

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA - UFU
FACULDADE DE MEDICINA - FAMED
CURSO DE NUTRIÇÃO

MARCELA TEODORO FARIA

**Análise do conteúdo dos vídeos sobre aleitamento materno postados na rede social
Instagram**

Uberlândia – MG
2022

MARCELA TEODORO FARIA

Análise do conteúdo dos vídeos sobre aleitamento materno postados na rede social

Instagram

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Medicina (FAMED-UFU) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Nutrição.

Orientador: Ana Elisa M. Rinaldi

Uberlândia - MG

2022

Ficha Catalográfica Online do Sistema de Bibliotecas da UFU
com dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).

F224 Faria, Marcela Teodoro, 1992-
2022 Análise do conteúdo de vídeos sobre aleitamento materno postados na rede social Instagram [recurso eletrônico] / Marcela Teodoro Faria. - 2022.

Orientador: Ana Elisa M Rinaldi.
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Uberlândia, Graduação em
Nutrição.
Modo de acesso: Internet.
Inclui bibliografia.
Inclui ilustrações.

1. Nutrição. I. Rinaldi, Ana Elisa M, 1982-, (Orient.).
II. Universidade Federal de Uberlândia. Graduação em
Nutrição. III. Título.

CDU: 612.39

Bibliotecários responsáveis pela estrutura de acordo com o AACR2:
Gizele Cristine Nunes do Couto - CRB6/2091
Nelson Marcos Ferreira - CRB6/3074

MARCELA TEODORO FARIA

**Análise do conteúdo dos vídeos sobre aleitamento materno postados na rede social
Instagram**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Faculdade de Medicina (FAMED-UFU) da Universidade Federal de Uberlândia (UFU) como requisito parcial para obtenção do título de bacharel em Nutrição.

Orientador: Ana Elisa M. Rinaldi

Uberlândia, 23 de março de 2022

Banca Examinadora:

Ana Elisa M. Rinaldi – Docente (UFU) - Orientadora

Luciana Saraiva da Silva– Docente (UFU) - Titular

Camila Abadia Rodrigues Meira – Mestre/Doutoranda (UFU) - Titular

Luana Padua Soares – Docente (UFU)

RESUMO

Objetivo: Analisar o conteúdo dos vídeos sobre aleitamento materno (AM) postados na rede social Instagram. **Métodos:** Estudo transversal quantitativo e qualitativo realizado com o conteúdo e mensagens dos vídeos sobre AM no Instagram. Dados foram extraídos de perfis públicos por meio de quatro hashtags: #amamentacao; #aleitamentomaterno; #leitematerno; #aleitamento. Os dados quantitativos extraídos foram: número do engajamento das publicações, duração do vídeo, perfil (institucional, pessoal e outros) da postagem, atividade realizada no vídeo (explicativo e narrativo, explicativo, exibição da amamentação, ilustrativo), exposição do seio ao amamentar (sim/não), e as características da etnia e gênero dos adultos/mãe, faixa etária da criança exposta nos vídeos. Dados quantitativos foram expressos em frequências absolutas e relativas. As mensagens veiculadas nos vídeos foram organizadas em categorias temáticas a partir do conteúdo e mensagens dos vídeos. **Resultados:** Foram analisados 888 vídeos, sendo a maioria postado em perfis públicos de profissionais da saúde (60%). A #aleitamentomaterno apresentou maior número de vídeos (n=516). Verificamos que 91% dos vídeos tinham mulheres, 73% dos vídeos tinham pessoas de cor de pele branca e 59% tinham a presença de criança em idade da primeira infância. Foram criadas 14 categorias temáticas. Aproximadamente um terço dos vídeos (27,5%) tinham como mensagem principal “Experiências e apoio ao AM”, seguindo de “Divulgação de evento e comemoração do agosto Dourado” (19,1%) e “Benefícios e recomendações do AM” (14,1%). **Conclusão:** Os principais conteúdos identificados nos vídeos publicados no Instagram se referem à divulgação dos benefícios do AM e, principalmente, criação de uma rede de apoio ao AM.

Palavras-chave: aleitamento materno, rede social, promoção da saúde

ABSTRACT

Objective: To analyze the content of videos about breastfeeding (BF) posted on the social network Instagram. **Methods:** Quantitative and qualitative cross-sectional study carried out with the content and messages of videos about BR on Instagram. Data were extracted from public profiles using four hashtags: #breastfeeding; #breastfeeding; #breast milk; #breastfeeding. The quantitative data extracted were: engagement number of publications, duration of the video, profile (institutional, personal and others) of the post, activity performed in the video (explanatory and narrative, explanatory, breastfeeding display, illustrative), exposure of the breast when breastfeeding (yes/no), and the characteristics of the ethnicity and gender of the adults/mothers, age group of the child exposed in the videos. Quantitative data were expressed as absolute and relative frequencies. The messages conveyed in the videos were organized into thematic categories based on the content and messages of the videos. **Results:** Were analyzed 888 videos, most of which were posted on public profiles of health professionals (60%). #breastfeeding had the highest number of videos (n=516). We found that 91% of the videos had women, 73% of the videos had white people and 59% had the presence of a child of early childhood age. Were created 14 thematic categories. Approximately one third of the videos (27.5%) had as their main message “Experiences and support for BF”, followed by “Event publicity and celebration of the Golden August” (19.1%) and “Benefits and recommendations of BF” (14.1%). **Conclusion:** The main contents identified in the videos published on Instagram refer to the dissemination of the benefits of BF and, mainly, the creation of a support network for BF.

Keywords: #breastfeeding #socialnetwork promotion

SUMÁRIO

<u>TÍTULO</u>	12
<u>TITLE</u>	12
<u>AUTORES</u>	12
<u>RESUMO</u>	13
<u>ABSTRACT</u>	14
<u>INTRODUÇÃO</u>	8
<u>MÉTODOS</u>	9
<u>RESULTADOS</u>	12
<u>DISCUSSÃO</u>	13
<u>REFERÊNCIAS</u>	16
<u>FIGURAS</u>	19
<u>TABELAS</u>	20

INTRODUÇÃO

A Organização Mundial de Saúde (OMS) preconiza o aleitamento materno (AM) de forma exclusiva até os seis meses de vida da criança, de forma continuada e associada à introdução de alimentos sólidos dos 6 meses até 2 anos ou mais.¹ A prevalência do aleitamento materno exclusivo (AME) no mundo até os 6 meses de vida atualmente é de 43% e do AM continuado é de 50%.² No Brasil, a prevalência de AME é de 45,7% e de AM continuado até o primeiro ano de vida é de 53,1%.³

O Brasil desde a década de 1980 destaca-se pela amplitude de programas e políticas pró-AM, tais como a Norma Brasileira para Comercialização de Alimentos para Lactentes, aprovada como Lei 11265/2006; a Iniciativa Hospital Amigo da Criança associada aos Dez Passos para o Sucesso da Amamentação; a Rede Brasileira de Bancos de Leite Humano; a licença maternidade de 120 dias (180 dias para funcionárias públicas e empresas Cidadãs) e a Estratégia Amamenta e Alimenta.^{4,5,6} O Brasil também realiza desde 1992 a Semana Mundial do Aleitamento Materno (SMAM) e instituiu o mês de agosto como o Mês de Promoção do Aleitamento Materno (Agosto Dourado).⁵

Além das políticas públicas supracitadas, as redes sociais emergiram mais recentemente como canal de comunicação e apoio ao AM.^{7,8} As puérperas buscam informações na internet como auxílio de tomada de decisão, conquista da confiança em seu papel de mãe, identificação pessoal e validação das informações.^{9,10} Apesar do meio virtual proporcionar relacionamento mais persuasivo, ainda assim as contribuições dos conteúdos podem ser de baixa credibilidade, incompletas e até equivocadas.^{9,10} Contudo, perfis sociais de órgãos de saúde e profissionais de saúde trazem maior credibilidade e apoio às práticas do AM.^{9,10}

Os tipos de informações veiculadas pelas redes sociais são variados, tanto em termos de qualidade como de conteúdo, e a análise mais aprofundada faz-se necessária especialmente em função do seu amplo uso e alcance.¹¹ A rede social Instagram é a sexta mais popular do mundo, rede que prioriza o compartilhamento de fotos e vídeos instantâneos nos perfis criados.¹² O Instagram atualmente possui mais de um bilhão de usuários ativos mundialmente, dobrando a quantidade de usuários em menos de 4 anos.^{12,13} A audiência brasileira é uma das maiores em números de usuários e terceira no ranking mundial no Instagram, com mais de 99 milhões de perfis ativos.¹⁴ Ademais, mais de 48 mil domicílios brasileiros

possuem acesso à internet, maioria usuários do sexo feminino. Estas informações indicam o potencial desta rede social para a divulgação de saúde e também sobre AM.¹⁵

Na literatura científica, especialmente a brasileira, a análise das mensagens sobre o tema AM na rede social Instagram é escassa, até mesmo pelo tempo de uso destas redes para veiculação de fotos e vídeos sobre temas de saúde.¹⁶ Um estudo observou que a plataforma do Instagram é uma ótima opção para divulgação de conteúdos sobre promoção, acolhimento e proteção ao AM.¹⁶ A busca e o uso de informações via rede social tem chamado atenção de órgãos públicos de saúde, tanto para entender qual o conteúdo veiculado como também para usar este canal para divulgação de conteúdos técnicos apropriados e em linguagem acessível às mães que desejam amamentar e estimular as gestantes sobre o tema.¹⁶

Nas últimas décadas, os *websites* de busca e as redes sociais, como o Instagram, são utilizados como busca de informações e apoio sobre AM, especialmente sobre benefícios, dificuldades e barreiras para alcance do sucesso do AM.^{9,10} Dessa forma, torna-se necessário analisar a qualidade das informações veiculadas e temas mais discutidos pelas mães que usam seus perfis no Instagram sobre o tema AM. Sendo assim, o presente estudo têm o objetivo de analisar o conteúdo dos vídeos veiculados sobre aleitamento materno na rede social do Instagram.

MÉTODOS

Estudo transversal cujos dados analisados foram provenientes dos vídeos postados sobre temas relacionados ao AM no Instagram. O levantamento das postagens foi realizado a partir de quatro *hashtags* com maior número de postagens: #amamentacao; #aleitamentomaterno; #leitematerno; #aleitamento no mês de agosto de 2020. Este mês foi selecionado em função de ser mês comemorativo do AM “Agosto Dourado” e a primeira semana do mês ser o período de comemoração à Semana Mundial do AM (dias 1 e 7). Como objeto do estudo foi selecionado os dias 1, 7 e 31 de agosto, sendo o primeiro e último dia da SMAM, ademais o último dia do mês, respectivamente.

A extração dos dados foi realizada por uma interface semelhante à *Instagram's Application Programming Interface* (API), elaborada pelo Centro de Tecnologia de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Uberlândia (CTIC-UFU). Nela foram selecionados conteúdos de perfis

públicos, organizou-os em nuvem para análise, contendo dados, como tipo de postagem, quantidade de “likes”, data da mesma, resumo da legenda e o *link* para acessá-la por completo.

Foram coletadas 1.391 vídeos, entretanto houve a exclusão de 403 vídeos por não se encaixarem diretamente com o tema. O estudo analisou 888 vídeos em três momentos no mês de agosto de 2020 a partir de quatro hashtags, verificando conteúdos e mensagens veiculadas sobre AM no Instagram (Figura 1).

Análise descritiva do conteúdo dos vídeos

A partir do acesso aos vídeos postados, foram descritos os seguintes parâmetros quantitativos: sexo (feminino e masculino), cor da pele (branca, preta, parda, amarela e mista), faixa etária da criança (três fases do desenvolvimento: recém-nascida (0 a 28 dias); primeira infância ou lactente (29 dias a 2 anos) e segunda infância ou pré-escolar (2 a 6 anos)¹⁷, engajamento das postagens (quantidade de vídeos, número de curtidas, comentários e visualizações do conteúdo), classificação da duração do vídeo (curta, com até um minuto ou IGTV, acima de 1 minuto até uma hora, como uma “live”), perfil do público (institucional, pessoal, profissional da saúde e outros), atividades realizadas no vídeo (explicativos e narrativo, explicativo, exibição da amamentação, binômio mãe-bebê ou família (sem amamentar) e ilustrativo), presença ou não da exposição do seio materno ao amamentar. Estes dados foram organizados em uma planilha em Excel® e descritos em frequências absolutas e relativas.

No que tange às atividades realizadas nos vídeos, foram classificados como vídeo explicativo e narrativo quando há uma pessoa narrando e explicando o conteúdo ali exposto; já o vídeo explicativo, não há uma pessoa que narra toda exposição do conteúdo, desta maneira, pode ser apenas uma voz, ou em texto a explicação da temática ali abordada. Quanto aos vídeos que há exibição da amamentação, são mães com seus filhos exibindo o ato de amamentar e; já o binômio mãe-bebê ou família (sem amamentar), se trata da família com o bebê realizando qualquer outra atividade com ele, exceto amamentar; por último os vídeos classificados como ilustrativos, se referem àqueles com ilustrações, figuras ou gravuras relacionadas ao AM.

Análise dos temas sobre AM abordados nos vídeos

A análise dos temas sobre AM abordados nos vídeos foi realizada a partir da criação de categorias temáticas, considerando principais assuntos abordados nos vídeos. Foram criadas quatorze

categorias temáticas a partir da análise do conteúdo dos vídeos. A categoria temática “Fisiologia, composição do leite, lactação e cuidados com a mama”, referiu-se à conteúdos de fisiologia, questões hormonais, psicológicas, diferenças do tipo do leite humano, como a estimulação e cuidados da mama para iniciar a amamentação. A categoria “Rede de apoio, cuidados e informações essenciais” referiu-se, às ideias mais gerais e/ou várias informações sobre como adquirir o sucesso na amamentação, sendo majoritariamente pontuado a importância da rede de apoio e busca de conhecimento. O tema “Livre demanda, armazenamento, ordenha e banco de leite” reporta às práticas sobre a frequência, produção do leite, como coletar o leite, doação de leite humano em bancos de leites nacionais. A temática “*Golden hour*”, veicula informações sobre a importância e benefícios da hora de ouro após o parto. A categoria “Pega, posição, sucção e instrumentos” contempla pontos práticos como realizar a mamada corretamente e destaque os utensílios que auxiliam ou prejudicam a amamentação.

A categoria “Aleitamento e COVID-19” aborda a importância de manter o aleitamento nesta condição e as recomendações sobre protocolos de segurança para a prática. A categoria “Saúde da mãe e filho em relação ao aleitamento materno” contempla fatores de saúde e estilo de vida que podem ser contribuintes e prejudiciais à prática. A categoria “Direito e defesa ao aleitamento” se refere aos direitos que defendem a amamentação, além da amamentação prolongada, em público, entre outras práticas que diz respeito à mãe. A categoria “Dificuldades e experiências negativas” se refere aos vídeos que contem relatos de experiências nas quais não foi possível manter o aleitamento materno. A categoria “Experiências paterna” refere-se à figura do pai ativo para o sucesso da amamentação. A categoria “Experiências e apoio ao aleitamento materno”, refere-se às mães que relatam suas vivências da amamentação e apoiam o AM. A categoria “Benefícios e recomendações” cita-se inúmeros benefícios que o aleitamento materno oferta ao bebê, mãe e mundo, além de definir as recomendações da amamentação exclusiva, complementar, entre outras. A categoria “Divulgação de evento e comemoração Agosto Dourado” aborda a data da realização da Semana Mundial do Aleitamento Materno e todos os eventos associadas à mesma. A categoria “Promoção e recomendação de produtos e serviços que apoiam o aleitamento materno” se refere aos produtos relacionados à ideia do aleitamento materno, consultorias de aleitamento ou instrumentos que auxiliam o sucesso da amamentação.

Análise estatística

Para a extração de todos os dados, os vídeos selecionados foram assistidos de forma completa. Todos os dados foram organizados em uma planilha do Excel®, na qual estavam descritos todos os parâmetros que seriam observados nos vídeos. Todos dados foram descritos em frequências relativas e absolutas.

O presente estudo não foi enviado ao Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) por utilizar conteúdos públicos presentes na rede social Instagram. Destacamos que na extração dos dados, a identificação da pessoa responsável pela publicação não foi armazenada.

RESULTADOS

No estudo foram analisados 888 vídeos do Instagram a partir de quatro *hashtags* selecionadas, os quais apresentaram 46.494 curtidas e 554.515 visualizações. Na tabela 1, estão as principais características dos vídeos segundo as quatro *hashtags* selecionadas. A *hashtag* aleitamentomaterno apresentou maior número de vídeos, compondo 58% do total dos vídeos analisados e 63% das visualizações alcançadas pelas publicações. Ao observar a frequência de postagens de acordo com os dias do objeto do estudo, verifica-se que os dias 01 (53%) e 07 de agosto (34%), os quais compunham a SMAM detinham a maioria dos vídeos avaliados. (Figura 2)

Na Tabela 1 também estão descritas outras características dos vídeos. Com relação à duração do vídeo, a maioria era em *Timeline* (58%), postagens de perfis de profissionais da saúde (60%), a maioria continham conteúdo explicativo ou narrativo (48%). Com relação às características demográficas, verificamos que 91% dos vídeos tinham mulheres, 73% dos vídeos tinham pessoas de cor de pele branca e 59% tinham a presença de criança em idade equivale a da primeira infância. Com relação ao tipo de atividade nos vídeos, verificamos a maioria eram vídeos explicativos (48%), e que na maioria do vídeos exibindo amamentação as mulheres tinham os seios expostos (91%). Finalmente, foi observado se havia promoção ou presença de logomarca nos vídeos o maior percentual foram vídeos de perfis de profissionais da saúde (73%). (Tabela 1)

Na tabela 2 estão descritas as principais mensagens veiculadas nos vídeos. Aproximadamente um terço dos vídeos tinham como mensagem principal (27,5%) “Experiências e apoio ao AM”, seguido de “Divulgação de evento e comemoração do agosto Dourado” e “Benefícios e recomendações do AM”

(14,1%). Para as *hashtags* #leitematerno, #amamentação e #aleitamentomaterno, a temática mais frequente nos vídeos foi sobre experiências e apoio ao AM (31%), (38%) e (23%), respectivamente, com exceção da #aleitamento, na qual as temáticas de maiores representatividades foram aquelas que discutiam sobre a divulgação de algum evento ou comemoração do Agosto Dourado (29%) e benefícios e recomendação do aleitamento materno (24%).

Com relação às demais categorias temáticas, de forma decrescente em representatividade, destacamos algumas: “Rede de apoio, cuidados e informações essenciais” (7,3%); “Fisiologia, composição do leite, lactação e cuidados com a mama” (5,9%); “Saúde da díade mãe e filho em relação ao AM” (5,9%); “Dificuldades e experiências negativas” (4,3%); “Livre demanda, armazenamento, ordenha e banco de leite” (3,5%); “Direito e defesa ao AM” (1,8%); “*Golden hour*” (1,4%); e por fim e de menor representatividade de todas as quatorzes temáticas identificadas foi a categoria “Experiências paterna” (0,5%). (Tabela 2)

Conforme a análise de conteúdo utilizada para estruturar as temáticas abordadas nos vídeos avaliados no presente estudo a Tabela 3 exemplifica trechos que levam tomar a decisão para classificá-las como tal temática. Para cada mensagem foram descritos três exemplos. As categorias temáticas foram definidas a partir da consideração do tema central do vídeo. (Tabela 3)

DISCUSSÃO

A partir das análises, foi identificado um perfil predominante de pessoas que aparecem nos vídeos estudados, sendo mulheres brancas e crianças na primeira infância. Os vídeos identificados são em sua maioria em perfis de profissionais da saúde. Destaca-se alta frequência das temáticas “Experiência e apoio ao AM”, “Divulgação de evento e comemoração do agosto Dourado” e “Benefícios e recomendações do AM”, respectivamente.

A partir de 1992 os dias 01 a 07 de agosto configuram a Semana Mundial da Amamentação, na qual a *World Alliance for Breastfeeding Action* (WABA) é responsável por definir o tema dentre várias possibilidades sobre o AM, dando destaque internacionalmente ao tema a ser discutido.¹⁹ Neste período o AM ganha uma certa notoriedade em vários meios de comunicação, não sendo diferente nas mídias sociais.

Em relação ao perfil de pessoas nos vídeos, observamos uma falha na representatividade de mulheres de outra cor de pele, contrapondo a composição da população brasileira que é majoritariamente parda ou negra.¹⁸ Assim, apesar do Instagram tornar-se meio de comunicação mais utilizado como fonte de informação e apoio ao AM^{9,10}, a falta de representatividade poderia dificultar o engajamento das mães por falta de identificação. A faixa etária das crianças predominante nos vídeos foi de zero a dois anos, o que já era esperado em função dos órgãos nacionais e internacionais recomedarem o AM até 2 anos ou mais.¹

Apesar do perfil de profissionais de saúde serem os que mais fizeram postagens, a categoria temática “Experiências maternas e apoio ao AM” foi mais frequente nos vídeos analisados. Logo, o Instagram torna-se uma ferramenta de comunicação entre mães, compartilhando dificuldades e as acolhendo.^{7,8} A segunda categoria “Divulgação de evento e comemoração do agosto Dourado” foi verificada especialmente pelos dias selecionados para a análise nesse estudo (dias 1 e 7 de agosto – Semana Mundial do Aleitamento Materno). A sensibilização da população sobre o tema é necessária e faz parte das ações de promoção do aleitamento materno. Entretanto, ressaltamos a relevância de continuar destacando os benefícios do AM ao longo de todos meses do ano, visto que já no terceiro dia analisado, qual já não compunha a SMAM deteve apenas 13% de postagens sobre o tema. A terceira categoria, “Benefícios e recomendações do AM”, já de cunho informativo, proporciona conhecimento e confiança às mães inseguras durante a amamentação. Entretanto, este tema deveria ser o tema mais debatido, para que o Instagram apoie o AM com informações corretas, adicionalmente postadas por órgãos de saúde e profissionais da saúde informações de embasamento científico^{9,10}. Embora há mais postagens de profissionais da saúde, não se reflete a esta temática informativa ou qualquer outra. Então faz-se necessário melhor uso da rede pelos profissionais da saúde e maior presença dos órgãos de saúde no Instagram, oferecendo mais informações que gerariam suporte às mães para passarem por menores dificuldades e até mesmo garantir cumprimento de direitos e políticas que defendam o AM.⁴

Finalmente, destacamos que as temáticas menos discutidas foram “Experiência paterna” e “Dificuldades e experiências negativas”. A primeira mostra quanto a figura paterna é pouco ilustrada, mesmo sendo figura importante e rede de apoio do sucesso no AM. A segunda indica tabu em discutir dificuldades do AM, o qual gera expectativas de processo natural, e quando há dificuldade, quais são

elas. Essa categoria também pode refletir às dificuldades de lidar com a opção de não amamentar adotadas por algumas mães ou o sentimento negativo de não ter conseguido.

Observamos que as temáticas informativas foram pouco discutidas se avaliarmos a quantidade de temas que poderiam ser abordados com maior frequência, principalmente considerando a data das análises. Entretanto, identificamos que a maioria dos vídeos foram publicados em perfis de profissionais da saúde na mídia social estudada, o que poderia nos indicar que as informações veiculadas estariam corretas e que possivelmente teriam maior credibilidade, tornando não só apenas meio de identificação pessoal para estas mães durante esse período de incertezas.^{9,10} Assim, a rede social pode ser grande aliada em oferecer informações que auxiliariam e dariam suporte para maior sucesso nas taxas de aleitamento materno no Brasil.¹⁶ A audiência brasileira no Instagram é a terceira maior no mundo e sua maioria do sexo feminino, então o baixo aproveitamento de discussões informativas sobre o AM pode ser considerado que o Instagram ainda é um mundo inexplorável ao se tratar da força que esta mídia social possui.^{14,15}

O estudo têm como pontos fortes a quantidade de vídeos analisados, bem como características sociodemográficas avaliadas, categorias temáticas abordados e coletado dados em três momentos de um mês comemorativo da promoção do aleitamento materno - Semana Mundial do Aleitamento Materno e Agosto Dourado. Nosso estudo possui como limitações, a análise realizada com apenas quatro *hashtags*, em três dias de todo o mês de agosto. Outra limitação foi a elaboração das categorias temáticas pela autora do estudo, dando um caráter mais subjetivo para as mesmas. Como última limitação é que não foi possível analisar se as informações dos vídeos estavam corretas. Podemos sugerir como futuras pesquisas, a avaliação da veracidade das informações postadas, o aumento da quantidade de *hashtags* sobre os temas e dias avaliados.

O Instagram compartilha fotos e vídeos que transmitem várias formas de comunicar e informar. Verificamos que os três principais conteúdos veiculados nos vídeos se referem a Experiência e apoio ao AM, Divulgação de evento e comemoração do agosto Dourado e Benefícios e recomendações do AM. Destacamos a baixa frequência temática sobre a importância paterna neste cenário. Portanto, o Instagram tem potencial em defender o AM. Nos vídeos postados há predominância de mulheres de cor

branca, indicando falta de representatividade especialmente em um país no qual a maioria é composto por pessoas pardas e pretas. Concluimos que essa rede tem um potencial a ser explorado positivamente para contribuir para a promoção do AM e atualmente seu foco principal parece ser a construção de rede de apoio e troca de experiências.

REFERÊNCIAS

1. World Health Organization. World Health Organization. Seventy-First World Health Assem [Internet]. 28 de maio de 2018 [citado 20 de abril de 2020];3. Disponível em: https://apps.who.int/gb/ebwha/pdf_files/WHA71/A71_R9-en.pdf?ua=1
2. UNICEF. Unicef #breastfeeding [Internet]. UNICEF. 2020 [citado 5 de junho de 2020]. Disponível em: <https://www.unicef.org/breastfeeding/>
3. ENANI. UFRJ. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil – ENANI-2019: Resultados preliminares – Indicadores de aleitamento materno no Brasil. UFRJ: Rio de Janeiro, 2020. 9 p. [Internet]. 2019 [citado 27 de março de 2021]. Disponível em: <https://enani.nutricao.ufrj.br/wp-content/uploads/2020/08/Relatorio-preliminar-AM-Site.pdf>
4. Rollins NC, Bhandari N, Hajeerhoy N, Horton S, Lutter CK, Martines JC, et al. Why invest, and what it will take to improve breastfeeding practices? The Lancet [Internet]. janeiro de 2016 [citado 29 de abril de 2020];387(10017):491–504. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0140673615010442>
5. Ministério da Saúde. Bases para a discussão da Política Nacional de Promoção, Proteção e Apoio ao Aleitamento Materno. 2017;70.
6. Pérez-Escamilla R. Breastfeeding in Brazil: major progress, but still a long way to go. J Pediatr Versão Em Port [Internet]. março de 2017 [citado 29 de abril de 2020];93(2):107–10. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2255553616301318>

7. Ahmed AH, Roumani AM, Szucs K, Zhang L, King D. The Effect of Interactive Web-Based Monitoring on Breastfeeding Exclusivity, Intensity, and Duration in Healthy, Term Infants After Hospital Discharge. *J Obstet Gynecol Neonatal Nurs* [Internet]. março de 2016 [citado 14 de maio de 2020];45(2):143–54. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0884217515000477>
8. Cavalcanti DS, Cabral CS, Toledo Vianna RP, Osório MM. Online participatory intervention to promote and support exclusive breastfeeding: Randomized clinical trial. *Matern Child Nutr* [Internet]. julho de 2019 [citado 14 de maio de 2020];15(3). Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/mcn.12806>
9. Jin SV, Phua J, Lee KM. Telling stories about breastfeeding through Facebook: The impact of user-generated content (UGC) on pro-breastfeeding attitudes. *Comput Hum Behav* [Internet]. maio de 2015 [citado 14 de maio de 2020];46:6–17. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0747563215000023>
10. Slomian J, Bruyère O, Reginster JY, Emonts P. The internet as a source of information used by women after childbirth to meet their need for information: A web-based survey. *Midwifery* [Internet]. maio de 2017 [citado 13 de maio de 2020];48:46–52. Disponível em: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0266613817301936>
11. Hu Y, Manikonda L, Kambhampati S. What We Instagram: A First Analysis of Instagram Photo Content and User Types. *What We Instagram First Anal Instagram Photo Content User Types*. 2014;
12. Most popular social networks worldwide as of January 2021, ranked by number of active users [Internet]. Statista. 2021 [citado 27 de março de 2021]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users/>

13. Number of Instagram users worldwide from 2016 to 2023 [Internet]. Statista. 2021 [citado 27 de março de 2021]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/183585/instagram-number-of-global-users/>

14. Leading countries based on Instagram audience size as of January 2021 [Internet]. Statista. 2021 [citado 27 de março de 2021]. Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/578364/countries-with-most-instagram-users/>

15. SECOM. Pesquisa brasileira de mídia 2016 : hábitos de consumo de mídia pela população brasileira. –. Vol. 2. Brasília: Secom; 2016. 120 p.

16. Marcon AR, Bieber M, Azad MB. Protecting, promoting, and supporting breastfeeding on Instagram. *Matern Child Nutr* [Internet]. janeiro de 2019 [citado 25 de março de 2021];15(1). Disponível em: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1111/mcn.12658>

17. Brazil, Departamento de Atención Básica. Saúde da criança: acompanhamento do crescimento e desenvolvimento infantil. Brasília: Ministério da Saúde, Secretaria de Políticas de Saúde, Departamento de Atención Básica; 2002. (Cadernos de Atención Básica).

18. IBGE. Características gerais dos domicílios e dos moradores 2019 [Internet]. 2020 [citado 15 de março de 2022]. Disponível em: https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101707_informativo.pdf

19. Serva VMSBD. Semana Mundial da Amamentação: 20 anos de promoção, proteção e apoio ao aleitamento materno. *Rev Bras Saúde Materno Infant* [Internet]. setembro de 2011 [citado 20 de março de 2022];11(3):213–6. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1519-38292011000300001&lng=pt&tlng=pt

FIGURAS

Figura 1. Fluxograma do processo de inclusão ou exclusão dos vídeos no períodos de análise. Instagram, Agosto, 2020.

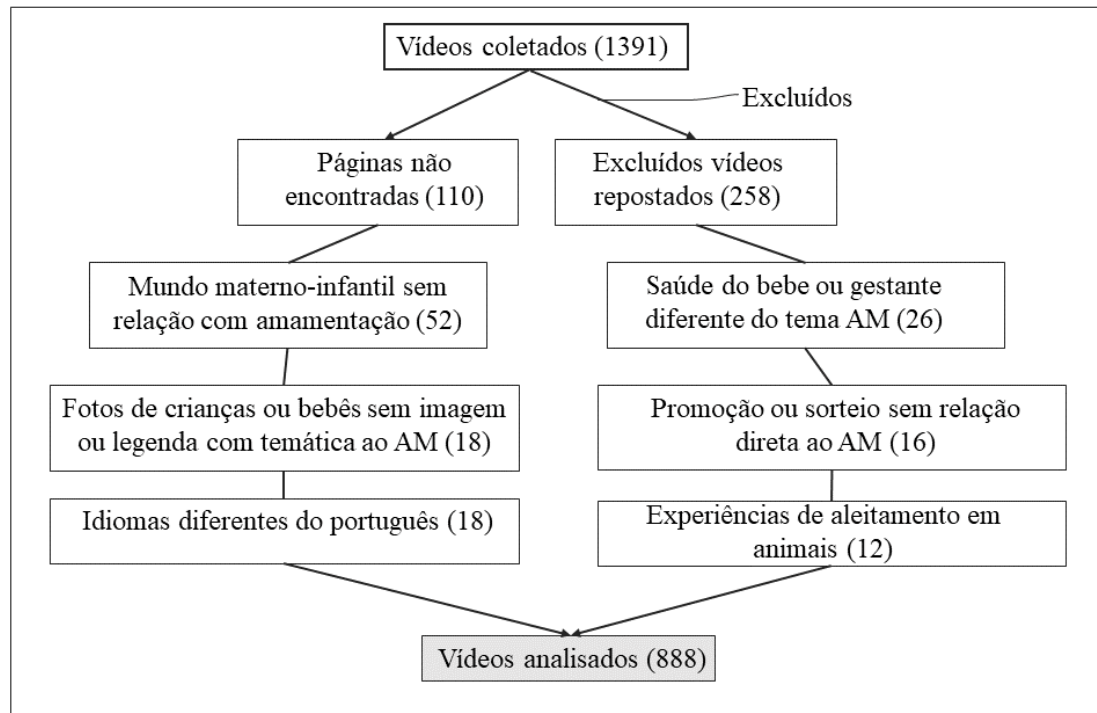
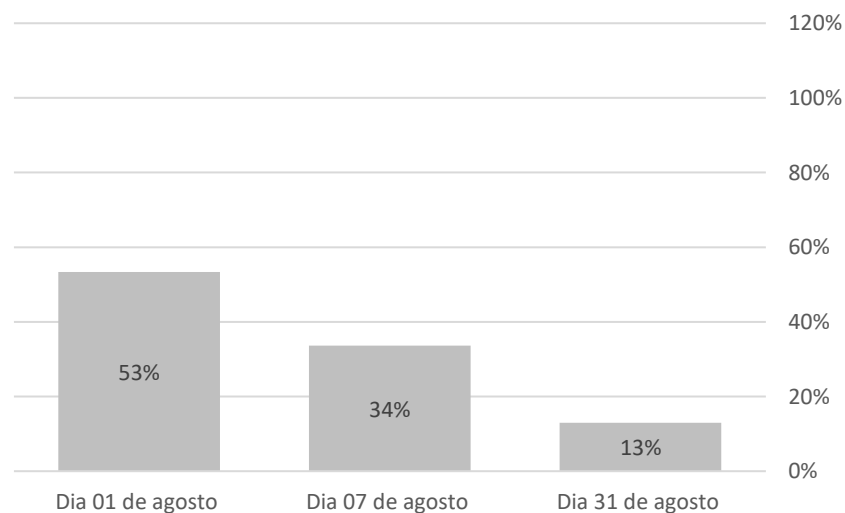


Figura 2. Frequência relativa de vídeos postados nos três momentos analisados. Instagram, Agosto de 2020.



TABELAS

Tabela 1. Caracterização e o mais comum nos vídeos (tipo, duração, conteúdo, atividade, perfil demográfico) postados no Instagram segundo hashtags. Agosto, 2020*.

<i>Hashtag</i>	#aleitamento		#leitematerno		#amamentacao		#aleitamentomaterno		Total
	Nº de vídeos	%	Nº de vídeos	%	Nº de vídeos	%	Nº de vídeos	%	
Engajamento das imagens #									
Vídeos	21	2,4	169	19,0	182	20,5	516	58,1	888
Curtidas	1533	3,3	11105	23,9	9140	19,7	24716	53,2	46494
Visualizações	9327	1,7	123464	22,3	74450	13,4	347274	62,6	554515
Comentários	193	5,4	1411	39,6	560	15,7	1395	39,2	3559
Duração do vídeo	(n=21)		(n=169)		(n=182)		(n=516)		(n=888)
Timeline	11	52,4	111	65,7	115	63,2	279	54,1	516 (58)
IGTV	10	48,6	58	34,3	67	36,8	237	45,9	372 (42)
Perfil									(n=888)
Institucionais	4	19	9	5,3	5	2,8	27	5,2	45 (5)
Pessoais	4	19	61	36,1	66	36,3	125	24,2	256 (29)
Profissionais da saúde	11	52,5	90	53,3	98	53,8	336	65,1	535 (60)
Outros	2	9,5	9	5,3	13	7,1	28	5,5	52 (6)
Atividade principal veiculada do vídeo									(n=888)
Explicativo e narrativo	12	57,1	65	38,5	77	42,3	270	52,3	424 (48)
Explicativo	1	4,8	17	10	17	9,3	34	6,6	69 (8)
Exibição da amamentação binômio mãe-bebê ou família (sem amamentar)	3	14,3	65	38,5	64	35,2	111	21,5	243 (27)
Ilustrativo	5	23,8	22	13	24	13,2	95	18,4	146 (16)
	0	0	0	0	0	0	6	1,2	6 (1)
Cor da Pele **	(n=18)		(n=154)		(n=164)		(n=439)		(n=775)
Branca	12	66,8	109	70,8	123	75	320	72,9	564 (73)
Preta	1	5,5	10	6,5	10	6,1	34	7,7	55 (7)
Parda	4	22,2	16	10,4	20	12,2	44	10	84 (11)
Amarela	0	0	2	1,3	1	0,6	2	0,5	5 (1)
Mista	1	5,5	17	11	10	6,1	39	8,9	67 (8)
Gênero **	(n=14)		(n=105)		(n=111)		(n=333)		(n=563)
Feminino	12	85,7	93	88,6	102	91,9	305	91,6	512 (91)
Masculino	2	14,3	6	23,1	4	3,6	14	4,2	26 (5)

Misto	0	0	6	24	5	4,5	14	4,2	25 (4)
Faixa etária **	(n=7)		(n=87)		(n=86)		(n=182)		(n=362)
Neonato	0	0	23	26,4	21	24,4	35	19,2	79 (22)
Primeira infância	5	71,4	46	52,9	55	64	107	58,8	213 (59)
Segunda infância	2	28,6	18	20,7	10	11,6	40	22	70 (19)
Exposição do seio ao amamentar **	(n=6)		(n=77)		(n=76)		(n=150)		(n=309)
Sim	6	100	73	94,8	64	84,2	137	91,3	280 (91)
Não	0	0	4	5,2	12	15,8	13	8,7	29 (9)
Promoção do vídeo **	(n=11)		(n=44)		(n=53)		(n=205)		(n=313)
Marca de lojas e perfil pessoal	2	18,2	4	9,1	13	24,5	26	12,7	45 (14)
Institucionais	3	27,3	8	18,2	7	13,2	21	10,2	39 (13)
Perfil profissionais da saúde	6	55,5	32	72,7	33	62,3	158	77,1	229 (73)

*postagens referentes aos dias 01, 07 e 31; #classificação com percentual total de toda análise compondo as 888 postagens; ** percentual considerado destas classificações foram somente do total que haviam essas características;

Tabela 2. Conteúdo principal dos vídeos segundo hashtags de aleitamento materno durante o período avaliado.

<i>Hashtags</i>	#aleitamento		#leitematerno		#amamentacao		#aleitamentomaterno		Total
	Nº de vídeos	%	Nº de vídeos	%	Nº de vídeos	%	Nº de vídeos	%	(n=888)
Fisiologia, composição do leite, lactação e cuidados com a mama	1	5	11	7	6	3	34	7	52 (5,9)
Rede de apoio, cuidados e informações essenciais	3	14	10	6	15	8	37	7	65 (7,3)
Livre demanda, armazenamento, ordenha e banco de leite	2	10	7	4	4	2	18	3	31 (3,5)
<i>Golden hour</i>	0	0	3	2	3	2	6	1	12 (1,4)
Pega, posição, sucção e instrumentos (colher dosadora, extrator de leite, entre outros)	0	0	5	3	6	3	27	5	38 (4,3)

Aleitamento e COVID-19	0	0	1	1	2	1	5	1	8 (0,9)
Saúde da diáde mãe e filho em relação ao aleitamento materno	0	0	7	4	17	9	28	5	52 (5,9)
Direito e defesa ao aleitamento	0	0	1	1	2	1	13	3	16 (1,8)
Dificuldades e experiências negativas	1	5	3	2	8	4	26	5	38 (4,3)
Experiências paterna	0	0	1	1	1	1	2	0	4 (0,5)
Experiências e apoio ao aleitamento materno	3	14	53	31	69	38	119	23	244 (27,5)
Benefícios e recomendações	5	24	27	16	25	14	68	13	125 (14,1)
Divulgação de evento e comemoração Agosto Dourado	6	29	33	20	16	9	115	22	170 (19,1)
Promoção e recomendação de produtos e serviços que apoiam o aleitamento materno	0	0	7	4	8	4	18	3	33 (3,7)
Total	21	100	169	100	182	100	516	100	

Tabela 3. Exemplos de conteúdo dos vídeos segundo categoria temática.

Fisiologia, composição do leite, lactação e cuidados com a mama	"... seu seio está ardendo, ...? Que pomada comprar? Nenhuma... o seu leite é o melhor cicatrizante" ".. prolactina é o hormônio responsável pela produção do leite. Quanto mais bebê sugar o seio materno, mais prolactina a mãe irá produzir." ".. por que massagear a mama, principalmente antes das mamadas? ..."
Rede de apoio, cuidados e informações gerais	"muito interessante que as gestantes... conheçam a anatomia da mama, a neurofisiologia ... a gente nota que a mãe chega na maternidade e está totalmente despreparada, ... então que ela já venha com um conhecimento prévio, ...para que ela possa se preparar" " por que amamentar...? ...o estômago do bebe é pequenininho, ... passa os anticorpos da mãe para o bebê, ...previne doenças a longo prazo, ...é muito importante a mulher ter uma rede de apoio..., não existe leite fraco, ...o bebê tem que mamar com a boquinha bem aberta..." " lembre-se que o sucesso na amamentação depende, entre muitas coisas, também de informação e rede de apoio..."

Livre demanda, armazenamento, ordenha e banco de leite	"... Como que a gente vai fazer essa ordenha? ... Onde a gente vai armazenar esse leite? ..." "... o Vidrinho cheio vai direto para o freezer ou congelador e também pode ir para o banco de leite..." "...quanto deixar de leite materno para o seu bebê?..."
Golden hour	"... sobre a importância da amamentação na primeira hora de vida ..." "Golden Hour é o nome dado à primeira hora depois do nascimento do bebê..." "Golden Hour ou Hora de Ouro são os primeiros 60 minutos após o nascimento..."
Pega e posição, sucção e instrumentos (colher dosadora, ...)	" ... a pega correta do seio pelo bebê é fundamental para que esse momento ocorra de forma tranquila e confortável para a mamãe e para o bebê...." "Na ausência da mãe, qual a melhor forma de oferecer esse leite para a criança de maneira a evitar o desmame precoce?... A melhor forma é a técnica do copinho... também podem ser essas colheres dosadoras..." " ...pega correta do bebê no seio deve ser sempre na aréola e não no bico, ... , para que quando aconteça a sucção, o seio da mãe vá para dentro de sua boca, a boca do bebê deve ficar sempre aberta e encaixada na aréola do seio, com os lábios para fora para que ele sugue o leite e a mamãe não sinta dor durante a amamentação."
Saúde materno-infantil sobre aleitamento e covid-19	"Algumas mães tem entrado em contato comigo perguntando se no caso delas estarem contaminadas com o coronavírus se elas podem continuar amamentação ou se deve suspender..." "...em dias de pandemia como os que a gente está vivendo ultimamente, as puérperas infelizmente participam do grupo de risco..." "...em tempo de corona, não deixe de amamentar seu neném mesmo infectada..."
Saúde materno-infantil em relação ao aleitamento materno	"...Curva de peso do Bebê... Entenda de uma vez por todas se o seu leite está sendo suficiente para nutrir o bebê..." "...Durante a AMAMENTAÇÃO, alguns nutrientes são ESSENCIAIS, para a produção do LEITE MATERNO..." "Pós-parto: Exercício físico e amamentação..."
Direito e defesa ao aleitamento	"... a mulher tem o direito de dois descansos de meia hora durante a jornada de trabalho..." "...vamos entrar nos direitos da lactante ..." "A creche só aceita mamadeira, ... falta enxergar isso e argumentar adequadamente..."
Dificuldades e experiências negativas	"...o fato de não ter leite o suficiente para minhas filhas, não fez de mim uma mãe pior..." "... vamos parar de cobrar as pessoas... É uma loucura você dizer para uma mãe que amamentar é só colocar no peito..." "... para vocês mulheres, cuidado com o que vocês veem na internet... que para amamentar só basta querer... nem sempre é assim..."
Experiências paterna	"... consegui resgatar o papai aqui para falar um pouquinho o que o papai pode ajudar na amamentação?..." "...o papai tem um papel muito importante no aleitamento materno..."

	"... dizer que parceiro/a não amamenta até pode ser verdade, em rigor, mas não digam isso como se parceiros/as não tivessem nada que ver com a amamentação, como se não fosse também algo seu..."
Experiências e apoio ao aleitamento materno	"... Eu consegui amamentar as minhas duas filhas por dois anos cada uma..." "quem me vê defensora da amamentação hoje não imagina o quanto eu sofri para amamentar ela no começo..." "...Filha amamentar você vai muito além de te nutrir, é um ato de amor, carinho e minha profunda conexão..."
Benefícios e recomendações	"... aleitamento materno também diminui o risco de hipertensão, colesterol alto, diabetes e obesidade, e ainda contribui com o desenvolvimento cognitivo da criança..." "... Os benefícios da amamentação para o bebê... Os benefícios às mães lactantes... " "...em relação as fatores de proteção relacionados ao aleitamento são muito importantes para prevenir muitas doenças e mortes na infância, como por exemplo..."
Divulgação de evento e comemoração Agosto Dourado	"...esse ano o tema do Agosto Dourado é por um planeta mais saudável..." "Homenagem pelo Agosto dourado..." "...Esse mês vou falar sobre aleitamento materno e mostrar um pouco da experiência..."
Promoção e recomendação de produtos e serviços que apoiam o aleitamento materno	"...nosso queridinho Kit de Mamas didáticas para consultorias..." "...Com dificuldades para amamentar? Consultoria e cursos..." "...momento tão especial na vida de uma mãe e seu bebê, muitas famílias descobrem a Alergia Alimentar...Aplicativo X é de que a dificuldade (dúvidas) sobre o que CONTEM ou PODE CONTER nos produtos...para que as mães não passem pela cabeça de deixar de amamentar por não saber o que está consumindo..."