

UNIVERSIDADE FEDERAL DE UBERLÂNDIA
FACULDADE DE MEDICINA
CURSO DE NUTRIÇÃO

BÁRBARA CRISTINA DA SILVA

**Análise descritiva das postagens sobre fórmula infantil e composto lácteo na rede social
Instagram**

Uberlândia – MG
2022

BÁRBARA CRISTINA DA SILVA

**Análise descritiva das postagens sobre fórmula infantil e composto lácteo 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).

S586 2022	Silva, Barbara Cristina da, 1997- Análise descritiva das postagens sobre fórmula infantil e composto lácteo na rede social instagram [recurso eletrônico] / Barbara Cristina da Silva. - 2022. Orientador: Ana Elisa Madalena Rinaldi 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. , Ana Elisa Madalena Rinaldi Rinaldi, 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

BÁRBARA CRISTINA DA SILVA

**Análise descritiva das postagens sobre fórmula infantil e composto lácteo 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, 26 de março de 2022

Banca Examinadora:

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

Luana Padua Soares – Docente (UFU) – Titular

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

Renata Aparecida Mendes – Docente (UFU) - Suplente

RESUMO

Objetivo: Analisar de forma descritiva as postagens sobre fórmula infantil e composto lácteo na rede social Instagram em agosto de 2020. **Métodos:** As postagens (vídeos e imagens) para cada hashtag foram extraídas pela interface de programação de aplicativo (API) do Instagram. Foi desenvolvida uma interface online para armazenar todas as informações extraídas utilizando as #formulainfantil e #compostolacteo. **Resultados:** Ao todo foram analisadas 205 postagens, 130 referentes a #formulainfantil e 75 sobre #compostolacteo. Observou-se que o maior número de imagens e vídeos em ambas as hashtags foram feitas em perfis profissionais, com maior incidência de pessoas brancas presentes nas postagens das duas hashtags. Foram criadas 18 categorias temáticas considerando os principais assuntos abordados nas postagens sendo que 20,9% correspondeu a “críticas sobre o consumo de fórmula infantil”. No geral, frases com pedido de patrocínio, conselho para outras mães e uso de frases pejorativas sobre as críticas dos produtos apresentaram maior percentual de ocorrência. **Conclusões:** Para a #formulainfantil houve predomínio de postagens com conteúdo voltado à crítica ao consumo de fórmula infantil, diferença entre o leite em pó, fórmula infantil e composto lácteo e propaganda de fórmula infantil em farmácia. Já para a #compostolacteo houve predomínio de postagens com conteúdo voltados à comparação entre composto lácteo e leite em pó e comparação entre leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil.

Palavras-chave: Amamentação; Redes sociais; Substitutos do leite humano; Saúde pública.

ABSTRACT

Objective: Descriptively analyze the posts about infant formula and dairy compound on the social network Instagram in August 2020. **Methods:** The posts (videos and images) for each hashtag were extracted by the application programming interface (API) of Instagram. An online interface to store all the information extracted using the #formulainfantil and #compostolacteo. **Results:** In all, 205 posts were analyzed, 130 referring to #formulainfantil and 75 about #compostolacteo. It was observed that the largest number of images and videos in both hashtags were made on professional profiles, with a higher incidence of white people present in the posts of the two hashtags. 18 thematic categories were created considering the main subjects addressed in the posts, with 20.9% corresponding to “criticisms about the consumption of infant formula”. In general, phrases with requests for sponsorship, advice for other mothers and the use of pejorative phrases about product criticism had a higher percentage of occurrence. **Conclusions:** For the #infantil formula, there was a predominance of posts with content aimed at criticizing the consumption of infant formula, the difference between powdered milk, infant formula and dairy compound and advertising of infant formula in the pharmacy. As for #compostolacteo, there was a predominance of posts with content aimed at comparing dairy compound and powdered milk and comparison between powdered milk, dairy compound and infant formula.

Keywords: Breastfeeding; Social networks; Human milk substitutes; Public health.

SUMÁRIO

<u>INTRODUÇÃO</u>	8
<u>MÉTODOS</u>	9
<u>RESULTADOS</u>	10
<u>DISCUSSÃO</u>	12
<u>CONCLUSÃO</u>	14
<u>REFERÊNCIAS</u>	14
<u>TABELAS</u>	16

INTRODUÇÃO

O ato de amamentar envolve uma maior interação entre a mãe e o bebê, refletindo de forma positiva no estado nutricional da criança, condição imunológica, fisiológica, desenvolvimento cognitivo e comportamental.¹ No entanto, existem diferentes fatores que interferem no aleitamento materno que podem levar ao desmame precoce. São eles: nível socioeconômico, idade e escolaridade maternas, cultura, inserção no mercado de trabalho, uso de bicos artificiais, mamadeiras e chupetas. Também existem fatores como orientação do uso de fórmulas lácteas precocemente, internação da mãe e criança por longos períodos, ausência ou má funcionamento de banco de leite humano, falta de apoio ao aleitamento materno após alta hospitalar e as mídias sociais.³

A presença das fórmulas infantis na alimentação dos bebês ainda é muito presente, como um substituto do leite materno.⁴ Desse modo, o uso do marketing digital passou a ser uma ferramenta bastante explorada, no entanto pode se tornar prejudicial podendo afetar a confiança das mães e dos familiares na real importância do aleitamento materno.⁵ Há quarenta anos, a trigésima quarta Assembleia Mundial da Saúde adotou o código internacional de comercialização de substitutos do leite materno. O código foi adotado em resposta ao marketing agressivo promovendo a alimentação com fórmula, levando a aumentos significativos nas mortes de bebês e crianças especialmente em função da diluição incorreta e uso de água não-potável na década de 70. Apesar do código e subsequentes resoluções relevantes, fórmulas lácteas continuam a colocar vendas e interesses dos acionistas antes da saúde infantil e da população, enquanto muito de suas táticas de marketing são ousadas e evidentes na era digital, elas também se tornaram sutis e sofisticadas.⁶

Na norma brasileira de comercialização de alimentos para lactantes e crianças de primeira infância (NBCAL) a fórmula infantil (bebês menores de 6 meses) e fórmula infantil de seguimento (bebês de 6 a 12 meses) é proibida qualquer forma de promoção comercial em pontos de venda físicos ou virtuais. Isso significa que não pode haver nenhum tipo de incentivo à compra desses produtos, como demonstrações especiais, cupons de desconto, prêmios, brindes, pacotes, comunicações por meio eletrônico, escrito, auditivo e visual. Também é proibido o uso de imagens de bebês e crianças pequenas ou gráficos e ilustrações personificadas nas embalagens e rotulagem desses produtos.¹¹

O uso de mídias sociais como o Instagram, por exemplo, é uma plataforma de interação de pessoas com o intuito de compartilhar fotos e vídeos. Atualmente, essa plataforma conquistou grande popularidade sendo utilizada como profissão para criadores de conteúdo que através da ferramenta conquistam diversos “seguidores” e exercem influência sobre eles. Na maioria das vezes, a conquista do público alvo é realizada por meio de estratégias de manipulação e motivação de consumo.⁷ Esta rede utiliza imagens e hashtags populares para mediar conteúdos, e tem se tornado uma importante plataforma de comunicação para diversos segmentos populacionais, principalmente via celulares. Na

última década esta rede deixou de ser uma simples partilha de fotografias para mediar experiências, com a presença de diferentes perfis sociais e marcas comerciais.⁸

Embora haja esforços para promoção do aleitamento materno e a presença de uma lei que regulamenta a venda das fórmulas infantis, no Brasil ainda ocorrem irregularidades nos rótulos desses alimentos, e há baixa fiscalização e penalização dos envolvidos. A rede social também tem sido uma forma das empresas que produzem fórmulas infantis e, mais recentemente compostos lácteos, fazerem a propaganda de seus produtos a partir de perfis sociais de artistas. Desta forma, as empresas dificilmente são penalizadas. Estratégias de frases de efeito, "hashtags" e ilustrações são cada vez mais utilizadas para persuasão do público alvo.⁹ Em 2020, a IBFAN Brasil realizou um monitoramento das práticas de promoção comercial de alimentos infantis, afim de identificar infrações à Lei n. 11.265/2006 e Decreto n. 9.579/2018 (NBCAL), identificando diversas violações relativa à promoção comercial proibida na internet e mídias sociais.¹⁰ Das 207 infrações encontradas, 50 envolveram formula infantil para lactentes e de seguimento para lactentes¹¹. Diante desse contexto o objetivo do estudo foi analisar de forma descritiva as postagens sobre fórmula infantil e composto lácteo na rede social Instagram.

MÉTODOS

Esse é um estudo descritivo cujo foco principal foi realizar a análise das imagens e vídeos correspondentes às hashtags escolhidas (#formulainfantil e #compostolacteo) na ferramenta social Instagram.

Fonte dos dados

As #formulainfantil e a #compostolacteo foram selecionadas devido em função da sua maior frequência nas publicações verificadas no Instagram e seu uso pelas marcas comerciais que produzem a maioria desses produtos. Essas hashtags foram encontradas e selecionadas através da mídia social Instagram somente nos perfis que são públicos. As postagens para cada hashtag foram extraídas pela interface de programação de aplicativo (API) do Instagram em perfil abertos na plataforma, pela qual é possível ter acesso às publicações. Foi desenvolvida uma interface online para armazenar todas as informações extraídas a partir do API do Instagram utilizando as hashtags, onde era possível selecionar a hashtag nominalmente e por período em que foi postada, essa interfase foi elaborada pelo Centro de Tecnologia da Informação e Comunicação (CTIC) da Universidade Federal de Uberlândia. As postagens extraídas correspondiam ao mês de agosto de 2020, mês em que ocorre à comemoração mundial de apoio à amamentação.

Extração dos dados

O total de postagens de vídeos e imagens da #formulainfantil foi de 113 imagens e 17 vídeos e da #compostolacteo 60 imagens e 15 vídeos. Todas as informações foram armazenadas em uma

planilha no Excel[®], na qual foram subdivididas em categorias e separadas de acordo com as características de cada postagem. Para as imagens e para os vídeos foram observadas e descritas seguintes características: Tipo de perfil da rede social (comercial, profissional e pessoal); sexo (mulher e homem), faixa etária da criança (bebês e crianças de primeira infância) cor da pele (branca, parda, preta, amarela); atividades exibidas nas imagens e vídeos (mãe alimentando o filho com fórmula infantil, pai alimentando o filho com fórmula infantil, criança com a fórmula infantil, propaganda da fórmula infantil, crianças consumindo fórmula infantil e descrição das marcas comerciais nas publicações); objetos presentes na postagem (tipos de fórmula infantil, lata de fórmula infantil, mamadeira, medidor de fórmula com mamadeira, bico e outros tipos de objetos), meme ou figurinhas (críticas sobre a fórmula infantil, comparação entre fórmula infantil e leite materno, comparação entre os tipos de fórmula e os compostos lácteos e críticas sobre o uso de compostos lácteos) e perfil social das marcas comerciais.

Análise de dados

Após análise quantitativa de todas as postagens para extrair as principais características presentes nas postagens, ocorreu a perda de algumas dessas postagens, que impediram a realização da análise qualitativa de algumas imagens e vídeos, em função da exclusão das mesmas pela plataforma ou pelo próprio usuário.

Apesar disso, antes da perda de parte dessas postagens, foi possível definir os tipos de perfis (pessoal, profissional ou comercial), analisar a presença de imagens de bebês, mulheres ou homens, a etnia da pessoa presente na imagem, presença de atividades específicas, como mães ou pais alimentando os filhos com fórmula ou composto, a presença de propaganda de fórmula infantil ou composto lácteo, a faixa etária de consumo dos produtos mostrados, os objetos presentes, como leite, mamadeira, bico, dentre outros, além dos tipos de mensagem que a imagem passava (memes, figurinhas, críticas, etc.) e a existência de perfil social de. Porém, a classificação por categorias temáticas foi afetada porque as postagens foram reduzidas.

A partir da extração de todas as postagens e retirada das postagens excluídas foram criadas categorias temáticas considerando os principais assuntos abordados nas imagens. Desta forma, foram criadas 12 categorias referentes a #fórmula infantil, as quais serão descritas a seguir. A categoria “mêsversário” representa a comemoração de mais um mês de vida da criança e que nas postagens há a imagem de fórmula infantil. Nas postagens há a presença de bebê com uma lata de fórmula infantil.

A categoria “relatos de mães que não conseguiram amamentar” aborda vídeos e imagens de mães apoiando outras mães que não amamentaram seus filhos, opiniões maternas sobre não conseguir amamentar seu filho e mães que tiveram que substituir com outro tipo de leite, dando apoio as mães que estão passadas pela mesma situação. A categoria “crítica sobre o uso de fórmula infantil” representa as postagens de apoio à amamentação e as criticando o consumo de fórmula infantil.

A categoria “introdução de fórmula infantil” representa as postagens passadas com estratégias e formas de consumo de fórmula infantil. A categoria “doação de fórmula infantil” representa postagens e anúncios de ONGs com ofertas de doações de fórmula infantil. A categoria “desestímulo ao aleitamento materno com uso de fórmula infantil”, representa postagens onde foi explicado os ciclos presente no “efeito bola de neve” mostrando os malefícios do uso de fórmula durante a amamentação.

A categoria “comparação entre fórmula infantil e leite materno” representa a postagem que trazia a composição de ambas e a importância do leite materno. A categoria “Propaganda de fórmula infantil em farmácia” representa os anúncios de promoção de fórmula em perfis de redes de farmácia, utilizando a imagem de uma lata como demonstração do anúncio. A categoria “diferença entre os tipos de leite (leite em pó, fórmula infantil e composto lácteo)” representam as postagens que demonstrava a composição de presente em cada tipo de leite. A categoria “dificuldade de digestão da fórmula infantil” representa as postagens que trazia a capacidade gástrica do bebê comparado com a composição da fórmula infantil, gerando uma maior dificuldade de digestão.

A categoria “formas de ofertar a fórmula infantil” representa as postagens que trazia as maneiras da introdução fórmula infantil e o período de consumo. A categoria “utensílio que facilitam a introdução da fórmula infantil” representa as postagens que trazia exemplos de propaganda de objetos que facilitavam a introdução de fórmula infantil.

Por conseguinte, foi realizado o mesmo processo para a #compostolacteo, com a criação de seis categorias. A categoria “comparação do composto lácteo com o leite em pó” representa as diferenças de composição de cada leite e a pequena diferença presente na rotulagem. A categoria “propaganda de composto lácteo” representa os anúncios de perfis de farmácias, utilizando as imagens do composto lácteo como anúncio de promoção do produto. A categoria “composição do Composto lácteo” representa as postagens contendo a descrição dos componentes presentes no composto lácteo e sua devida quantidade.

A categoria “comparação entre composto lácteo e fórmula infantil” representa as postagens que descreviam a diferença presente entre os dois tipos, e a pequena diferença entre as duas rotulagens. A categoria “crítica sobre o composto lácteo” representa postagens que descrevem a composição presente no composto lácteo, demonstrando que o produto não se trata de uma espécie de leite, mas sim de um conjunto de ingredientes se tratando de um alimento ultra processado. A categoria “comparação entre os três tipos de leite (leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil)” representa as postagens que descrevia a composição de cada leite, suas diferenças presentes na quantidade de ingrediente e no tipo de ingrediente presente na sua composição, às pequenas diferenças presentes na rotulagem de cada embalagem.

RESULTADOS

As imagens e vídeos com idiomas estrangeiros, postagens duplicadas, postagens não encontradas e postagens não relacionadas à fórmula infantil foram excluídas da análise. Foram excluídas 126 imagens da #formulainfantil, sendo que deste total, 13,5% foram em função de imagem duplicada, 15,1% de postagens não encontradas, 38,9% mensagens estrangeiras e 32,5% mensagens não relacionadas à fórmula infantil e não houve a exclusão de nenhum vídeo referente a essa hashtag. Com relação à #compostolacteo, foram excluídas 91 imagens sendo elas 59,3% imagem duplicada, 12,1% postagens não encontradas e 11,0% mensagens não relacionadas ao composto lácteo e 15 vídeos devido à duplicidade.

Para a #formulainfantil foram identificadas 113 imagens e 17 vídeos analisados, com 236 comentários e 5156 curtidas referentes às imagens e 45 comentários e 125 curtidas aos vídeos. Para a #compostolacteo foram analisados 60 imagens e 15 vídeos, com 223 comentários e 5221 curtidas correspondendo às imagens e 78 comentários e 0 curtida para os vídeos.

Desta forma, das 113 postagens de imagens referentes à #formulainfantil houve perda de 51 postagens, permanecendo 62 postagens dessa hashtag. Já da #compostolacteo houve a perda de 35 postagens de imagens, permanecendo na pesquisa 25 postagens.

TABELA 1

Na Tabela 1 estão descritas as principais características analisadas nas postagens. Observa-se que o maior número de imagens e vídeos em ambas as hashtags foram feitas em perfis profissionais e houve predomínio de imagens e vídeos com pessoas de pele branca nas duas hashtag. Em relação à faixa etária, houve maior presença de bebês nas publicações que continham fórmula infantil. No que concerne ao conteúdo principal das publicações, se observou um maior número de propagandas de vendas de fórmulas infantis. Além disso, quando se trata das imagens presentes nas postagens, foi notada uma forte presença de embalagens de composto e fórmula, enquanto que se observou em maior quantidade imagens de mães durante a alimentação de bebês. É perceptível o grande número de publicações cuja mensagem principal contém críticas sobre o uso de fórmula infantil e composto lácteo e a comparação entre eles e leite em pó. Por fim, com relação aos perfis na rede social que realizaram as postagens, é perceptível a prevalência de contas de categoria profissional em detrimento daquelas comerciais ou pessoais.

Quadro 1

No quadro 1 descreve-se as categorias temáticas criadas a partir da análise das postagens referentes as #formulainfantil e #compostolacteo, as quais tornaram possível a observação dos principais conteúdos presentes nas postagens, o que posteriormente resultou nos dados da tabela 3.

TABELA 2

Na Tabela 2 descreve-se as principais categorias temáticas criadas a partir das imagens presentes na #formulainfantil, na qual foi possível observar que a categoria que tiveram maior frequência de imagens foi “Crítica sobre o consumo de fórmula infantil” (20,9%), sendo seguida por “Diferença dos tipos de leite” (17,1%), “Propaganda de fórmula infantil” (14,5%) e “Doação de fórmula infantil” (12,9%). A Tabela também traz as principais categorias temáticas criadas a partir da análise das imagens postados na #compostolacteo. A categoria que teve a maior número de imagens foi “Comparação entre leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil”, com 11 imagens (50% do total das imagens analisadas), sendo seguida por “Comparação de composto Lácteo e leite em pó” tendo 4 imagens (18,1%).

TABELA 3

Na tabela 3 estão descritos exemplos das mensagens vinculadas às imagens da #formulainfantil e da #compostolacteo para cada categoria temática. Pelos exemplos foi possível identificar marketing digital especialmente incentivando o uso desses produtos..

DISCUSSÃO

As hashtags fórmula infantil e composto lácteo apresentaram ampla variedade de postagens, mas houve maior frequência de postagens com críticas sobre o uso de ambos os produtos, propagandas desses produtos e a comparação entre fórmula infantil, composto lácteo e leite em pó. Nesse estudo foi encontrado maior número de imagens relacionadas à #formulainfantil quando comparada a #compostolacteo, no entanto, o número de curtidas e comentários se manteve similar. Quando comparamos os vídeos relacionados a essas hashtags foi possível observar uma similaridade na quantidade de publicações, porém vídeos com #compostolacteo tiveram maior número de comentários.

A #formulainfantil possivelmente apresentou um maior número de imagens, vídeos e curtidas por ser um produto prescrito por pediatras, especialmente para crianças menores de um ano. Possíveis fatores que poderiam explicar a busca por fórmula infantil e maior frequência de postagens com essa hashtags seriam: a inserção da mulher no mercado de trabalho, o uso de bicos artificiais e a falta de apoio ao aleitamento materno após saída da maternidade, gerando uma introdução antecipada da fórmula infantil.² Diante disso, a plataforma digital Instagram se torna um recurso de propagação e apoio a mães que passam por essas situações.¹²

Já o composto lácteo é destinado à alimentação de crianças entre um a três anos de vida. Fatores como consumo inadequado de açúcares de adição, presença de aditivos alimentares e

tendência ao atraso na introdução de comidas sólidas podem ser riscos advindos do consumo desses compostos.¹³ Esse produto tem sido prescrito por profissionais da saúde como uma forma de complementar a alimentação da criança. Possivelmente, o menor número de imagens, vídeos e curtidas para a #compostolacteo se deve ao fato de ser um produto relativamente novo, em comparação com a fórmula infantil.

Ao analisar as postagens com #formulainfantil observou-se maior exploração de recursos como fotos de bebês, crianças, mulheres, latas de fórmulas e atividades desde a mãe alimentando seu filho, até a própria propaganda comercial dos produtos. Já postagens com #compostolacteo foram realizadas principalmente em perfis de profissionais da saúde, fato que pode estar relacionada às críticas voltadas para o uso desse produto, como a semelhança da embalagem que pode ser facilmente confundida e o fato de serem fórmulas ultra processadas e não leite como é divulgado.

Em alguns casos, a prática do aleitamento materno não é possível ou não é desejável pela mãe, o que aumenta a procura por substitutivos para suprir a necessidade do bebê. A fórmula infantil favorece o suprimento de alguns nutrientes necessários nessa faixa etária, no entanto, seu uso é indicado em casos de real necessidade.¹⁴ Em contrapartida, o composto lácteo se torna um reforço alimentar para crianças em uma maior faixa etária, por não exigir habilidades em seu preparo se torna de fácil manuseio, porém pode desestimular o consumo de alimentos variados.¹³

Para melhor configuração das postagens pesquisadas, foram criadas diferentes categorias temáticas considerando os principais assuntos abordados nas postagens. Nas postagens sobre fórmula infantil, as categorias mais frequentes foram: “Críticas sobre o consumo de fórmula infantil”; “Diferenças entre leite pó, fórmula infantil e composto lácteo”; “Propaganda de fórmula infantil em farmácia” e “Doação de fórmula infantil”.

Atualmente com a diversidade de produtos no mercado, alguns autores relatam críticas sobre o real benefício desses produtos para saúde infantil, visto que o leite materno por si só tem o papel de suprir as necessidades da criança até os seis meses de vida. Mães e profissionais da saúde que defendem essa causa, usam o marketing digital como forma de persuadir o público sobre o consumo da fórmula infantil.¹⁵ Mesmo com tantos recursos digitais, ainda há o desconhecimento da diferença entre os produtos que existem no mercado. Postagens desse tipo facilitam o entendimento por parte da população e ainda auxilia as empresas nas divulgações e propagandas dos produtos.⁹ Postagens de doações sobre essas mercadorias podem ser explicadas pelas redes de apoio às mães que não podem amamentar seus filhos e não tem condição de arcar com os custos de adquirir esses itens, como nos casos de mães HIV positivas. Na maioria dos casos, instituições de apoio são responsáveis pela distribuição desses produtos.¹⁶

Com relação às postagens sobre composto lácteo, destacou-se a categoria “Comparação entre leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil” no qual foi possível observar postagens com conteúdo sobre comparação e propaganda dos diferentes produtos existentes no mercado. Devido à grande similaridade das embalagens, há confusão por parte dos consumidores sobre a real diferença de cada

produto. Neste caso, as postagens encontradas envolviam descrição sobre cada tipo de produto, delimitando a composição de cada um e também conteúdos de críticas sobre os reais benefícios de cada mercadoria. De acordo com cada categoria, frases com pedido de patrocínio, aconselhando outras mães ou até frases mais pejorativas sobre as críticas ganharam destaque nas publicações.

Como principal ponto positivo desse estudo, identificamos seu ineditismo. A análise do conteúdo do que é postado nas redes sociais é pouco explorado, especialmente pelo uso das redes sociais para esse fim ser relativamente recente. Destacamos algumas limitações principais. Inicialmente, foi feita uma avaliação quantitativa das hashtags o qual foi possível analisar as características principais das postagens e posteriormente uma avaliação qualitativa, que acarretou em perdas de algumas postagens em função de um lapso temporal e exclusão das postagens pela plataforma ou pelo usuário. Outra limitação observada foi o uso de somente duas hashtags no estudo, a ampliação dessas variáveis traria uma maior abrangência do conteúdo dessas postagens, no entanto, necessitaríamos de um período maior para análises.

A escolha do mês de agosto para a avaliação dessas postagens, também é um fator limitante para a pesquisa, visto que durante todo o ano há conteúdos relacionados à fórmula infantil e composto lácteo na rede social Instagram, porém, a escolha desse mês específico foi feita com o objetivo de atingir a verificação do número de postagens apesar de ser o mês de comemoração da amamentação.

CONCLUSÃO

Concluimos que apesar do mês de agosto comemorar o mês de apoio à amamentação, houve também a presença de postagens envolvendo as #fórmula infantil e #compostolácteo. Na #fórmula infantil as maiores prevalências foram de postagens com conteúdos voltados para crítica sobre o consumo de fórmula infantil, diferença entre o leite em pó, fórmula infantil e composto lácteo e propaganda de fórmula infantil em farmácia. Na #compostolácteo houve maior predominância em postagens com conteúdo voltado para a comparação entre composto lácteo e leite em pó e comparação entre leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil. Futuros estudos são necessários para explorar mais como essas mensagens podem influenciar as decisões maternas e quais as estratégias poderiam ser utilizadas para minimizar a exposição dos produtos que possam competir com o aleitamento materno.

REFERÊNCIAS

1. Pivetta, H. M. F., Braz, M. M., Pozzebon, N. M., Freire, A. B., Real, A. A., Cocco, V. M., et al. Prevalência de aleitamento materno e fatores associados: uma revisão de literatura. *Revista De Ciências Médicas E Biológicas*, 2018.17(1), 95–101. <https://doi.org/10.9771/cmbio.v17i1.12783>.
2. ROLLINS, Nigel C; BHANDARI, Nita; HAJEEBHOY, Nemat; HORTON, Susan; LUTTER, Chessa K; MARTINES, Jose C., et al. Why invest, and what it will take to improve

- breastfeeding practices? **The Lancet**, 2016. 387(10017), 491-504., [http://dx.doi.org/10.1016/s0140-6736\(15\)01044-2](http://dx.doi.org/10.1016/s0140-6736(15)01044-2).
3. MARTIN, C. R.; LING, P. R.; BLACKBURN, G. L. Review of Infant Feeding: Key Features of Breast Milk and Infant Formula. **Nutrients**, 8, 279. 2016.
 4. MARCON, A.R .; BIEBER, M; AZAD,M. B. Protecting, promoting, and supporting breastfeeding on Instagram. **Maternal e Child Nutrition**,2019 15(1), 12658..
 5. MORAIS, N.S.D; BRITO, M.L.A. Marketing digital através da ferramenta instagram. **E-Acadêmica**, 2020 1 (1), 1-5.
 6. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE E FUNDO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A INFÂNCIA. (ed.). **How the marketing of formula milk influences our decisions on infant feeding**. [S.L]: Unicef, 2022. 32 p. (ISBN:978-92-4-004460-9). Disponível em: <https://www.who.int/publications/i/item/9789240044609>. Acesso em: 14 mar. 2022.
 7. L. Manovich, “Instagram and Contemporary Image,” *Redes Sociais*,2017. 148.
 8. ABRANTES, V.R.S; TABAI, K.C. Fórmulas para o público infantil: A promoção comercial nas rotulagens de fórmulas infantis e sua adequação com a legislação vigente. **Oikos: Revista Brasileira de Economia Doméstica**, 2013, 24(1), 21-37.
 9. CRUZ, Cleide Ane Barbosa; SILVA,Lângesson Lopes. Marketing digital: Marketing para o novo milênio. *Revista Científica do ITPAC*, 2014, 17(2), 1-7.
 10. BENASSI, Maristela de Marchi *et al.* **Monitoramento da NBCAL 2020**: monitoramento nacional da nbcal, lei n. 11.265/06 e decreto n. 9579/18. MONITORAMENTO NACIONAL DA NBCAL, LEI N. 11.265/06 E DECRETO N. 9579/18. 2020. Disponível em: https://drive.google.com/file/d/1Fg-illEhNulR18sooLz7V_t3EYJzoZwaS/view. Acesso em: 17 mar. 2022.
 11. BRASIL. Decreto nº9579/2018, de 22 de novembro de 2018. Consolida atos normativos editados pelo Poder Executivo federal que dispõem sobre a temática do lactente, da criança e do adolescente e do aprendiz, e sobre o Conselho Nacional dos Direitos da Criança e do Adolescente, o Fundo Nacional para a Criança e o Adolescente e os programas federais da criança e do adolescente, e dá outras providências. *Diário oficial da união*. 23 nov.2018; edição:225; seção 1. Pag.49.
 12. ARAGÃO, F. B. P.; FARIAS, F. G.; MOTA, M. de O.; FREITAS, A. A. F. Curtiu, comentou, comprou. A mídia social digital Instagram e o consumo (Likes, commented on, purchased. Social media digital instagram and consumption). **Revista Ciências Administrativas** 2016. 22(1), 130. DOI: 10.5020/2318-0722.2016.v22n1p130.
 13. COSTA, Luhana Karoliny Oliveira; QUEIROZ, Lorena Lauren Chaves; QUEIROZ, Rafaelle Cristina Cruz da Silva; RIBEIRO, Thatiana Silvestre Fernandes; FONSECA, Maíse do Socorro Santos. Importância do aleitamento materno exclusivo: Revisão sistemática da literatura. **Revista Ciência Saúde**, 2013, 15(1) 39-46.
 14. RODRIGUES, Samara Katiane Cabral de Moura; CASAES, Roberta Soares; TANCREDI, Rinaldini Coralini Philippo. Aleitamento materno frente a segurança alimentar e nutricional no

uso das formulas infantis para lactentes. **Revista de Alimentação, Nutrição e Saúde**, 2021 3(2), 28-32.

15. TOMA, Tereza Setsuko; REA, Marina Ferreira. Benefícios da amamentação para a saúde da mulher e da criança: um ensaio sobre as evidências. **Cadernos de Saúde Pública**, 2008. 24(2) 235-246.
16. AIRES, Ana Paula Pontes *et al.* A implementação do programa de distribuição de fórmula infantil para crianças nascidas de mães HIV positivas no Município de Porto Alegre/RS. **Revista da Amrigs**, 2015.59(3) 160-168.

QUADRO

Quadro 1. Categorias temáticas e conteúdos correspondentes às #formulainfantil e #compostolacteo. Instagram, Agosto-2020.

Fórmula Infantil		Composto Lácteo	
Categoria temática	Conteúdo	Categoria temática	Conteúdo
Doação de fórmula infantil	Postagens e anúncios de ONGs com ofertas de doações de fórmula infantil	Comparação do composto lácteo com o leite em pó	Diferenças de composição de cada leite e a pequena diferença presente na rotulagem.
desestimulo ao aleitamento materno com uso de fórmula infantil	Ciclos presentes no “efeito bola de neve”, os malefícios do uso de fórmula durante a amamentação.	Propaganda de composto lácteo	Anúncios de promoção de composto em perfis de redes de farmácia, utilizando a imagem de uma lata como demonstração do anúncio.
Comparação entre fórmula infantil e leite materno	Composição da fórmula infantil e do leite materno, e a importância do leite materno.	Composição do composto lácteo	Descrição dos componentes presentes no composto lácteo e sua devida quantidade
Propaganda de fórmula infantil em farmácia	Anúncios de promoção de fórmula em perfis de redes de farmácia,	Comparação entre composto lácteo e fórmula infantil	Diferenças presentes entre composto lácteo e fórmula infantil, e a

	utilizando a imagem de uma lata como demonstração do anúncio		pequena diferença entre as duas rotulagens
Diferença entre os tipos de leite (leite em pó, fórmula infantil e composto lácteo)	Composição de presente em cada tipo de leite (leite em pó, fórmula infantil e composto lácteo)	Crítica sobre o composto lácteo	Composição presente no composto lácteo, motivo do produto não se tratar de uma espécie de leite, mas sim de um conjunto de ingredientes se tratando de um alimento ultra processado.
Dificuldade de digestão da fórmula infantil	Capacidade gástrica do bebê comparado com a composição da fórmula infantil, gerando uma maior dificuldade de digestão.	Comparação entre os três tipos de leite (leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil)	Descrição da composição de cada leite, suas diferenças presentes na quantidade de ingrediente e no tipo de ingrediente presente na sua composição, às pequenas diferenças presentes na rotulagem de cada embalagem.
Formas de ofertar a fórmula infantil	Maneiras da introdução fórmula infantil e o período de consumo		
Utensílios que facilitam a introdução da fórmula infantil	Traz exemplos de propaganda de objetos que facilitavam a introdução de fórmula infantil.		

TABELAS

Tabela 1. Descrição das características presente nas postagens com imagens e vídeos correspondidos a #formulainfantil e #compostolacteo. Instagram, Agosto, 2020.

Hashtags	#Fórmula infantil		#Composto lacteo	
	Imagens	Vídeos	Imagens	Vídeos
	n (%)			
Perfil (IG)	n=113	n=17	n=60	n=15
Comercial	33 (30,2)	4 (23,5)	17 (28,3)	2 (13,3)
Categoria profissional	56 (49,5)	9 (52,9)	40 (66,6)	9 (60)
Pessoal	24 (21,2)	4 (23,5)	3 (5)	4 (26,6)
Imagem	n=42	n=11	n=11	n=14
Bebês	30 (71,4)	4 (36,3)	4 (36,3)	
Criança	2 (4,7)		2 (18,1)	1 (71,1)
Mulher	10 (23,8)	5 (45,4)	5 (45,4)	12 (85,7)
Homem		3 (27,2)		1 (7,1)
Etnia	n=42	n=12	n=11	n=15
Branca	34 (80)	9 (75)	11 (100)	11 (73,3)
Pardo	5 (11,9)	2 (16,6)		1 (6,6)
Preta	3 (7,1)	1 (8,3)		2 (13,3)
Oriental				
Atividade	n=50	n=5	n=14	
Mãe alimentando o filho (a) com fórmula infantil ou Composto lácteo	9 (18)		2 (14,2)	
Pai alimentando o filho (a) com fórmula infantil ou Composto lácteo	1 (2)			
Criança com fórmula infantil ou composto lácteo	15 (30)	3 (60)	2 (14,2)	
Propaganda de fórmula infantil ou composto lácteo	25 (50)	2 (40)	10 (71,4)	
Marcas mais consumidas nas publicações				
Faixa etária do consumo da fórmula infantil ou composto lácteo	n=113	n=17	n=60	n=15
Bebês	109 (96,4)	10 (58,8)		
Crianças	4 (3,5)	7 (41,1)	60 (100)	15 (100)
Objetos	n=80	n=8	n=47	n=3
Tipos de leite	21 (26,2)		24 (51)	2 (66,6)
Lata de fórmula infantil ou composto lácteo	27 (33,7)	5 (62,5)	13 (27,6)	1 (33,3)
Mamadeira	17 (21,2)	2 (25)	2 (4,2)	
Medidor de leite com mamadeira	10 (12,5)		2 (4,2)	
Bico	1 (1,2)			
Outros	4 (5)	1 (12,5)	6 (12,7)	
Mensagem na imagem	n=113	n=17	n=60	n=15
Texto informativo e educacional	27 (23,8)	7 (41,1)	11 (18,3)	4 (26,6)
Experiências e opiniões sobre a fórmula láctea e composto lácteo	13 (11,5)	3 (17,6)	1 (1,6)	1 (6,6)
Meme ou figurinha	1 (0,8)	1 (5,8)	1 (1,6)	
Críticas sobre fórmula infantil	15 (13,2)	1 (5,8)		

Comparação entre fórmula infantil e amamentação	5 (4,4)			
Comparação entre os tipos de leite e os compostos lácteos	25 (22,2)	1 (5,8)	25 (41,6)	7 (46,6)
Críticas sobre o uso de composto lácteo			21 (35)	2 (13,6)
Outros	26 (23)	4 (23,5)	1 (1,6)	1 (6,6)
Perfil social das marcas	1 (0,8)			

Tabela 2. Frequência absoluta e relativa das categorias temáticas criadas a partir das #formulainfantil e #compostolacteo. Instagram, Agosto-2020.

Conteúdo (fórmula infantil) (n=62)	Frequência absoluta	Frequência relativa (%)
Comemoração de mêsversário com uso de fórmula	3	4,8
Relato de mães que não conseguiram amamentar, apoiando as mães que vivem na mesma situação.	3	4,8
Crítica sobre o consumo de fórmula infantil	13	20
Introdução de fórmula Infantil	3	4
Doação de fórmula infantil	8	12,9
Desestímulo ao aleitamento materno com uso de fórmula infantil	2	3,2
Comparação entre fórmula infantil e leite materno	2	3,2
Propaganda de fórmula infantil em farmácia	9	14,5
Diferença entre o leite em pó, fórmula infantil e composto lácteo	11	17,1
Dificuldade de digestão da fórmula infantil	3	4,8
Formas de ofertar a fórmula	2	3,2
Utensílios que facilitam a introdução da fórmula infantil	3	4,8
Conteúdo (composto lácteo) (n=25)		
Comparação de composto Lácteo e leite em pó	4	18,1
Propaganda de composto lácteo	3	13,6
Composição do composto lácteo	3	13,6
Comparação ente composto lácteo e fórmula infantil	3	13,6
Crítica sobre o composto lácteo	1	4,5
Comparação entre leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil	11	50

Tabela 3. Exemplos e endereços das postagens segundo conteúdo vinculados às imagens referentes à hashtag “fórmula infantil” e “composto lácteo”. Instagram, Agosto, 2020.

#formulainfantil		#compostolacteo	
Categoria Temática	Mensagens nas postagens	Categoria Temática	Mensagens nas postagens
Comemoração de mêsversário com uso de fórmula.	“Me patrocina Danone.” “Meu bebê ta crescendo. Dando início a segunda fase do leite” “Sendo assim cada mãe amamenta do jeito que pode.”	Comparação de composto Lácteo e leite em pó	“Composto lácteo não é leite em pó.” “Parece leite, mas não é.” “Composto lácteo não é leite e não é um alimento adequado para crianças.”
Relato de mães que não conseguiram	“Não se sinta menores ou piores mães por não	Propaganda de composto lácteo	“Tá rolando promo na Drogamais Prado, vem

amamentar, apoiando as mães que vivem na mesma situação.	- consequirem amamentar.” “Não me sinto menos mãe por dar fórmula ao contrário me sinto muito guerreira por sempre buscar dar o melhor para o meu filho.” “Acredite Você não é menos mãe .você é uma mãe incrível .você é uma supermãe .você é a melhor mãe que seu filho precisa.”		aproveitar!” “O desconto aparece no final da compra no carrinho, quando adiciona 3 unidades.” “Voltouuuu sai R\$30,14 (cada)!! □ FRETE GRÁTIS PRIME.”
Crítica sobre o consumo de fórmula infantil	“Fórmula infantil na primeira semana vida aumenta o risco de alergia.” “Confie no seu potencial não existe leite fraco.” “As fontes de macronutrientes presente na fórmula infantil é inferior ao do leite materno.”	Composição do composto lácteo	“Ele é um produto que pela legislação deve conter 51% de leite e os outros 49% podem ser qualquer coisa.” “Não se deixe enganar, ele não pode substituir nem o leite materno, nem a fórmula infantil.” “É um alimento ultraprocessado, contém açúcar, gorduras, amido, aditivos.”
Introdução de fórmula Infantil	“Na ausência ou na impossibilidade do leite materno, as fórmulas infantis são indicadas para os lactentes com até 1 ano de idade incompleto.” “A fórmula infantil tem sua composição adaptada para que possa ser ofertada aos bebezinhos.” “Você já se perguntou por que chamamos o leite artificial de fórmula?”	Comparação ente composto lácteo e fórmula	“Você consegue perceber a diferença entre FÓRMULAS e COMPOSTO LÁCTEO? São parecidos, não é mesmo?” “Fórmula infantil X Composto lácteo, informações para refletir.” “A fórmula é um leite de vaca modificado com ajustes adequados, já o composto lácteo é um produto ultraprocessado.”.
Doação de fórmula infantil	“Você conhece alguém que toma algum desse leite?” “Você sabia que o SUS oferece fórmula infantil?” “Temos leite Aptamil pra doação.”	Crítica sobre o composto lácteo	“Composto lácteo não é leite e não deve ser oferecido para o seu bebê!” “A composição do Composto é a presença do leite de vaca mais outros acréscimos maléficos ao bebê.” “A indústria quer te

			enganar.” •
Desestímulo ao aleitamento materno com uso de fórmula infantil	• “O início se dá muitas das vezes pela a insegurança materna em relação a sua produção.” • “Meu leite está secando, como eu faço para voltar a amamentar exclusivamente?”	Comparação entre leite em pó, composto lácteo e fórmula infantil	• “Muitas pessoas se confundem na hora de comprar, pelas embalagens parecidas.” • “Você sabe o que tem na mamadeira do seu filho?” • “As embalagens parecidas são chamadas de "cross-promotion" ("propaganda cruzada”).”
Comparação entre fórmula infantil e leite materno	• “Fórmula infantil x leite materno. • Você acha que aquela fórmula infantil cara é melhor que o leite materno?”	Comparação de composto Lácteo e leite em pó	• “Composto lácteo não é leite em pó.” • “Parece leite, mas não é.” • “Composto lácteo não é leite e não é um alimento adequado para crianças.” •
Propaganda de fórmula infantil em farmácia	• “Super oferta, aptamil a a partir de R\$ 32,66.” • “Consulte nossos preços especiais.” • “Para meu paladar, meu gosto, minha memória afetiva de infância... eu adorei!”	Propaganda de composto lácteo	• “Tá rolando promo na Drogamais Prado, vem aproveitar!” • “O desconto aparece no final da compra no carrinho, quando adiciona 3 unidades.” • “Voltouuuu sai R\$30,14 (cada)!! □ FRETE GRÁTIS PRIME.”
Diferença entre o leite em pó, fórmula infantil e composto lácteo	• Ler o rótulo é muito importante antes de comprar um alimento, devido a diferença na composição.” • “Fórmula infantil: É um leite de vaca modificado, recomendado para bebês menores de 12 meses” • “Ele muitas vezes é colocado em uma embalagem praticamente idêntica	Composição do composto lácteo	• “Ele é um produto que pela legislação deve conter 51% de leite e os outros 49% podem ser qualquer coisa.” • “Não se deixe enganar, ele não pode substituir nem o leite materno, nem a fórmula infantil.” • “É um alimento ultraprocessado, contém açúcar, gorduras, amido, aditivos.” •
Dificuldade de digestão da fórmula infantil	• “A maioria das fórmulas são feitas a partir do leite de vaca e geralmente levam tempo para o estômago dos bebês se ajustar à digestão.” • “Tempo de esvaziamento gástrico: 48 min leite	Comparação ente composto lácteo e fórmula	• “Você consegue perceber a diferença entre FÓRMULAS e COMPOSTO LÁCTEO? São parecidos, não é mesmo?” • “Fórmula infantil X

	materno e 78 min fórmula infantil.” • “Capacidade gástrica do recém-nascido é de 5 a 7ml, recomendação da fórmula infantil é de 30 ml.”		Composto lácteo, informações para refletir.” • “A fórmula é um leite de vaca modificado com ajustes adequados, já o composto lácteo é um produto ultraprocessado.”. •
Formas de ofertar a “fórmula infantil”	• “Pode ser ofertado através da colher dosadora e do copinho do bebê.” • “Manter a fórmula infantil e o seguimento até dois anos.” • “O cálculo da quantidade de fórmula deve ser baseado em alguns fatores, como: peso, estado nutricional, fracionamento, capacidade gástrica, presença de doenças, prematuridade, presença de aleitamento”	Crítica sobre o composto lácteo	• “Composto lácteo não é leite e não deve ser oferecido para o seu bebê!” • “A composição do Composto é a presença do leite de vaca mais outros acréscimos maléficos ao bebê.” • “A indústria quer te enganar.” •
Utensílios que facilitam a introdução da fórmula infantil	• “Reduz a ingestão de ar, evita a formação de bolhas e promove uma alimentação contínua.” • “Mamadeira pétala, não deixe de utilizar na introdução do seu bebê.” • “Bico ortodôntico para o seu bebê.”	Comparação de composto Lácteo e leite em pó	• “Composto lácteo não é leite em pó.” • “Parece leite, mas não é.” • “Composto lácteo não é leite e não é um alimento adequado para crianças.” •