

FACULDADE CÁSPER LÍBERO
Mestrado em Comunicação

Grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*:
Informação e possibilidade de emancipação materna

Alessandra Rebecchi

SÃO PAULO
2015

ALESSANDRA REBECCHI

Grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*:
Informação e possibilidade de emancipação materna

Dissertação de Mestrado apresentada ao Programa de Pós-Graduação Stricto Sensu, Mestrado em Comunicação, linha de pesquisa B: Produtos Midiáticos – Jornalismo e Entretenimento, da Faculdade Cásper Líbero, para obtenção do título de Mestre.

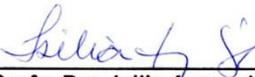
Orientador: Prof. Dr. Cláudio Novaes Coelho

SÃO PAULO
2015

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

Autora: ALESSANDRA REBECCHI FEITOSA DA SILVA

**"GRUPOS DE APOIO AO ALEITAMENTO MATERNO NO FACEBOOK:
INFORMAÇÃO E POSSIBILIDADE DE EMANCIPAÇÃO MATERNA"**



**Profa. Dra. Isilia Aparecida Silva
Universidade de São Paulo – USP/EEUSP**



**Profa. Dra. Dulcilia Helena Schroeder Buitoni
Faculdade Cásper Líbero - FCL**



**Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho
Faculdade Cásper Líbero - FCL**

Data da Defesa: 17 de agosto de 2015

Rebecchi, Alessandra

Grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*: informação e possibilidade de emancipação materna / Alessandra Rebecchi Feitosa da Silva.-- São Paulo, 2015.

125 f.: il.; 30 cm

Orientador: Prof. Dr. Cláudio Novaes Coelho

Dissertação (mestrado) – Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação

1. Redes Sociais Digitais. 2. Emancipação. 3. Trabalho Imaterial. 4. Aleitamento Materno. 5. Indústria Cultural. 6. Capital Social. I. Coelho, Cláudio Novaes. II. Faculdade Cásper Líbero, Programa de Mestrado em Comunicação. III. Título.

*Dedico este estudo ao meu marido e às minhas filhas.
Sol e raios de sol de minha vida, razões de
tudo o que faço e sentidos do meu viver.*

AGRADECIMENTOS

Ao meu Deus, que amou o mundo de tal maneira que deu o seu Filho Unigênito, para que todo aquele que nele crê não pereça, mas tenha a vida eterna (João 3:16).

Ao meu marido, Rodrigo, meu grande amor, amigo e companheiro. Através dos seus olhos posso ver o caminho para a conquista dos nossos sonhos. Seu amor, seu incentivo e seu apoio foram fundamentais para que eu chegasse até aqui.

À minha filha, Gabriela, por ter me ensinado a ser mãe e me mostrado que tudo é possível quando cremos. Obrigada pela companhia, pelas aventuras na biblioteca e por ter compreendido que a mamãe estava trabalhando em um projeto tão importante. Que você cresça com a certeza de que pode fazer tudo o que desejar nessa vida.

À minha filha, Helena, por ter estado tão junto a mim na reta final dessa jornada. Você fez meu coração bater ainda mais forte durante esses meses dentro do meu ventre, trouxe mais felicidade à nossa família e ajudou a fortalecer a mulher que eu desejo me tornar. Que você nasça no seu tempo, com respeito e saudável, minha amada.

À minha mãe, Rosely e minha irmã, Adriana, por serem exemplos de perseverança e conquistas. Obrigada por nunca terem desistido, por sempre manterem o sorriso no rosto e por serem minhas grandes amigas. Seu apoio e ajuda foram fundamentais para que eu pudesse concluir este projeto.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Cláudio Novaes Coelho, por ter aceitado embarcar neste projeto já no terceiro semestre e, com maestria, ajudar-me a concluir o curso a tempo do nascimento da Helena.

Ao meu primeiro orientador, Prof. Dr. Edilson Cazeloto, cujas discussões foram fundamentais para que meus olhos fossem abertos e eu compreendesse a importância de se tentar mudar o mundo fora da Academia. Tão coerente aos seus princípios, decidiu deixar a docência para colocar as mãos na terra, e isso muito me incentivou.

Aos meus professores e colegas de mestrado, pelo tempo que pudemos compartilhar pensamentos, discutir visões de mundo e sonhar nossos projetos.

Aos meus amigos e familiares, que puderam compreender o período de ausência a que precisei me recolher durante todo o mestrado.

Aos ativistas da amamentação e do parto humanizado, que graças ao seu trabalho, ajudaram a mudar a minha história e a da minha família, trazendo, até nós, o conhecimento que liberta.

RESUMO

Esta pesquisa investiga o compartilhamento de informações em redes sociais digitais e sua relevância e abrangência como processo para emancipação do ser humano. No caso, estudamos grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook* formados por mães que desejam ajudar outras mães, para o sucesso da amamentação, através do compartilhamento de informações de medicina baseadas em evidências, das recomendações da Organização Mundial da Saúde e de suas próprias experiências pessoais. Neste panorama, a Internet tem representado um importante meio de comunicação para que pessoas, com interesses em comum, possam se encontrar e unir forças para conquistarem seus objetivos e ajudarem outras pessoas a também encontrá-los. Baseados no atual cenário de aleitamento forjado pela Indústria Cultural, notamos uma cultura em que a fórmula infantil é, muitas vezes, recomendada precocemente pelos profissionais de saúde dentro de seus consultórios, ainda que essa prática não esteja de acordo com as recomendações do Ministério da Saúde do Brasil e da OMS. Neste sentido, grupos de apoio ao aleitamento materno podem contribuir para ajudar mulheres que desejam e acreditam na manutenção da amamentação. A maternidade representa um campo de forças em que agentes sociais lutam pela conquista da hegemonia. Mas quando essa luta acontece dentro das barreiras da Internet, ela ganha características específicas da *cibercultura* e do capitalismo, como produção de trabalho imaterial, informação mediada pelos filtros, elementos fortemente discursivos e a dificuldade em se aceitar o pensamento divergente. O estudo conclui que para um perfil muito específico de mulher, que tem acesso à Internet e também acesso à informação, bem como um repertório favorável à insistência no aleitamento materno, os grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook* constituem uma importante ferramenta para a sua emancipação, no que diz respeito a tomar suas próprias decisões sobre a manutenção ou não da amamentação. Mas que para a formação de uma cultura do aleitamento materno em toda a sociedade é necessário estudarmos outras formas de compartilhamento de informações. São utilizados, como base teórica, principalmente os autores: Theodor Adorno e Max Horkheimer para a compreensão de Indústria Cultural; Pierre Bourdieu com a Teoria dos Campos Sociais; André Gorz com sua contribuição para o conceito da produção de Trabalho Imaterial dentro do ambiente digital e Robert Putnam com a importante ideia de Capital Social. Além da revisão bibliográfica, fizemos um estudo de casos através de entrevistas para uma abordagem qualitativa de quem são as mulheres que procuram estes grupos no *Facebook* e qual a importância que eles tiveram no seu processo de emancipação sobre o saber-poder médico.

Palavras-chave: Redes Sociais Digitais. Emancipação. Trabalho Imaterial. Aleitamento Materno. Indústria Cultural. Capital Social.

ABSTRACT

This research investigates the sharing of information on digital social networks and their relevance and scope as a process for emancipation of the human being. In this case, we study support groups for breastfeeding in the Facebook formed by mothers who wish to help other mothers for the breastfeeding success, through the sharing of medical information based on evidence, of the World Health Organization (WHO) recommendations and their own personal experiences. Against this background, the Internet has been an important medium of communication for people, with common interests, can meet and join forces to conquer your goals and help others to also find them. Based on the current lactation scenario wrought by the Cultural Industry, we noticed a culture in which infant formula is often recommended by health professionals early in their clinics, although this practice is not in accordance with the recommendations of the Ministry of Health Brazil and WHO. In this sense, support groups for breastfeeding can contribute to helping women who want and believe in the maintenance of breastfeeding. Motherhood is a force field in which social actors struggle for the conquest of hegemony. But when this fight happens within the Internet barriers, it gains special characteristics of cyberculture and of capitalism, as production of immaterial labor, information mediated by the filters, strongly discursive elements and the difficulty in accepting divergent thinking. The study concludes that for a very specific profile of woman who has Internet access and also access to information as well as a favorable repertoire to the insistence on breastfeeding, the support groups for breastfeeding on Facebook are an important tool for their emancipation, with regard to make their own decisions about the maintenance or not of breastfeeding. But to the formation of a breastfeeding culture throughout society we need to consider other ways of sharing information. Are used as theoretical basis, mainly the authors: Theodor Adorno and Max Horkheimer for understanding Cultural Industry; Pierre Bourdieu with the Theory of Social Fields; André Gorz with their contribution to the concept of Immaterial Labor production within the digital environment, and Robert Putnam with the important idea of Social Capital. In addition to the literature review, we did a case study through interviews for a qualitative approach of whom are women seeking these Facebook groups and the importance that these groups had in their emancipation process of the knowledge-power medical.

Keywords: Digital Social Networks. Emancipation. Immaterial Labor. Breastfeeding. Cultural Industry. Social Capital.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 - Página inicial do grupo Matrice.....	15
Figura 2 - Página inicial do grupo Aleitamento Materno Solidário	17
Figura 3 - Post sobre dúvida quanto à orientação do pediatra no grupo Aleitamento Materno Solidário.....	19
Figura 4 - Post sobre sucesso em não seguir a recomendação do pediatra para introdução de fórmula infantil depois de auxílio de uma das moderadoras do grupo Matrice	20
Figura 5 - Pedido de ajuda no grupo Matrice após a recomendação do pediatra para complementação com fórmula infantil	21
Figura 6 - Post de sucesso e agradecimento no grupo Aleitamento Materno Solidário .	22
Figura 7 - Post de sucesso e agradecimento no grupo Matrice	23
Figura 8 - Anúncio do leite “maternizado” no Jornal de Pediatria, Rio de Janeiro, 1972	31
Figura 9 - Boneca Baby Alive Recém Nascida (Hasbro) – vendida com mamadeira e chupeta.....	33
Figura 10 - Bonecas Meu Nenezão e Cheirinho de Amor (Milk Brinquedos) vendidas com mamadeira “mágica” que simula o leite sendo tomado pela boneca	34
Figura 11 - Site da Sociedade Brasileira de Pediatria	36
Figura 12 - Página destino do link da Nestlé do portal da SBP com conteúdo exclusivo para profissionais da saúde e texto com recomendação da OMS como orienta a legislação brasileira	37
Figura 13 - Pais & Filhos e Danone	39
Figura 14 - Ilustração sobre ação dos agentes no campo social maternidade	45
Figura 15 - Comentário feito em post com pedido de ajuda no grupo Matrice.....	65
Figura 16 - Comentário feito por usuária em um <i>post</i> de outra usuária com pedido de ajuda para desmame]	66
Figura 17 - Desenvolvimento da análise das categorias observadas	77

Sumário

CONSIDERAÇÕES INICIAIS	10
INTRODUÇÃO.....	12
CAPÍTULO 1 - A dimensão social-histórica da amamentação: um híbrido da natureza e da construção social e a influência da indústria cultural	26
Amamentação: um panorama da sua construção social.....	26
Indústria cultural e os substitutos do leite materno.....	30
A maternidade como campo de forças e a luta de seus agentes pela hegemonia	40
Agentes sociais no campo da maternidade.....	41
A ação dos agentes	45
CAPÍTULO 2 – Características e limitações de ações na Internet: Possibilidades de atuação dentro dos grupos de apoio ao aleitamento materno no <i>Facebook</i>	50
Produção de trabalho imaterial	50
Extração da mais-valia nas redes sociais digitais	52
Maternidade e subversão em meio hegemônico - grupos de apoio na Internet	54
Informação mediada.....	57
Limites do humano na rede social digital	59
O capital social.....	62
CAPÍTULO 3 – Grupos de apoio ao aleitamento materno no <i>Facebook</i> : Produção de capital social e emancipação materna – um estudo de casos.....	64
Produção de capital social em grupos de apoio à amamentação presentes em redes sociais na Internet	64
Da possível emancipação materna através do compartilhamento de informações	67
Estudo de casos	68
Metodologia	68
Apresentação e discussão dos resultados	71
Análise comparativa entre os grupos	72
Categorização e análise dos dados	73
CONSIDERAÇÕES FINAIS	77
REFERÊNCIAS	83
ANEXO	88
Anexo 1 – Descrição do grupo Matrice no Facebook	88
Anexo 2 - Descrição do grupo Aleitamento Materno Solidário no Facebook	91
Anexo3 – Carta do orientador para apresentação da pesquisadora ao grupo Aleitamento Materno Solidário	98
APÊNDICES	99

Apêndice A – Formulário de entrevistas on-line	Apêndice A – Formulário de entrevistas on-line
.....	99
Apêndice B – Respostas da entrevista	107

CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Durante a gestação da minha primeira filha, em 2009, tive acesso a grupos de compartilhamento de informações sobre parto humanizado. Por meio dessas comunidades virtuais, percebi que para conseguir ter um parto natural como eu desejava, precisaria munir-me de informações e tomar minhas próprias decisões sobre os caminhos para este nascimento respeitoso. Com isto, deixei o atendimento de minha obstetra e procurei profissionais reconhecidos por respeitarem o protagonismo feminino no parto. Gabriela nasceu em 28 de agosto de 2009 em um transformador parto natural, que mudou os rumos da minha vida, fazendo-me, como jornalista, passar a escrever apenas sobre assuntos relacionados à maternidade. Também me tornei doula e ativista do parto humanizado e da amamentação como forma de ajudar outras mulheres a encontrarem os caminhos para a emancipação no que diz respeito a assuntos que, hoje em dia, tornaram-se extremamente medicalizados.

Também conheci grupos de apoio ao aleitamento materno na Internet, ambientes de compartilhamento de experiências e ajuda para puérperas que tinham dúvidas a respeito do aleitamento e que, muitas vezes, eram desestimuladas por seus pediatras a insistirem na amamentação exclusiva. Ao contrário das minhas filhas, que são atendidas por um pediatra comprometido com o aleitamento materno pautado pelas recomendações da Organização Mundial da Saúde e do Ministério da Saúde, observei que muitas mulheres que não tinham esse respaldo, buscavam ajuda nos grupos para tomar suas decisões sem serem orientadas apenas pelo saber-poder-médico e pela indústria cultural com a publicidade das fórmulas infantis.

Contudo, notei que, apesar destes grupos muito se assemelharem à ajuda que a nutriz obtinha tradicionalmente de sua rede de mulheres próximas (família e amigas), e alguns deles terem eventos que são realizados pessoalmente, quando este compartilhamento de conteúdo acontece na Internet, ele ganha características muito específicas da *cibercultura* e que precisam ser entendidas e estudadas.

Desta forma, seja em grupos de apoio ao aleitamento ou ao parto humanizado, entendi que algo importante estava acontecendo dentro de ambientes virtuais e considerei relevante entender se esses grupos, em redes sociais digitais, de fato ajudam as mulheres em sua emancipação para a tomada de decisões particulares. Estava traçado

o caminho para eu percorrer em meu projeto de mestrado. Eu poderia aliar minha formação em Comunicação como jornalista com uma grande paixão, que é o exercício da maternidade consciente. Escolhi, então, os grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook* por se tratarem de um ambiente aos quais eu, particularmente, não precisei recorrer, para manter um mínimo de distanciamento possível.

INTRODUÇÃO

As atuais recomendações da Organização Mundial da Saúde (WHO, 2001) e do Ministério da Saúde brasileiro são para que as mães amamentem exclusivamente¹ seus bebês até os seis meses e mantenham a amamentação prolongada até dois anos ou mais (CARVALHO; TAVARES, 2010). São, pelo menos, dois anos da vida desses bebês sem a influência da indústria das fórmulas infantis². Dois anos sem gerar lucro a ela.

Os benefícios do aleitamento materno para o bebê vão desde a nutrição, por se tratar do alimento mais completo que existe, até a proteção imunológica (CARVALHO; TAVARES, 2010). Os benefícios também se estendem até a mãe que amamenta pelo fato dessa prática apresentar “menor risco de câncer de mama e ovário, menor índice de fraturas de quadril por osteoporose e contribuição para o espaçamento entre as gestações” (REA, 2004, p.142).

Entretanto, a prática do desmame precoce no Brasil ainda é muito comum. De acordo com dados do Ministério da Saúde³, a duração mediana do aleitamento materno exclusivo é de 54,1 dias. Da mesma forma, a duração do aleitamento materno é muito menor do que a recomendada, sendo uma realidade para apenas 58,7% para crianças de nove a doze meses.

Dentre as principais causas do desmame precoce estão “principalmente, o *marketing* criativo e persistente das indústrias e de comerciantes de alimentos infantis, mamadeiras, bicos e chupetas” (CARVALHO, 2010, p. 329). Neste sentido, tem grande influência sobre o desmame a recomendação dos pediatras para a introdução precoce de leite artificial. As dificuldades iniciais para a prática do aleitamento são comuns e nem sempre os profissionais de saúde estão dispostos – seja por falta de tempo ou interesse - a corrigir problemas como a pega⁴ incorreta do bebê ou a orientar como melhorar a

¹ Aleitamento materno exclusivo é quando o único alimento do bebê é o leite materno e é recomendado até os seis meses. Após os seis meses, o aleitamento materno deve continuar (até os dois anos ou mais), mas já se pode introduzir a água e outros alimentos na rotina do bebê.

² Adotaremos o termo fórmula infantil para conceituar o produto produzido industrialmente como substituto do leite materno, como conceitua a lei que regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos. O termo vem do inglês *infant formula* que conceitualmente apresenta-se como uma mimetização do leite humano numa tentativa da tecnologia de alimentos “maternizar” o leite de vaca (Dias, Carvalho, 2010).

³ II Pesquisa de Prevalência de Aleitamento Materno nas Capitais Brasileiras e Distrito Federal, Brasília, DF, Ministério da Saúde, 2009.

⁴ Maneira como o bebê deve abocanhar a aréola da mama materna para ordenhar o leite de maneira eficiente.

produção de leite, preferindo, assim, prescrever a complementação através das fórmulas infantis.

Neste cenário, muitas mulheres que desejam manter a amamentação exclusiva e de acordo com as recomendações da OMS têm procurado informação e ajuda em grupos de apoio ao aleitamento disponíveis em redes sociais digitais.

Estes grupos, presentes no *Facebook*, são o objeto de pesquisa desta dissertação. O problema central consiste em entender se os grupos influenciam as nutrízes favorecendo a emancipação materna na tomada de decisão quanto ao aleitamento.

A principal hipótese é que os grupos favorecem uma ruptura por parte das nutrízes com relação ao saber médico dentro dos consultórios pediátricos, muitas vezes, favorável ao uso precoce das fórmulas infantis.

A outra hipótese relaciona-se com as características da Internet, como o seu vínculo com a produção de trabalho imaterial e restrições tecnológicas que podem limitar as possibilidades de questionamento da lógica capitalista.

Como metodologia, escolhemos a observação dos grupos selecionados e a revisão bibliográfica com autores que formaram o arcabouço teórico desta dissertação.

A questão da Indústria Cultural foi trabalhada de acordo com o conceito da Escola de Frankfurt, proposto por Theodor Adorno e Max Horkheimer em *A Dialética do Esclarecimento*.

Pierre Bourdieu foi utilizado para abordarmos os Campos Sociais e a forma como seus agentes, dominados e dominantes, lutam para conseguir a hegemonia dentro deles, no caso, o campo maternidade na especificidade do aleitamento materno.

A obra *O Imaterial* de André Gorz contribuiu com este conceito para uma reflexão sobre a produção do trabalho realizado dentro do ambiente digital.

Já com a incorporação das obras de Robert Putnam, consolidamos o conceito do que é o capital social e como é produzido. Em *Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna*, o autor resgata detalhes da importância da força da comunidade unida em prol de um mesmo objetivo. Em *Bowling alone: the collapse and revival of american community*, Putnam detalha o conceito de capital social e a força dos vínculo sociais diante das dificuldades enfrentadas por comunidades.

Para falar em emancipação, retomamos o conceito que teve seu berço nas raízes iluministas no século XVIII, com os enciclopedistas franceses Voltaire, Diderot, Rousseau e outros. O Iluminismo desenvolveu-se a partir da valorização da razão e

prometia o conhecimento da natureza através da ciência. Como seres dotados de razão, deveríamos nos valer do nosso próprio entendimento, sem a tutela do outro, para que encontremos a nossa emancipação pessoal (MATOS, 2003). Dessa forma, trazemos a questão da emancipação materna, como o ato de munir-se de informação para a tomada de suas próprias decisões a respeito do aleitamento, libertando-se da intimidação que pode ocorrer por conta do saber-poder médico.

Além disso, escolhemos como método de pesquisa a abordagem qualitativa de estudo de casos como estratégia para coleta e análise dos dados através de entrevistas estruturadas em formulário *online* com membros dos grupos selecionados. O formulário de entrevista está disponível no Apêndice A e as respostas das voluntárias, no Apêndice B ao final desta dissertação. Alguns dos resultados foram expressos em números, mas sua análise pode ser qualitativa por extrapolar a simples descrição factual, admitindo a interação ativa e dialética entre objeto e sujeito (KIMURA; MERIGHI, 2003). A tendência na modalidade metodológica estudo de caso é valorizar as questões subjetivas do ser humano, priorizar a pessoa na sua individualidade, na sua relação com o cotidiano, articulado no processo sociocultural em que ela está inserida (p.18).

Neste sentido, intentamos compreender se os grupos ajudaram as mulheres que tiveram uma recomendação dentro do consultório pediátrico dissonante da OMS a tomarem suas próprias decisões, se essas mulheres consideram que tiveram sucesso no processo de aleitamento e algumas outras particularidades dessa participação nos grupos em redes sociais digitais.

O *Facebook*, rede social digital⁵, possui inúmeros grupos criados por seus usuários com a proposta do tema maternidade. A maior parte deles, não se propõe a questionar orientações médicas incoerentes, mas sim a compartilhar as alegrias e dificuldades com relação à gestação e à criação dos filhos. Mas o foco desta pesquisa são os grupos mais radicais no quesito manutenção das recomendações da OMS com relação ao aleitamento. Neste sentido, a partir de nossas pesquisas iniciais, identificamos três grupos mais atuantes no *Facebook* com o propósito de apoio ao aleitamento materno. São eles Matrice, Aleitamento Materno Solidário e Grupo Virtual de Amamentação.

⁵ Redes sociais sempre existiram, sendo uma relação entre seres humanos pautada pela flexibilidade de sua estrutura e dinâmica existente entre seus participantes (Martino, 2014). Neste sentido, Utilizaremos, ao nos referirmos às redes sociais na Internet, o termo **rede social digital**, para contextualizar o tipo de rede social presente na *cibercultura* na contemporaneidade.

Com o objetivo de facilitar a pesquisa, decidimos selecionar apenas dois grupos. Deixamos de fora o que possuía o maior número de usuárias (por mostrar um grupo ainda mais heterogêneo) e optamos pelos outros dois. Um com atuação apenas no *Facebook* e o outro com a existência de reuniões presenciais semanais.

Os grupos selecionados foram: Matrice e Aleitamento Materno Solidário.

A **Matrice** – Ação de Apoio à amamentação – é um grupo que teve sua origem em 2006, em reuniões presenciais de mães que encontraram dificuldades para amamentar seus filhos e precisaram pesquisar informações para que conseguissem ter sucesso nessa jornada. A partir disso, decidiram compartilhar essas informações e acolher outras mães que também passassem por qualquer dificuldade neste processo.

Na Internet, a Matrice criou um grupo de discussão no *Yahoo*, cuja participação era possível através da troca de e-mails e hoje possui um grupo fechado (somente membros podem ver suas publicações) no *Facebook* com 2.425 membros⁶. O grupo apresenta-se como “Mães que ajudam outras mães a amamentar”. A descrição completa do grupo no *Facebook* pode ser vista no Anexo 1 desta dissertação.



Figura 1 - Página inicial do grupo Matrice

⁶ Quantidade verificada em 21/07/15.

Para participar do grupo, é necessário que algum membro indique uma nova usuária que deverá ser admitida pela moderação. Também é possível que a própria usuária do *Facebook* entre em contato com a moderação e solicite a sua entrada. Após liberar a entrada do novo membro, a moderação publica uma postagem onde convida esta mulher a se apresentar e contar sobre suas dificuldades. A partir deste momento, tanto a moderação (composta pelas fundadoras do grupo e algumas participantes antigas mais ativas convidadas a exercerem esta função), quanto os outros membros, começam a responder à postagem, procurando ajudar esta mãe com seus dilemas sobre aleitamento.

Existe uma forte recomendação da moderação para que se evitem a indicação de fármacos, drogas ou remédios em geral e a postagem de anúncios e serviços, que podem ser liberados, uma vez que a moderação os aprove.

As postagens dos membros podem ser autorizadas, ou não, pela moderação. Ali também é possível encontrar na aba *Arquivos*, diversos documentos para consulta ou *download* com informações pertinentes para a nutriz, tais como: Manual de aleitamento do UNICEF, vídeo de ordenha e como fazer a curva de crescimento do seu filho.

O **Aleitamento Materno Solidário** foi criado por uma mãe que teve a possibilidade de doar leite durante a amamentação do seu filho caçula e, então, quis incentivar outras mulheres a fazerem o mesmo para salvarem a vida de bebês que não tinham o leite de suas mães para se alimentarem. Mas o grupo cresceu, hoje possui 19.453 membros⁷, e ajuda mães ao compartilhar informações para que tenham êxito no estabelecimento e manutenção da amamentação em um grupo fechado no *Facebook*.

O grupo apresenta-se como "Mães apaixonadas por nossos filhos e compactuamos com o ideal da prática da amamentação prolongada". A descrição completa do grupo no *Facebook* pode ser vista no Anexo 2 desta dissertação.

⁷ Quantidade verificada em 21/07/15



Figura 2 - Página inicial do grupo Aleitamento Materno Solidário

A dinâmica de funcionamento dos dois grupos é muito parecida. No Aleitamento Materno Solidário, moderadoras também precisam liberar a entrada de novos membros e a publicação de postagens no grupo. Aquilo que for contra as regras⁸ não é liberado pela moderação. O grupo também possui arquivos disponíveis para *download* com informações úteis sobre o aleitamento como, por exemplo: Como superar as dificuldades iniciais da amamentação, Meu filho não engorda – e agora? E Como resistir à pressão pelo desmame.

A maior parte das mulheres que procura os grupos tem como questionamento a dinâmica da amamentação, dores por conta da pega incorreta do bebê, dúvidas acerca do ganho de peso e sobre como conseguir manter a amamentação de acordo com as recomendações da OMS mesmo quando o seu pediatra indica a complementação com fórmula infantil. Questões sobre o sono do bebê, cólicas e padrão de urina ou fezes também aparecem com frequência.

As questões são respondidas pelas moderadoras e por outros membros dos grupos que já foram auxiliadas e agora procuram compartilhar sua experiência para ajudar outras mães.

⁸ Como uso de medicamentos, promoções, sorteios, propagandas de produtos ou blogs e indicação de uso de bicos artificiais e fórmulas infantis.

Como em todo grupo desta rede social digital, fazer parte dele não significa estar ativo o tempo todo. A participação depende da disposição e necessidade de cada membro. Aliás, de acordo com a própria dinâmica de funcionamento do *Facebook*, quando eu não estou atualmente ativa em algum dos grupos ao qual eu pertença, ele – que faz a filtragem do que eu vejo ou não em minha linha do tempo, deixa de mostrar as postagens mais atuais do grupo. Para que um membro possa sempre ser avisado sobre novas postagens, é necessário que clique na aba *Notificações* e selecione a opção *Todas as publicações*.

Selecionamos algumas postagens dos dois grupos para exemplificar a sua dinâmica de funcionamento no *Facebook*:

 **Aline Soares Mendes** 13 de maio às 09:43

Bom meninas... Estou me sentindo indignada... Levei minha bebê de 5 meses no pediatra, está tudo evoluindo bem, só que ela está com 9k 400g, só AI em Ld... e ela mandou diminuir o mama, pq a bebê está muito gordinha, mas como faço isso? Tenho muito leite... Algum Conselho?

[Curtir](#) · [Comentar](#)

 **Mariana** 13 de maio às 10:37 · [Curtir](#) · [6](#)

compartilho da sua indignação... leite materno só tem substâncias específicas para os seres humanos, inclusive a gordura. Se você amamenta exclusivamente em livre demanda, não se preocupe, pois ela não ficará obesa. Logo ela crescerá e ganhará menos peso, mas eu te oriento a não deixar de amamentar em livre demanda jamais! Essa gordura é boa! O que me deixa maluca é que tudo sempre é culpa do leite materno... se o bebê ganha pouco peso, é o leite materno, se ganha muito, é o leite materno! Vamos mudar esse paradigma? Se o bebê ganha pouco peso está tudo bem, se ganha bastante, está tudo bem também. Isso também depende do metabolismo do bebê e do tipo corporal dos pais! Fique tranquila, querida e mantenha o que você está fazendo, pois está perfeito!!!! 

 **Aline Soares Mendes** 13 de maio às 10:43 · [Curtir](#) · [3](#)

Obrigada pelo apoio, e difícil pois como vc disse, tudo é culpa do leite materno

 **Mariana** 13 de maio às 10:45 · [Curtir](#) · [6](#)

Mas se você estiver segura sobre os poderes do seu leite na saúde do seu bebê, ninguém vai deixá-la em situação difícil! Eu sempre falo para a mãe fazer cara de aiface quando alguém falar algo que não condiz com o que a mãe decidiu para seu filho! Cara de aiface é tipo... ah, tá, e fazer o que já determinou que é melhor para vocês!



 **Mariana** 14 de maio às 09:12 · [Curtir](#) · [1](#)

Esses era o msm peso do meu filho aos 5 meses olha que ele nasceu pequeno. Hj com 1 ano pesa 13kg é um gordinho saudável pois a alimentação dele é balanceada e ele mama mais do que come. Não acho que vc deva se preocupar pois o leite materno é o alimento mais saudável que existe.

Figura 3 - Post sobre dúvida quanto à orientação do pediatra no grupo Aleitamento Materno Solidário



Carina Rodrigues 😊 se sentindo muito feliz
12 de maio às 17:39 · São Paulo

Olá Meninas! Exatamente há uma semana atrás eu saia do pediatra (o segundo que haviam me indicado) aos prantos, porque ele insistia na complementação. Tinha o mesmo discurso do pediatra anterior, qual seja, de o que o meu BB, de apenas 11 dias, tinha que recuperar o peso do nascimento em regime de urgência.

Meu bb nasceu com 51 cm e 4.130kg e saiu da maternidade com 3.690 kg. Eu compreendia a necessidade de recuperação do peso, mas não queria abrir mão do LM em tempo integral.

Corri para a **Fabiana Casadei** aos prantos e ela, novamente, veio em meu socorro e acalmou a mim e ao meu marido, nos incentivando a seguir sem a complementação, apenas focando ainda mais na amamentação. Assim fizemos.

Hoje, aos 18 dias, ele já recuperou bem o peso. Cresceu (está medindo 54 cm) e está muito bem. Estou feliz por não ter desistido e não ter dado o complemento.

Obrigada **Fabiana Casadei** por ter me apoiado e feito acreditar que era sim possível seguir em frente apenas com o LM.

Descurtir · Comentar

👍 Você e outras 79 pessoas curtiram isso.

👇 Ver mais 12 comentários

Carina Rodrigues Eu estou com o mesmo problema, estou fazendo de tudo para não entrar com o complemento, vou levá-la no pediatra na sexta, meu coração estão tão apertado!!
13 de maio às 17:14 · Curtir · 👍 1

Figura 4 - Post sobre sucesso em não seguir a recomendação do pediatra para introdução de fórmula infantil depois de auxílio de uma das moderadoras do grupo Matrice

 **Estela Soares**
11 de maio às 11:37

Bom dia meninas, estou com um bebê de 10 dias e estou enfrentando uma situação super desgastante. O pediatra do meu filho é o [nome] da [nome] da [nome], quando fomos na primeira consulta após o parto, o Gabriel havia perdido bastante peso (cerca de 15%) e o [nome] me indicou complementar com LA e consultar uma fono. Passei com a fono [nome] e o resultado foi: a pega do Gabriel não é boa, preciso fazer exercícios diários na língua dele, e estou usando um relactador para dar a fórmula, além do meu leite. Com tanto stress, a produção do meu leite já diminuiu, estou exausta e sem saber direito pra onde correr. Alguém aqui passou por algo parecido? Obrigada

Curtir · Comentar

 10 pessoas curtiram isso.

 **A**
11 de maio às 11:47 · Curtir

 **E** **A** já me deu uma super ajuda!
11 de maio às 11:48 · Curtir ·  1

 **OI, Estela!**
Em primeiro lugar, parabéns pelo bebê!
Aqui em casa foi bem parecido, mas a Laura tinha perdido 20% do peso em 5 dias. Ela não sabia mamar... Comecei a tirar o meu leite e oferecê-lo numa seringa no início de cada mamada, assim ela se acalm... Ver mais
11 de maio às 11:55 · Editado · Curtir ·  6

 **Por que essas histórias acontecem sempre com o mesmo pediatra?**
11 de maio às 12:01 · Curtir ·  8

 **Obrigada Ana! Também acredito nisso: que cada BB tem seu tempo para aprender a mamar.**
11 de maio às 12:05 · Curtir ·  4

Figura 5 - Pedido de ajuda no grupo Matrice após a recomendação do pediatra para complementação com fórmula infantil

 Carolina Mendes De Araujo
10 de maio às 23:51

Nós conseguimos! Hoje eu e Heitor completamos dois anos de amamentação! Obrigada, obrigada, obrigada! Sem esse grupo não teríamos conseguido. E o aleitamento continua, até quando for bom para nós dois. Deixo aqui um beijo a todas e muita força para vencer os desafios do aleitamento materno! Fiquem firmes, meninas! Tudo dará certo! ❤️



Curtir · Comentar

👍 4 pessoas curtiram isso.

 I... Final do ano somos nós completando 2 anos de amamentação.
11 de maio às 09:38 · Curtir · 👍 1

Figura 6 - Post de sucesso e agradecimento no grupo Aleitamento Materno Solidário

Andressa Pequeno
17 de maio às 00:24 · Lins do Vasconcelos · Editado

08 meses de puro LM em LD
Agradeço ao grupo, pois sem as informações e conhecimentos que pude ter aqui, eu não teria conseguido.
Aos 03 meses, o pediatra receitou um LA por eu ter que ir à faculdade e eu me fiz de surda e não dei. Tirei leite todos os dias para deixar pra ela enquanto eu estudava.
Fui contra palpites de amigos e familiares que pelo simples motivos dela mamar muito, eu deveria dar outro leite, ou iniciar a alimentação mais cedo. O próprio pediatra receitou as papinhas quando ela fez 4 meses.
Aprendi muito a me fazer de cega, surda e muda. 🙏🙏🙏
Obrigada meninas 😊



Curtir · Comentar

👍 e outras 36 pessoas curtiram isso.

Figura 7 - Post de sucesso e agradecimento no grupo Matrice

No que diz respeito à organização dos capítulos, o **capítulo 1** possui a função de contextualizar a questão da dimensão social-histórica da amamentação, buscando mostrar como o conceito de maternidade é alterado através dos tempos e, dessa forma, também os padrões com relação ao aleitamento. Mostramos, por meio dos conceitos de Adorno e Horkheimer, como a indústria cultural é responsável pela formação da nossa cultura, inclusive nas questões relacionadas à alimentação infantil, seja através da publicidade nos meios de comunicação, ou mediante a atuação das empresas dentro dos consultórios pediátricos, favorecendo o uso das fórmulas infantis precocemente.

Pautados no conceito de campos sociais de Pierre Bourdieu, categorizamos os agentes sociais que competem pela hegemonia no campo maternidade. Conseguimos mostrar que hoje a Internet é um importante espaço para que esses agentes lutem por essa hegemonia, mas que a disputa pode não ser justa, devido à diferença de forças que possui cada um dos agentes.

O **capítulo 2** traz as características e limitações das ações na Internet e as possibilidades de atuação dentro dos grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*. Iniciamos com uma explicação sobre a produção constante de trabalho imaterial a que estamos sujeitos no ambiente digital, tendo como base o conceito de André Gorz, e fazemos uma analogia com a teoria da extração da mais-valia de Karl Marx, já que os donos do *Facebook* são capazes de capitalizar tudo o que é produzido dentro da rede social digital.

Eli Pariser nos ajuda a compreender como é feita a apropriação de nossas informações na Internet bem como a seleção do que será visto por cada usuário.

Tratamos também da questão de como a tentativa de romper com os ideais capitalistas da indústria cultural é bastante limitada em um ambiente hegemônico e pautado pela dinâmica capitalista.

Criticamos a ideia de inteligência coletiva na Internet, já que toda informação é mediada e filtrada e mostramos que existem limites bem definidos no que diz respeito às possibilidades de diálogo no ambiente digital.

Também, neste capítulo, apontamos que, dentro dos grupos de apoio ao aleitamento no *Facebook*, é possível notar a produção de capital social, que será melhor discutida no terceiro capítulo.

Finalmente, no **capítulo 3**, Robert Putnam nos ajuda a compreender a produção de capital social em redes sociais digitais. No decorrer no capítulo, mostramos como há pouco espaço para a tolerância ao que é divergente e como as pessoas que possuem opiniões diferentes não conseguem ser acolhidas nos grupos. Da mesma maneira, a partir de Foucault, conseguimos perceber como, fugindo do poder médico, uma outra forma de poder é estabelecida dentro da rede social digital.

Falamos sobre a possibilidade de emancipação materna através do compartilhamento de informações entre mulheres que acreditam na mesma ideologia no que diz respeito ao aleitamento e aos caminhos que deveriam ser seguidos para o seu sucesso.

Mais adiante, detalhamos o estudo de casos: a metodologia utilizada, resultados obtidos, a discussão desses números e interpretação dos discursos.

CAPÍTULO 1 - A dimensão social-histórica da amamentação: um híbrido da natureza e da construção social e a influência da indústria cultural

Amamentação: um panorama da sua construção social

Como seres dotados de intelecto e cultura, o exercício da maternidade nos seres-humanos não é apenas instintivo como para os demais animais mamíferos. Ao contrário dos coelhos, cachorros e vacas, por exemplo, nos primatas superiores é necessário que a mãe leve o recém-nascido até a sua mama para ser alimentado e receber o seu calor, mostrando-se um processo parcialmente reflexo e parcialmente aprendido (REA, 1989).

As decisões que cada mulher toma sobre os caminhos que seguirá, a partir da concepção de uma nova vida, são grandemente influenciadas pela sociedade em que vive, suas necessidades pessoais e seu repertório e crenças individuais. Para os seres humanos, a amamentação, além de ser biologicamente determinada, é social e culturalmente condicionada (ALMEIDA, 2004).

Por isso, a cultura sempre influenciou a decisão por se amamentar ou não. Assim foi com as mulheres brancas europeias entre os séculos XVI e XVIII, que optavam por dar seus filhos para serem amamentados e criados por amas-de-leite, não vendo nada de digno ou de amor maternal neste ato. A inexistência da valorização social e moral do amor materno influenciava este cenário (Nunes, 2010). O instinto materno não deve ser confundido com o amor materno que é incerto e pode sofrer mudanças com a época, com o tipo de sociedade e com as condições culturais, como qualquer sentimento (ORLANDI, 1985).

Com este padrão da maternidade na sociedade, até as famílias menos abastadas tentavam seguir o modelo da terceirização dos cuidados do bebê, por se tratar do conceito das elites vigentes. Tal prática era tão comum para as famílias europeias que, não à toa, foi grande o impacto dos colonizadores portugueses ao chegarem ao Brasil e se depararem com índias amamentando seus filhos naturalmente sem pudores.

Na França, tem-se notícia de agências de nutrizas desde o século XIII. A criança era considerada um estorvo para a família e a negativa da mãe em amamentá-la era o primeiro sinal de rejeição. As mulheres que aceitavam ser amas-de-leite eram pobres, muitas vezes doentes e aceitavam muitas crianças, além de seus filhos, para

conseguirem receber mais dinheiro. Os bebês ficavam abandonados e tinham sua alimentação complementada com pedaços de pão amolecidos, o que levava a uma alta taxa de mortalidade (ORLANDI, 1985).

O bebê é objetivamente um estorvo para os pais e podemos compreender que tenha sido entregue aos bons cuidados de uma ama mercenária até o desmame. Mas as mães não se limitam a isso, pois é a criança, seja qual for a idade, que rejeitam em bloco. Ela é um empecilho para a mãe não apenas na vida conjugal, mas também nos prazeres e na vida mundana. Ocupar-se de uma criança não é nem divertido, nem elegante. (BADINTER, 1985, p.98)

Em *Um amor conquistado: o mito do amor materno*, Elizabeth Badinter explica que, apesar de antes desse período a ausência do sentimento de infância existir, as mulheres costumavam amamentar seus filhos, que permaneciam com elas até os oito ou dez anos. Hábito que passou a cair em desuso com um movimento de emancipação feminina que teve início na aristocracia francesa.

No Brasil, a partir da segunda metade do século XVIII, a medicina social, através da “higiene familiar”, passou a estabelecer regras e orientações rígidas com relação à prática do aleitamento materno para reverter as altas taxas de mortalidade infantil comuns na época. A abordagem da campanha de incentivo ao aleitamento falava sobre amor materno por meio da amamentação.

O conceito de amor materno surgia agora como um valor, ao mesmo tempo, natural e social, favorável à espécie e à sociedade. O novo imperativo é a sobrevivência das crianças, as perdas passam a interessar o Estado, que procura salvá-las da morte, pois um dia tornar-se-ão sua riqueza. Aliás, com o Iluminismo e suas ideias acerca da felicidade individual e da busca pelo amor, a mulher, que antes era vista como um ser manipulador e ambicioso comparada à serpente do jardim do Éden, passa a ser assemelhada à Maria, mãe de Jesus, em sua doçura e amor. Entretanto, ao abordar a responsabilidade com relação à sobrevivência dos bebês, o Estado não utilizava o mesmo discurso de liberdade dos iluministas. A mulher que escolhia não amamentar seus filhos passou a ser fortemente condenada (BADINTER, 1985).

Mas tratava-se de uma abordagem puramente biológica relacionada aos interesses do Estado e do poder médico, esquecendo-se do caráter psicológico do processo. A mulher branca deveria ser orientada para o seu novo papel de mãe-nutriz, precisava aprender a amamentar, já que, por tantas décadas, a prática de se ter uma ama-

de-leite negra foi a regra (ALMEIDA, 2004). Neste sentido, as mulheres não recebiam qualquer tipo de apoio ou acolhimento e, na impossibilidade de explicar biologicamente os problemas iniciais do processo de estabelecimento da amamentação, os higienistas criaram o conceito de “leite fraco”.

Já na segunda metade do século XX, com a industrialização e o aumento das mulheres no mercado de trabalho, fatores como a necessidade de ela voltar cada vez mais rápido para o seu posto após dar à luz e sua crescente competição no mercado de trabalho, influenciam negativamente o processo de amamentação.

As mulheres sempre combinaram o aleitamento com outras tantas tarefas, mas quando se trata de um trabalho fora de casa, a questão torna-se muito mais complexa. Manter a amamentação enquanto se trabalha fora depende de uma série de fatores complicadores. Por exemplo, uma trabalhadora em regime de Consolidação das Leis de Trabalho (CLT), tem apenas quatro meses de licença-maternidade, precisando retornar às suas funções antes dos seis meses de aleitamento materno exclusivo recomendados. Se ela desejar manter esta prática, precisará começar a estocar leite antes do retorno ao trabalho, fazer a ordenha das mamas durante intervalos do seu serviço, ter condições de refrigeração para armazenar o leite e também para o transporte até a sua residência.

Ainda precisará contar com o apoio dos cuidadores do seu bebê para que estes se comprometam em apenas alimentá-lo com o leite materno que tem condições específicas para descongelamento e aquecimento.

Também é inegável o papel da indústria cultural no processo de estabelecimento de uma mentalidade que reforça ideias como a de que dar mamadeira é sempre seguro e até melhor do que amamentar, sempre perseguindo os interesses da poderosa indústria de fórmulas infantis.

As atuais recomendações da Organização Mundial da Saúde (1991) e do Ministério da Saúde (2002) brasileiro são para que as mães amamentem exclusivamente seus bebês até os seis meses e mantenham a amamentação prolongada até dois anos ou mais. São, pelo menos, dois anos da vida desses bebês sem a influência da indústria das fórmulas infantis. Dois anos sem gerar lucro a ela.

Mas como vimos, a prática do desmame precoce no Brasil ainda é muito comum. De acordo com dados do Ministério da Saúde, a duração mediana do aleitamento materno exclusivo é de 54,1 dias. Da mesma forma, é muito menor do que a

recomendada a duração do aleitamento materno, sendo uma realidade para apenas 58,7% para crianças de nove a doze meses.

Mas amamentar, e amamentar prolongadamente, costumava ser a regra. É o que vemos nos registros do livro *Breastfeeding: biocultural perspectives*, das antropólogas Patricia Stuart-Macadam e Katherine A. Dettwyler. As autoras acreditam, baseadas em comparativos com outros primatas, que a idade para o desmame das crianças em nossos ancestrais homínídeos era de seis anos. Nesta época, ou o bebê era amamentado no seio – seja de sua mãe ou de alguma outra mulher – ou então morreria.

As mais antigas evidências conhecidas sobre a amamentação datam de 3000 a.C. do antigo Oriente Médio e abrangem as civilizações da Mesopotâmia, do Egito e do Levante. Apesar de possuírem grandes diferenças em suas línguas e culturas, esses povos pareciam ter maneiras semelhantes de cuidarem de seus bebês que eram amamentadas por dois ou três anos. Registros da Babilônia especificam a amamentação de dois a três anos. Entre os hebreus, a idade média para desmame era aos três anos, quando a criança já começava a ter idade para entrar no templo. Papiros egípcios da mesma época também contam que as mulheres amamentavam por três anos.

Registros datados de 1500 a 800 a.C. na Índia antiga recomendavam que os bebês fossem amamentados exclusivamente até o seu primeiro ano de vida e, após esse período, deveria haver a introdução gradual de alimentos e a continuação da amamentação. O Talmude, livro sagrado dos judeus, datado de 536 a.C., orienta que os bebês sejam, imediatamente, colocados nos seios de suas mães e amamentados até 1 ano e meio ou dois anos de idade. O Alcorão também estipula que as crianças islâmicas sejam amamentadas, pelos menos, até os dois anos.

Também é fato que alguns bebês deixavam de ser amamentados no seio de sua mãe e recebiam algum tipo de substituto do leite materno, como certos preparados de alguns tipos de grãos, pão ou leite de outros mamíferos. Entretanto, nestas situações, os casos de mortalidade eram frequentes.

As mulheres sempre tiveram opções para alimentar seus filhos - ainda que fosse optar por alimentá-los diretamente nas mamas de outro mamífero. A diferença é que, antigamente, quando não se escolhia pelo aleitamento materno, as chances de doenças e mortes dos bebês eram muito grandes. Hoje em dia, com o desenvolvimento de antibióticos, do saneamento básico e das fórmulas infantis, os efeitos nocivos da escolha por não amamentar só aparecerão mais tarde na vida desta criança.

Indústria cultural e os substitutos do leite materno

A indústria cultural sempre teve grande influência sobre o cenário do desmame precoce na contemporaneidade, direcionando comportamentos e a cultura materna para o consumo de fórmulas infantis. Dentre as principais causas do desmame precoce estão “principalmente, o *marketing* criativo e persistente das indústrias e de comerciantes de alimentos infantis, mamadeiras, bicos e chupetas” (CARVALHO, 2010, p.329 – grifo do autor). Na sociedade capitalista, a principal linguagem é a publicidade (ADORNO; HORKHEIMER, 1985) e através dela a cultura pode ser moldada e disseminada.

Os primeiros registros da chegada de substitutos do leite materno no Brasil datam do início do século XX, quando da Suíça vieram as primeiras remessas de farinha láctea e leite condensado. Já em 1921, tem-se início a fabricação dos leites Ninho e Lactogeno pela Nestlé no Brasil. Com a ajuda da mamadeira, encontrou-se, então, um caminho para a solução do problema que os higienistas da época chamavam de “leite fraco”. (ALMEIDA, 2004).

Com a necessidade de escoamento da produção alimentícia industrial no pós-guerra e a produção das fórmulas infantis em larga escala, a indústria passou a usar campanhas promocionais, propagandas em revistas especializadas e promoção de eventos científicos para se apropriar do saber médico e difundir o seu uso. De fato, os profissionais da saúde tornaram-se os grandes promotores da indústria orientando mães a utilizarem as fórmulas indiscriminadamente.

O desmame precoce tinha agora um caráter comercial e passou a ser recomendado até para mães que não encontravam problemas para amamentar seus bebês. As propagandas na mídia mostravam o quanto as crianças cresciam fortes por causa das fórmulas infantis, e os pediatras também faziam intensa apologia ao seu uso. As empresas produtoras recorriam à distribuição de amostras gratuitas de seus produtos para mães e maternidades, incentivando a sua utilização. O uso da mamadeira também passou a ser um forte aliado da mulher que começava a entrar no mercado de trabalho e já não tinha mais tempo para amamentar (ORLANDI, 1985). Encontramos aqui uma mudança de paradigmas, na sociedade, que colaborou fortemente para o desmame precoce. Ao mesmo tempo em que a mulher ganhava espaço no mercado de trabalho, ela precisava deixar de lado algumas de suas tarefas como mãe.

O apogeu da promoção comercial de fórmulas infantis ocorreu entre as décadas de 1960 e 1970. Revistas e propagandas na televisão mostravam bebês saudáveis, dando o crédito ao uso das fórmulas; os rótulos dos produtos substitutos do leite materno tinham lindas imagens de mães e bebês; pediatras e suas sociedades recebiam (e continuam recebendo) da indústria ajuda financeira para participação e organização de congressos, viagens, livros e brindes para seus consultórios. “Desse forte esquema publicitário surgiu o imaginário do leite em pó modificado infantil, até hoje não considerado leite de vaca, e sim ‘maternizado’” (CARVALHO, 2010, p. 329).

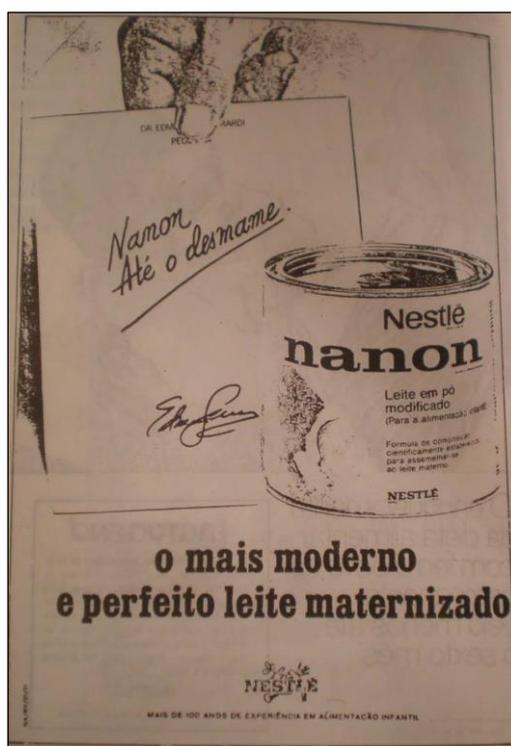


Figura 8 - Anúncio do leite “maternizado” no Jornal de Pediatria, Rio de Janeiro, 1972⁹

Uma crítica a este posicionamento da indústria foi feita através de um artigo, em 1977, escrito por um pediatra brasileiro¹⁰ que apresentou a propaganda do chamado “leite maternizado” como “uma lição da arte promocional”. O autor também expôs e criticou o fato das faculdades e seus professores receberem bolsas, doações, terem suas teses publicadas e cursos organizados por beneméritos laboratórios e a indústria alimentícia.

⁹ Fonte: Goldenberg, Paulete. Repensando a desnutrição como questão social. São Paulo: Cortez, 1989.

¹⁰ Barbosa Filho, J. G. O problema do leite maternizado (desnutrição comerciogênica). In: **Rev. Med. H. S. E.** 29(3), p. 119-124, 1977

O que se sabe hoje sobre espécie/especificidade do leite humano convence-nos que a substituição precoce de um leite de uma espécie por outra não se faz impunemente, nem para o bebê e, possivelmente, nem para a mãe (REA, 1989, p.272).

O que significa que, por melhor que seja o desenvolvimento da indústria de fórmulas artificiais, este leite nunca será “maternizado”, pois manterá características distintas do leite materno.

Quando falamos em indústria cultural, o peso da influência direcionado pelos interesses do capital é muito maior, pois ela tem uma capacidade incrível de influenciar o comportamento coletivo, produzindo necessidades e consumos e direcionando comportamentos (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Vale a pena ressaltar que “Indústria cultural é o conjunto das instituições sociais vinculadas à produção e distribuição de bens simbólicos” (Martino, 2009, p.53). Nela, o lucro orienta a produção, gerando a cultura de massa. Mas, ao contrário da cultura que trazemos como repertório em nossa individualidade, resultado de nossas vivências e compartilhamentos sociais, a cultura de massa não traz liberdade, pois o conhecimento é apenas transformado em instrumento de controle (p.55).

O conceito de indústria cultural foi descrito pela primeira vez por Theodor Adorno e Max Horkheimer, teóricos da Escola de Frankfurt, em *A Dialética do Esclarecimento* (1947).

...o terreno no qual a técnica conquista seu poder sobre a sociedade é o poder que os economicamente mais fortes exercem sobre a sociedade. A racionalidade técnica hoje é a racionalidade da própria dominação. Ela é o caráter compulsivo da sociedade alienada de si mesma (ADORNO; HORKHEIMER, 1985, p.114).

Na indústria cultural, há uma inversão do que a racionalidade deveria ser, instrumento para emancipar e libertar o indivíduo. A razão, que poderia servir para o processo emancipatório, transforma-se em um crescente processo de instrumentalização para a dominação e repressão do homem (FREITAG, 2004). Vê-se isso quando mulheres com um posicionamento feminista olham para a mamadeira como uma possibilidade de liberação, mas tornam-se dominadas pela indústria. As informações são transmitidas de acordo com interesses do mercado, sustentando e sendo impulsionadas pelo capitalismo na pós-modernidade. Por isso, a informação foi, desde o princípio, uma

grande aliada na promoção das fórmulas infantis, transformando tudo em mercadoria, inclusive o exercício da maternidade. De fato, a amamentação é subversiva. Subverte a lógica capitalista, não gera lucro. Subverte a lógica pós-moderna do consumo, pois não há mercadoria a ser consumida.

No entanto, as condições modernas da produção criaram na indústria cultural um novo caminho para consolidar e perpetuar a produção capitalista (FREITAG, 2004) das fórmulas infantis.

O *marketing* das fórmulas infantis ganhou força após os anos 40 quando um programa nacional de distribuição gratuita de leite às populações de baixa renda, promovido pelo governo de Getúlio Vargas, deu força para a proposta publicitária da extensão da utilização dos leites em pó para crianças saudáveis, declarando as vantagens de utilizá-lo em detrimento do aleitamento materno (NUNES, 2010).

Já na década de 70, o leite em pó havia alcançado lugar cativo na vida das pessoas, assumindo papel de destaque na economia e se tornando instrumento em estratégias políticas e ideológicas (NUNES, 2010).

A ideologia vendida pela indústria cultural está presente nos brinquedos das crianças. Nas lojas, as bonecas que simulam bebês já vêm com mamadeiras.



Figura 9 - Boneca Baby Alive Recém Nascida (Hasbro) – vendida com mamadeira e chupeta.



Figura 10 - Bonecas Meu Nenezão e Cheirinho de Amor (Milk Brinquedos) vendidas com mameadeira “mágica” que simula o leite sendo tomado pela boneca.

Na tentativa de criadores de brinquedos educativos comercializarem bonecas que amamentam há, por vezes, uma forte repulsa de alguns adultos, que consideram a amamentação libidinosa. A mesma reação não acontece mediante as ofertas das famosas bonecas Barbie com suas formas voluptuosas e seios bem desenhados. A indústria cultural consolidou a ideia da burguesia europeia dos séculos passados de que a amamentação em público é algo proibido e censurável. O normal, o padrão, o aceitável é ver bebês tomando uma mamadeira. Os padrões de comportamento que surgem na indústria cultural são conformistas, tornando verdadeira a ideia de que o mundo quer ser enganado (ADORNO, 1978).

Neste sentido, para uma criança o olhar vem antes do falar, a vista chega antes das palavras (BERGER, 1999), e a sua cultura começa a ser construída antes mesmo que ela aprenda a falar. Por isso a importância de existirem brinquedos que incentivem a naturalidade da amamentação e não do uso da mamadeira.

Como resultado desta distorção cultural, mulheres, por vezes, são constrangidas ao amamentarem em locais públicos e orientadas a procurarem espaços como o banheiro para alimentar seus filhos. Hipocrisia acentuada para um país cuja cultura aceita e valida mulheres seminuas – quando não totalmente nuas – na grande festa popular do Carnaval.

Valores tão dissonantes são construídos pela indústria cultural. Filmes e novelas mostram constantemente bebês sendo alimentados por mamadeiras e, em raras exceções, são amamentados no seio da mãe.

Na cidade de São Paulo, o prefeito Fernando Haddad sancionou em 14/04/15 uma lei¹¹ que pune, com multa, o estabelecimento que constranger uma mãe por amamentar. O projeto de lei foi feito por vereadores da cidade e proposto após uma mãe ter sido orientada a não amamentar seu filho em público no Sesc¹² Belenzinho, em 2013.

Nestes casos em que mães são constrangidas por estarem amamentando em público, vemos que a ideologia utilizada pelos agentes que veem no aleitamento algo que deva ser escondido, fica reduzida a um discurso vago por juízos de valor e descompromissado, mas que, nem por isso se torna mais transparente e, tampouco, mais fraco. Justamente sua vagueza e essa aversão quase científica a fixar-se em qualquer coisa que não se deixe verificar, funcionam como instrumento de dominação na sociedade (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Analisando as práticas do *marketing* para a promoção das fórmulas infantis à luz da teoria crítica, podemos dizer que ela utilizou a indústria cultural de, pelo menos, quatro formas: através de propagandas em meios de comunicação; através da promoção do uso da mamadeira na mídia, seja em filmes ou novelas; através do *marketing* feito com a distribuição de amostras dos produtos para mães e maternidades; e através da apropriação do poder do discurso médico, fornecendo benefícios financeiros à classe médica e publicações em revistas especializadas.

As propagandas são constantes e massivas, e a indústria cultural está aí para promover isso. O *marketing* diz que você dará amor para o seu filho, se optar pelo leite artificial, afinal, você se preocupa com a saúde dele e compra o que há de melhor. Mais uma vez é usado o argumento do “amor materno” e da mulher que se sacrifica pelos filhos – surgido com os ideais iluministas no século XVIII – como vimos, mas agora este discurso é apropriado pela indústria cultural. *Marketing* e estereótipos que buscam formar uma cultura de alimentação artificial para bebês. Este verdadeiro desmame cultural pode ser visto também na figura da mãe que sente vergonha por amamentar em público, pela mulher que prefere não amamentar por preocupações estéticas ou para demonstrar *status* ao ter condições de comprar a caríssima fórmula infantil, por exemplo.

¹¹ PL 01-00843/2013 dos Vereadores Aurélio Nomura (PSDB), Edir Sales (PSD) e Patrícia Bezerra (PSDB)

¹² Serviço Social do Comércio - Mantido pelos empresários do comércio de bens e serviços é uma entidade privada que objetiva o bem-estar e qualidade de vida do comerciário, da sua família e da sociedade.

As ações acontecem em um âmbito ainda mais efetivo. Empresas como a Nestlé patrocinam congressos pediátricos e o próprio portal da Sociedade Brasileira de Pediatria na Internet.



Figura 11 - Site da Sociedade Brasileira de Pediatria¹³

O presente link de patrocínio do site da SBP leva para um site exclusivo da Nestlé para médicos pediatras com informações sobre seus produtos e cursos, por exemplo. Há, na parte inferior direita da página (como pode ser visto na imagem abaixo), as orientações da OMS sobre aleitamento, como recomenda a lei¹⁴.

¹³ www.sbp.com.br consultado em Abril/2015

¹⁴ Lei nº 11.265, de 3 de janeiro de 2006. Artigo 5º incisos I e II.

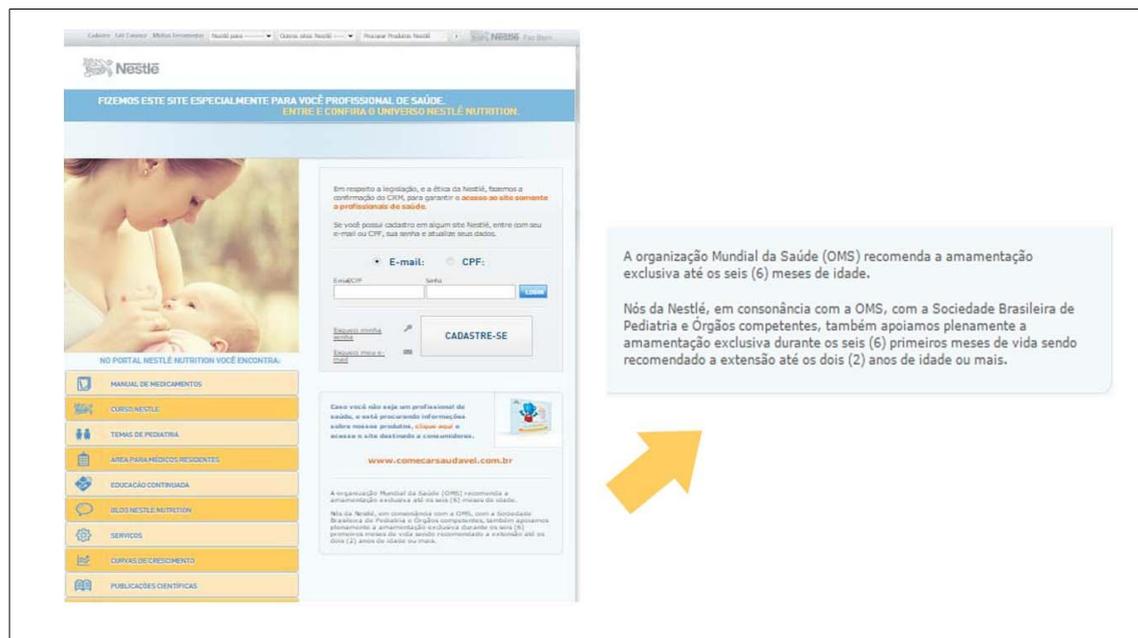


Figura 12 - Página destino do link da Nestlé do portal da SBP com conteúdo exclusivo para profissionais da saúde e texto com recomendação da OMS como orienta a legislação brasileira

As visitas de seus promotores aos consultórios de pediatras são constantes e incisivas. Não é de se admirar que muitos profissionais ignorem as recomendações da OMS e indiquem a fórmula infantil diante da menor dificuldade – ou nem isso - no processo de amamentação. Prescrever leite em pó é mais fácil – e infinitamente mais lucrativo – do que gastar tempo ensinando a mulher a ajustar a pega¹⁵ do bebê para corrigir problemas na amamentação e ajustar a quantidade da produção do leite, por exemplo. Esta é a lógica capitalista, pós-moderna, em que a indústria cultural influencia até a saúde dos bebês.

Na pós-modernidade, a maternidade foi mercantilizada, e a indústria do leite artificial faz as mulheres acreditarem que existe a necessidade de consumir para ser uma boa mãe e conseguir alimentar seu filho. Apropriando-se do saber médico e do discurso científico, o *marketing* utiliza argumentos não verdadeiros para a venda de fórmulas infantis.

Esta influência do profissional médico na escolha das mulheres com relação aos caminhos que ela seguirá na alimentação do seu bebê surge por volta da década de 40, na mesma época em que surge o movimento de medicalização da vida. Os médicos passam a prescrever orientações a respeito da saúde e da criação das crianças, e os

¹⁵ Maneira como o bebê deve abocanhar a aréola da mama materna para ordenhar o leite de maneira eficiente

partos, que costumavam ser domiciliares e assistidos por parteiras, passam a ser feitos em ambiente hospitalar por médicos e aparatos instrumentais.

Não podemos ser simplistas afirmando que a propaganda de substitutos do leite materno é a única causa do desmame precoce. Fatores como a necessidade da mulher voltar cada vez mais rápido para o seu emprego após dar à luz e sua crescente competição no mercado de trabalho também influenciam, negativamente, no processo de amamentação. Mas é inegável o papel da indústria cultural no processo de estabelecimento de uma mentalidade que reforça ideias como a de que dar mamadeira é sempre seguro e até melhor do que amamentar, perseguindo os interesses capitalistas. A falsa ideia da existência do leite fraco também é outro grande problema na continuidade da amamentação, já que ela ainda tem sido disseminada, inclusive, dentro dos consultórios pediátricos por profissionais que consideram, muitas vezes, um único padrão de ganho de peso para os bebês.

As elucubrações da indústria cultural não são nem regras para uma vida feliz, nem uma nova arte da responsabilidade moral, mas exortações a conformar-se naquilo atrás do qual estão os interesses poderosos (ADORNO, 1978).

Em 2013, o site da revista Pais & Filhos protagonizou um caso de grande repercussão na Internet, quando uma de suas colunistas publicou um texto em que afirmava que o leite materno não estava sendo suficiente e que o bebê faminto precisava tomar leite em pó. O texto já seria polêmico o suficiente por seu teor, mas tornou-se ainda mais por conta do anúncio da nova fórmula infantil da Danone ao lado do texto, o que tornava o conteúdo todo da página muito similar a um anúncio publicitário sem, entretanto, citá-lo.



Figura 13 - Pais & Filhos e Danone

A polêmica levou um grande número de mulheres a escreverem para o site denunciando a prática abusiva, e logo o texto foi retirado do ar. Em seu lugar, as editoras do site publicaram uma retratação onde afirmavam que o texto não tinha tido qualquer intenção publicitária.

Esse tipo de mistura entre conteúdos publicitário e jornalístico está, infelizmente, consolidado em nossos meios de comunicação. As empresas fecham pacotes de publicidade com encomendas de matérias com conteúdos que exaltem os benefícios de seus produtos, utilizando-se do que seria a idoneidade e a objetividade do texto jornalístico.

Em crise de identidade, o jornalismo contemporâneo perde as suas referências e torna-se um misto de linguagem, ideologia, estética, consumo, *marketing* e publicidade (MARSHALL, 2003, p.44).

Há o esvaziamento da objetividade jornalística em prol de uma cultura de consumo e de *marketing* que deveria ser feita de forma clara e transparente – e de acordo com as normas para a comercialização de substitutos do leite materno – para o público e não sob as vestes de conteúdo independente.

A indústria cultural impede a formação de indivíduos independentes, capazes de julgar e decidir conscientemente. Sua influência sobre a ideologia e formação da cultura de massa é inquestionável. No caso da promoção dos substitutos do aleitamento materno, fixa e determina um modelo de exercício da maternidade, baseado em princípios que nada têm a ver com as melhores recomendações pautadas na defesa da

saúde do binômio mãe-bebê. Na guerrilha do *marketing*, o inimigo que se combate já está derrotado, o sujeito pensante (ADORNO; HORKHEIMER, 1985).

Trata-se da inculcação de valores como: nem toda mãe consegue amamentar; é comum complementar o aleitamento logo nos primeiros meses de vida; os substitutos do leite materno são tão bons quanto – ou até melhores – do que ele próprio; toda mulher moderna e bem informada deve optar por comprar uma fórmula infantil para garantir a saúde do seu filho.

Quando esses valores são respaldados pelo discurso médico seduzido pela indústria, ganham força e validade. Fecha-se, então, o cerco da promoção da fórmula infantil sobre a puérpera, fazendo-a desacreditar na própria capacidade de amamentação. A maternidade é apenas mais uma vítima da indústria cultural onde as mercadorias se orientam seguindo o princípio de sua comercialização e a única motivação é o lucro (ADORNO, 1978).

Essa produção cultural criada pela indústria assemelha-se à produção de bens materiais, por exemplo, e a cultura e a comunicação passam a ser dominadas pela linguagem publicitária, feita para a venda de mercadorias (COELHO, 2014).

Na perspectiva da Escola de Frankfurt, a indústria cultural transforma a informação em mais uma mercadoria, que será mercantilizada no supermercado da cultura de massa. A cultura, que antes era uma informação confiável e verdadeira, vira, na pós-modernidade, desinformação, alienação, confusão e fragmentação. (MARSHALL, 2003)

A maternidade como campo de forças e a luta de seus agentes pela hegemonia

No início dos anos 80, a Organização Mundial da Saúde percebeu a necessidade do processo de conscientização da população a respeito do uso indiscriminado das fórmulas infantis e recomendou, junto com o UNICEF, Fundo das Nações Unidas para a Infância, um código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno, aprovado em maio de 1981 (REA, 2003). No Brasil, foi aprovada, em 2001, a Norma brasileira de comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância, bicos, chupetas e mamadeiras (NBCAL) com orientações específicas sobre a promoção de fórmulas infantis, mamadeiras, chupetas e bicos e, em 2006, a Lei nº 11.265 que regulamenta a comercialização de alimentos para lactentes e crianças de primeira infância e também a de produtos de puericultura correlatos.

Entretanto, apesar destes esforços, a indústria cultural não se resume à comercialização dos produtos. Ainda que existam regras que definam a forma como os substitutos do leite materno podem ser comercializados, a indústria cultural produz ideologias e forma a cultura através de seus produtos. Então, quando continuamos a ver o padrão da mamadeira na mídia, vemos que este modelo ainda é disseminado sem cuidados.

Analicamente podemos dizer que a indústria cultural atualmente é um fator de grande influência do desmame precoce, condicionando culturalmente a crença de que utilizar fórmulas infantis pode ser mais vantajoso do que a insistência no processo de aleitamento materno.

A força da mídia e o apelo do *marketing* promocional promovido pela indústria dos substitutos do leite materno, desde o início do século XX, foram bastante eficazes para a aceitação da fórmula infantil como alimento “natural” para os bebês.

Agentes sociais no campo da maternidade

Dentro do cenário cultural da pós-modernidade, vivemos uma multiplicidade de campos sociais que brigam por sua legitimidade, e a maternidade é exercida como um desses campos. E, dentro do campo maternidade, já não mais existe apenas uma ideia de como ela deve ser exercida, como pode ter existido em outros tempos. Diversos agentes disputam poder e hegemonia dentro do campo da maternidade.

Para explicar esta ideia, utilizaremos o conceito de campos sociais de Pierre Bourdieu. Um campo é um espaço social estruturado, um jogo de forças – há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior desse espaço – que é também um campo de lutas para transformar ou conservar esse campo de forças (BOURDIEU, 1997).

No campo, espaço social onde se encontram relações de poder, agentes com maior capital social são dominadores sobre outros agentes com menor capital social. Este capital social pode ser visto pela legitimidade das ideias que cada agente procura impor. Dentro da dinâmica estrutural dos campos, o dominante tem o poder do discurso criador e prático, definindo o certo e o errado naquela área (MARTINO, 2009). “Os campos de Bourdieu são espaços sociais que produzem um tipo de relação social específica e nos quais os agentes sociais disputam para serem uns melhores que os outros” (MARTINO, 2005, p. 32).

Nesta guerra pela hegemonia, Martino afirma que três regras definem as relações nos campos: o reconhecimento de um objeto de luta comum, agentes que conheçam as regras do jogo e a unidade manifestada por seus agentes contra todo ataque que tente denunciar os interesses reais em jogo.

No espaço social, as diferenças desenham estilos de vida diversificados (BOURDIEU, 1989), então, dentro do campo maternidade, são criadas várias linhas de como exercer a maternidade.

Ao observarmos o exercício da maternidade na contemporaneidade - e aqui vamos nos deter ao específico assunto do aleitamento materno -, podemos notar diversos agentes buscando a hegemonia sobre o conceito do que são ou não as melhores práticas no quesito alimentação nos primeiros meses e anos de vida. Não caberá a este item discutir quais desses agentes trazem de fato conceitos que priorizam a saúde e o bem-estar dos bebês, ou quais buscam, simplesmente, o lucro econômico.

Dentro do campo maternidade/aleitamento materno, os agentes lutam pelo poder simbólico para influenciar a tomada de decisão das puérperas a respeito da forma como irão alimentar seus filhos.

Para explicar a forma como trataremos agentes hegemônicos ou não, devemos olhar os dados da II Pesquisa de Prevalência de Aleitamento Materno do Ministério da Saúde. No conjunto das capitais brasileiras e Distrito Federal, a duração mediana do aleitamento materno exclusivo é de 54,1 dias, quando o recomendado pela OMS é de seis meses, ou 180 dias. Já a duração mediana do aleitamento materno é de 341,6 dias, quando a recomendação é que ele dure até dois anos (730 dias), ou mais. Com relação aos outros tipos de leite “verifica-se que a introdução é precoce, com 18% das crianças já recebendo outros leites no primeiro mês de vida, com tendência crescente nas faixas etárias subsequentes, chegando a 48,8%, entre 120 e 180 dias” (Ministério da Saúde, 2008).

Enquanto grupos que disputam a hegemonia, encontramos duas linhas de poder que teriam, claramente, interesses conflitantes. Na primeira delas, a Organização Mundial da Saúde, órgão mundialmente conhecido por ditar diretrizes que preconizam as melhores práticas na saúde, o próprio Ministério da Saúde do Brasil e o UNICEF. Todos orientam que as mulheres amamentem, exclusivamente, seus bebês até os seis meses e mantenham a amamentação prolongada até dois anos ou mais.

Do outro lado, está a indústria alimentícia, fabricante das fórmulas infantis. Para manter sua hegemonia, a indústria mantém-se presente dentro dos consultórios pediátricos através de representantes e patrocínios. Para este agente, as orientações a respeito do aleitamento materno da primeira linha de poder são conflitantes, já que não permitiriam que a indústria de fórmulas infantis obtivesse lucro com a alimentação dos bebês por, pelo menos, dois anos.

Os pediatras podem se dividir em outros dois tipos de agentes no campo maternidade: aqueles que priorizam as orientações da OMS e aqueles que as flexibilizam e aderem aos apelos e encantos da indústria de fórmulas infantis.

Outro agente no campo maternidade, subcampo aleitamento materno, aparece na forma dos grupos de apoio ao aleitamento materno. Grupos sem fim lucrativos que se reúnem para promover a amamentação e orientar nutrizes em dificuldade, muitas vezes, contra a orientação de precoce introdução de fórmulas infantis. Com as modificações que ocorreram nas últimas décadas na estrutura familiar urbana, a família grande composta de vários parentes cedeu lugar à família nuclear (pai, mãe e filho), fazendo os casais mais jovens perderem contato com as gerações mais antigas e tradicionais (ORLANDI, 1985). Além disso, os casais têm optado por terem menos filhos, o que faz com que os filhos mais velhos não tenham a experiência de verem seus pais cuidando dos irmãos mais novos e, portanto aprenderem. Neste sentido, os grupos de auxílio têm papel fundamental para ajudar a nutriz em suas dúvidas com relação ao aleitamento, pois isso era papel das mulheres mais experientes da família.

Fundamentalmente, estes grupos atuam junto à gestante e à comunidade. E considerando que o aleitamento materno é um direito da mulher e não uma obrigação, esses grupos também consideram apoiar a mãe que decide não amamentar seu bebê (CASSAB et al., 2010).

No Brasil, podemos citar algumas iniciativas em grupos de apoio, todos compostos por mães que amamentaram e se dedicam a ajudar outras mães a amamentarem seus bebês.

A primeira delas foi criada em 1980, no Rio de Janeiro, com o nome de Amigas do Peito. Mulheres voluntárias oferecem ajuda por telefone e em reuniões presenciais.

A La Leche League Brasília (LLLB) filiada à ONG internacional La Leche League International (LLLI). Fundada em 2006, ela ajuda mulheres a amamentarem através de telefone, e-mail e reuniões mensais.

Também em 2006, em São Paulo, foi criado o grupo Matrice com reuniões presenciais semanais, plantão telefônico para ajuda e uma lista discussão na Internet.

Neste sentido, enquadram-se os grupos de apoio ao aleitamento materno presentes na rede social *Facebook*, objetos de estudo desta dissertação de mestrado. O Matrice com 2.425 membros que teve início em reuniões presenciais, como já citado acima, e o Aleitamento Materno Solidário, com 19.453 membros.

Olhando para este cenário, podemos dizer que, atualmente, faz-se necessária a criação de uma cultura que compartilhe as melhores recomendações a respeito do aleitamento materno. Isso pode começar lá no início da vida, se ao invés de bonecas com mamadeiras, as crianças ganharem bonecas que mamam e amamentam. Dessa forma, depois de adultas, as famílias irão procurar por um modelo de alimentação para seus bebês que seja consonante com aquilo que elas aprenderam como o normal para a sua cultura. O estilo da maternidade é uma expressão da cultura e engloba um sistema de valores relacionados com o que é a mulher e também com o que é o filho (KITZINGER, 1978).

Não pretendemos, aqui, esgotar a multiplicidade dos agentes no campo maternidade, mas mostrar alguns dos principais agentes no subcampo aleitamento materno. Mas acreditamos ser importante também citar – apesar de não nos prendermos a ele quando formos analisar a ação dos agentes - o agente modo de produção capitalista sob as vestes de “mercado de trabalho” presente no campo econômico. Quando a licença maternidade obriga a puérpera a retornar ao trabalho apenas quatro meses após o parto, ela também condena o sucesso na continuidade do aleitamento, pois muitas mulheres não terão apoio e condições de fazerem a ordenha e armazenamento do leite durante o dia para que seus bebês tenham alimento suficiente enquanto elas estiverem longe, como citado anteriormente. O modo de produção capitalista define regras próprias sobre quando deve cessar o aleitamento materno.

Ser-se mãe, e, do mesmo modo, ser-se pai é considerado depreciativo na nossa sociedade, algo a que as mulheres inteligentes, possuidoras de educação e de uma profissão deverão dedicar uma parte limitada das suas vidas, ou mesmo apenas o seu tempo livre (KITZINGER, 1978, p.214).

Dessa forma, ainda que não haja a necessidade de complemento da renda familiar, muitas mulheres sentem-se obrigadas a manterem seus empregos fora de casa e

deixarem a educação de seus filhos a cargo de terceiros, para que continuem a serem agentes ativos na sociedade.

Para garantir a continuidade do aleitamento materno, a Lei 11.770, de 9 de setembro de 2008, cria o Programa Empresa Cidadã, destinado à prorrogação da licença-maternidade até os seis meses, mediante concessão de incentivo fiscal. Do contrário, a nutriz tem direito a dois períodos de descanso de 30 minutos para amamentar (ou ordenhar o seu leite), até que o bebê complete seis meses. Algumas empresas dispõem de sala especial para amamentação para suas funcionárias.

Dessa forma, notamos como um agente do campo econômico exerce influência também sobre o campo maternidade. Trata-se de uma força externa e podemos observar que não é possível entender a dinâmica de um campo só por ele mesmo, já que há a clara influência do campo econômico no campo maternidade.

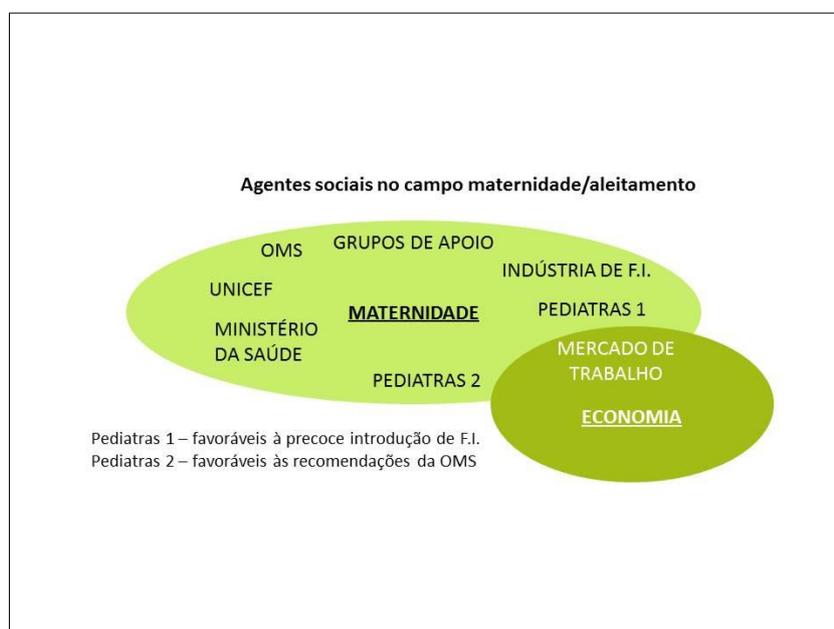


Figura 14 - Ilustração sobre ação dos agentes no campo social maternidade

A ação dos agentes

Quando no século XIX a medicina social introduziu regras e orientações para promover o aleitamento materno, fazia-o por um caráter de interesse político. Exaltava-se o amor materno para que as mulheres escolhessem amamentar seus próprios filhos e, dessa forma, diminuir-se-ia a mortalidade infantil. Essa política nasceu de uma tomada

de consciência da importância da população para o crescimento do capitalismo (ORLANDI, 1985).

Neste sentido, as questões políticas e econômicas mostram-se como importantes fatores para que os agentes sociais mobilizem-se. Com o intuito de favorecer a sobrevivência dos bebês, os puericultores passaram a pesar os bebês para checar se estavam engordando como o esperado e continuarem a cobrar que suas mães os amamentassem. A balança tornou-se, então, naquele primeiro momento, uma aliada do aleitamento materno. Entretanto, com o passar dos anos e a chegada da fórmula infantil, a mesma balança tornou-se uma ameaça para amamentação, já que ao menor sinal de que o bebê não está engordando da maneira que o pediatra considera satisfatória, ele irá orientar a complementação com leite em pó - ao invés de buscar corrigir eventuais problemas na amamentação ou aceitar que nem todos os bebês crescem de acordo com um determinado padrão. De qualquer forma, é importante notar aqui que a balança na sala do puericultor sempre representou um instrumento de controle e opressão para as mães, seja para obrigá-la a amamentar ou desencorajá-la a isso.

OMS e Ministério da Saúde trabalham de forma a normatizar a promoção do leite artificial e disseminar informações científicas através de campanhas para profissionais de saúde e para a população a respeito da importância da manutenção do aleitamento materno.

Em 1981, a OMS aprovou uma resolução recomendando que os países membros adotassem severas restrições à publicidade de leite em pó, permitindo que a propaganda fosse feita apenas em publicações médicas, trata-se do Código Internacional de Comercialização de Substitutos do Leite Materno (ORLANDI, 1985). A OMS adotou o Código, conforme proposto, em 21 de maio, por 118 votos a favor e 1 contra, com 3 abstenções (Ministério de Saúde, 2009). Interessante notar que o único voto contra a proposta na presente votação em Genebra foi dos Estados Unidos, que demonstrava sua prioridade com os interesses comerciais da indústria em detrimento da saúde da sua população.

Neste fato, vemos como o agente indústria alimentícia age também no campo político, buscando a consolidação do seu poder, independente das consequências na saúde pública.

Grandes empresas multinacionais produtoras de leite em pó, como a Nestlé e a Cow & Gate, aliás, protagonizaram um grande escândalo no quesito mortalidade

infantil, denunciado em 1974 por Mike Muller em *The baby killer*. No livro, o jornalista mostra como, por conta da diminuição das taxas de natalidade nos EUA, estas empresas buscaram conquistar mercado em países subdesenvolvidos na África, Ásia e América Central. Intensas campanhas publicitárias e descontos criaram um sistema de substituição do leite materno em locais sem água encanada e tratamento de esgoto. As crianças começaram a morrer por tomarem o leite feito com a água contaminada ou por suas mães não terem entendimento suficiente sobre como diluir corretamente o leite em pó.

Como já vimos, no Brasil, temos dois instrumentos legais que regulam a promoção comercial que regulam a promoção de substitutos do leite materno a NBCAL e a Lei 11.265/2006.

O UNICEF, como medida para reduzir a mortalidade infantil em áreas mais carentes, também promove o aleitamento materno. Em sua página na Internet, lemos que para que a criança sobreviva e se desenvolva, a UNICEF trabalha para “elaborar campanhas e projetos que visam a estimular o aleitamento materno exclusivo até o sexto mês de vida e contínuo até os 2 anos de idade”¹⁶.

Dentro do ambiente da Internet, os campos encontram espaço para divulgarem seus conteúdos e tentarem converter novos adeptos. Enquanto no século XX, por exemplo, o espaço midiático era exclusivamente utilizado pela indústria de fórmulas infantis através de publicidade e outras formas de apelo, hoje a Internet permite que agentes dominados, como grupos de mães pró-aleitamento, levem suas informações para um público maior. Ao mesmo tempo, os agentes potencialmente dominantes precisam conservar o poder obtido e eliminar os riscos de perda através da repetição contínua das práticas anteriores na manutenção de uma situação confortável (MARTINO, 2009). Por isso, eles também se utilizam dos mesmos locais na Internet onde os agentes possivelmente dominados encontram espaço, como redes sociais, por exemplo.

No ambiente digital, há lugar para que todos os agentes do campo maternidade manifestem-se e procurem mais adeptos e, portanto, mais poder. Mas ainda assim não é possível dizer que na Internet a disputa pelo poder é igual e justa para todos já que os conteúdos não aparecem aleatoriamente e sem motivos.

¹⁶ <http://www.unicef.org.br/> Acesso em 29 de abr.2015

Há, em primeiro lugar, a questão dos filtros. Através da massa de dados que produzimos e são acumuladas pelo *Google* e o *Facebook*, por exemplo, seus mecanismos de filtros nos ofertam notícias e anúncios que nos seriam pessoalmente relevantes (PARISER, 2012). Isso nos leva a encontrar sempre mais do mesmo e do que já conhecíamos, distanciando, cada vez mais a informação divergente, aquela que poderia acrescentar algo de novo e nos fazer mudar de opinião.

Em segundo lugar, temos a publicidade paga que é feita dentro da Internet. Anúncios que aparecem em redes sociais, páginas de buscadores e até mesmo dentro das nossas caixas de e-mail. E, quando falamos em dinheiro, o agente no campo maternidade hegemônico e beneficiado é a indústria de leite artificial, que investe grandes valores em sua publicidade.

Existe ainda o comércio de dados produzidos no ambiente *online* que faz com que a rede social digital comercialize informações das integrantes dos grupos de apoio ao aleitamento, por exemplo, para a sua maior interessada, a indústria de fórmula infantil.

Ou seja, mesmo com a possibilidade de lutar pela hegemonia dentro da Internet, os agentes dominados encontram dificuldades e desvantagens pelas próprias características do meio que privilegiam os agentes dominantes.

A verdade é que o poder dentro de redes sociais está nas mãos de seus donos, que controlam o acesso e vendem este poder a seus principais anunciantes.

O poder, na próxima era pertence aos porteiros que controlam tanto o acesso à cultura popular quanto o espaço físico e redes *ciberespaciais* que expropriam, reembalam e transformam a cultura em *commodity* na forma de experiências e entretenimento pessoais pagos (RIFKIN, 2001).

E quando os agentes dominados entram no ambiente dentro das barreiras de acesso e aceitam seus termos de uso, concordam com tudo o que lá acontece, inclusive, com o fato de que tudo o que produzem poderá ser utilizado pelos agentes dominantes em um propósito totalmente contrário aos seus.

Ainda que grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*, como os que são objeto de estudo dessa dissertação, por exemplo, estejam produzindo material que pode ser considerado um importante capital social, dentro das barreiras da rede social digital ele tornar-se-á *commodity*, capital financeiro para os proprietários dessa rede.

Podemos observar, claramente, então, a diferença de um agente dominado que luta pelo poder e disseminação de suas ideias em um ambiente fora da Internet. Por exemplo, grupos de apoio ao aleitamento materno em reuniões presenciais buscando a hegemonia da amamentação no campo maternidade, estão produzindo puramente capital social. Pois a atividade primária em locais públicos sempre foi a criação de capital social e não de mercado (RIFKIN, 2001).

Entretanto, quando eles tentam fazer o mesmo movimento dentro de redes sociais, estão também produzindo o produto mais valioso da *cibercultura*: informação. Esta informação será sempre comercializada pelos proprietários da rede.

CAPÍTULO 2 – Características e limitações de ações na Internet: Possibilidades de atuação dentro dos grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*

Produção de trabalho imaterial

É cada vez maior o uso das redes sociais pelos usuários da Internet. Em janeiro de 2013, 86% dos internautas¹⁷ diziam fazer parte de algum tipo de rede social digital. Da mesma forma, é cada vez maior o tempo que essas pessoas passam conectadas em ambientes virtuais, seja no trabalho, seja em suas casas ou em qualquer lugar que estejam - graças ao uso dos *smartphones*. Mas, ao contrário do que pensa o senso comum, estar conectado pode não ser, simplesmente, desfrutar de um tempo de lazer sem compromissos.

Na realidade, já não é mais possível separar o tempo de lazer do tempo de produção, porque, como veremos, durante todo o tempo que passamos conectados na Internet, nós também estamos produzindo.

O computador, tratando-se de uma máquina que foi criada para acelerar os processos e aumentar a produtividade (CAZELOTO, 2007), entra em nosso cotidiano com estas mesmas características. Não à toa, vemos uma crescente proliferação de serviços que buscam a economia do tempo e do trabalho, aumentando a diversidade e o ritmo das atividades transformadas em *commodities* à nossa volta (RIFKIN, 2001). São inúmeros os aplicativos e sites que ajudam o usuário a fazer coisas que, até outro dia, só eram possíveis serem feitas pessoalmente como: pagamentos de contas através de bancos, compras diversas e relações sociais. Tudo está ao alcance dos nossos dedos e, com a grande inserção de *tablets* e *smartphones* no mercado, passamos grande parte dos nossos dias conectados, resolvendo os mais diversos assuntos. Como resultado, surge a constante sensação de que já não temos tempo para nós mesmos. Tudo vira *commodity* na pós-modernidade, inclusive as relações sociais.

A teoria crítica da tecnologia de Andrew Feenberg (2010) defende que todo objeto técnico tem suas características muito bem definidas já em sua criação, sendo estas, difíceis de serem ignoradas. Mas a tecnologia, que já nasce carregada de valores,

¹⁷ De acordo com dados do Netview, do IBOPE Media, em janeiro de 2013. Fonte: <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/numero-de-usuarios-de-redes-sociais-ultrapassa-46-milhoes-de-brasileiros.aspx>

pode, em algum sentido, ser controlada pelo ser humano. Controle este que não é instrumental, pois a tecnologia não é vista como ferramenta, mas como estilo de vida. E, dentro do contexto social em que ela for inserida, pode ser ressignificada através de seu uso criativo, fenômeno ao qual Feenberg dá o nome de *instrumentalização secundária*. Mas, mesmo em face da possibilidade de alterar alguns valores da tecnologia, podemos considerar que características como a aceleração e a produção, inerentes ao computador, estão presentes em boa parte do que se faz através deles, inclusive, nas relações sociais.

Se estamos falando em produção, precisamos saber, então, o que está sendo produzido nas redes sociais. Para isso, empregaremos o conceito de trabalho imaterial, usado por André Gorz, Maurizio Lazzarato e Antonio Negri.

O conceito é bastante amplo, mas para este trabalho, utilizaremos como parâmetro para trabalho imaterial *o conjunto de atividades ligadas ao uso intelecto, comunicação e cooperação através de relações sociais*, ou como a forma de relacionamento no processo de produção capaz de realizar ou potencializar a conversão de capital simbólico em capital econômico (CAZELOTO, 2008). Podemos tomar como exemplo para este conceito, o setor terciário, caracterizado pela produção de serviços em que o produto a ser comercializado não é algo material, mas pode ser uma assessoria, propaganda, serviço de *marketing* ou conteúdo.

O capitalismo moderno, centrado sobre a valorização de grandes massas de capital dito material, é cada vez mais rapidamente substituído por um capitalismo pós-moderno centrado na valorização de um capital dito imaterial, qualificado também de capital humano, capital conhecimento ou capital inteligência (GORZ, 2005, p.15).

A utilização do intelecto como capital é tão antiga quanto o capitalismo industrial, mas, hoje, para ser transformado em mercadoria, o conhecimento torna-se propriedade privada. O trabalho do saber pode estar em uma atividade de lazer, por exemplo (GORZ, 2005). É exatamente neste contexto que entram as relações dentro das redes sociais.

As redes sociais são plataformas de produção contínua de relações sociais e de trabalho imaterial. Isso porque essas relações se dão dentro de um ambiente com fronteiras, já que para ter acesso a ele você precisa ter um equipamento eletrônico, conexão com a Internet e uma conta na rede social digital— onde você registra seus dados pessoais e aceita os “termos de uso”. Só assim, então, essas atividades de

relacionamento no ambiente rede social digital tornam-se possíveis. “O controle do acesso é uma forma privilegiada de capitalização das riquezas imateriais” (GORZ, 2001, p.31).

Dentro da “cerca” das redes sociais, as relações e toda a produção de informação são mercantilizadas. A economia, agora, colonizou a última esfera, que ainda era independente, da atividade humana: a cultura (JAMESON, 2000). E o poder pertence aos porteiros que controlam o acesso a ela (RIFKIN, 2001). Mas, mais do que a cultura, estamos falando de relações sociais e do saber que se constrói na experiência cotidiana de cada indivíduo. Essa apropriação é feita na *cibercultura* de forma que as pessoas não percebam que questões pessoais e íntimas estão sendo capitalizadas constantemente. É difícil identificar as barreiras entre o público e o privado, e as relações são constantemente transformadas em *commodities*.

Também é possível observar o caráter integral de produção desse trabalho imaterial, já que trabalhamos durante todo o dia, noites, finais de semana, com *smartphones*, por exemplo. Nosso comportamento se transforma em mercadoria (PARISER, 2012).

O trabalho imaterial produz subjetividade e valor econômico além de mostrar que a produção capitalista invade toda a vida e supera as barreiras que não só separavam, mas também opunham economia, saber e poder (LAZZARATO; NEGRI, 2013).

Extração da mais-valia nas redes sociais digitais

Uma importante característica deste trabalho imaterial realizado pelos usuários de redes sociais é que ele é totalmente excedente. Ou seja, não é o tipo de trabalho feito para a sobrevivência da pessoa em si, pois tudo o que é feito e produzido está além das necessidades básicas do ser humano. Produzimos o tempo todo na Internet, não para suprir necessidades como alimentação, por exemplo. Por outro lado, ao mantermos um perfil na rede social digital, suprimos uma possível necessidade de estabelecer relações sociais.

Karl Marx definiu o conceito de trabalho excedente e registrou de que forma o capitalista apropria-se dele para se beneficiar da mais-valia, a clara expressão da exploração do trabalhador:

O segundo período do processo de trabalho, quando o trabalhador opera além dos limites do trabalho necessário, embora constitua trabalho, dispêndio de força de trabalho, não representa para ele nenhum valor. Gera a mais-valia, que tem, para o capitalista, o encanto de uma criação que surgiu do nada. A essa parte do dia de trabalho chamo de tempo de trabalho excedente, e ao trabalho nela despendido, de trabalho excedente (MARX, 1999, p.253).

É importante dizer que Marx falava sobre trabalho material e o tempo necessário que o trabalhador precisava empenhar nele para produzir o suficiente para garantir o pagamento justo deste trabalho. Todo o tempo trabalhado além desse período constitui o ganho do capitalista sobre o trabalhador. Dessa forma, todo trabalhador produz trabalho excedente para que seu empregador extraia a mais-valia e tenha lucros.

Dentro deste conceito de trabalho excedente, tomamos a liberdade de fazer uma analogia, guardadas as devidas proporções, com o que produzimos nas redes sociais digitais para explicarmos de que maneira esse trabalho pode ser completamente apropriado por terceiros. Ora, se todo o trabalho feito além dos limites necessários para a subsistência do ser humano é considerado trabalho excedente, podemos afirmar que todo o trabalho imaterial feito pelos usuários nas redes sociais digitais é excedente, já que não se trata, de forma alguma, de trabalho para a sua subsistência. Conseqüentemente, o capitalista, dono da rede social digital, pode extrair desse trabalho 100% de mais-valia, pois, para ele, a rede tem um indiscutível valor-de-troca.

Esse processo de apropriação do trabalho do usuário acontece sem que ele perceba. Em primeiro lugar, dificilmente os usuários de redes sociais digitais conseguem perceber que o tempo em que estão utilizando tais plataformas na Internet é um tempo de produção ou trabalho. Geralmente, este tempo é referido como um momento de lazer ou diversão. Em segundo lugar, muitos consideram que tais redes sociais digitais, por não serem serviços pagos (não da maneira convencional), são como “dádivas”, presentes dos seus administradores, pelas possibilidades de interação e descontração. Então, nesse caso, não se importariam – chegando a achar até justo – que a rede social digital beneficie-se, de alguma forma, do que seus usuários estão postando.

Mas a verdade é que a maior parte dos usuários não tem ideia do que é feito com suas informações disponíveis da rede social digital. Este outro produto do trabalho imaterial na *cibercultura* é visto na grande massa de dados dos usuários que está acumulada no *Facebook* e que é amplamente mercantilizada por seus proprietários. Não só para, através do conhecimento das preferências de cada pessoa, oferecer-lhe mais do

que ela já tenha visto e curtido através dos seus filtros, mas para vender essas informações aos anunciantes para que eles identifiquem seus potenciais compradores (PARISER, 2012). Nossas informações tornam-se disponíveis para a comercialização no momento em que preenchemos os campos dos dados para gerar uma conta para acesso, e a cada ação nossa, seja uma pesquisa, seja um compartilhamento ou uma simples “curtida”, oferecemos, aos donos da rede social digital, mais possibilidades de comercializar nossas informações.

Das duas formas, torna-se evidente, então, qual é a poderosa moeda de troca da *cibercultura*: a produção de informação. Conceitos, ideias e imagens são os verdadeiros itens de valor na nova economia (RIFKIN, 2001) e, dessa forma, os usuários das redes sociais estão produzindo de graça o bem mais precioso da atualidade.

Nesta nova economia, todo tempo livre remanescente, ou seja, o período em que o trabalhador não está exercendo seu trabalho regular é deslocado pelas forças de rede e o indivíduo passa a ter uma comercialidade disseminada (RIFKIN, 2001).

O usuário, quando aceita os termos de uso da rede social digital, passa a fazer parte dela, produzindo trabalho imaterial todo o tempo, que por natureza é 100% excedente e passível de ser explorado integralmente pelo proprietário da rede que dali extrai a mais-valia.

De fato, o *Facebook* não produz conteúdo, ele apenas se apropria das informações compartilhadas retirando dela a mais-valia.

Maternidade e subversão em meio hegemônico - grupos de apoio na Internet

Com a constatação de que as redes sociais são parte deste momento do capitalismo na contemporaneidade - conhecido como *cibercultura* -, vemos surgir um paradoxo, no que diz respeito aos grupos de apoio ao aleitamento materno presentes dentro delas.

Ora, o que motiva sua existência é justamente a luta contra as artimanhas do capitalismo que, através da indústria cultural, mercantilizou até mesmo a maternidade, fazendo nascer a necessidade do consumo para a alimentação dos bebês. A amamentação é subversiva, porque não gera lucro a ninguém. Então, a indústria faz surgir a necessidade do uso das fórmulas infantis, mesmo quando não há qualquer tipo de dificuldade no processo de aleitamento materno.

Esse *marketing* é feito através da publicidade na mídia, em revistas especializadas, congressos de pediatria e junto aos consultórios médicos com benefícios e brindes. A Nestlé, maior fabricante de substitutos do leite materno no mundo, patrocina o portal da Sociedade Brasileira de Pediatria na Internet. E, com muita frequência, mães saem dos consultórios pediátricos com receitas médicas que vão de encontro às recomendações sobre aleitamento dos órgãos de saúde, com a prescrição da introdução precoce de fórmula infantil para complementar a alimentação do bebê.

Neste sentido, os grupos de apoio ao aleitamento materno surgem justamente para que mulheres compartilhem suas experiências e troquem informação, com respaldo científico, para alcançarem sucesso no processo de amamentação, ainda que sejam desencorajadas nos consultórios médicos.

Quando mulheres se reúnem em grupos de apoio para buscarem resoluções de problemas que possibilitem a manutenção da amamentação, elas buscam romper com a indústria da fórmula infantil e se posicionam de forma contra-hegemônica, contra o mercado e contra a publicidade. Trata-se de um posicionamento que procura barrar a entrada de valores capitalistas, como a cultura do consumo, dentro do âmbito da maternidade.

Mas também é verdade que a maternidade passa a apresentar características muito específicas do capitalismo quando precisa ser exercida com a ajuda dos grupos dentro de redes sociais. Pois, se no capitalismo a lógica de consumo respalda a promoção e o uso da fórmula infantil, na *cibercultura* a lógica do acesso promove o uso das redes sociais, do trabalho imaterial e da conseqüente produção de capital econômico para os proprietários das redes. Na realidade, as mulheres fogem do consumo material do leite artificial e acabam consumindo o imaterial na Internet. Não se trata apenas de consumir, mas também de produzir e tornar-se o próprio produto, uma vez que estão a todo tempo produzindo conteúdo e seus próprios perfis, tendo suas informações comercializadas.

Um ato de subversão e contra-hegemônico é praticado dentro de um ambiente hegemônico e que respalda o sistema capitalista, que são as redes sociais, como vimos anteriormente. Hoje, apesar da exclusão digital ser a regra para cerca de 50% dos

brasileiros¹⁸, a tecnologia informática é dominante na produção e na vida social, transformando o modo de produção.

Numa tentativa de manipulação do sistema para criar um uso através da racionalização subversiva (FEENBERG, 2010), as usuárias tentam proibir a comercialização de produtos nos grupos, mas os anúncios do próprio *Facebook* aparecem ao lado de todas as postagens. Da mesma maneira, é impossível impedir que os proprietários da rede social digital se apropriem do seu trabalho imaterial e que vendam suas informações pessoais. Ao concordar com os termos de uso do *Facebook*, o usuário valida cada uma destas práticas. A tentativa de subversão é limitada pelas próprias características do meio.

Assim, vemos que as tentativas de buscar alternativas naturais para a maternidade, fugindo da imposição do consumo, são colonizadas pela dinâmica capitalista na *cibercultura* dentro das redes sociais. Na pós-modernidade, o capitalismo coloniza o inconsciente e a natureza (JAMESON, 2002), ou seja, tudo aquilo que seria natural ou feito simplesmente por uma necessidade do ser humano é transformado em *commodity*. Quando mulheres buscam alternativas para manterem a amamentação através de redes sociais - algo que poderia ser feito através da ajuda presencial de outras mulheres da família ou grupos de apoio fora do ambiente digital, por exemplo – esta atitude é organicamente comercializada pelos donos destas redes.

Na contemporaneidade, o tempo, a cultura e a experiência vivida transformam-se em *commodities*. A experiência humana compartilhada é arrastada para o âmbito econômico. O que dá sentido à vida humana é remodelado de acordo com linhas comerciais (RIFKIN, 2001). Não é possível ignorar que o objeto produzido pelo processo tecnológico tem uma finalidade e características específicas:

Os artefatos contém um design social, ou seja, sua codificação contém uma concepção prévia do modo como os seres humanos entram em relação: estabelecem hierarquias, assim como regimes específicos de propriedade e organização do trabalho (CAZELOTO, 2014, p.9).

Sendo o computador uma máquina de acelerar, vemos que a maternidade entra na *cibercultura* com as características desse tempo e do meio: produtividade e

¹⁸ De acordo com a Pnad 2013 (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), apenas 49,4% da população de 10 anos ou mais de idade (85,6 milhões de pessoas) tinham se conectado à Internet naquele ano e 48,0% (31,2 milhões) dos domicílios possuíam acesso à Internet. Fonte: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000021542204122015225529461268.pdf>> Acesso em: 15 de jul.2015

velocidade. Para sanar dúvidas rapidamente, basta ter acesso à informação em um só lugar. Não é necessário sair de casa, e a mãe pode descobrir as respostas para suas dúvidas sobre amamentação enquanto ela amamenta, o que representa uma grande facilidade e, por que não, produtividade. Afinal, uma mulher, durante seu puerpério, nem sempre conseguirá sair de casa com o bebê tranquilamente nos primeiros dias. Se ela tiver acesso a um conteúdo que possa lhe ajudar a resolver as dificuldades com relação ao aleitamento na tela do computador ou *smartphone*, por exemplo, poderá fazê-lo enquanto seu bebê está mamando ao seio na tranquilidade do seu lar.

Informação mediada

O filósofo francês Pierre Lévy defende a ideia de Inteligência Coletiva na Internet, uma inteligência distribuída por toda parte, incessantemente valorizada, coordenada em tempo real, que resulta em uma mobilização efetiva das competências. De fato, se olharmos as possibilidades de compartilhamento e trocas que a Internet nos oferece, poderemos acreditar que estamos diante de um universo sem limites e livremente explorável.

Entretanto, faz-se necessária uma crítica a este posicionamento do autor. Ao fenômeno que Pierre Lévy chama de *inteligência coletiva*, proponho que chamemos, então, de *inteligência coletiva mediada*, pois a massa de informações disponíveis na Internet não está disponível ao alcance de todos os usuários sem antes passar pelos filtros e regras que regem o ambiente digital.

Lévy defende que a abertura do ciberespaço permite formas de organização econômica e social centradas na *inteligência coletiva* e na valorização do humano em sua variedade, mas também assume a existência de regras bem definidas de uso.

Enfim, o Espaço das Mercadorias condiciona o espaço do saber no sentido em que os intelectuais coletivos, se quiserem durar, deverão respeitar certas regras de gestão, certas coerções econômicas elementares (LÉVY, 2000, p.194).

Apesar de Lévy afirmar que não se pode comprar ou difundir o pensamento de um intelectual coletivo, vemos que o capitalismo na *cibercultura* faz exatamente isso quando se apropria do trabalho imaterial dos usuários de redes sociais como vimos anteriormente, por exemplo.

A questão dos filtros, aliás, torna-se a cada dia uma barreira maior para que possamos alcançar o ideal de inteligência coletiva. Quando citamos filtros, estamos falamos sobre os algoritmos usados na Internet para que seja feita uma personalização de tudo o que é mostrado para o usuário. A princípio, para ofertar propaganda personalizada aos usuários. Entretanto, este tipo de “filtragem” é feita para todo o conteúdo disponível da Internet, inclusive *feeds* de notícias, ou seja, qualquer atualização de conteúdos. Ela é feita tendo como base toda informação que disponibilizamos na rede, seja através de registros em sites, pesquisas em buscadores e *cookies*¹⁹.

É por intermédio desses filtros que tantos dados sobre usuários da Internet são acumulados, armazenados e comercializados por empresas especializadas, transformando toda essa informação em um dos bens mais preciosos da nossa atualidade.

O grande problema dessa personalização é que cada vez estaremos mais presos dentro de uma bolha que nos mostrará cada vez mais do mesmo, como um espelho de nossas preferências.

Ela interfere na inter-relação entre nossos processos mentais e o ambiente externo. Em certos casos, pode atuar como uma lente de aumento, sendo muito útil quando queremos expandir a nossa visão sobre uma área específica do conhecimento. No entanto, os filtros personalizados podem, ao mesmo tempo, limitar a variedade de coisas as quais somos expostos, afetando assim o modo como pensamos e aprendemos. Podem perturbar o delicado equilíbrio cognitivo que nos ajuda a tomar boas decisões e a ter novas ideias (PARISER, 2011, p.76 e 77).

Dessa forma, incorremos no erro de reforçar apenas ideias que já tínhamos, reforçando preconceitos e não nos permitindo conhecer o que está fora do nosso âmbito de interesse no momento, já que até as notícias em periódicos *online* têm a tendência de serem mostradas de acordo com a personalização dos filtros. Quando, na verdade, nosso interesse particular não é tudo o que existe, e a alteridade é necessária para o processo de formação de cidadão conscientes. Algoritmos não deveriam pautar o que nos é relevante ou não.

Os filtros reforçam a tendência humana natural para evitar a *dissonância cognitiva*, teorizada por Leon Festinger em 1957. As pessoas têm uma tendência a

¹⁹ Arquivos que armazenam temporariamente o que o internauta está visitando no ambiente *online*

buscarem informações que validem seus pontos de vista, evitando ter contato com aquilo que possa fortalecer opiniões diferentes das suas (MARTINO, 2009). Existe uma seletividade natural em nossa busca por informações para que estas tragam consonância e evitem a produção de conteúdos dissonantes. Isso não significa que não somos capazes de nos abirmos para novas informações que mudem nossos velhos paradigmas, trata-se apenas de uma tendência comportamental de todo indivíduo.

Como consequência dessa bolha de filtros, aquilo que aparece no *feed* de notícias de um usuário do *Facebook* não é o mesmo conteúdo que aparece no de outro. A tendência é que seja mostrado mais do mesmo assunto ou amigo que ele já curtiu, comentou ou compartilhou. Neste sentido, uma mulher que raramente curtiu postagens relacionadas à manutenção da amamentação de acordo com as recomendações da OMS, dificilmente verá este tipo de conteúdo aparecer espontaneamente em seu *feed* de notícias, tornando o seu acesso a esta informação dificultado em relação a uma mulher que já tem conhecimento do assunto.

Podemos dizer, então, que o alcance da informação na Internet está comprometido pela existência dos filtros que, pretensamente, definem aquilo que será do conhecimento de cada usuário.

Limites do humano na rede social digital

Quando procuramos discutir assuntos dentro da Internet, principalmente dentro de uma rede social digital, corremos o risco de sermos emparelhados por grandes espelhos que nos mostrarão apenas mais do mesmo.

Não só pelas características próprias do meio, mas por tendências naturais do ser humano. É o que percebeu Langdon Winner ao verificar que as pessoas costumam visitar sites que confirmem e reforcem seus próprios pontos de vista.

Minhas observações me levam a acreditar que as pessoas que fazem política exclusivamente online e não saem para esbarrar nos ombros dos seus vizinhos acabam tendo um número limitado de experiências, muitas delas narcisísticas, da política democrática (WINNER, 2010, p.55).

Essa crise das relações é apontada por Malena Contrera (2012, p.147), como uma ação da mídia, quando “exaustos, com a jornada de trabalho basicamente

triplicada para dar conta da manutenção do parque tecnológico no qual nos metemos, não é de se estranhar muito que não estejamos muito disponíveis para a tolerância”.

Contrera também aponta a criação de uma sociedade de emissão, pseudodemocrática, onde todos falam, mas ninguém escuta.

Neste sentido, o desafio seria encontrar formas de ampliar os horizontes informacionais que cada indivíduo pode ter no ambiente digital, para que possamos olhar nossas perspectivas de cada assunto, podendo exercer nossa cidadania de maneira mais democrática. A empatia e o respeito são a chave para que a alteridade seja recolocada como uma questão possível (CONTRERA, 2012).

A Internet representa um importante caminho para o encontro e compartilhamento de informações. Mas por suas características próprias, como os filtros e a intensificação da nossa tendência humana de buscar dados que respaldem o que já acreditamos, possui possibilidades limitadas de exercício da cidadania.

No exemplo dos grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*, podemos notar como esta dinâmica acontece. Para as mulheres que ali buscam informação para terem sucesso no processo de estabelecimento e continuação da amamentação de acordo com as orientações da OMS, por exemplo, eles constituem local de grande valor.

Entretanto, essas mulheres, possivelmente, já tinham em seu repertório individual uma pré-disposição a concordar com as informações ali compartilhadas. É provável que essas mães já acreditassem ser o aleitamento o melhor caminho a seguirem, por isso buscaram um conteúdo que respaldasse esse ponto de vista.

Temos em nossas células, biologicamente, a tendência por amamentar, mas também somos nutridos pela cultura que nos rodeia e ela influencia a decisão das nutrizes. Neste sentido, entram os grupos de apoio ao aleitamento materno que podem revalidar ideias pré-concebidas, podem se chocar com essas ideias e causarem desconforto, ou podem ajudar a mudar paradigmas.

Uma mulher que tivesse grandes dúvidas a respeito da amamentação e uma forte tendência a aceitar a introdução precoce de fórmula infantil, dificilmente entraria em um desses grupos para ler mais a respeito dos benefícios da manutenção da amamentação. Isso por conta de suas preferências pessoais e pelas próprias características da rede social digital que não levaria até ela um conteúdo muito diferente do que aquele que ela já curtiu ou compartilhou em seu perfil.

Essas características da Internet não desqualificam a experiência da mãe que encontrou ajuda nos grupos de apoio ao aleitamento da rede social digital, nem diminuem sua importância para o compartilhamento de informações acerca de um assunto tão essencial, mas mostra como o uso da Internet pode ser limitado.

Ao contrário de um grupo presencial, onde o diferente pode ser acolhido e respeitado, se uma mulher entrar em um desses grupos e declarar em uma postagem que preferiu optar pela mamadeira e introdução de substitutos do leite materno por este ser o melhor modelo para o momento que está vivendo, muito possivelmente ela será questionada e terá, até mesmo, sua decisão desqualificada para que não se torne exemplo para outras mães.

Tratando-se de um ambiente onde todos falam fazendo valer suas opiniões e pouco do outro é ouvido, podemos questionar o caráter dialógico que os mais otimistas podem conferir às redes digitais. Aparentemente esse nos parece mais um ambiente discursivo.

Para produzir informação, os homens trocam diferentes informações disponíveis na esperança de sintetizar uma nova informação. Essa é a forma de comunicação dialógica. Para preservar, manter a informação, os homens compartilham informações existentes na esperança de que elas, assim compartilhadas, possam resistir melhor ao efeito entrópico da natureza. Essa é a forma de comunicação discursiva. (FLUSSER, 2007, p.96 e 97)

O filósofo Vilém Flusser nos alerta, porém, que nenhuma das duas formas de comunicação pode existir sem a outra, e a diferença entre elas é uma questão de distância da observação, já que para existir o diálogo precisam estar disponíveis informações que foram recebidas por discursos anteriores, e para que o discurso aconteça, existem informações que foram produzidas em outro diálogo.

Entretanto, um dos grandes desafios de hoje é a nossa “dificuldade de produzir diálogos efetivos, isto é, de trocar informações com o objetivo de adquirir novas informações” (2007, p.98). É exatamente esse o cenário dentro dos grupos existentes em redes sociais digitais, onde os discursos são predominantes e os diálogos já não encontram mais espaço. Ainda que haja muito informação e muitos discursos, todos parecem estar solitários pela falta de troca que só seria possível por meio do diálogo.

O capital social

Os grupos de apoio ao aleitamento materno – que também podem acontecer de forma presencial como visto no primeiro capítulo- encontram na Internet alguns fatores que contribuem para o seu sucesso: além do baixo custo, a Internet leva a uma transformação no contato social que permite ao indivíduo agregar-se às redes sociais dispersas e estimula a adesão a movimentos de solidariedade grupal (MATOS, 2009).

Ainda que para o usuário exista o valor de uso, para os capitalistas, os donos das redes sociais, é claro o valor de troca que esses grupos têm, pois, como já vimos, através do trabalho imaterial e do compartilhamento de informações pessoais, eles conseguem extrair a mais-valia:

O que aparece para usuário como um valor de uso é, para o proprietário dos meios simbólicos de reprodução da existência, valor de troca. Assim, pela noção de trabalho imaterial, o usuário revela sua natureza tripla: é, ao mesmo tempo e no mesmo ato, produtor, consumidor e mercadoria. Essa é a natureza do modo de vinculação online (CAZELOTO, 2011, p.17).

Porém, mesmo na presença da produção de um capital econômico que em nada beneficiaria os usuários das redes sociais, seria possível vislumbrar algum subproduto dessa relação que para eles teria apenas valor de uso?

É possível observar a produção de algo mais do que simplesmente relações humanas mediadas pela técnica ou “em torno dos princípios de acesso” (RIFKIN, 2001). Grupos podem estar produzindo um outro tipo de valor, paralelo ao valor comercial de seu trabalho imaterial. Trataremos, então, aqui do capital social. A construção deste tipo de capital é uma característica das redes sociais na Internet (RECUERO, 2014).

Robert Putnam, em *Comunidade e Democracia* (1996), pontuou o conceito de capital social como *laços de confiança e lealdade que estimulam as pessoas a fazerem favores umas as outras, trabalharem juntas e resolverem problemas comuns*.

A princípio, podemos dizer que o que motiva as usuárias de grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook* é encontrar ali informações relevantes para o sucesso do seu processo de amamentação. Essas trocas sociais pautadas pela confiança e reciprocidade podem contribuir para o desenvolvimento do capital social que conecta os indivíduos uns aos outros (MATOS, 2009). Da mesma forma, estas usuárias, mesmo

após terem encontrado suas respostas, muitas vezes, permanecem ativas nos grupos, como forma de compartilhar suas próprias experiências para que outras mulheres possam ser auxiliadas. As normas partilhadas e a confiança facilitam a coordenação visando um proveito próprio (PUTNAM, 1996).

Apesar de outros autores também terem explorado o conceito de capital social, pretendemos utilizar o de Putnam para propor sua validade dentro do ambiente da rede social na Internet.

Entretanto, é necessário dizer que a Internet não é a responsável pela criação do capital social, mas sim um canal que pode potencializá-lo (MATOS, 2009). O capital social é inerente aos agrupamentos sociais. Ele existe na união de pessoas que buscam soluções compartilhadas para problemas comuns – como nas questões acerca do aleitamento materno, por exemplo - seja esse grupo feito de forma presencial ou via computador.

Discorreremos com mais detalhes sobre a produção de capital social no capítulo 3 desta dissertação.

CAPÍTULO 3 – Grupos de apoio ao aleitamento materno no Facebook: Produção de capital social e emancipação materna – um estudo de casos

Produção de capital social em grupos de apoio à amamentação presentes em redes sociais na Internet

Como foi descrito no capítulo anterior, as características de produção inerentes ao computador estão presentes em toda atividade que desempenhamos dentro dele, ainda que, para nós, muitas vezes, esse tempo conectado possa parecer apenas puro lazer.

Quando estamos inseridos em uma rede social na Internet podemos produzir, além do já apontado capital econômico para os donos das redes, o capital social. A ideia central da teoria do capital social é que as redes sociais têm valor, afirma o cientista político Robert Putnam. E quando falamos em redes sociais não estamos nos referindo apenas às existentes na Internet. Estamos sim, referindo-nos, aos padrões de conexão de um grupo social a partir das conexões estabelecidas entre os diversos atores (RECUERO, 2014).

Importantes autores já escreveram sobre a produção de capital social. Entre eles, James Coleman, para quem o capital social não está nos atores, mas em sua estrutura de relações. Em artigo publicado em 1988²⁰, Coleman afirma que o capital social é o agente produtivo e possibilita a realização de determinados fins que não seriam possíveis sem ele.

Em uma linha de pensamento muito parecida com esta, Pierre Bourdieu afirma que o capital social está nas relações entre as pessoas. Neste sentido, o capital social que uma pessoa possui dependeria da extensão da rede de relações que ela pode mobilizar e do capital econômico, cultural ou simbólico que seria posse exclusiva de cada um daqueles a quem ela está ligada (BOURDIEU, 2012).

Entretanto, neste trabalho, adotaremos o conceito de capital social de Robert Putnam, que considera ser ele a *conexão entre as pessoas nas redes sociais e as normas de reciprocidade e confiabilidade que surgem delas*. Esta escolha foi feita por ser o

²⁰ COLEMAN, J. S. Social Capital and the Creation of Human Capital. **American Journal of Sociology**, n. 94, p. S95-S120, 1988.

conceito que mais se enquadra aos grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*, objetos desta dissertação. Dentro destes grupos inseridos em uma rede social mediada pela Internet, reciprocidade e confiabilidade são características comuns às trocas de mensagens entre as usuárias, que buscam não apenas a solução de um problema pessoal, mas também querem colaborar para que outras usuárias possam também resolver seus obstáculos no estabelecimento da amamentação.

Essa facilitação da cooperação espontânea é citada por Putnam como uma característica do capital social. “O capital social é também um elemento-chave para a compreensão dos padrões de conexão entre os atores sociais na Internet” (RECUERO, 2014, p.55). Neste sentido, podemos notar que o altruísmo torna-se também um padrão de conexão nos grupos estudados, afinal, há nas mulheres ali presentes, claramente, o objetivo de auxiliar outras mães para que encontrem sucesso na amamentação. O compartilhamento de experiências próprias é uma estratégia comumente utilizada para este fim.

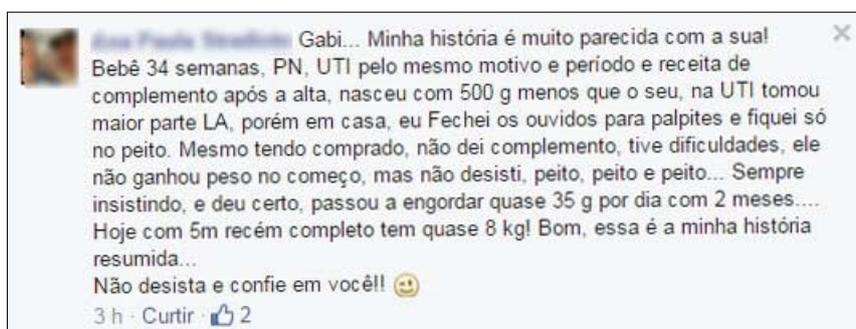


Figura 15 - Comentário feito em post com pedido de ajuda no grupo Matrice

Na imagem acima, vemos o comentário feito por uma usuária dentro de uma postagem com pedido de ajuda no grupo Matrice. A mulher que escreveu o comentário compartilha sua experiência como forma de tentar auxiliar a mãe, com dúvidas, a ter êxito no estabelecimento da amamentação exclusiva de sua filha prematura. A cooperação dentro dos grupos é espontânea e possui características como a reciprocidade e a confiabilidade entre as usuárias. O saber desta usuária seria apenas mais uma virtude individual se não fosse compartilhado com outra pessoa. “A society of many virtuous but isolated individuals is not necessarily rich in social capital”²¹(PUTNAM, 2000, p.19).

²¹ “Uma sociedade de muitos indivíduos virtuosos, mas isolados, não é necessariamente rica em capital social” Tradução livre

Como vimos no capítulo anterior, temos a tendência a buscar informações que validem os conceitos e ideias que já possuímos e, na Internet, os mecanismos de filtro reforçam essa tendência através das escolhas que o sistema faz do que nos será apresentado em nossa tela. Isso tudo faz com que os grupos se tornem um grande conglomerado de pessoas com opiniões muito próximas. Uma integrante com uma visão diferente da proposta pelo grupo sentir-se-á deslocada diante das postagens e comentários, podendo ser hostilizada, neste ambiente e, até mesmo, ser convidada a retirar-se ou ser excluída do grupo. Por isso, há pouco espaço para a troca de opiniões divergentes e quase nenhuma possibilidade de um olhar para a compreensão da situação do outro.

O que pode ser bastante ruim, no sentido de se compreender a multiplicidade de situações inerentes ao processo de aleitamento e as diferentes decisões de desfecho tomadas por mulheres bem informadas, torna-se bastante positivo quando o objetivo é auxiliar pessoas com visões próximas e problemas em comum.

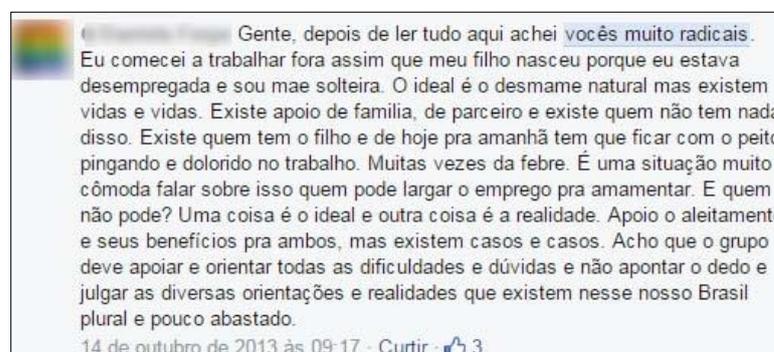


Figura 16 - Comentário feito por usuária em um *post* de outra usuária com pedido de ajuda para desmame]

Neste comentário, vemos o desabafo pela ausência de acolhimento de uma ideia diferente. Ele foi feito no *post* de uma outra usuária que pedia ajuda para desmamar seu filho de um ano e dois meses e que já havia passado vinagre nas mamas para que a criança deixasse de mamar. Muitos foram os comentários em tom de crítica por se tratar de um processo que estaria sendo conduzido de maneira abrupta e com uma criança que ainda tem idade para ser beneficiada pela amamentação, de acordo com as orientações da OMS. Até que esta outra usuária se posicionou de forma a defender a mãe autora da postagem, criticando o posicionamento radical do grupo. Ambas as usuárias já não fazem mais parte do grupo.

Mas uma das características do capital social pontuada por Putnam é a reciprocidade e, se não houver correspondência de ideologia, dificilmente este capital

será produzido. Por isso, para as usuárias que encontram nos grupos um local de identificação e, desta forma, de acolhimento, o capital social torna-se presente.

The touchstone of social capital is the principle of generalized reciprocity - I'll do this for you now, without expecting anything immediately in return and perhaps without even knowing you, confident that down the road you or someone else will return the favor²²(PUTNAM, 2000, p.134).

Existe dentro dos grupos esta sensação de que, assim que alguém tiver uma dúvida, ela logo poderá ser sanada através do compartilhamento de informações das demais usuárias. Por isso “eu te ajudo hoje, porque sei que amanhã você ou outra pessoa poderá me ajudar também”.

Da possível emancipação materna através do compartilhamento de informações

Nesta produção de capital social, a ajuda mútua entre as mulheres pode representar um importante papel no processo de emancipação materna. No primeiro capítulo, pudemos pontuar de que forma o marketing da indústria de fórmulas infantis age, não somente através de publicidade na mídia tradicional, mas com grande influência dentro dos consultórios pediátricos onde nota-se com frequência a prescrição precoce de seus produtos, em absoluta divergência às recomendações da OMS.

Em *Microfísica do Poder*, Michel Foucault aponta como a medicina tornou-se uma estratégia de poder, sendo também dominada pelos ideais capitalistas.

O controle da sociedade sobre os indivíduos não se opera simplesmente pela consciência ou pela ideologia, mas começa no corpo, com o corpo. Foi no biológico, no somático, no corporal que, antes de tudo, investiu a sociedade capitalista. O corpo é uma realidade bio-política. A medicina é uma estratégia bio-política. (FOUCAULT, 2001, p.80)

Quando mães que receberam orientações divergentes das recomendações da OMS e procuram caminhos para manterem a amamentação sem a introdução de fórmulas infantis, elas buscam ajuda para a sua emancipação individual através do compartilhamento do conhecimento que existe dentro dos grupos de apoio ao aleitamento materno. Emancipação esta no sentido de ter autonomia para tomar suas

²² “A pedra de toque do capital social é o princípio da reciprocidade generalizada - Vou fazer isso para você agora, sem esperar nada em troca imediatamente e, talvez, mesmo sem conhecê-lo, confiante de que, na estrada, você ou alguém vá retribuir o favor” Tradução livre

próprias decisões. Trata-se de uma emancipação do saber-médico e do poder exercido dentro dos consultórios pelas premissas capitalistas da indústria de fórmulas infantis, para a tomada de decisões pessoais relacionadas à continuidade do aleitamento.

Há um resgate do que a racionalidade proposta pelo Iluminismo deveria ser, ou seja, instrumento para a emancipação do indivíduo. Neste momento, relembramos a crítica feita por Theodor Adorno a respeito da Indústria Cultural no sentido de tornar a racionalidade em apenas mais um caminho para a dominação.

Essa emancipação é clara e fortemente importante para as mulheres que desejam manter a amamentação de acordo com as recomendações da OMS, rompendo com a orientação do profissional pediatra e a influência da indústria de fórmulas infantis através da indústria cultural. Mas é importante notar que as relações de poder sob as quais estas mulheres estão inseridas não são completamente dissolvidas por esta emancipação.

Na realidade, outras relações de poder se formam e se mantêm neste processo: a primeira delas, a submissão com relação à Organização Mundial da Saúde e suas recomendações. A segunda, o estar de acordo com as normas e políticas da rede social na Internet, bem como da própria moderação do grupo que autoriza ou não a entrada de pessoas e suas postagens. Trata-se, então, do rompimento de uma relação de poder específica e da emancipação para a autonomia em uma determinada área da maternidade, em conformidade com uma ideologia pré-determinada.

Essas outras relações de poder podem ser vistas, por exemplo, dentro dos grupos estudados quando algumas mulheres divergem do pensamento hegemônico ali presente e são criticadas e aconselhadas a mudarem de prática. Nestes casos, a individualidade do caso de cada binômio mãe-bebê não é respeitada para que haja um controle da informação que é compartilhado dentro de grupos com tantas usuárias, como estes. Como citado no capítulo anterior, não há espaço para o diálogo, já que o discurso faz-se necessário para a manutenção da ideologia defendida.

Estudo de casos

Metodologia

Para compreender quem são as mulheres que buscam ajuda em grupos virtuais quando recebem de seus pediatras orientação divergente das recomendações da

Organização Mundial a Saúde a respeito da exclusividade e continuação do aleitamento materno, optamos pela abordagem qualitativa.

Escolhemos o estudo de casos como estratégia para coleta e análise dos dados através de entrevistas estruturadas em formulário *online* com membros dos grupos selecionados, com autorização e conhecimento das moderadoras dos mesmos.

O número de casos ainda não estava pré-estabelecido e foi definido quando da análise dos primeiros relatos de experiências e sua saturação de informações através de respostas muito similares.

Os casos escolhidos deveriam apresentar as seguintes características básicas: mãe residente do Brasil, que participe ou tenha participado de um dos grupos selecionados para a pesquisa e que tenha tido dentro do consultório pediátrico orientação divergente da Organização Mundial da Saúde a respeito do aleitamento materno.

O estudo foi realizado nos grupos de apoio ao aleitamento presentes no *Facebook* selecionados como objeto de pesquisa desta dissertação, Matrice e Aleitamento Materno Solidário, durante o período de 23 de junho a 10 de julho de 2015, quando foram recebidas as últimas respostas.

A partir das informações que gostaríamos de pesquisar, construímos um formulário *online* com perguntas estruturadas abertas (dissertativas) e fechadas (alternativas - para dados mais objetivos), através de ferramenta disponibilizada gratuitamente para usuários do Google, Formulários do Google no Google Drive. Depois da estruturação das 42 perguntas de respostas rápidas, um *link* foi gerado para ser compartilhado com as usuárias dos grupos. Com as questões respondidas, ainda formulamos mais três perguntas extras que foram enviadas aos casos nos quais se enquadravam para complementar a pesquisa (As respostas estão no Apêndice B, onde as questões dissertativas podem ser vistas exatamente como foram respondidas pelas voluntárias – apenas com a supressão das informações sigilosas como nome e e-mail).

Para manter a ética na pesquisa, uma pequena carta de apresentação foi inserida no início do formulário, informando o objetivo da pesquisa, com o contato da pesquisadora para a elucidação de possíveis dúvidas e a informação de que a identidade das voluntárias seria mantida em sigilo. Para que este sigilo seja possível, elas serão numeradas de 1 a 9 na apresentação de suas respostas.

Dentro também do cuidado e respeito ético, solicitamos, à moderação dos grupos, autorização para a publicação dos formulários de participação das usuárias que se encaixassem no perfil necessário para a pesquisa. Para autorizar-nos, a moderação do grupo Aleitamento Materno Solidário solicitou uma carta assinada pelo orientador desta dissertação de mestrado (Anexo 3), com uma breve apresentação do que seria este trabalho.

O primeiro *post* com a chamada para a pesquisa foi feito neste mesmo grupo e logo nos deparamos com um obstáculo técnico inerente às características do *Facebook*, com o qual já imaginávamos esbarrar: quando uma postagem é feita dentro do grupo, nem todas as pessoas que fazem parte dele, serão notificadas. Em geral, essa notificação só acontece com uma parcela pequena que opta por receber todas as atualizações do grupo. Neste sentido, não sabíamos se conseguiríamos chegar até o público-alvo da pesquisa, mas o fato é que não chegamos a receber de início formulários preenchidos voluntariamente neste modelo de abordagem.

Fez-se necessária uma nova forma de atuação. Para tanto, utilizamos a opção de pesquisa dentro dos grupos para encontrarmos mulheres que se enquadrassem no perfil desejado. Utilizamos as palavras “complemento” e “pediatra” para essa pesquisa. Dentro do resultado, escolhemos, aleatoriamente, mulheres que haviam solicitado, em alguma postagem, ajuda para manter a amamentação de acordo com a recomendação da OMS diante da orientação do pediatra para a introdução de fórmula infantil, independente do desfecho que suas histórias tivessem tido. Para o contato com elas, utilizamos a ferramenta de mensagem *inbox* (mensagem privada) para convite à participação da pesquisa. Imediatamente, tivemos oito respostas positivas e mais dois que vieram através da postagem inicial no primeiro grupo e precisaram ser excluídas da pesquisa, por se tratarem de casos em que não havia a recomendação pediátrica para a precoce introdução de fórmula artificial.

A partir desta experiência no primeiro, partimos para a mesma estratégia no grupo Matrice e depois da pesquisa com as mesmas palavras-chave, iniciamos o contato *inbox* com as usuárias.

Ao fazermos a análise dos primeiros oito formulários válidos, percebemos que havia uma similaridade nas respostas, o que nos trouxe uma rápida saturação da amostra que pretendíamos pesquisar. Uma das hipóteses deste trabalho era que as mulheres que não conseguissem manter a amamentação, apesar da tentativa de ajuda através do grupo,

tendessem a não permanecer dentro deles. Se isto se confirmasse, seria muito difícil encontrar mães que tivessem tido um desfecho negativo com relação à manutenção do aleitamento. Então, para compreender também este tipo de caso, busquei através do meu prévio conhecimento pessoal - pela minha já participação dos grupos -, o contato com uma mãe cuja história já era para mim conhecida.

Fechamos, dessa forma, a amostra para este trabalho em nove casos para estudo.

Apresentação e discussão dos resultados

As mulheres participantes do estudo tinham entre 26 e 34 anos, sendo que 55,6% tinham 30 anos ou mais. As voluntárias 1, 2, 3, 4, 5 e 8 pertenciam ao grupo Aleitamento Materno Voluntário. Já as voluntárias 6, 7 e 9 pertenciam ao grupo Matrice. Oito delas haviam sido mães pela primeira vez e apenas uma estava em seu segundo filho. O nível de escolaridade da amostra também se mostrou bastante similar entre elas, já que o mínimo declarado foi graduação incompleta (dois casos) e cinco mulheres tinham graduação completa. As outras duas possuíam pós-graduação incompleta e completa. Três mulheres optaram por não declarar a renda familiar, uma declarou-se como classe D, quatro como classe C e uma como classe B.²³

Em seis casos, os bebês nasceram através da cirurgia cesariana, e nos outros três casos os bebês nasceram através do parto normal.

Dos nove casos, apenas em dois (voluntárias 3 e 9), as mães optaram por seguir a orientação pediátrica para a precoce introdução de fórmula infantil, de acordo com as razões que veremos adiante. Interessante notar que, apenas nestes dois casos, as mulheres optaram por não fazerem mais parte dos grupos, confirmando uma das hipóteses deste trabalho.

Todas as mulheres concordaram que tiveram o apoio de seus (suas) companheiros (as) para a manutenção da amamentação exclusiva e continuada, o que mostra que elas já possuíam um importante incentivo para insistirem no sucesso do aleitamento. O mesmo apoio não foi referido como tido pelos demais familiares, já que apenas quatro mulheres puderam contar com este tipo de incentivo.

²³ Classes econômicas definidas pela renda domiciliar total (R\$) – calculadas com rendimentos familiares per capita. Fonte: Microdados da PNAD (Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios) e POF/IBGE (Pesquisa de Orçamentos Familiares/ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), a preços de janeiro de 2014 com atualização da inflação acumulada de jan/14 até maio/15 de acordo com os dados publicados em: <http://economia.uol.com.br/financas-pessoais/calculadoras/2013/01/01/indices-de-inflacao.htm>

O período de licença maternidade mínimo referido foi de quatro meses e, mesmo nestes casos, foi possível manter a amamentação exclusiva até, pelo menos, os seis meses de idade.

Sete mulheres chegaram até o grupo através da indicação de amigas, enquanto duas os encontram através de pesquisas na Internet; o que mostra uma das características desses grupos, mulheres que desejam ajudar outras mulheres para o sucesso do aleitamento.

Em todos os casos, as mulheres disseram que se sentiram acolhidas dentro dos grupos, mas as duas mães que optaram por seguir a orientação pediátrica para a precoce introdução da fórmula infantil afirmaram que suas dúvidas não foram solucionadas.

Oito mulheres já conheciam as recomendações da OMS a respeito da amamentação exclusiva até seis meses e complementar até dois anos ou mais e todas afirmaram que os grupos as ajudaram a tomarem suas próprias decisões a respeito do aleitamento, sejam elas quais forem.

Neste sentido, oito mulheres afirmaram que consideram que tiveram sucesso no estabelecimento na amamentação de acordo com as recomendações da OMS. Estas oito mulheres atribuíram aos grupos uma importante ajuda. Apenas uma disse que não considera que teve qualquer nível de sucesso – o desmame de seus dois filhos ocorreu com um mês e meio de idade.

Oito mulheres afirmaram que continuaram a participar dos grupos para terem a oportunidade de ajudarem outras mulheres com suas próprias experiências, no exercício da produção do capital social. Da mesma forma, sete mulheres relataram que veem no tempo que passam conectadas nos grupos da rede social digital uma forma de ajudar ao próximo.

Análise comparativa entre os grupos

Diante das respostas recebidas, não foram observadas diferenças entre os grupos. Ainda que o Matrice conte com reuniões presenciais, nota-se que não é comum que as usuárias participem delas. O mais comum, e visto através do acompanhamento e observação das postagens, é que quem participa da reunião presencial acaba sendo adicionado ao grupo na rede social digital. Mas o caminho inverso é mais difícil, já que participar apenas na Internet é mais prático para as puérperas.

Outro resultado fruto da observação da dinâmica dos grupos e da pesquisa é que existe um cuidado maior na aceitação de novos membros no grupo Matrice. Para ser adicionado ao grupo, é necessária a indicação de uma antiga usuária. Já no Aleitamento Materno Solidário, como pode ser visto pelas respostas das voluntárias 1 e 3, é possível pedir a entrada sem conhecer pessoas que já pertençam ao grupos, apenas após pesquisa na Internet.

Categorização e análise dos dados

Utilizaremos a *teoria fundamentada nos dados* como inspiração para o modelo de análise. Proposta por Glaser e Strauss (1967)²⁴, é uma proposta de análise indutiva buscando no campo empírico a fundamentação de uma teoria. Através de sua sensibilidade teórica, o pesquisador tem a oportunidade de identificar padrões e construir suas percepções pela análise e reflexão do estudo de casos.

A ideia central da TF é, justamente, aquela em que a teoria deve emergir dos dados, a partir de sua sistemática observação, comparação, classificação a análise das similaridades e dissimilaridades (FRAGOSO et. al, 2011, p.83).

Dessa forma, a partir dos dados qualitativos coletados nas entrevistas, criamos categorias para explanação do estudo de casos.

DESEJANDO AMAMENTAR

Há nas mulheres que responderam a pesquisa um genuíno desejo por amamentar seus bebês. Do contrário, não teriam tentado conseguir ajudar para não precisarem seguir a recomendação pediátrica para a precoce introdução de fórmula infantil. A

²⁴ GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L. **The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research.** New York: Aldine de Gruyter, 1967.

maior parte das entrevistadas declarou que foi amamentada quando bebê, o que mostra ser essa uma prática natural no meio no qual cresceu.

Acreditando na amamentação

Eu não aceitei a orientação do pediatra porque ia contra a orientação da OMS. Na época, eu já tinha me informado bastante e sabia que a fórmula não seria o melhor para o meu filho (Voluntária 4).

Dentro das respostas da amostra, percebe-se que há um prévio conhecimento das recomendações da OMS e do Ministério da Saúde a respeito da amamentação exclusiva e continuidade da amamentação até os dois anos ou mais. A partir dessa informação, acreditam que é possível seguir esta recomendação, ainda que se deparem com dificuldades no estabelecimento deste processo.

O apoio dos companheiros esteve presente em todos os casos, o que favoreceu a insistência pela amamentação. Já o apoio da família não esteve tão presente na escolha pela tentativa da manutenção do aleitamento.

Também relataram que para a prescrição da fórmula infantil, os pediatras utilizavam nomes de marcas específicas, e a presença de material publicitário das mesmas marcas era notada nos consultórios, como tabela de curva de crescimento infantil com o logotipo da marca prescrita pelo profissional.

Buscando soluções para a manutenção da amamentação de acordo com as recomendações da OMS

Os motivos instintivos eram a sensação de que eu tinha que dar de mamar, de que eu posso, mas só estava com dificuldade na pega e posicionamento (Voluntária 8).

Neste sentido, os grupos de apoio ao aleitamento materno existentes no *Facebook* tornaram-se uma importante possibilidade de encontrar a solução para essas dificuldades. Chegando até eles através da indicação de amigas ou de pesquisa na Internet, as mulheres sentem-se acolhidas ao perceberem um grande engajamento das suas usuárias ao tentarem ajudá-las, compartilhando informações ou suas próprias experiências.

Algumas mulheres também procuraram ajuda de outra forma, como através da consultora de amamentação, fonoaudióloga especializada e grupo de apoio ao aleitamento presencial.

EMANCIPANDO-SE PARA FAZER SUAS PRÓPRIAS ESCOLHAS

Utilizando as informações para manter a amamentação

Não iniciei o complemento, continuei o aleitamento conforme orientação do grupo (Voluntária 1).

Sáímos da UTI, bebê com dezoito dias e indicação de fórmula. Não dei. Com um ano a pediatra sugeriu complementar novamente. Não aceitei e ela não forçou (Voluntária 7).

Para parte das mulheres que entram nos grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*, as informações ali compartilhadas são suficientes para que elas encontrem o caminho para a sua emancipação com relação às decisões que irão tomar sobre a continuidade do aleitamento. Neste sentido, conseguem romper com o saber-poder médico e as orientações que receberam dentro do consultório pediátrico para a precoce introdução de fórmulas infantis.

Essas mulheres possuem, de alguma forma, um repertório mais favorável à insistência do aleitamento do que as que optaram por seguir a recomendação pediátrica; seja pela cultura que vivenciaram desde a infância seja pelo acesso à informação a respeito da amamentação que possam ter tido contato no decorrer da vida.

Sentindo-se satisfeita com suas próprias escolhas

[...] Vou manter o aleitamento até o desmame natural ocorrer, porque quero que minha bebê receba o melhor alimento do mundo e que faça força de sucção para um bom desenvolvimento da musculatura facial (Voluntária 8).

Ao optarem por seguir o caminho em que acreditam, conseguindo romper com a orientação pediátrica para a introdução precoce de fórmulas infantis, as mulheres relatam estarem satisfeitas e felizes com esta condição.

Trata-se de uma vitória contra uma situação angustiante e que, devido à influência do saber-poder médico, tinha grandes chances de não acontecer. Por isso, o

êxito no processo de aleitamento é comemorado e compartilhado no grupo de apoio na rede social digital.

Desejando auxiliar outras mulheres com a própria experiência

[...] feliz por poder informar as mães para que elas se acalmem e que consigam amamentar os seus bebês (Voluntária 8).

Mesmo depois de terem suas dúvidas respondidas e alcançarem êxito na amamentação, as mulheres decidem continuar nos grupos em um exercício de ajuda ao próximo. Elas desejam compartilhar suas experiências pessoais para ajudarem outras mães a se emanciparem e escolherem seus próprios caminhos.

Em uma clara produção de capital social, a usuária do grupo coloca-se à disposição para ajudar outras mulheres, pois, a qualquer momento, pode ser ela, novamente, a necessitar de um auxílio.

ACEITANDO A RECOMENDAÇÃO PEDIÁTRICA

Entretanto, algumas mulheres, mesmo após terem contato com as mesmas informações que as demais nos grupos de apoio ao aleitamento no *Facebook*, optam por seguir a recomendação pediátrica.

Sentindo-se intimidada e ameaçada

[...] cedi e ofereci LA (leite artificial) ao bebê, pois sofri ameaça de denúncia ao conselho tutelar caso não desse (Voluntária 3).

O medo esteve presente no discurso das mulheres que não conseguiram emancipar-se. Seja pela ameaça de que seus bebês estariam passando fome ou, até mesmo, sob ameaça de denúncia ao conselho tutelar por maus tratos, essas usuárias sentiram-se intimidadas e decidiram seguir a orientação pediátrica.

Dessa forma, nota-se que a influência do profissional médico está, muitas vezes, atrelada a uma relação de poder e intimidação.

Sentindo-se frustrada com o desfecho da amamentação

Tive medo de ele estar passando fome . Como o próprio pediatra dele falou, porque ele não estava ganhando o peso que precisava pra a idade (Voluntária 9).

Estas mulheres desejavam amamentar seus bebês e, por conta das ameaças dentro do consultório pediátrico, não conseguiram, por isso os sentimentos de frustração e tristeza com o desfecho da amamentação tornam-se presentes.

Elas estavam dispostas a insistir no processo e foram buscar informações que as ajudassem nesse caminho. Mas o medo tornou-se o fator principal para a tomada de decisão final.

Saindo do grupo no *Facebook*

Sentindo-se frustradas com o resultado da amamentação e não tendo uma experiência de sucesso para ser compartilhada, a tendência natural é que essas mulheres deixem os grupos de apoio ao aleitamento no *Facebook*.

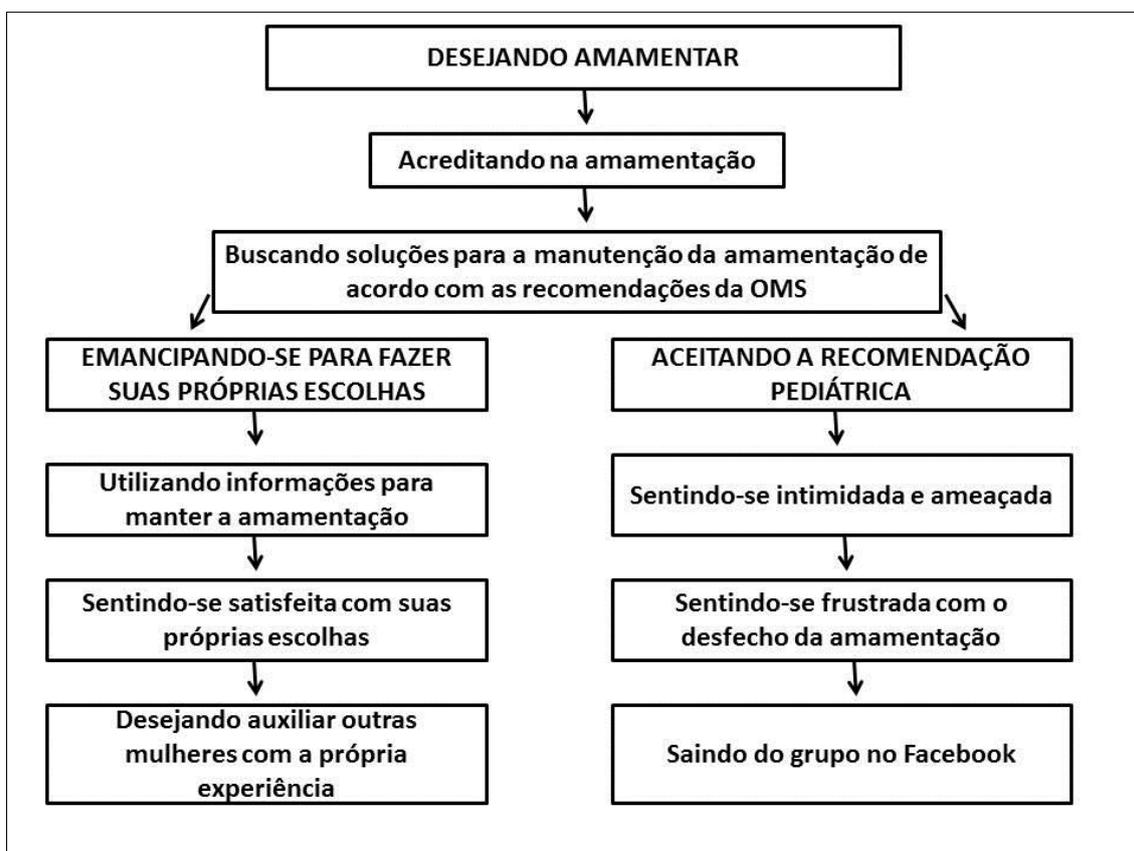


Figura 17 - Desenvolvimento da análise das categorias observadas

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Internet pode ser considerada um importante meio para a troca de informações. Através de redes sociais digitais, grupos com interesses distintos têm se reunido para fortalecer ideais e conquistarem objetivos em comum. Este é o caso dos grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook*.

Por intermédio da informação ali compartilhada e das suas próprias experiências de sucesso, mães ajudam outras mães a terem sucesso no estabelecimento da amamentação de acordo com as melhores recomendações da Organização Mundial da Saúde, do UNICEF e do Ministério da Saúde do Brasil.

Para as mulheres que chegam até estes grupos após receberem nos consultórios pediátricos a prescrição para a precoce introdução de fórmula infantil, os grupos representam, além de fonte de informação, um importante instrumento para a sua emancipação.

Trata-se de romper com a imposição do saber-poder médico e refletir diante de informações ali disponíveis para tomarem suas próprias decisões a respeito da continuidade da amamentação exclusiva e continuada.

Mas teriam os grupos de apoio ao aleitamento materno no *Facebook* um importante papel na construção da cultura da amamentação na contemporaneidade? Esta pergunta pode ser respondida pela observação das características inerentes às redes sociais digitais e à própria Internet.

É inegável a importância de tais grupos para uma parcela específica de mulheres. Estas, antes de tudo, possuem um repertório pessoal que já as qualifica como mulheres que desejam amamentar, reconhecem os benefícios do aleitamento materno, conhecem as recomendações da OMS e possuem alguma forma de apoio em casa para que consigam insistir nesse processo. Como vimos através da pesquisa desta dissertação, trata-se de mulheres com um bom nível de escolaridade e que possuem condições de optar pela licença maternidade, por exemplo.

Dessa forma, elas conseguem chegar até os grupos e sentirem-se acolhidas por outras mães que pensam da mesma maneira que elas. O diferente não encontra lugar em grupos de redes sociais digitais permeados por discursos, ao invés de diálogos, e acaba por excluindo-se ou sendo excluído, dando lugar a uma espécie de ativismo comprometido.

Tratando-se de grupos presentes dentro das barreiras da Internet, é necessário que esta mulher possua acesso a ela e tenha uma conta pessoal dentro da rede social

digital. Neste sentido, através dos termos de uso, cada usuária aceita as regras e condições ali estabelecidas, inclusive a forma como o conteúdo todo é disponibilizado e o uso de suas informações pessoais da maneira como os donos da rede desejarem.

Ao longo dos anos, muitas foram as maneiras de se interpretar de que forma a maternidade deveria ser exercida. Na pós-modernidade, encontramos a maternidade como um campo em que agentes sociais disputam a hegemonia e pretendem ter suas ideias validadas e tidas como as melhores recomendações no assunto.

Há, inclusive, um interessante conflito de interesses quando a indústria de fórmulas infantis patrocina a Sociedade Brasileira de Pediatria e está presente no dia a dia dos consultórios pediátricos, quando a Organização Mundial da Saúde e o Ministério da Saúde orientam o aleitamento materno exclusivo até os seis meses e complementar até dois anos ou mais.

Neste sentido, vemos grupos de apoio ao aleitamento materno como possíveis agentes dominados, buscando a hegemonia através da luta no campo e, a princípio, a Internet é um importante local para esse fim.

No entanto, através das próprias características do meio, essa luta torna-se limitada e muitas vezes contraproducente, pois alimenta com informações a plataforma que tem como um dos principais anunciantes e financiadores a própria indústria de fórmulas infantis, ou seja, seu maior rival no campo.

A colonização da maternidade pelo capitalismo no Brasil é vista desde o início do século XX, com as primeiras vendas de substitutos do leite materno (Almeida, 2004). Entretanto, ela acontece, na pós-modernidade, de forma ainda mais incisiva. Vemos que, na *cibercultura*, as tentativas de subversão da lógica do consumo acabam entrando no conceito de produção de trabalho imaterial e extração da mais-valia nas redes sociais digitais, que validam o meio hegemônico das relações sociais mediadas pela tecnologia.

Apesar disso, não é possível ignorar que há a produção de capital social através de laços de confiança nos grupos de apoio ao aleitamento materno para que algumas mulheres libertem-se das recomendações dadas por parte dos pediatras tradicionais - viciadas na lógica capitalista -, emancipando-se do poder do discurso médico, exercendo a maternidade de acordo com as melhores práticas da saúde e subvertendo a colonização do capitalismo de certa perspectiva.

Contudo, para construir uma cultura da amamentação na contemporaneidade e melhorar os índices de aleitamento materno, exclusivo e continuado é necessário trabalharmos diretamente com a formação de bases de cultura *offline*. Isso, porque dentro da Internet trabalhamos, em geral, com grupos homogêneos de pessoas cujo repertório cultural já estabelecido irá guiar suas pesquisas e decisões.

Ainda que hoje existam regras que definam a forma como as fórmulas infantis podem ser comercializadas, a indústria cultural produz ideologias e forma a cultura através de seus produtos. Então, quando continuamos a ver o padrão da mamadeira na mídia, vemos que este modelo ainda é disseminado sem cuidados.

Assim, podemos dizer que a indústria cultural é um fator de grande influência do desmame precoce, condicionando culturalmente a crença de que utilizar fórmulas infantis pode ser mais vantajoso do que a insistência no processo de aleitamento materno.

A força da mídia e o apelo do *marketing* promocional promovido pela indústria de fórmulas infantis são bastante eficazes para a aceitação de seus produtos como alimento comum para os bebês.

Hoje, com todas as pesquisas favoráveis à manutenção do aleitamento materno para os melhores resultados na saúde infantil, é necessário um esforço árduo dos programas de saúde para desmitificar todas as barreiras que impeçam o sucesso da amamentação. Neste sentido, é imprescindível a existência não apenas de campanhas publicitárias informativas que visam combater a grande oferta de fórmulas infantis, mas também um trabalho conjunto com pediatras e demais profissionais de saúde que atuam na assistência materno-infantil e suas formações, para que a prescrição precoce das fórmulas infantis deixe de ser uma constante em seus consultórios, melhorando a qualidade do atendimento a nutriz, ajudando-a a superar as dificuldades da amamentação.

É necessário um esforço para melhorar a maneira como o apoio e a informação são dados à mulher lactante. Se ela não for auxiliada atenciosamente para reverter os problemas comuns que surgem para o estabelecimento da amamentação, como a orientação sobre a correta pega do bebê, amamentação em livre demanda e sua adequada alimentação, por exemplo, poderá sucumbir aos apelos midiáticos da indústria. Da mesma maneira, a licença maternidade de seis meses para todas as

trabalhadoras seria de grande ajuda para que as recomendações da OMS pudessem ser seguidas.

A indústria cultural pautada pelo capitalismo e sua ordem de lucro formatou uma cultura de facilidades e consumo a qualquer preço. Será necessário muito trabalho para conseguir modificá-la. Não se trata, aqui, de julgar quem não conseguiu seguir as recomendações da OMS para a amamentação porque encontrou qualquer nível de dificuldade ou porque, depois de ter acesso à informação, escolheu não amamentar seu bebê. Falamos, na verdade, de dar a oportunidade a toda mulher de ter acesso à informação de qualidade para que possa emancipar-se e tomar suas próprias decisões, sejam elas quais forem.

O tema não se esgota aqui e proponho, então – por que, não? – um outro caminho para a continuidade desta pesquisa. De que forma a informação poderia chegar a uma maior quantidade de mulheres para que, não apenas um grupo homogêneo e muito específico possa ser auxiliado, como é o caso dos grupos de apoio ao aleitamento no *Facebook*?

Que esta pergunta possa tentar ser respondida em uma futura pesquisa.

REFERÊNCIAS

ABRAÃO FILHO, Claudio Luiz Cecim. **Comunicação e subjetividade na cibercultura**. Dissertação de mestrado. PUC-SP, 2014.

ADORNO, Theodor W. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (org.). **Comunicação e indústria cultural**. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 1978. p. 287-295.

_____ ; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

ALMEIDA, João Aprígio Guerra de; NOVAK, Franz Reis. Amamentação: um híbrido natureza-cultura. **Jornal de Pediatria**, Rio de Janeiro, v.80, n.5 (sup), p. S119-S125.

BADINTER, Elizabeth. **Um amor conquistado: o mito do amor materno**. Rio de Janeiro: Novra Fronteira, 1985.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BERGER, John; BLOMBERG, Sven; FOX, Chris; DIBB, Michael; HOLLIS, Richard. **Modos de ver**. Lisboa, Portugal: Edições 70, 1999.

BOURDIEU, Pierre. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Editora Bertrand Brasil, 1989.

_____. **Sobre a televisão**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 1997.

CARVALHO, Marcus Renato de. Manejo ampliado da amamentação. In: CARVALHO, Marcus Renato de; TAVARES, Luís Alberto Mussa. **Amamentação: bases científicas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2010.

_____ ; TAVARES, Luís Alberto Mussa. **Amamentação: bases científicas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2010.

CASSAB, Fabiola; BASAGLIA, Ana; FELICI, Francesca; ANDRADE, Liliane. Grupos de apoio: de mulher para mulher – as relações necessárias entre amamentação e grupos de mães. In: CARVALHO, Marcus Renato de; TAVARES, Luís Alberto Mussa. **Amamentação: bases científicas**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2010.

CAZELOTO, Edilson. “A velocidade necessária”. In: FERRARI, Pollyana (org.) **Hipertexto, hipermídia**. As novas ferramentas da comunicação digital. São Paulo: Contexto, 2007.

_____. **Inclusão Digital: uma visão crítica**. São Paulo: Editora Senac, 2008.

_____. **Comunidades virtuais e redes sociais: uma abordagem materialista sobre o modo de vinculação online**. In: Simpósio Nacional ABCiber, V, 2011, Santa Catarina. Disponível em: <

<http://abciber.org.br/simposio2011/anais/Trabalhos/artigos/Eixo%204/4.E4/95.pdf>> Acesso em: 05 de jul.14.

_____. **Sociabilidades gerenciadas:** o discurso tecnológico e a despotencialização do Imaginário. In: COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação, XXIII. Pará, 2014. Disponível em: http://compos.org.br/encontro2014/anais/Docs/GT06_COMUNICACAO_E_SOCIABILIDADE/discursotecnologico_2179.pdf Acesso em: 10 de jan.15.

COELHO, Cláudio Novaes Pinto. **Teoria crítica e sociedade do espetáculo.** Jundiaí: Editora In House, 2014.

CONTRERA, Malena Segura. “Acerca da relação entre comunicação e cidadania – Resignificações necessárias”. In SAMPAIO, Inês (org.) **Comunicação, cultura e cidadania.** Campinas: Pontes Editores, 2012.

DIAS, Marcia dos S.; CARVALHO, Luiz Eduardo R. de. Fórmula infantil: ingredientes, mimetizações, signos e mercado. In: CARVALHO, Marcus Renato de; TAVARES, Luís Alberto Mussa. **Amamentação: bases científicas.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2010.

DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio Orgs. **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2014.

FEENBERG, Andrew. O que é filosofia da tecnologia?; Racionalização subversiva: tecnologia, poder e democracia. In: NEDER, Ricardo T. (org.). **A teoria crítica de Andrew Feenberg:** racionalização democrática, poder e tecnologia. Brasília: Observatório do Movimento pela Tecnologia Social na América Latina/ CDS/ UnB/ Capes, 2010.

FESTINGER, Leon. **Teoria da dissonância cognitiva.** Rio de Janeiro: Zahar, 1975.

FLUSSER, Vilém. **O mundo codificado:** por uma filosofia do design e da comunicação. São Paulo: Cosac Naify, 2007.

FOCAULT, Michel. O nascimento da clínica. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2014.

_____. **Microfísica do poder.** Rio de Janeiro: Graal, 2001.

FRAGOSO, Suely; RECUERO, Raquel da Cunha; AMARAL, Adriana da Rosa. **Métodos de pesquisa para Internet.** Porto Alegre: Sulina, 2011.

FREITAG, Barbara. **A teoria crítica: ontem e hoje.** São Paulo: Brasiliense, 2004.

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L. **The discovery of grounded theory:** strategies for qualitative research. New York: Aldine de Gruyter, 1967.

GOLDENBERG, Paulete. **Repensando a desnutrição como questão social.** São Paulo: Cortez, 1989.

GORZ, André. **O imaterial: conhecimento, valor e capital**. São Paulo, Annablume, 2005.

IBGE. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD Suplementar 2013**: Acesso à Internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal. Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:

<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000021542204122015225529461268.pdf> Acesso em 15 de jul.15

JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. São Paulo: Editora Ática, 2000.

KIMURA, Amélia Fumiko; MERIGHI, Miriam Aparecida Barbosa. Estudo de caso. In: MERIGHI, Miriam Aparecida Barbosa; PRAÇA, Neide de Souza. **Abordagens teórico-metodológicas qualitativas: A vivência da mulher no período reprodutivo**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2003.

_____ ; TSUNECHIRO, Maria Alice; ANGELO, Margareth. Teoria fundamentada nos dados. In: MERIGHI, Miriam Aparecida Barbosa; PRAÇA, Neide de Souza. **Abordagens teórico-metodológicas qualitativas: A vivência da mulher no período reprodutivo**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2003.

KITZINGER, Sheila. **Mães, um estudo antropológico da maternidade**. Lisboa: Clivagens, 1978.

LAZZARATO, Maurizio; NEGRI, Antonio. **Trabalho imaterial: formas de vida e produção de subjetividade**. Rio de Janeiro: Editora Lamparina, 2013.

LÉVY, Pierre. **A inteligência coletiva**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria da Comunicação**. Petrópolis: Vozes, 2009.

_____. **Teoria das mídias digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

MARX, Karl. **O Capital: crítica da economia política**. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1999, v. 1.

MATOS, Heloiza. **Capital social e comunicação: interfaces e articulações**. São Paulo: Summus, 2009.

MATOS, Olgária C. **A Escola de Frankfurt: luzes e sombras do iluminismo**. São Paulo: Moderna, 2003.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **II Pesquisa de Prevalência de Aleitamento Materno nas Capitais Brasileiras e Distrito Federal**. Brasília: Ministério da Saúde, 2009. Disponível em:

<http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/pesquisa_prevalencia_aleitamento_materno.pdf >
Acesso em: 05 de jul.14.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **Guia alimentar para crianças menores de 2 anos**. Brasília: Ministério da Saúde, 2002. Disponível em:
<http://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/10_passos.pdf> Acesso em: 10 de jul.14.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **A legislação e o marketing de produtos que interferem na amamentação: um guia para o profissional de saúde**. Brasília: Ministério da Saúde, 2009. Disponível em: < <http://www.ibfan.org.br/legislacao/pdf/doc-677.pdf>> Acesso em: 19 de jul.15.

NUNES, Cristine Nogueira. **O desdesign da mamadeira: por uma avaliação periódica da produção industrial**. Tese. PUC – Rio de Janeiro, 2010.

ORLANDI, Orlando. **Teoria e prática do amor à criança**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

PARISER, Eli. **O filtro invisível: o que a Internet está escondendo de você**. Rio de Janeiro: Zahar, 2012.

PRAÇA, Neide de Souza; SILVA, Isília Aparecida. Rigor na pesquisa qualitativa em enfermagem. In: MERIGHI, Miriam Aparecida Barbosa; PRAÇA, Neide de Souza. **Abordagens teórico-metodológicas qualitativas: A vivência da mulher no período reprodutivo**. Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2003.

PUTNAM, Robert D. **Comunidade e democracia: a experiência da Itália moderna**. Rio de Janeiro: Editora Fundação Getúlio Vargas, 1996.

_____. **Bowling alone: the collapse and revival of American community**. New York: Simon & Schuster, 2000.

REA, Marina F. Reflexões sobre a amamentação no Brasil: de como passamos a 10 meses de duração. **Caderno de Saúde Pública**, Rio de Janeiro, 19 (sup. 1), p. S37-S45, 2003.

_____. Os benefícios da amamentação para a saúde da mulher. **Jornal de Pediatria**, Rio de Janeiro, v.80, n.5 (sup), p.S142 a S146, 2004.

_____. Aleitamento materno e saúde da mulher: algumas considerações. In: LABRA, Maria Eliana (org.). **Mulher, saúde e sociedade no Brasil**. Petrópolis: Vozes, 1989.

RECUERO, Raquel da Cunha. **A conversação em rede: comunicação mediada pelo computador e redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____. **Redes sociais na Internet**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

_____. **Um estudo do Capital Social gerado a partir de Redes Sociais no Orkut e nos Weblogs.** Compós, 2005.

RIFKIN, Jeremy. **A era do acesso.** São Paulo: Makron Books, 2001.

SILVA, Isília Aparecida. O significado de amamentar para a mulher. In: MERIGHI, Miriam Aparecida Barbosa; PRAÇA, Neide de Souza. **Abordagens teórico-metodológicas qualitativas: A vivência da mulher no período reprodutivo.** Rio de Janeiro: Guanabara Koogan, 2003.

STUART-MACADAM, Patricia; DETTWYLER, Katherine A, editors. **Breastfeeding: biocultural perspectives.** New York: Aldine de Gruyter, 1995.

WINNER, Langdon. “Sujeitos e cidadãos no mundo digital.” In: SILVEIRA, Sergio Amadeu da (org.) **Cidadania e redes digitais.** São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2010.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Indicators for assessing breastfeeding practices.** Genebra, 1991. Disponível em:
<http://whqlibdoc.who.int/hq/1991/WHO_CDD_SER_91.14.pdf> Acesso em: 20 de jul.14.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHA 54.2, Genebra, 2001.

YIN, Robert K. **Estudo de caso: planejamento e métodos.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

ANEXO

Anexo 1 – Descrição do grupo Matrice no Facebook

(disponível em: <https://www.facebook.com/groups/grupomatrice/> Acesso em: 21 de Jul.2015)

Mães que ajudam outras mães a amamentar. Nossas histórias de amamentação foram muito marcantes, mudando definitivamente nossa forma de atuarmos no mundo. Acolher a amamentação e tudo ligado a ela (aporte adequado de nutrientes, dependência física e emocional, peso social, familiar e no ambiente de trabalho) e transformar isso tudo em experiências pessoais positivas de crescimento é nossa força como grupo de apoio.

Nosso objetivo é tornar real o sonho de toda mãe de amamentar seu filho nem que seja por mais um dia.

Nosso sonho é que todo bebê tenha seu direito garantido de ser amamentado e assim receber um começo de vida melhor.

Não fazemos nenhum juízo de valor: aqui não existe melhor mãe ou pior mãe. Existe aquela mãe que deseja amamentar, que gosta de amamentar, que quer trocar experiências! É com ela que queremos falar!

Lista de discussão sobre ALEITAMENTO MATERNO, fundamentalmente. Também falamos sobre pós-parto, alimentação e assuntos relacionados à primeira infância e à maternidade.

Esta lista é acompanhada pelas Maternas e pelas Matrices.

Maternas são mães que frequentam/participam(aram) da lista de discussão MaternaSP.

Matrices são mães que montaram um Grupo de Apoio à mãe que amamenta, existente em São Paulo desde maio de 2006 e que já realizou diversos eventos ligados à amamentação.

A intenção da lista é abordar o cotidiano da mãe recém-parida, principalmente no que tange à amamentação, e todo o universo que se cria após o nascimento de um filho. Neste espaço trocamos desabafos e experiências.

Na Casa do Brincar, localizada na Vila Madalena, acontecem reuniões semanais de amamentação, de forma gratuita, com a intenção de disponibilizar apoio à mãe que está na cidade de São Paulo.

reunião: Toda sexta feira

endereço: Rua Ferreira Araujo 388 das 13:30 as 15:30

Mais algumas regrinhas:

- 1) para inscrição inicial, é necessário enviar uma brevíssima apresentação pessoal
- 2) é política da lista evitar a indicação de fármacos, drogas ou remédios em geral
- 3) a troca de serviços ou produtos ou anúncios de qualquer espécie definitivamente não é nosso objetivo, mas é possível, desde que efetuada por mulheres atuantes no grupo ou que tenham clara inspiração "materna"; entretanto, toda indicação deve passar antes pela avaliação da moderação.

Qualquer dúvida entre em contato com as moderadoras ou envie uma mensagem para: grupomatrice@gmail.com ou ligue para 011996223737

Lista de documentos disponíveis no grupo para consulta ou *download*:

cat.pdf
Analgesico e amamentação.pdf
CUIDADOS AO RECÉM-NASCIDO.PDF
MANUAL DE ALEITAMENTO UNICEF.pdf
Como ajudar mães a amamentar.pdf
Como fazer a curva do seu filho.pdf
lactogogos2.pdf
lactogogos.pdf
Cópia de Gestantes Matrice.xlsx
amamentação X leite materno.pdf
Video de ordenha
WABA_AGRADECIMENTO de fim de ano_Anúncio da SMAM 2015.pdf
cartilha ncal.pdf
Copinho IBFAN.pdf
A ligação afetiva entre os pais e um novo bebê não acontece instantaneamente.pdf

Icterícia Neonatal.pdf
mastite caderno 23.pdf
cartilha_mae_trabalhadora_amamenta.pdf
24034.pdf
ictericia.pdf
copinho.pdf
Recomendac_o_es sobre a chupeta, baseadas em evide_ncias-1.pdf
Como fazer a curva do seu filho.doc
Atualidades em Amamentação numero 52.pdf
Os Gases e a Cólica do bebê por CG.pdf
doc-331.pdf
doc9_97.pdf
port.pdf
refluxo.pdf
dez_passos_alimentacao_saudavel_guiia.pdf
gui do senac de aleitamentpo.pdf
Guiaaliment.pdf
MS - DOACAO DE LM - folder 2008.pdf
MS - amamentacao_uso_medicamentos_outras_substancias 2010.pdf

Anexo 2 - Descrição do grupo Aleitamento Materno Solidário no Facebook

(Disponível em:

<<https://www.facebook.com/groups/aleitamentomaternosolidario/>> Acesso em: 21 de jul.2015)

"Somos mães apaixonadas por nossos filhos e compactuamos com o ideal da prática da amamentação prolongada. O Objetivo da comunidade "Aleitamento Materno Solidário" é criar uma rede brasileira de mães potencialmente doadoras e também de bebês que venham por algum motivo necessitar da doação do leite materno.

Desejamos que todo o Brasil possa aderir á visão e de que no futuro, tenhamos uma rede de informações em tempo real e contribuir assim, para que a doação de leite alcance o resultado que todas desejamos: a de que os nossos bebês brasileiros tenham o direito á amamentação prolongada até os dois anos e meio ou mais!"

Também desejamos promover neste espaço, a sonho de que as mães que necessitam voltar ao trabalho, tenham asseguradas o direito da prática da amamentação, o apoio das empresas que a empregam e das escolas de educação infantil e creches para que o aleitamento possa ser contínuo até o tempo ideal para o bebê de acordo com a OMS".

MISSÃO: Ser um espaço de informações sobre o incentivo ao aleitamento materno, de informação, orientação e da promoção á doação de leite materno em todo o Brasil.

NOSSO CONCEITO:

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=384491941608841&set=o.179177902093754&type=3>

NOSSOS CANAIS:

Página Oficial no Facebook: www.facebook.com/AMSBrasil

Nosso Blog Oficial: <http://comunidadeams.wordpress.com/>

Página Oficial de Doação de Leite Materno: <http://www.facebook.com/DoeLeite>

Página Oficial do Dr. José Martins Filho:

<http://www.facebook.com/PediatraJoseMartinsFilho>

Blog oficial do Dr: <http://pediatrajosemartinsfilho.wordpress.com/>

Nosso Grupo de Discussão sobre Aleitamento:

<http://www.facebook.com/groups/aleitamentomaternosolidario/>

Grupo: "Falando de Maternidade":

<http://www.facebook.com/groups/135911256506341/>

Grupo "Falando de Introdução Alimentar":

<http://www.facebook.com/groups/falandodeintroducaoalimentar/>

Grupo "Falando de alimentação saudável - mais de um ano":

<https://www.facebook.com/groups/falandodealimentacaosaudavelmaisdeumano/>

Grupo "Falando de Volta ao Trabalho":

<http://www.facebook.com/groups/366214730138466/?fref=ts>

Grupo "Amamentação Gemelar":

<https://www.facebook.com/groups/amamentacaogemelar/>

REGRAS GERAIS: A Comunidade Virtual "Aleitamento Materno Solidário" é um grupo de APOIO, INCENTIVO e PROMOÇÃO do Aleitamento Materno e assuntos que envolvam o Universo Materno, principalmente a importância do Vínculo entre mãe e bebê na primeira infância. Como Lactivadoras (Conceito criado pela AMS em <http://www.lactivadores.blogspot.com.br/>), nosso objetivo é empoderar mães para que estas sejam conscientes de suas escolhas.

Assuntos sobre uso de medicamentos, promoções, sorteios, curtidas de páginas e blogues e pedidos votos serão negados.

NÃO INDICAMOS O USO DE MAMADEIRAS, BICOS ARTIFICIAIS E FÓRMULAS.

Agradecemos a compreensão!

REGRAS DO GRUPOS AMS BRASIL

SE VOCÊ DESEJA ANUNCIAR SEU PRODUTO, PALESTRA, CURSO OU BLOG NESTE GRUPO, FAVOR ENTRAR EM CONTATO COM A MODERAÇÃO PELO ENDEREÇO: queroanunciarnaamsbrasil@gmail.com TEMOS PLANOS MENSALIS, SEMESTRAIS E ANUAIS!

RECOMENDAMOS QUE LEIAM ATENTAMENTE AS REGRAS DO GRUPO ANTES DE FAZER O SEU PEDIDO DE ADESÃO.

Conheça a Comunidade! AMS BRASIL – Aleitamento Materno Solidário

MISSÃO: Ser um espaço de informações sobre o incentivo ao aleitamento materno, de informação, orientação e da promoção de doação de leite materno em todo o Brasil.

NOSSO CONCEITO:

<http://www.facebook.com/photo.php?fbid=384491941608841&set=o.179177902093754&type=3>

REGRAS GERAIS: Assuntos sobre uso de medicamentos, promoções, sorteios e pedidos votos serão negados. Posts que não compactuam com a visão geral da comunidade serão deletados sem aviso prévio.

O grupo não incentiva o uso de MAMADEIRAS, CHUPETAS, FÓRMULAS, POMADAS, BICOS DE SILICONE e CONCHAS DURANTE A AMAMENTAÇÃO por acreditar no Empoderamento Efetivo da mãe para que a Amamentação seja exclusiva e prolongada, garantindo todo o bem estar e fortalecimento do vínculo para mãe e bebê. Também acreditamos no DESMAME PROGRESSIVO como facilitador do desenvolvimento emocional sadio e seguro do bebê.

REGRAS ESPECÍFICAS: A Comunidade Virtual "Aleitamento Materno Solidário" é um grupo de APOIO, INCENTIVO e PROMOÇÃO do Aleitamento Materno Exclusivo e assuntos que envolvam o Universo Materno, principalmente a importância do Vínculo entre mãe e bebê na primeira infância.

Como Lactivadoras (Conceito criado pela AMS em <http://www.lactivadores.blogspot.com.br/>), nosso objetivo é empoderar mães para que estas sejam conscientes de suas escolhas. A vontade da mãe é soberana.

Lista de documentos disponíveis no grupo para consulta ou *download*:

Amamentação: de três em três horas ou em livre demanda?
E a minha vaidade.docx
Domperidona: risco de arritmia ventricular e morte cardíaca súbita
A mãe inteira vive no leite materno
Vídeos sobre Amamentação
Vídeos de Ordenha MANUAL
SOBRE COMPLEMENTO (FÓRMULA INFANTIL) ADMINISTRADO EM BERÇÁRIOS DAS MATERNIDADES
Sobre Chupetas e Mamadeiras
ASSINE A PETIÇÃO!
O DESMAME DA MÃE

Volta ao Trabalho: o que fazer com a amamentação?
SITE DE BUSCA DOS BANCOS DE LEITE DO BRASIL
Consultores de Amamentação
A Verdade sobre o Plasil
A pseudoaceitação da Amamentação
PLANO DE MATERNIDADE
O efeito “Bola de Neve” da Amamentação
A angústia da separação
VÍDEO DE ORDENHA MANUAL
VÍDEOS MARAVILHOSOS SOBRE PEGA CORRETA
Não, o problema não é o seu leite!
Compilação de textos científicos sobre a polêmica da cárie infantil por leite materno.
Siglas utilizadas no grupo
Devo consolar meu bebê quando ele chorar?
Orientações sobre Exames de Contraste e Amamentação
A mágica do leite materno.docx
Sobre Qualidade das Mamadas
Aleitamento materno: ainda existe quem não acredite?
MAMASTÊ.docx
Calor! Preciso dar água para meu bebê? - Doutor Moises Chencinski
CERVEJA PRETA FAZ AUMENTAR O LEITE MATERNO?
Meu bebê mordeu meu peito. O que fazer?
Compartilhar a cama com segurança_LLL (in English).pdf
Compartilhando a cama_UNICEF (in English).pdf

Você deve amamentar o seu bebê para dormir?
Estou amamentando. Será que posso tomar...?
Sobre como ordenhar o Leite Materno
Amamentar: Um Ato de Desobediência Civil
Amamentar: Um Ato de Desobediência Civil
Como superar as dificuldades iniciais com a amamentação
Sobre Curvas de Crescimento: Alguns pontos importantes
O que devo fazer para aumentar a produção do meu leite?
Porque chora tanto o meu bebê?
Queda e alterações no cabelo com a gravidez
Pesquisa mostra que copo deve substituir mamadeira
Dicas que podem garantir o sucesso da amamentação
ALIMENTAÇÃO DURANTE A AMAMENTAÇÃO
Meu filho não engorda. E agora?
Relato sobre amamentação.docx
Relato de amamentação exclusiva até os 6 meses de gêmeos - Jacirene Oliveira
Como arruinar sua amamentação
saude caderno atbasic.pdf
Por que alguns bebês choram durante as mamadas?
Culpa Materna. Você já sentiu?
Sobre o Tempo das Mamadas
Sobre diagnóstico de APLV e REfluxo- Doutor Moisés Chencinsck
Razões para prolongar a amamentação
Excesso de sucção? Pois sim!

Amamentação e Cabelos
Sobre a Descida do Leite Materno
Sobre a suplementação de vitamina D e Ferro
Como resistir à pressão pelo desmame
Como pesquisar informações sobre Amamentação no Google?
"CONCHAS MAMILARES": POLÊMICA na INDICAÇÃO
O Efeito "Placebo" na Amamentação
Como diferenciar "bons" e "maus" conselhos?
Conceito de "Pouco Leite"
Besame Mucho íntegra- português brasileiro.pdf
Chupeitando o seio materno
Sobre o Nene Dent
Preciso preparar o meu seio para a amamentação?
O que dizer para uma mulher que está amamentando?
Relato de amamentação prolongada e Desmame Natural - Fabiana
Quando falta o ferro na alimentação das crianças
Coisas que você nunca deve dizer à uma mãe que amamenta
A mulher, o bebê, a amamentação e a sonda!
Alguns mitos sobre amamentação
Relactação e o seu REAL processo
Álcool x Amamentação... Pode? Não pode?
A saúde bucal correta do bebê
AMAMENTAÇÃO: OS DEZ PASSOS FUNDAMENTAIS PARA UM BOM COMEÇO
Fratura exposta, sentimento oculto

O outro lado do desmame
DECLARAÇÃO DE INNOCENTI
Sobre os Malefícios do Uso da Mamadeira
Amamentação & Menstruação
Sobre o Uso de Pomadas para Tratar de Fissuras nos Mamilos
Relato de uma mãe portuguesa
18 de maio de 2012 às 10:53 · Versão mais recente por Simone De Carvalho
Porque bebês recém nascidos dormem tanto?
O que você sabe sobre a Funchicórea?
“O FILHO É O REFLEXO DA SOMBRA DA MÃE”.
O bebê chora na cadeirinha do carro, o que fazer?
Sobre os bebês aparentemente impacientes e brigões com o seio materno
Nossa história com a amamentação - Fabiana Araujo
Mitos, mentiras e suposições da vida conjugal (Laura Gutman, tradução Nélia de Paula)
Sobre Armazenamento de Leite Materno
Minha história com a amamentação
O exercício pode interferir na amamentação?
Minha experiência de Amamentação: uma história de vida!
Meu Relato de Aleitamento Exclusivo
Batata doce o melhor alimento para o bebê.
Preparo para a amamentação: tratamento de mamilos invertidos e não-protráteis durante a gravidez
Problemas com a amamentação?

Anexo3 – Carta do orientador para apresentação da pesquisadora ao grupo Aleitamento Materno Solidário



FACULDADE CÁSPER LÍBERO

Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Radialismo
Especialização e Mestrado em Comunicação

DECLARAÇÃO

Esclareço que Alessandra Rebecchi Feitosa da Silva é aluna do Programa de Mestrado em Comunicação da Faculdade Casper Líbero, desenvolvendo trabalho de pesquisa, sob a minha orientação, sobre o tema dos grupos pró-aleitamento materno no Facebook. Desta pesquisa faz parte a realização de entrevistas com participantes dos grupos Aleitamento Materno Solidário e Matrice. Solicito a colaboração dos grupos para a realização das entrevistas.

Atenciosamente,

Cláudio Novaes Pinto Coelho
Prof. Dr. Cláudio Novaes Pinto Coelho

Docente do Programa de Mestrado

da Faculdade Casper Líbero

APÊNDICES

Apêndice A – Formulário de entrevistas on-line Apêndice A – Formulário de entrevistas on-line

21/07/2015

Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

 Editar este formulário

Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

Olá, sou a Alessandra Rebecchi Feitosa, jornalista, doula e mestranda do programa de pós-graduação em Comunicação da Faculdade Cásper Líbero. Estou realizando uma pesquisa, através de entrevistas voluntárias, sobre grupos pró-aleitamento materno no Facebook.

Sua participação é muito valiosa para o estudo, pois ele procura compreender se esses grupos virtuais influenciam as nutrizes favorecendo a emancipação materna na tomada de decisão quanto ao aleitamento.

Esta é uma pesquisa acadêmica e não possui fins comerciais. Os dados obtidos nestas entrevistas serão usados exclusivamente para a conclusão da dissertação do meu projeto de pesquisa do programa de mestrado e sua identidade será mantida em sigilo.

Em caso de dúvida entre em contato comigo: alessandra_feitosa12@yahoo.com.br / 11-99284-3433.

O preenchimento deste formulário de entrevista demonstra sua aceitação na participação desta pesquisa acadêmica.

Muito obrigada.

***Obrigatório**

1. Mora atualmente no Brasil? *

- Sim
 Não

2. Recebeu dentro do consultório pediátrico orientação diferente da recomendada pela Organização Mundial da Saúde com relação ao aleitamento (amamentação exclusiva até 6 meses e complementar até 2 anos ou mais)? *

- Sim
 Não

3. Participa de algum grupo de apoio ao aleitamento materno no Facebook? *

- Sim
 Não

4. Qual? *

- Aleitamento Materno Solidário
 Matrice

5. Caso seja necessário responder a outras perguntas acerca da pesquisa, aceita receber contato da pesquisadora através de e-mail? *

<https://docs.google.com/forms/d/1o825yXP24kvKCVUe3yjASaZgQCMBiFsy4SLknxxVw3M/viewform>

1/8

21/07/2015

Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

 Sim Não**6. Se sim, qual é o seu e-mail de contato?****Nome: *****7. Idade: *****8. Escolaridade: ***

- Ensino fundamental incompleto
- Ensino fundamental completo
- Ensino médio incompleto
- Ensino médio completo
- Superior incompleto
- Superior completo
- Pós-graduação incompleta
- Pós-graduação completa

9. Renda domiciliar total: *

- Até R\$ 1.406
- Entre R\$ 1.407 e R\$ 2.246
- Entre R\$ 2.247 e R\$ 9.685
- Entre R\$ 9.686 e R\$ 12.622
- Acima de R\$ 12.623
- Prefiro não declarar

10. Com quem mora? *

- Com companheiro(a) e filho(s)
- Somente com o(s) filho(s)
- Com meus pais e filho(s)
- Outro:

11. Foi amamentada quando bebê? *

- Sim
- Não
- Não sei

12. Número de filhos: *

21/07/2015

Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

13. Tipo de parto: *

Responda para cada um dos filhos: cesárea () normal com intervenções () natural sem intervenções () ANO DE NASCIMENTO:

14. Você considera que teve apoio do (a) companheiro (a) para manter a amamentação exclusiva e continuada? *

- Definitivamente sim
- Mais sim do que não
- Mais não do que sim
- Definitivamente não

15. E em relação aos demais membros da família, você considera que teve apoio para manter a amamentação exclusiva e continuada? *

- Definitivamente sim
- Mais sim do que não
- Mais não do que sim
- Definitivamente não
- Não tenho família próxima.

16. Até quando cada um dos seus filhos teve aleitamento materno exclusivo? *

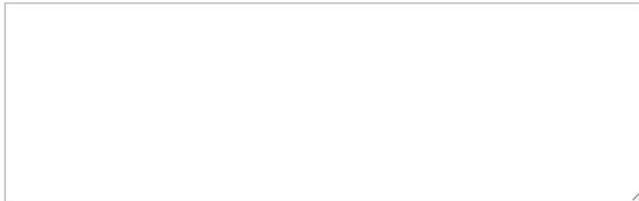
Sem introdução de fórmula infantil, água, chás ou qualquer outro alimento. Responda para cada um deles.

17. Até quando cada um dos seus filhos mamou? *

Amamentação complementar após a introdução de outros alimentos. Responda para cada um deles.

21/07/2015

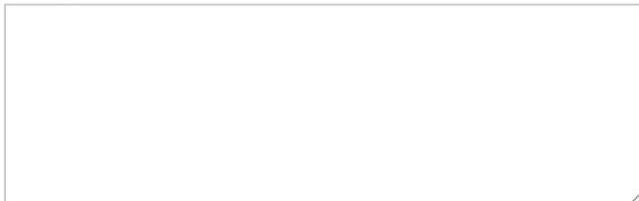
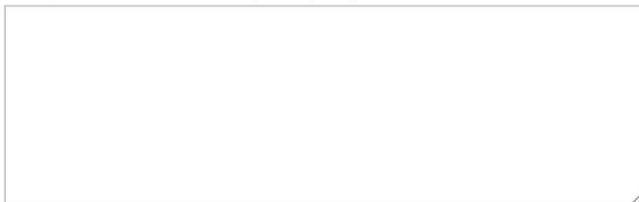
Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

**18. Teve direito à licença maternidade após esta última gestação? ***

- Sim, de 4 meses
- Sim, de 4 meses mais férias
- Sim, de 6 meses
- Sim, de 6 meses mais férias
- Não, não trabalhava na época
- Não, não era contratada pela CLT e retornei a trabalhar antes de 4 meses após o parto
- Trabalho como pessoa jurídica/ autônoma e retornei a trabalhar antes de 4 meses após o parto
- Outro:

19. Como chegou até o grupo no Facebook? *

- Indicação de amiga
- Sugestão do Facebook
- Através de pesquisa na internet
- Outro:

20. O que motivou sua entrada? ***21. Qual era a sua dúvida principal quanto ao aleitamento materno? *****22. Quanto tempo tinha o seu bebê? Era seu primeiro filho? ***

21/07/2015

Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

23. Considera que ela foi resolvida? *

- Definitivamente sim
- Mais sim do que não
- Mais não do que sim
- Definitivamente não

24. Sentiu-se acolhida pelo grupo no Facebook? *

- Definitivamente sim
- Mais sim do que não
- Mais não do que sim
- Definitivamente não

25. Recebeu dentro do consultório pediátrico orientação diferente da recomendada pela Organização Mundial da Saúde com relação ao aleitamento (amamentação exclusiva até 6 meses e complementar até 2 anos ou mais)? *

- Sim
- Não

26. Se sim, qual foi esta orientação? Quanto tempo tinha o seu bebê? *

Responda também se recebeu do pediatra alguma amostra gratuita de fórmula infantil ou bico artificial (chupeta ou mamadeira)

27. Você já tinha conhecimento da recomendação da Organização Mundial da Saúde com relação ao aleitamento (amamentação exclusiva até 6 meses e complementar até 2 anos ou mais) antes de entrar no grupo? *

- Sim
- Não

28. O grupo forneceu informações sobre como manter as recomendações da Organização Mundial da Saúde com relação ao aleitamento? *

- Sim
- Não

29. Qual foi a decisão que você tomou sobre a continuidade do aleitamento? *

Se seguiu a orientação do pediatra/ seguiu o que aprendeu no grupo/ tomou alguma outra decisão diferente que parecia ser a melhor para você e seu bebê

30. Considera que o grupo a tenha auxiliado a tomar suas próprias decisões a respeito da continuidade do aleitamento? *

- Definitivamente sim
- Mais sim do que não
- Mais não do que sim
- Definitivamente não

31. Considera que teve sucesso no processo de aleitamento materno? *

Obs: A recomendação da OMS é amamentação exclusiva até 6 meses e complementar até 2 anos ou mais

- Sim, de acordo com as recomendações da OMS
- Sim, de acordo com aquilo que foi o melhor para mim e meu bebê, ainda que diferente das recomendações da OMS
- Não

32. Se não, por quê?**33. Se sim, quanto à ajuda do grupo foi importante para alcançar este sucesso?**

- Muito importante
- Importante
- Pouco importante
- Não foi importante

34. Teve a orientação de alguma consultora de aleitamento materno presencialmente? *

- Sim
- Não

35. Se sim, considera ter sido ajudada por esta consultora?

21/07/2015

Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

- Definitivamente sim
- Mais sim do que não
- Mais não do que sim
- Definitivamente não

36. Participou de algum grupo de apoio ao aleitamento materno presencial? *

- Sim
- Não

37. Se sim, qual?

38. Se sim, sentiu maior ajuda no grupo presencial do que no grupo no Facebook?

- Definitivamente sim
- Mais sim do que não
- Mais não do que sim
- Definitivamente não
- Não participei de nenhum grupo presencial

39. Participa do grupo do Facebook de forma a ajudar outras mães com sua própria experiência? *

- Sim
- Não

40. Você sente que durante o tempo em que está interagindo com outras mães nos grupos pró-aleitamento no Facebook você está em um momento de: *

Você pode escolher mais de uma alternativa

- Lazer
- Trabalho
- Facilidade para encontrar informações
- Prazer por ajudar ao próximo
- Perda de tempo que poderia estar sendo melhor usado fora da internet
- Outro:

41. Você acessa os grupos pró-aleitamento materno no Facebook através da internet no: *

Você pode escolher mais de uma alternativa

- Computador
- Celular / Smartphone
- Tablet
- Outro:

42. Você já notou algum tipo de publicidade de produtos dentro do grupo pró-aleitamento materno no Facebook? Qual? *

21/07/2015

Pesquisa acadêmica Alessandra Rebecchi Feitosa 2015

Onde? Nas postagens das usuárias do grupo ou anúncios do próprio Facebook?

Nunca envie senhas em Formulários Google.



100% concluído.

Powered by
 Google Forms

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.
[Denunciar abuso](#) - [Termos de Serviço](#) - [Termos Adicionais](#)

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
8. Escolaridade:	Pós-graduação incompleta	Superior incompleto	Superior completo	Superior incompleto	Superior completo	Superior completo	Superior completo	Pós-graduação completa	Superior completo
10. Com quem mora?	Com companheiro (a) e filho(s)	Com companheiro (a) e filho(s)	Com companheiro (a) e filho(s)	Com companheiro (a) e filho(s)	Com companheiro (a) e filho(s)	Com companheiro (a) e filho(s)	Com companheiro (a) e filho(s)	Somente com o(s) filho(s)	Com companheiro (a) e filho(s)
11. Foi amamentada quando bebê?	Sim	Sim	Não	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim
12. Número de filhos:	1	1	1	1	1	1	1	1	2
13. Tipo de parto:	Cesárea	Natural sem intervenções, 2014.	1 Natural sem intervenções 2014	Parto normal hospitalar com intervenções.	Cesaria	Cesárea	Cesária 2014	Cesária	Samuel cesaria 2009 João Felipe cesaria 2015
14. Você considera que teve apoio do (a) companheiro (a) para manter a amamentação exclusiva e continuada?	Mais sim do que não	Definitivamente sim	Definitivamente sim	Definitivamente sim	Mais sim do que não	Mais sim do que não	Definitivamente sim	Definitivamente sim	Definitivamente sim
15. E em relação aos demais membros da família, você considera que teve apoio para manter a amamentação exclusiva e continuada?	Mais não do que sim	Mais sim do que não	Mais sim do que não	Mais não do que sim	Definitivamente não	Não tenho família próxima.	Mais sim do que não	Mais não do que sim	Definitivamente sim

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
20. O que motivou sua entrada?	fonte de informacao sobre amamentacao e maternidade em geral	Dificuldades na amamentação.	Procurar ajuda para retirar bico intermediário.	Na época eu pesquisava sobre maternidade em blogs. A própria Simone de Carvalho me adicionou no Facebook e no grupo, na época o grupo estava bem no início.	Estava com dificuldades	Interesse em me livrar ou diminuir o complemento	Duvida sobre por pra arrotar	A vontade de manter a amamentação exclusiva até os 6 meses, por saber dos benefícios para o bebe e para mim.	Orientação

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
21. Qual era a sua dúvida principal quanto ao aleitamento materno?	tive diversas, como em relação a horários, cura de mastite, complementar ou não...	Como conseguir tirar o complemento e voltar à amamentação exclusiva.	Pega correta.	Como era feita a pega, o que fazer quando tinha mastite, que medicamentos usar.	Como conseguir tirar o bico de silicone e começar ao aleitamento materno	Dificuldade de produção, sustento para o bebê e tempo de mamada.	Não tive problemas	1-Se eu tinha leite suficiente (a primeira pediatra terrorista disse que meu leite era insuficiente por que minha bebê não engordava 1 quilo por mês) 2-Se meu leite estava nutrendo adequadamente meu bebê 3-Se a pega estava correta 4-Se eu era capaz de nutrir-la sozinha 5-Por que a	como fazer ter mais leite

								<p>pediatra não me ensinou a melhorar a pega da minha bebe e indicou na hora a formula infantil</p> <p>6-Que raios é isso de nós mulheres mamíferas não estarmos dando conta de nutrir nossa própria cria</p> <p>7-O que mudou ao longo dos anos no âmbito da amamentação. Por que estava sendo tão difícil pra mim??</p>	
--	--	--	--	--	--	--	--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<p>26. Se sim, qual foi esta orientação? Quanto tempo tinha o seu bebê?</p>	<p>17 meses. nao recebi amostra, mas pude observar muito material publicitario de "apoio".a propria curva de crescimento utilizada sobre a qual a doutora afirmou minha filha estar abaixo do peso tinha o logotipo da formula receitada (Milnutri)</p>	<p>Não recebi amostras de bicos e leite, mas segundo a pediatra o bebê estava ganhando peso devagar então ela prescreveu complemento de 1 copinho após cada mamada.</p>	<p>Uma pediatra indicou dar comida aos 5 meses; outros 2 receitaram leite artificial para aumentar ganho de peso, depois de 6 meses. Não recebi nenhuma amostra.</p>	<p>Introduzir frutas com 5 meses, complementar com LA por conta de um suspeita de refluxo.</p>	<p>Dar leite artificial, exigiu dar o Nan</p>	<p>Recebi na maternidade pela pediatra a orientacao de 30 ml de enfamil (indicou a marca) após as mamadas maternas. Depois de 15 dias a orientwcao por outra pediatra foi para 60ml.</p>	<p>Saimos da UTI, bebê com 18 dias e indicação de fórmula. Não dei.Com 1 ano a pediatra sugeriu complementar. Não aceitei e ela não forçou.</p>	<p>Fui orientada a sair do consultório e comprar em caráter de urgência a formula infantil, já que minha bebe não estava ganhando o peso esperado (de moer o coração!!!). sai da consulta me sentindo a pior e menos competente mãe do mundo, chorei muito, comprei a formula, mas não tive coragem de</p>	<p>Um mês Nao deu fórmula gratuita</p>

								usar (yes!!). queria muito marcar uma nova consulta com a primeira pediatra e contar pra ela que recebi a ajuda de uma consultora em amamentaçã o (do AMS) e que depois de todas as informações, que também recebi pelos grupos do Face, eu consegui amamentar minha bebe exclusivame nte até os 6 meses...e ainda amamento!	
--	--	--	--	--	--	--	--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
29. Qual foi a decisão que você tomou sobre a continuidade do aleitamento?	nao iniciei o complemento , continuei o aleitamento conforme orientacao do grupo	Decidi focar em tirar o complemento e voltar a amamentação exclusiva.	Eu pretendo amamentar até quando o bebê quiser. Porém cedi e ofereci LA ao bebê pois sofri ameaça de denúncia ao conselho tutelar caso não desse.	Eu segui as orientações do grupo.	Procurei uma profissional Fonoaudióloga especializada em aleitamento materno, foi o que me ajudou	Lutei contra o complemento ate que hoje minha bebe de 3 meses rejeita o LA. Hj é apenas materno.	Optei seguir a OMS	Sou fonoaudióloga e conheço as recomendações da OMS. Vou manter o aleitamento até o desmame natural ocorrer por que quero que minha bebe receba o melhor alimento do mundo e que faça força de sucção para um bom desenvolvimento da musculatura facial.	Com meu marido e por ter receio segui orientação do médico

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
30. Considera que o grupo a tenha auxiliado a tomar suas próprias decisões a respeito da continuidade do aleitamento?	Definitivamente sim	Definitivamente sim	Mais sim do que não	Mais sim do que não	Definitivamente sim	Definitivamente sim	Definitivamente sim	Definitivamente sim	Mais sim do que não
31. Considera que teve sucesso no processo de aleitamento materno?	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Sim, de acordo com as recomendações da OMS	Não
32. Se não, por quê?									Meu bebe perdeu peso e não ganhava . Pediatra pediu para complementar
33. Se sim, quanto à ajuda do grupo foi importante para alcançar este sucesso?	Importante	Muito importante							

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
34. Teve a orientação de alguma consultora de aleitamento materno presencialmente?	Não	Sim	Não	Não	Sim	Não	Não	Sim	Sim
35. Se sim, considera ter sido ajudada por esta consultora?		Definitivamente sim			Definitivamente sim			Definitivamente sim	Definitivamente sim
36. Participou de algum grupo de apoio ao aleitamento materno presencial?	Não	Não	Não	Sim	Não	Não	Não	Não	Não
37. Se sim, qual?				Grupo Luz da Vida, de Gravataí, RS.					
38. Se sim, sentiu maior ajuda no grupo presencial do que no grupo no Facebook?	Não participei de nenhum grupo presencial			Mais sim do que não		Não participei de nenhum grupo presencial			
39. Participa do grupo do Facebook de forma a ajudar outras mães com sua própria experiência?	Sim	Sim	Sim	Sim	Não	Sim	Sim	Sim	Sim

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
40. Você sente que durante o tempo em que está interagindo com outras mães nos grupos pró-aleitamento no Facebook você está em um momento de:	Lazer, Prazer por ajudar ao próximo	Prazer por ajudar ao próximo	Lazer, Facilidade para encontrar informações, Prazer por ajudar ao próximo, Perda de tempo que poderia estar sendo melhor usado fora da Internet	Lazer, Prazer por ajudar ao próximo	Facilidade para encontrar informações	Facilidade para encontrar informações, Prazer por ajudar ao próximo	Lazer, Prazer por ajudar ao próximo	Lazer, Prazer por ajudar ao próximo, feliz por poder informar as maes para que elas se acalmem e que consigam amamentar os bebes.	Facilidade para encontrar informações
41. Você acessa os grupos pró-aleitamento materno no Facebook através da Internet no:	Celular / Smartphone	Computador, Celular / Smartphone	Celular / Smartphone	Computador, Celular / Smartphone, Tablet	Celular / Smartphone	Computador, Celular / Smartphone, Tablet	Celular / Smartphone	Computador, Celular / Smartphone	Não mais

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
42. Você já notou algum tipo de publicidade de produtos dentro do grupo pró-aleitamento materno no Facebook? Qual?	nunca presenciei	Não.	Não...	Sim, há bastante usuários tentando fazer sua publicidade dentro de grupos grandes como os da AMS. Eu vejo, como moderadora, perfis de lojas tentando entrar, mas a moderação é bem boa, e até diminuiu muito as tentativas de entrar no grupo.	Nao	Nao	Não	Nao	não

VOLUNTÁRIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<p>EXTRA 1: Para completar a minha pesquisa gostaria de mais uma resposta, se possível. O que fez você não aceitar a orientação do seu pediatra a respeito da introdução precoce de fórmula artificial? Por que você questionou essa prescrição?</p>	<p>na verdade, eu leio bastante sobre o tema e sei que pode acelerar o desmamação época da consulta com essa pediatra, eu estava um pouco fragilizada e acabei cedendo a pressão da família em introduzir a fórmula, já que a Laura tinha adoecido e perdido um pouco de peso recentemente, mas sempre fui contra</p>	<p>O que me fez mudar de ideia foi que acredito em alimentação natural e sabia do envolvimento dos pediatras com a indústria de alimentos.</p>	<p><i>(Não se enquadra)</i></p>	<p>Eu não aceitei a orientação do pediatra por que ia contra a orientação da OMS. Na época eu já tinha me informado bastante e sabia que a fórmula não seria o melhor pro meu filho.</p>	<p><i>(Não se enquadra)</i></p>	<p><i>(Sem resposta)</i></p>	<p>Eu tinha leite, tinha vontade e disponibilizada para dar sempre que fosse necessário. Então preferi seguir meu instinto. E deu certo</p>	<p>Questionei por vários motivos. Existiram motivos concretos e os instintivos. Os motivos concretos eram: eu tinha leite! Minha filha estava saudável, apesar do pouco ganho de peso. Tinha crescido em cm e tbm o diâmetro da cabeça, era esperta, dormia bem, interagia com as pessoas. Os motivos</p>	<p><i>(Não se enquadra)</i></p>

