



41ª JORNADA GIULIO MASSARANI DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA
TECNOLÓGICA, ARTÍSTICA E CULTURAL
16º CONGRESSO DE EXTENSÃO DA UFRJ
11ª JORNADA DE PESQUISA E EXTENSÃO DO CAMPUS UFRJ - MACAÉ
6ª JORNADA DE FORMAÇÃO DOCENTE - PIBID/UFRJ
SEMANA NACIONAL DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA UFRJ

21 A 27 DE OUTUBRO | 2019

Mapeando perfis de mães no momento da alimentação complementar no Instagram

Bianca Cristina Camargo Martins (INJC/UFRJ)

Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho (INJC/UFRJ)

Rafael de Oliveira Barbosa (INJC/UFRJ)

Julia Rianelli Mondego Fiszer (INJC/UFRJ)

Introdução: Durante o período da alimentação complementar (AC), tem sido uma tendência a publicização das experiências das mães com a AC dos filhos em perfis no Instagram. As características dessa rede social e as formas como os usuários se manifestam nela nos levam, portanto, a pensar na plataforma como um ambiente acessível e importante para elas, seja para buscar receitas criativas e orientações nutricionais ou para atualizar e compartilhar suas práticas a partir das vivências publicadas por outras mães. Assim, entende-se que os perfis de mães que publicizam a AC dos filhos no Instagram têm uma função relevante, já que alguns se tornam influenciadores digitais, podendo inspirar práticas alimentares de outros sujeitos.

Objetivos: Mapear e comparar os perfis públicos sobre AC construídos por mães no Instagram. **Metodologia:** Trata-se de estudo qualitativo, exploratório, realizado em duas etapas. Este resumo faz parte de uma dissertação de mestrado intitulada ‘#introducaoalimentar: uma análise de postagens de mães no Instagram’, do Programa de Pós-graduação em Nutrição do Instituto de Nutrição Josué de Castro, Universidade Federal do Rio de Janeiro. Na primeira etapa foi realizado um levantamento dos perfis no Instagram que utilizavam o termo ‘introdução alimentar’ em sua descrição, no período de 26 de abril a 04 de maio de 2019. Na segunda etapa foi realizada análise do conteúdo das biografias para compreender alguns aspectos do papel social de mãe na construção desses perfis na rede social, refinando esses aspectos como resultado e expressão de um modo de ser e de se comportar nessa condição social.

Resultados: Observou-se a existência de alguns perfis privados, os quais não foram considerados neste estudo. Encontrou-se 35 perfis públicos, sendo 15 destes

categorizados como diários alimentares. Os demais perfis públicos foram categorizados como 'comercial' ou 'informativo'. Todos os perfis são construídos e monitorados pelas mães, majoritariamente apresentam o nome e a idade do filho, o nome da mãe e alguns informam religião, mencionam outros filhos, formação acadêmica e cidade onde vive. A maioria das mães possui nível superior completo e são admiradoras ou adeptas ao método Baby Led-Weaning (BLW). Entende-se que a valorização do BLW reflete um tipo ideal de mãe moderna conectada com tendências de consumo e com orientações nutricionais que seguem normas de alimentação saudável disseminadas nas mídias de modo legitimado por instituições do campo da Nutrição. **Considerações finais:** A interação entre as mães durante a AC sempre existiu, entretanto, compartilhar as experiências da AC do filho no Instagram é um fenômeno social presente na sociedade atualmente. Esse dado deve ser considerado no âmbito da alimentação infantil, posto que os conteúdos em torno de AC disseminados na cultura digital são fenômenos irreversíveis que interferem diretamente nos perfis de mães e nas práticas alimentares de mães e bebês.

Palavras-chave: Alimentação infantil, alimentação complementar, mídias sociais, Instagram

REFERÊNCIAS

1. BRASIL. **Dez passos para uma alimentação saudável: guia alimentar para crianças menores de dois anos: um guia para o profissional da saúde na atenção básica.** Ministério da Saúde, Secretaria de Atenção à Saúde, Departamento de Atenção Básica. 2 ed. Brasília: Ministério da Saúde, 2013. 72 p.
2. POSSOLLI, G. E.; FUTAGAMI, R. B. As redes sociais na formação de comunidades de aprendizagem em nutrição infantil e BLW. **Cadernos de Pesquisa**, v. 25, n. 2, 2018.
3. RECUERO, R. **Estudando discursos em mídia social: uma proposta metodológica.** In: SILVA, T.; BUCKSTEGGE, J.; ROGEDO, P. (Orgs.) *Estudando cultura e comunicação com mídias sociais.* Brasília: IBPAD, 2018. p. 13-30.