnologias digitais no seu processo de tornar-se mãe. Assim, gostaria de consultá-lo(a) sobre seu interesse e disponibilidade de cooperar com a pesquisa.

Você receberá todos os esclarecimentos necessários antes, durante e após a finalização da pesquisa, e lhe asseguro que o seu nome não será divulgado, sendo mantido o mais rigoroso sigilo mediante a omissão total de informações que permitam identificá-lo(a). Os dados provenientes de sua participação na pesquisa, tais como questionários, entrevistas, gravação audiovisual, ficarão sob a guarda da pesquisadora responsável pela pesquisa.

A coleta de dados será realizada por meio de “questionário e entrevistas” que tem por objetivo compreender qual a relação do uso da internet com o processo de tornar-se mãe. Este questionário possui 29 questões. Há perguntas sobre o uso da internet e seu perfil sociodemográfico. Caso não deseje responder alguma pergunta, deixe-a em branco. É para estes procedimentos que você está sendo convidado a participar. A sua participação na pesquisa não implica em nenhum risco.

A participação é voluntária e livre de qualquer remuneração ou benefício. Você é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper sua participação a qualquer momento. A recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade ou perda de benefícios.

Se você tiver qualquer dúvida em relação à pesquisa, você pode me contatar através do telefone 61 98182-2450 ou pelo e-mail <lucmagalhaes@gmail.com>.

A pesquisadora garante que os resultados do estudo serão devolvidos aos participantes por meio de cópia dos resultados desta pesquisa, podendo ser publicados posteriormente na comunidade científica.

Este projeto foi revisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa em Ciências Humanas e Sociais (CEP/CHS) da Universidade de Brasília. As informações com relação à assinatura do TCLE ou aos direitos do participante da pesquisa podem ser obtidas por meio do e-mail do CEP/CHS: cep\_chs@unb.br ou pelo telefone: (61) 3107 1592.

Declaro que li os detalhes descritos neste documento. Entendo que eu sou livre para aceitar ou recusar e que eu posso interromper minha participação a qualquer momento. Eu concordo que os dados coletados para o estudo sejam usados para os propósitos acima descritos. Para participar da pesquisa, é necessário que você concorde com o termo de Consentimento Livre e Esclarecido.

Lucélia de Almeida Silva  
Pesquisadora responsável  
lucmagalhaes@gmail.com / (61) 98182-2450

## APÊNDICE B

### Roteiro para entrevistas

- Você pode se apresentar e apresentar o seu bebê?
- Você pode contar sobre sua rotina de uso da internet? Dentro dessa rotina onde entra questões ligadas à maternidade?
- No questionário você comentou que um dos temas sobre o qual você aprendeu foi sobre XXXX, você pode comentar um pouco?
  - partir de uma pesquisa sua?
  - por que você se interessou pela temática?
  - o que você já sabia e o que aprendeu?
  - como as pessoas a sua volta lidam com isso?
  - como você avalia essas informações?