

O uso das redes sociais como ferramenta de promoção do aleitamento materno

The Use of Social Networks as a Tool for Promotion of Breastfeeding

Autores

Silvia Cristina Farias Universidade do Estado do Rio de Janeiro; Instituto de Nutrição; UERJ. Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: silviacristinafarias@gmail.com | Autora correspondente

Kamilla Carla Bertu Soares. Universidade Federal Fluminense; Faculdade de Nutrição Emília de Jesus Ferreiro. UFF. Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: kamillabertu@hotmail.com

Tayane Ventura Lins Ferreira. Universidade do Estado do Rio de Janeiro; Instituto de Nutrição; UERJ. Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: tayventura20@gmail.com

Thaiane Moulin Maia. Universidade Federal Fluminense; Hospital Universitário Antônio Pedro; UFF. Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: thaianemoulin@id.uff.br

Isabella Henrique Pascoal da Silva. Universidade do Estado do Rio de Janeiro; Faculdade de enfermagem; UERJ. Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: isabella.henrique29@gmail.com

Joyce Eduarda Campos Martins. Universidade Federal Fluminense; Faculdade de Nutrição Emília de Jesus Ferreiro; UFF.

Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: joyce_eduarda@hotmail.com

Kimberly Regina de Brito Rocha. Universidade Federal Fluminense; Faculdade de Nutrição Emília de Jesus Ferreiro; UFF.

Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: kimberly_rocha@id.uff.br

Roberta Braga Pasini Lucchetti. Universidade Federal Fluminense; Faculdade de Nutrição Emília de Jesus Ferreiro; UFF.

Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: roberta.lucchetti13@gmail.com

Caroline Lucas Contente. Universidade Veiga de Almeida; Graduação em Enfermagem. Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: karolcontente@gmail.com

Manuele dos Santos Gama. Universidade Federal Fluminense; Faculdade de Nutrição Emília de Jesus Ferreiro; UFF. Rio de Janeiro.

Brasil

E- mail: manueledsg@id.uff.br

Joana Ravizzini Pereira. Universidade Federal Fluminense; Faculdade de Nutrição Emília de Jesus Ferreiro; UFF. Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: joanaravizzini@hotmail.com

Vanessa dos Santos Chiappetta Nogueira Salgado. Universidade do Estado do Rio de Janeiro; Instituto de Nutrição; UERJ.

Rio de Janeiro. Brasil

E- mail: vanessa_chiappetta@yahoo.com.br

Recebido em: 09/11/2020 **Aprovado em:** 18/06/2021

DOI: 10.12957/interag.2021.55941

Resumo

O leite materno é o primeiro alimento que consumimos. Recomenda-se o seu consumo até os dois anos de idade ou mais, sendo exclusivamente, nos primeiros seis meses. O aleitamento materno faz bem à saúde da criança, da mulher, à promoção de vínculo afetivo entre mãe e bebê, à sociedade, à economia e ao planeta. Durante a pandemia de Covid-19, atenção especial faz-se necessário uma vez que a principal medida de prevenção é o isolamento social e unidades de saúde estão focadas no tratamento de indivíduos infectados pela Covid. Além disso, o receio de sair com os filhos é prevalente entre as mães, principalmente aquelas que se encontram no início da amamentação com crianças muito pequenas, quando as dúvidas sobre o aleitamento são mais frequentes. Sendo assim, esse texto objetiva descrever sobre o uso de ferramentas tecnológicas como ação de incentivo e apoio ao AM, mostrando do processo de elaboração até o alcance das publicações e atendimentos do Grupo Mulheres Apoiando Mulheres na Amamentação (MAMA). As ações do Grupo demonstraram-se potencializadoras das ações do Sistema Único de Saúde (SUS) e na formação de estudantes de saúde sobre o incentivo, apoio e proteção ao aleitamento.

Palavras-chave: Amamentação; Promoção da Saúde; Educação Permanente; Tecnologia de Informação e Comunicação

Área Temática: Saúde

Linha de Extensão: Segurança alimentar e nutricional; Mídia-artes; Comunicação estratégica

Abstract

Breast milk is the first food we consume. Its consumption is recommended until two years of age or more, being exclusively in the first six months. Breastfeeding is good for the health of the child, the woman, the promotion of an emotional bond between mother and baby, society, the economy and the planet. During a Covid-19 pandemic, special attention is needed since the main preventive measure is social isolation and health facilities are focused on treating diseases infected by Covid. In addition, the acceptance of going out with their children is prevalent among mothers, especially those who are classified at the beginning of breastfeeding with very young children, when doubts about breastfeeding are more frequent. Thus, this text aims to describe the use of technological tools as an action to encourage and support breastfeeding, showing the elaboration process to the reach of publications and assistance from the Women Supporting Women in Breastfeeding Group (MAMA, in portuguese). The Group's actions were shown to enhance the actions of the Unified Health System (SUS, in portuguese) and in the training of health students on the encouragement, support and protection of breastfeeding.

Keywords: Breast-feeding; Health Promotion; Permanent Education; Information and Communication Technology

Introdução

Amamentar é muito mais que nutrir uma criança. O aleitamento materno (AM) também é a forma mais natural de vínculo, afeto e proteção, constituindo uma sensível intervenção para a morbimortalidade infantil. É um processo que envolve interação profunda entre mãe e filho repercutindo no estado nutricional da criança, combatendo infecções, desenvolvendo o emocional e cognitivo, além de atuar na saúde física e psíquica da mãe e na saúde do planeta¹.

O Ministério da Saúde preconiza que o AM seja exclusivo e em livre demanda até os 6 meses de idade do bebê e continuado até os 2 anos ou mais^{1,2}. Dados do último inquérito nacional realizado pelo Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil (ENANI) em agosto de 2020 mostrou que 53% das crianças brasileiras continuam sendo amamentadas no primeiro ano de vida. Entre os menores de seis meses e os menores de quatro meses a prevalência de aleitamento materno exclusivo (AME) foi de 45,7% e 60,0%, respectivamente³. Quando se compara com dados de inquéritos nacionais anteriores observa-se melhora ao longo dos anos^{4,5}.

No Brasil existem hoje algumas medidas que têm o objetivo de melhorar a prática do AM como a licença maternidade^{6,7}, o alojamento conjunto nas maternidades⁸, os Bancos de Leite Humano (BLH)⁹, a Iniciativa Hospital Amigo da Criança¹⁰, a Norma Brasileira de Comercialização de Alimentos para Lactentes e Crianças de primeira Infância, Bicos, Chupetas e Mamadeiras - NBCAL¹¹ e a Estratégia Amamenta e Alimenta Brasil¹² que promovem, apoiam e protegem o AM. É fundamental que essas estratégias continuem sendo garantidas ou até revisadas (como o caso da necessidade do aumento da licença maternidade e paternidade a todos os trabalhadores por meio dos marcos legais) e que haja permanente capacitação de estudantes de cursos de saúde e de profissionais já formados.

Faz-se necessário também maior atenção em alguns momentos específicos como o vivenciado por todos durante o isolamento social por conta da pandemia do Covid-19 causado pelo novo coronavírus (SARS-COV-2). Os serviços de saúde encontram-se voltados para a crise atual, e muitas mulheres podem ter dificuldade e até receio de sair de suas casas para tirar suas dúvidas sobre o AM. Assim, nesse momento em que a amamentação se reafirma como prática protetora à saúde das crianças, com o objetivo de apoiar essas mulheres surgiu o grupo Mulheres Apoiando Mulheres na Amamentação (MAMA), através do uso de ferramentas digitais.

Sendo assim, esse texto objetiva descrever o uso de ferramentas tecnológicas como ação de incentivo e apoio ao AM, mostrando desde o processo de elaboração até o alcance das publicações e atendimentos do Grupo MAMA.

As tecnologias digitais como ferramentas de promoção do aleitamento materno

Segundo dados do relatório *Digital in 2019*, do site *We Are Social*, o Brasil ocupa o segundo lugar no ranking de países que mais gastam tempo por dia usando as redes sociais (3h34min/dia). Vimos durante a pandemia de Covid-19 o acentuamento dessa popularidade das redes sociais, onde o isolamento social foi identificado como a principal medida de prevenção de infecção e disseminação do vírus¹³.

As tecnologias digitais transformaram a nossa capacidade de comunicação e possibilitaram uma inovação nos modos de ensino-aprendizagem. São facilmente disponíveis e, naturalmente, contribuem para a produção colaborativa de conteúdos, uma vez que alcançam vários indivíduos ao mesmo tempo, de diferentes lugares e que partilham o interesse por determinado assunto^{14,15}.

Nossas ações de incentivo e apoio à promoção da saúde ganharam um potencializador com o uso das ferramentas digitais. E nessa linha, a promoção do AM não poderia ficar de fora. Temos visto e vivenciado esse potencial por meio das redes sociais do Grupo MAMA, formado por meio da agregação, discussões e construção coletiva de diferentes profissionais e estudantes que residem e atuam em diferentes locais do Rio de Janeiro. Este grupo tem a facilidade de se comunicar com famílias de diferentes pontos do Brasil e rapidamente sanar suas dúvidas e apoiar nas demandas do aleitamento materno, utilizando ferramentas tecnológicas para informar de forma didática e lúdica os benefícios e curiosidades relacionados a este tema.

O Grupo MAMA

O grupo MAMA começou suas atividades, em julho de 2020, a partir da realização de uma parceria entre os cursos de Nutrição e Enfermagem da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ), e de Nutrição da Universidade Federal Fluminense (UFF), da Aliança pela Alimentação Adequada e Saudável e de profissionais voluntárias dos serviços de saúde que promovem a amamentação na rede SUS do Estado do Rio de Janeiro, com apoio do Grupo Técnico Institucional de Aleitamento Materno do Estado do Rio de Janeiro (GTIAM/SESDEC/RJ).

As consultoras do MAMA, que também são docentes do Instituto de Nutrição da UERJ, da Faculdade de Enfermagem da UERJ e da Faculdade de Nutrição da UFF, envolveram seus projetos de extensão nas atividades do Grupo, potencializando assim as ações de formação do MAMA junto aos graduandos.

O MAMA, como o nome diz, é formado por mulheres: (a) consultoras, formadas em diferentes áreas da saúde (nutrição, enfermagem, fonoaudiologia e pediatria), professoras de universidades, profissionais de BLH, de outros serviços públicos de saúde etc. e; (b) apoiadoras tecnológicas, estudantes de universidades públicas e privadas do Rio de Janeiro (Figura 1). Por meio das redes sociais (Facebook® e Instagram®) oferecem orientações e apoio no período prévio a lactação, no período de aleitamento, nas dificuldades e manutenção do mesmo, assim como em intercorrências que podem dificultar o processo da amamentação, favorecendo a oferta deste precioso alimento ao bebê.

Nessas redes sociais ocorrem os atendimentos (conversas por textos, áudios ou vídeos chamados). Em dois meses de atuação, o Grupo alcançou 900 seguidores no Instagram, 180 na Página do Facebook e 127 membros no Grupo do Facebook (Figura 2).

Os atendimentos são realizados nas redes sociais por, pelo menos, uma consultora com uma apoiadora em todos os dias da semana, das 9 às 17 horas, divididas em dois turnos diários. Além dos esclarecimentos de dúvidas, nesse período realiza-se a autorização de solicitações de participação no Grupo do Facebook e a publicação de *post* sobre temas diversos. Todas as atividades (curtidas, novos seguidores, compartilhamentos, demanda das solicitações e conduta orientada) são registradas em uma planilha virtual para monitoramento dessas atividades.

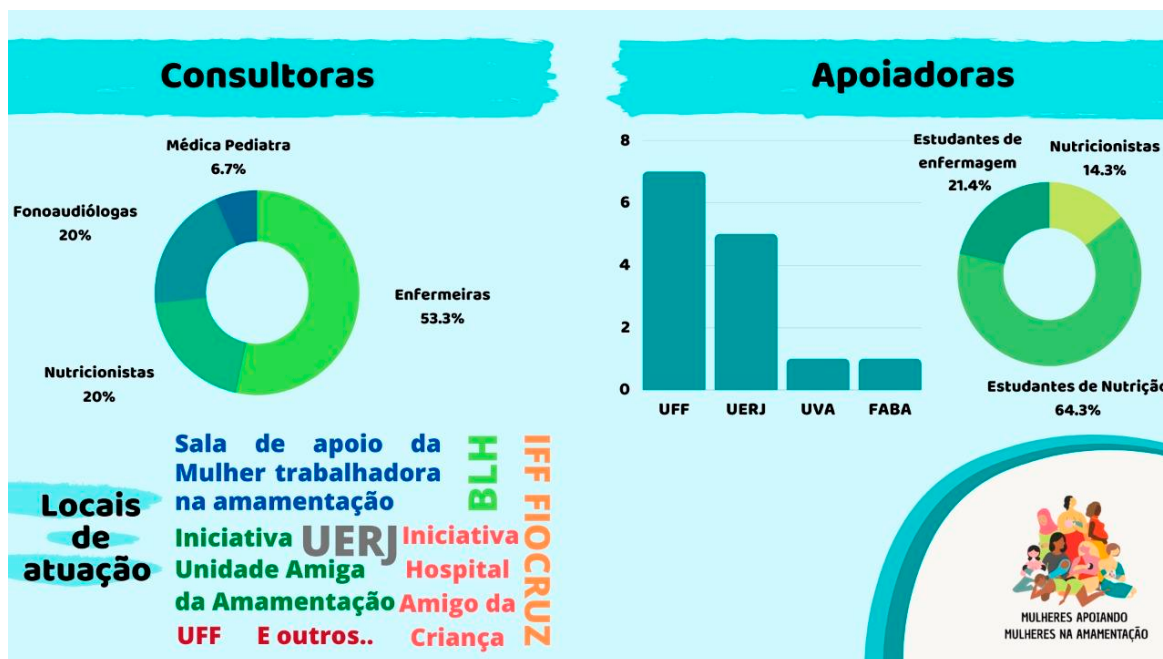


Figura 1. Descrição da formação e locais de atuação das consultoras e apoiadoras tecnológicas. Rio de Janeiro, 2020.
Fonte: autoria própria



Figura 2. Descrição da interação do Grupo MAMA nas redes sociais. Rio de Janeiro, 2020.
Fonte: autoria própria

Nos dois primeiros meses de atuação do Grupo foram disponibilizadas 35 publicações a fim de despertar o debate junto às famílias e seguidores. Por meio de texto e/ou vídeos, foram abordados temas sobre amamentação e coronavírus, benefícios da amamentação, rede de apoio etc. (Figura 3).



Figura 3. Quantitativo e exemplo de temas das publicações postadas pelo Grupo MAMA nas redes sociais nos dois primeiros meses de atuação. Rio de Janeiro, 2020.

Fonte: autoria própria

O processo de elaboração do *post* é dividido em etapas e envolve uma rica discussão e troca de aprendizagem entre consultoras e apoiadoras, em que cada uma tem a sua tarefa. Primeiro, é organizado um cronograma na semana que antecede a divulgação das publicações. Em seguida, cada apoiadora fica com uma função, como: a arte, texto da legenda e divulgação do produto elaborado nas redes etc. Após a etapa de construção deste, o material é submetido à aprovação no grupo do WhatsApp® e, só então, publicado nas redes. Todo o conteúdo dos *posts* é baseado na Política Nacional de Promoção, Proteção e Apoio ao Aleitamento Materno e Alimentação Complementar Saudável (Figura 4).



Figura 4. Exemplos de postagens publicadas nas redes sociais do Grupo MAMA. Rio de Janeiro, 2020.

Fonte: autoria própria

Os posts são publicados numa periodicidade de 3 vezes por semana, podendo variar de acordo com a demanda. Por exemplo, durante a Semana Mundial de Aleitamento Materno, foram publicados posts diariamente (Figura 5). Todo o material foi baseado na publicação da *World Alliance Breastfeeding Action (WABA)*.



Figura 5. Exemplos de postagens publicadas durante a Semana Mundial de Aleitamento Materno nas redes sociais do Grupo MAMA. Rio de Janeiro, 2020.

Fonte: autoria própria

Vale destacar que para favorecer uma melhor empatia com os seguidores, a cada começo de plantão são publicadas nos stories das redes sociais as fotos da consultora e da apoiadora com uma breve apresentação e indicação do horário que estarão disponíveis para a consultoria.

Ao longo dos dois primeiros meses de atuação do Grupo 26 mães e um pai solicitaram orientações. A comunicação foi realizada por meio de mensagens escritas, mensagens de voz ou vídeo chamadas. Quando a demanda exigia a visualização de alguma questão específica, como a análise da posição e da pega, foram utilizados vídeos oficiais do Ministério da Saúde, de Bancos de Leite Humano, do Instituto Fernandes Figueira - FIOCRUZ, PET-Saúde UERJ, WABA ou produzidos pelo próprio Grupo, bem como imagens, cartilhas e folders como materiais de apoio, sendo os mesmos encaminhados.

Ressalta-se que das 27 solicitações recebidas, 12 retornaram em outro turno ou dia (apresentando uma média de 3,2 retornos entre quem procurou novamente o Grupo de apoio, sendo 7 com nova demanda e 5 com o informe sobre o andamento da orientação, o que pode demonstrar a construção da relação de confiança das mulheres atendidas com o Grupo.

Em alguns casos, quando não é possível a orientação e total apoio à distância, a pessoa é encaminhada para o BLH da sua cidade ou algum serviço de saúde público. Tal ação é possível devido a rede de atuação das consultoras, seja na rede de BLH ou na IBFAN – Brasil.

Dentre as dúvidas e orientações mais frequentes até esse momento estão: como realizar o esvaziamento completo das mamas durante as mamadas, ingurgitamento mamário e dificuldades na pega e/ou posição, entre outras (Figura 6).

A frequência destas demandas recebidas nos indica que são dúvidas comuns entre mulheres, principalmente no período inicial da amamentação. Isto demonstra que por mais que sejam abordadas no pré-natal, ainda há necessidade de orientação no pós-parto, pois necessitam de habilidades construídas durante a prática do aleitamento. Observa-se pelos atendimentos do grupo que estas demandas, quando resolvidas, se apresentam como determinantes para o sucesso da amamentação.



Figura 6. Dúvidas e orientações mais frequentes nas demandas recebidas no Grupo MAMA. Rio de Janeiro, 2020.

Fonte: autoria própria

Considerações finais

O uso das ferramentas tecnológicas no incentivo, apoio e proteção ao AM é um potencializador na formação de estudantes da área de saúde. A participação no processo de planejamento e execução do grupo, a troca de informações entre consultoras e apoiadoras, o conhecimento das mesmas sobre a dinâmica das redes sociais, suas experiências na consultoria à amamentação e as discussões das demandas recebidas pelas famílias impactam no amadurecimento e aprendizado das futuras profissionais participantes do Grupo e na agregação de habilidades para o teleatendimento.

Além da contribuição na formação profissional, o uso destas ferramentas, por meio das redes sociais, para dar suporte e incentivo ao aleitamento materno, traz grande contribuição na promoção da saúde. Apesar do acesso à internet ainda não ser universal na nossa população, mas sua abrangência é crescente em todo país e mundo, é de fácil manejo, gratuito e as informações e orientações são repassadas didaticamente de forma individualizada e/ou coletiva, usando linguagem de fácil entendimento. Dessa forma pode

contribuir para o aumento da prevalência do aleitamento materno, redução da mortalidade infantil e ainda, desafogar o Sistema Único de Saúde (SUS).

Contribuições de todas as autoras

Concepção, redação, revisão e aprovação da versão final.

Agradecimentos

Agradecemos as profissionais de saúde, consultoras do grupo MAMA pelos ensinamentos passados e a todas as mães que nos procuraram até o momento, demonstrando confiança e permitindo o enriquecimento da nossa formação na promoção do aleitamento materno.

Referências

1. BRASIL. Ministério da Saúde. **Saúde da criança: Aleitamento Materno e Alimentação Complementar - Cadernos de Atenção Básica 23** Brasília: Ministério da Saúde; 2016.
2. BRASIL. Ministério da Saúde. **Guia Alimentar para crianças brasileiras menores de 2 anos**. Brasília: Ministério da Saúde; 2019.
3. BRASIL. 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.
4. BRASIL. Ministério da Saúde. **II Pesquisa de Prevalência de Aleitamento Materno nas Capitais Brasileiras e Distrito Federal**. Brasília: Ministério da Saúde; 2009.
5. REA, M.F. Reflexões sobre a amamentação no Brasil: de como passamos a 10 meses de duração. **Cad. Saúde Pública**, v.19, n.1, p. S37-S45, 2003.
6. BRASIL. Presidência da República. Decreto-Lei Nº 5.452, de 1º de maio de 1943. Aprova a Consolidação das Leis do Trabalho. **Diário Oficial da União**, 9 ago. 1943.
7. BRASIL. Presidência da República. Lei Nº 11.770, de 9 de setembro de 2008. Cria o Programa Empresa Cidadã, destinado à prorrogação da licença-maternidade mediante concessão de incentivo fiscal, e altera a Lei no 8.212, de 24 de julho de 1991. **Diário Oficial da União**, 10 set. 2008.
8. BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria Nº 2.068, de 21 de outubro de 2016. Institui diretrizes para a organização da atenção integral e humanizada à mulher e ao recém-nascido no Alojamento Conjunto. **Diário Oficial da União**, 22 out. 2016.
9. REDE BRASILEIRA DE BANCO DE LEITE HUMANO. **R-BLH 2020**. Disponível em: <<http://www.redeblh.fiocruz.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm?tpl=home>>. Acesso em 01 nov. 2020.
10. SANTOS, E.K.A. Implementação da Iniciativa Hospital Amigo da Criança: impacto, avanços e desafios. In: VENANCIO, S.I.; TOMA, T.S. **Promoção, Proteção e Apoio ao Aleitamento Materno: evidências científicas e experiências de implementação**. São Paulo: Instituto de Saúde, 2019. 272p.

11. TOMA, T.S.; SALVE, J.M.; MULLER, F.S. Código Internacional e NBCAL: salvaguardas para um mundo com menos pressão do marketing sobre as famílias de crianças pequenas. In: VENANCIO, S.I.; TOMA, T.S. **Promoção, Proteção e Apoio ao Aleitamento Materno: evidências científicas e experiências de implementação**. São Paulo: Instituto de Saúde, 2019. 272p.
12. BRASIL. Ministério da Saúde. **Manual de Implementação: Estratégia nacional para promoção do aleitamento materno e alimentação complementar saudável no Sistema Único de Saúde**. Brasília: Ministério da Saúde; 2015.
13. WE ARE SOCIAL [homepage na internet]. **Digital 2019: Global internet use accelerates**. Disponível em: <<https://wearesocial.com/blog/2019/01/digital-2019-global-internet-use-accelerates>>. Acesso em: 29 ago 2020.
14. PORTO C.; OLIVEIRA, K.E.; CHAGAS A. **Whatsapp e educação: entre mensagens, imagens e sons**. Salvador. EdUFBA 2017;302p.
15. NÓBREGA, V.C.F. et al. As redes sociais de apoio para o aleitamento materno: uma pesquisa-ação. **Saúde debate**, v.43, n.121, p. 429-440, 2019.