



15  
21<sup>a</sup>  
OUT

www.siac.ufrj.br

9<sup>A</sup> SEMANA DE  
INTEGRAÇÃO  
ACADÊMICA  
DA UFRJ

40ª JORNADA GIULIO MASSARANI DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA  
TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL  
15º CONGRESSO DE EXTENSÃO DA UFRJ  
10ª JORNADA DE PESQUISA E EXTENSÃO DO CAMPUS UFRJ - MACAÉ  
5ª JORNADA DE FORMAÇÃO DOCENTE • PIBID/UFRJ  
SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA • SNCT/UFRJ 2018

## *O conceito de *habitus* e a publicização da introdução alimentar no Instagram*

Bianca Cristina Camargo Martins (INJC/UFRJ)

Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho (INJC/UFRJ)

Rafael de Oliveira Barbosa (INJC/UFRJ)

**INTRODUÇÃO:** A introdução alimentar (IA) é uma fase que produz novas sensibilidades que repercutem em todo o núcleo familiar, sobretudo nas mães<sup>1,2</sup>, agentes sociais culturalmente imbuídos da responsabilidade da educação alimentar dos filhos. As questões que envolvem as escolhas sobre a IA dos filhos são complexas, considerando que a escolha alimentar tem caráter individual, mas também é moldada pela cultura local, sendo estruturada pelas práticas de consumo e comunicação e estruturante das relações sociais<sup>3</sup>. Estas são modificadas com o advento da internet, que ampliou a capacidade de conexão e comunicação entre os agentes e permitiu a criação de redes sociais nesses espaços<sup>4</sup>, que se configuram como agências de socialização e lugar de publicização<sup>5</sup>. Nesses espaços, as subjetividades maternas que cingem a IA são ressignificadas em um processo dialógico de interação com outras mães e com a sociedade<sup>5</sup>. Assim, olhar para essas redes sociais nos ajuda a pensar as subjetividades e disposições envolvidas nas ações que levam as mães a uma prática cotidiana de postar o que oferecem para os filhos comerem. **OBJETIVO:** Analisar as disposições que motivam as mães a postarem a IA dos filhos no Instagram. **METODOLOGIA:** Para sustentar nossa reflexão, utilizamos o conceito de *habitus* do sociólogo francês Pierre Bourdieu<sup>6,7</sup>. Essa ferramenta conceitual nos permite desnaturalizar os esquemas de percepção para compreendermos essas disposições na prática, como elas repercutem nas imagens e textos postados. Para selecionar os perfis no Instagram, digitamos no campo de busca a expressão “introdução alimentar”. Observamos uma diversidade de fotos e vídeos postados por mães para compartilhar dicas, receitas, informações e relatos de experiências vivenciadas por elas na IA dos filhos. Porém, para recortar a análise, incluímos apenas os perfis destinados a compartilhar o diário da IA da criança, segundo sua descrição. Foi então realizada a análise de conteúdo das postagens, considerando as fotografias e os textos das legendas. **RESULTADOS:** Constatamos que os conteúdos misturam saberes tradicionais, passados de geração a geração, com tendências de modas. As disposições dessas mães, cujos perfis identificados apontaram alta escolaridade, direcionam para uma ideia de alimentação saudável disseminada nas mídias,



15  
21<sup>a</sup>  
OUT

www.siac.ufrj.br

9<sup>A</sup> SEMANA DE  
INTEGRAÇÃO  
ACADÊMICA  
DA UFRJ

40ª JORNADA GIULIO MASSARANI DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA  
TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL  
15º CONGRESSO DE EXTENSÃO DA UFRJ  
10ª JORNADA DE PESQUISA E EXTENSÃO DO CAMPUS UFRJ - MACAÉ  
5ª JORNADA DE FORMAÇÃO DOCENTE • PIBID/UFRJ  
SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA • SNCT/UFRJ 2018

envolvendo novidades e políticas públicas. Além disso, tais disposições operam como fios condutores na diversidade de elementos ressignificados na cultura local. **CONCLUSÃO:** Finalmente, entendemos como o conceito de *habitus*, que remete à ideia de “interiorização da exterioridade” e “exteriorização da interioridade”<sup>7</sup>, pode nos ajudar a perceber tanto que as disposições das mães são adquiridas pela aprendizagem na interação com outras mães e com a sociedade quanto o caráter individual envolvido nas práticas sociais das mães. Esses resultados tratam-se de um estudo piloto que fará parte da dissertação da primeira autora.

## REFERÊNCIAS

1. RAMOS, D. C.; COELHO, T. C. B. Representação social de mães sobre alimentação e uso de estimulantes do apetite em crianças: satisfação, normalidade e poder. **Physis Revista de Saúde Coletiva**, n. 27, v. 2, p. 233-254, 2017.
2. SALVE, J. M.; SILVA, I. A. Representações sociais de mães sobre a introdução de alimentos complementares para lactentes. **Acta paul enferm**, v. 22, n. 1, p. 43-8, 2009.
3. CARVALHO, M. C. V. S. **Aspectos públicos e privados de escolhas alimentares em práticas virtuais de comunicação e consumo (Cap. 2)**. In: PERES-NETO, L.; CORRAL, JB. Orgs. *Éticas em rede: políticas de privacidade e moralidades públicas*. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2017, 254 p.
4. RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009. (Coleção Cibercultura). 191 p.
5. BACCEGA, M. A. Comunicação/educação e a construção de nova variável histórica. **Comunicação & Educação**, v. 14, n. 3, p. 19-28, 2009.
6. BOURDIEU, P. **Questões de Sociologia**. Lisboa: Ed. Fim de Século, 2003.
7. CATANI, A. M.; NOGUEIRA, M. A.; HEY, A. P.; MEDEIROS, C. (Orgs.). **Vocabulário Bourdieu** – 1 ed. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2017.