

Modelos sociais de maternidade difundidos em páginas e grupos do *Facebook* em Portugal

Filipa César* / Alexandra Oliveira* / Anne-Marie Fontaine*

* Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, Porto, Portugal

As redes sociais *online* são atualmente fontes de apoio informal importantes para as mães dada a sua acessibilidade e vasta informação sobre o cuidado da criança e o desempenho da maternidade. Este estudo pretendeu identificar o modelo de maternidade dominante atualmente em Portugal através da análise dos objetivos, das atitudes, dos sentimentos e das práticas atribuídas às mães e difundidos por grupos e páginas do *Facebook* dedicadas à maternidade. Uma pesquisa pelas palavras-chave *mãe* e *maternidade*, seguida da técnica “bola de neve”, em outubro de 2015, permitiu identificar 132 Páginas Públicas, 47 Grupos Fechados e 5 Grupos Públicos ($N=184$) portugueses, tendo sido as respetivas descrições alvo de análise de conteúdo.

Esta análise evidenciou que o modelo de maternidade veiculado pressupõe a centralidade da criança e das suas necessidades e interesses, e atribui elevados níveis de exigência ao papel de mãe. As necessidades da mulher não são mencionadas, desaparecendo atrás do papel materno. O estudo parece assim confirmar a predominância de um modelo de maternidade *intensivo* nos grupos e páginas do *Facebook* em Portugal.

Palavras-chave: Maternidade, *Facebook*, Modelos sociais.

Introdução

As redes sociais *online*, enquanto redes de apoio informal, têm-se revelado um apoio importante para as mães, quer pela sua acessibilidade e adesão fácil e generalizada, quer pela quantidade de informação de que dispõem acerca do desempenho da maternidade em função da idade da criança e das suas características (Holtz, Smock, & Reyes-Gastelum, 2015). Atualmente, o *Facebook* é a rede social *online* com maior número de aderentes em Portugal: 98% dos cibernautas portugueses têm perfil criado no *Facebook* (OBERCOM, 2014). De acordo com Neubaum e Kraemer (2015), o sentimento de “proximidade social [nas comunicações *online* é] social e psicologicamente benéfico para os indivíduos” (p. 443), sobretudo para as mães recentes, que ainda se encontram socialmente isoladas. A interação online contribui para aumentar o seu capital social, nomeadamente através do apoio emocional e da troca de informação (Drentea & Moren-Cross, 2005). Nas páginas e grupos sobre maternidade do *Facebook*, as mães procuram também partilhar experiências e dúvidas, obter apoio e conselhos sobre parentalidade, saúde, amamentação, alimentação e educação, para além de entretenimento e interação com outras mães (Kaufmann & Buckner, 2014; Neubaum & Kraemer,

Trabalho financiado pela FCT – Fundação para a Ciência e Tecnologia, através da atribuição de uma Bolsa de Doutoramento (SFRH/BD/110262/2015) à primeira autora.

A correspondência relativa a este artigo deverá ser enviada para: Filipa César, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto, Rua Alfredo Allen, 4200-135 Porto, Portugal. E-mail: filipa.cesar@gmail.com

2015), o que contribui para o seu empoderamento neste papel. Não obstante, a internet não é um ambiente ideologicamente neutro e nela são veiculados diversos valores, modelos e estereótipos, nomeadamente sobre maternidade e papéis sociais de género (Madge & Connor, 2006).

Ao longo da História, a maternidade tem sido culturalmente apropriada e prescrita, embora cada mulher possa experienciá-la de forma diferente, tendo em conta a sua história de vida, a sua posição social e a sua permeabilidade aos ditames culturais da sociedade em que vive (Birns & Hay, 1988). A maternidade tem sido culturalizada ao ponto de se considerar *natural* uma determinada forma de ser mãe e *desviantes* formas diferentes de o ser (Monteiro, 2005).

Nas últimas décadas, um modelo de maternidade *intensivo* (Elliott, Powell, & Brenton, 2015) prevaleceu nas sociedades ocidentais. Neste, uma *boa mãe* é abnegada e cabe-lhe, quer antes quer depois do nascimento, dedicar grande parte do seu tempo, energia, afeto e recursos ao cuidado, educação e estimulação cognitiva e intelectual dos filhos. De igual modo, é associado ao conceito de maternidade um intenso envolvimento afetivo entre mãe e filho justificado pelo *amor maternal*, sentimento considerado *natural* e necessário ao desenvolvimento não só da criança como da sociedade, dado que incentiva a mulher “a assumir diretamente os cuidados com a prole” (Badinter, 1986, p. 46).

Noutra perspetiva, estudos recentes questionam a imprescindibilidade da presença constante da mãe junto da criança (Milkie, Nomaguchi, & Denny, 2015) ou demonstram como e porquê as mulheres que exercem diversos papéis sociais procuram articular os seus papéis maternal e profissional de forma funcional (Alstveit, Severinsson, & Karlsen, 2011; Christopher, 2012). Tais estudos permitem admitir o surgimento, nas sociedades ocidentais, de novas formas de encarar a maternidade que se integram na chamada *maternidade extensiva* (Christopher, 2012) ou *negociada* (Badinter, 2010). Estes são modelos em que a mulher procura conciliar mais vetores de realização pessoal para além do da maternidade.

Atualmente, além do recurso clássico a especialistas (pediatras, psicólogos, educadores), as mães recorrem também a redes de apoio informal para a recolha de informação e conselhos, a fim de reduzir os seus níveis de *stress* e promover a sua qualidade de vida e bem-estar geral (Holtz et al., 2015).

A análise destes modelos é particularmente pertinente em Portugal, onde a maioria das famílias se caracteriza pelo duplo emprego, o que exige das mães a conciliação de múltiplos papéis, e, simultaneamente, pela defesa de valores extremamente tradicionais em termos familiares (Matias, Andrade, & Fontaine, 2011). As mulheres trabalhadoras sentem que o seu papel na família conflitua com o seu papel profissional, mas consideram necessária a manutenção da responsabilidade das tarefas domésticas que a divisão de papéis de género lhes atribui como forma de amenizar esse mesmo conflito (Matias et al., 2011). Num modelo *intensivo* de maternidade, associado a papéis tradicionais de género, o nascimento de uma criança pode pôr em causa o equilíbrio já alcançado pelas mulheres que exercem uma atividade profissional e levá-las a adiar os projetos de maternidade. Além disso, na experiência da maternidade pode ter efeitos nefastos no bem-estar físico e emocional das mães e no seu sentimento de autoeficácia. Já um modelo *extensivo* de maternidade, mais conciliável com outros projetos, pode libertar as mães deste excesso de atividades, tarefas e responsabilidades e ser mais recompensador a vários níveis.

É de realçar que o *Facebook* tem vindo a ganhar protagonismo no meio académico internacional, multiplicando-se os estudos sobre causas e efeitos da sua utilização e sobre a privacidade dos seus utilizadores, mas poucos são os que incidem o seu olhar na temática da maternidade. A título de exemplo, Bartholomew, Schoppe-Sullivan, Glassman, Kamp Dush e Sullivan (2012) analisaram o uso da rede social *Facebook* por mães e pais recentes numa perspetiva de aferição do seu capital social e concluíram que as mães a utilizavam mais e de forma mais intensa na transição para a maternidade; que denotavam melhor adaptação à maternidade quando os/as seus amigos/as nessa rede eram seus familiares; que a quantidade de visitas e de

gestão de conteúdos no *Facebook* por parte das mães estava diretamente relacionado com os seus níveis de stress parental.

Menos ainda são os que se dedicam a analisar os seus conteúdos de modo a evidenciar modelos sociais por estes veiculados. Kaufmann e Buckner (2014) realizaram um estudo exploratório em que compararam as descrições de 12 páginas de *Facebook* seguidas por mães com as 526 publicações efetuadas pelos administradores dessas mesmas páginas, concluindo que, embora nas descrições se apresentem as páginas como tendo objetivos de permitir conversações e discussão de temas, as publicações eram maioritariamente de cariz informativo e promocional.

Nenhum destes estudos incidiu sobre o tipo dos conteúdos nem sobre o modelo de maternidade veiculado. O caráter inovador da abordagem deste estudo está precisamente na análise de conteúdo das descrições de páginas e grupos portugueses na rede social *Facebook* criados por e para mães portuguesas com vista à identificação do modelo de maternidade nela atualmente veiculado de forma predominante. Na medida em que este modelo traduz um conjunto de expectativas sociais relativamente ao papel das mães, ele refletirá construções sociais que são amplamente partilhadas e promovidas, suscetíveis de condicionar as mães portuguesas na vivência do seu papel.

Neste sentido, o objetivo deste estudo é identificar o modelo de maternidade dominante nos discursos sobre maternidade difundidos no *Facebook*, concretamente nas descrições e publicações marcadas de páginas públicas e de grupos fechados, que poderão influenciar as expectativas das próprias, bem como a perceção da sua eficácia no desempenho da função maternal.

Método

Este estudo incidiu sobre as páginas e grupos administrados por ou dirigidos a mães portuguesas encontrados no *Facebook* e procurou cumprir os seguintes objetivos específicos: (i) identificar o modelo de maternidade predominantemente veiculado nesta rede social (*intensivo* ou *extensivo*); (ii) elencar as características do modelo identificado; (iii) identificar outros modelos de maternidade não prevaletentes e as suas características.

Amostra e procedimentos

Em outubro de 2015 realizámos uma pesquisa de páginas e grupos no *Facebook* pelas palavras-chave *mãe* e *maternidade*. De seguida, recorrendo às “Páginas sugeridas” e “Gostos desta página” que surgiram nas páginas encontradas na primeira pesquisa, chegámos, através do método “bola de neve”, a um conjunto de outros sítios. Os critérios de inclusão dos sítios no universo de análise foram tratar-se de páginas ou grupos criados e geridos por mães portuguesas e/ou para mães portuguesas. Dentro destas, foram excluídos os que tinham o propósito exclusivo de divulgação ou comercialização de eventos, produtos e/ou serviços para bebês e crianças, ou tinham um público-alvo demasiado restrito (por exemplo, grupos de mães de uma escola específica). Como o acesso à informação contida nos grupos fechados só é permitido aos seus membros, foi explicitamente solicitada a adesão em todos os grupos que, nesta primeira triagem, pareciam cumprir os critérios descritos. Cinco páginas foram eliminadas por terem estado inativas em 2015. Dois dos grupos questionaram a investigadora sobre o motivo do seu pedido de adesão e, depois de este ter sido explicitado, apenas um deles a aceitou. Com este processo chegámos a 137 Páginas Públicas (PP), cinco Grupos Públicos (GP) e 52 Grupos Fechados (GF) que cumpriam os critérios observados e que, no que concerne a estes últimos, aceitaram a adesão da investigadora, num total de 194 sítios.

Deste universo, foram recolhidas todas as descrições (um campo dedicado à explicitação da população a que o sítio se destina, das motivações que levaram à sua criação e dos objetivos

pretendidos pela página ou grupo); e, no caso dos GF, também as publicações marcadas¹ sempre que estas existiam. Cinco PP e cinco GF não continham qualquer descrição, o que reduziu o âmbito da recolha a 184 sítios (132 PP, 5 GP e 47 GF).

Uma vez obtido o corpus de análise, realizámos uma primeira leitura, “flutuante”, que nos ajudou a familiarizar com o texto, isto é, visou “estabelecer contacto com os documentos a analisar e (...) conhecer o texto deixando-se invadir por impressões e orientações” (Bardin, 1979, p. 96). Depois desta leitura, os dados foram sujeitos a uma análise da qual emergiram as categorias que viriam a organizar a informação recolhida. Desta forma, as categorias surgiram durante a análise, num processo dedutivo, no que Bardin (1979) designa de procedimento por “milha”. Assim, tendo em conta os objetivos referidos e as características do modelo *intensivo* acima descritas (Elliott et al., 2015), as categorias emergentes foram as seguintes quatro:

- *Objetivos*, referentes aos propósitos últimos do desempenho da maternidade;
- *Atitudes*, referentes à forma como a maternidade é ou deve ser desempenhada;
- *Sentimentos*, referentes à forma como a maternidade é ou deve ser experienciada emocionalmente;
- *Práticas*, referentes às tarefas comumente incluídas no ato de cuidar para suprir necessidades básicas.

A seleção destas dimensões prendeu-se com o propósito de pretendermos abranger a vivência da maternidade nos seus aspetos mais globais (*Objetivos*) e ideológicos (*Atitudes*), na sua vertente mais operacional (*Práticas*) e, paralelamente, na sua vertente emocional (*Sentimentos*).

Instrumentos

A operacionalização dos modelos de maternidade *intensivo* e *extensivo* diferirá em cada uma destas dimensões (Tabela 1). O modelo *intensivo* sugere *Objetivos* da maternidade centrados apenas na criança; *Atitudes* de dedicação quase exclusiva da mãe à criança, da sua priorização e de procura de informação no sentido de promover o seu melhor desenvolvimento e estimulação cognitiva; *Sentimentos* de amor incondicional pela criança e de realização pessoal através do desempenho da maternidade; grande afetação de recursos no que toca às *Práticas* de cuidado como a alimentação, a saúde e a segurança da criança.

Tabela 1

Operacionalização dos modelos intensivo e extensivo de maternidade

Dimensões	Modelo <i>intensivo</i>	Modelo <i>extensivo</i>
Objetivos	Centrados na criança	Partilhados entre a criança e a mãe
Atitudes	Prevalência da vinculação mãe-criança Dedicação à criança Desenvolvimento e estimulação da criança	Presença de outras figuras de vinculação Valorização simultânea de outros papéis da mulher Práticas de terciarização Partilha de responsabilidades com outros adultos cuidadores
Sentimentos	Amor maternal Realização pessoal pela maternidade	Amor maternal e amor de si próprio Realização pessoal em diversos papéis
Práticas	Afetação de recursos exclusivamente à criança	Afetação de recursos ao bem-estar da criança e da mãe

O modelo *extensivo* sugere *Objetivos* repartidos entre a criança e a mãe; *Atitudes* que consideram igualmente a integração social da mãe, na qual ela desempenha outros papéis, nomeadamente o profissional, e a sua conciliação com a maternidade; a presunção de haver outros adultos

¹ *Publicações marcadas* são mensagens colocadas por um dos administradores do sítio e que surgem sempre no topo das publicações, descrevendo, principalmente, os princípios do grupo, as regras de funcionamento ou evidenciando temas em destaque.

cuidadores, para além da mãe, que são parcialmente responsáveis pela criança; a consciência da importância do bem-estar da mãe na relação desta com a criança; a presença de realização pessoal para além do amor materno no que concerne os *Sentimentos* mencionados; afetação de recursos às necessidades básicas da criança e da mãe, cuja alimentação, saúde e bem-estar também são valorizados enquanto *Práticas*.

Os textos constituintes do corpus de análise foram copiados do *Facebook* e transcritos para documentos *Word* e, posteriormente, tratados com o *software* NVivo 10 em função das dimensões de maternidade já referidas (*Objetivos, Atitudes, Sentimentos e Práticas*) e respetiva operacionalização. Cada sítio foi codificado de acordo com a sua designação (GF, GP e PP) e numerado.

Análise de dados

A unidade de análise considerada foi a frase ou parte de frase enquanto unidade significativa, ou seja, portadora de sentido (Bardin, 1979), no caso dos *Objetivos, Atitudes e Práticas*. Já para os *Sentimentos* foi considerada a palavra como unidade de análise ou, na falta desta, a expressão sua equivalente.

Inicialmente, todos os indicadores emergentes foram elencados. A riqueza e diversidade dos resultados da análise sugeriram a organização dos indicadores para além do guião inicialmente proposto, em categorias e subcategorias.

No caso dos *Objetivos*, salientou-se a dimensão temporal dos mesmos: centrados no *Curto prazo* da infância [“o que a criança pensa, sente, aprende e decide sobre ela própria” (GF 8)], no desenvolvimento a *Médio prazo* da criança e no fortalecimento da família [“com vista ao desenvolvimento de crianças seguras, alegres e empáticas” (GF 10); “favorecendo a formação e a preservação da família” (PP 50)] ou, a *Longo prazo*, *Objetivos* quer coletivos [“Para um futuro de sustentabilidade.” (GF 14)] quer individuais [“o que (a criança) quer fazer no futuro para sobreviver e desenvolver-se.” (GF 8)].

As *Atitudes* foram a dimensão mais referida e, por isso, mais diversificada em termos de indicadores. As *Vivências da maternidade* foram agrupadas e divididas em subcategorias onde se incluíram a *Interação com a criança* [“o respeito mútuo e a educação emocional são a melhor abordagem para orientar e viver com as crianças” (GF 10)], o *Desempenho* da maternidade [“Para todas as mães que querem dar tudo aos filhos” (GF 50)], o seu *Significado* [“criar um filho é uma aventura” (PP 25)] e as *Preocupações* associadas [“tudo o que envolve a vida escolar dos nossos filhos.” (GF 40)].

Para além das *Vivências da maternidade* e em alternativa à valorização da criança, foram identificadas *Outras* subcategorias de *Valorização da família* [“Procurar o equilíbrio na vida familiar” (GF 42)] e da mulher para além da mãe [“Como mães, não nos podemos esquecer que também somos mulheres, e como tal aqui também se destina a trocar ideias, dicas de beleza & moda.” (GF 12)]. A maternidade a tempo inteiro [“Mãe de dois a tempo inteiro, dona de casa desenrascada nas horas vagas” (PP 10)] e a sua conjugação com o emprego [“ser as duas coisas pode ser simplesmente alucinante.” (PP 24)] foram também identificadas e consideradas como indicadores de *Tipos de maternidade*.

Os *Sentimentos* identificados foram divididos em *Positivos* e *Negativos*. A unidade de análise aqui utilizada foi preferencialmente a palavra, com algumas exceções em que foi necessário recorrer a conjuntos de palavras ou frases. No âmbito dos *Sentimentos Positivos*, no indicador Confiança foi também incluída a palavra “certeza”, assim como as frases “Não sou a melhor mãe do mundo. Mas sou a melhor mãe que a minha filha pode ter!” (PP 76). No indicador Carinho foi incluída a expressão “contacto afetivo”, e no indicador Compreensão foi considerada a frase “Porque só quem está é que percebe o que se passa dentro de nós.” (GF 31). De igual modo, nos *Sentimentos Negativos* o indicador Medo incluiu a palavra “receio”.

No caso das *Práticas*, não se procedeu a qualquer categorização para além da oferecida pelos indicadores.

Resultados

Analizadas as descrições e publicações marcadas no respeitante às dimensões referidas, foram identificadas no total 273 referências aos vários indicadores no *corpus* de análise. As *Atitudes* face à maternidade estão maioritariamente presentes nos textos recolhidos (55% do total das 273 referências), seguidas dos *Sentimentos* (19%), das *Práticas* (18%) e, de forma quase residual, dos *Objetivos* da mesma (8%) (Figura 1).

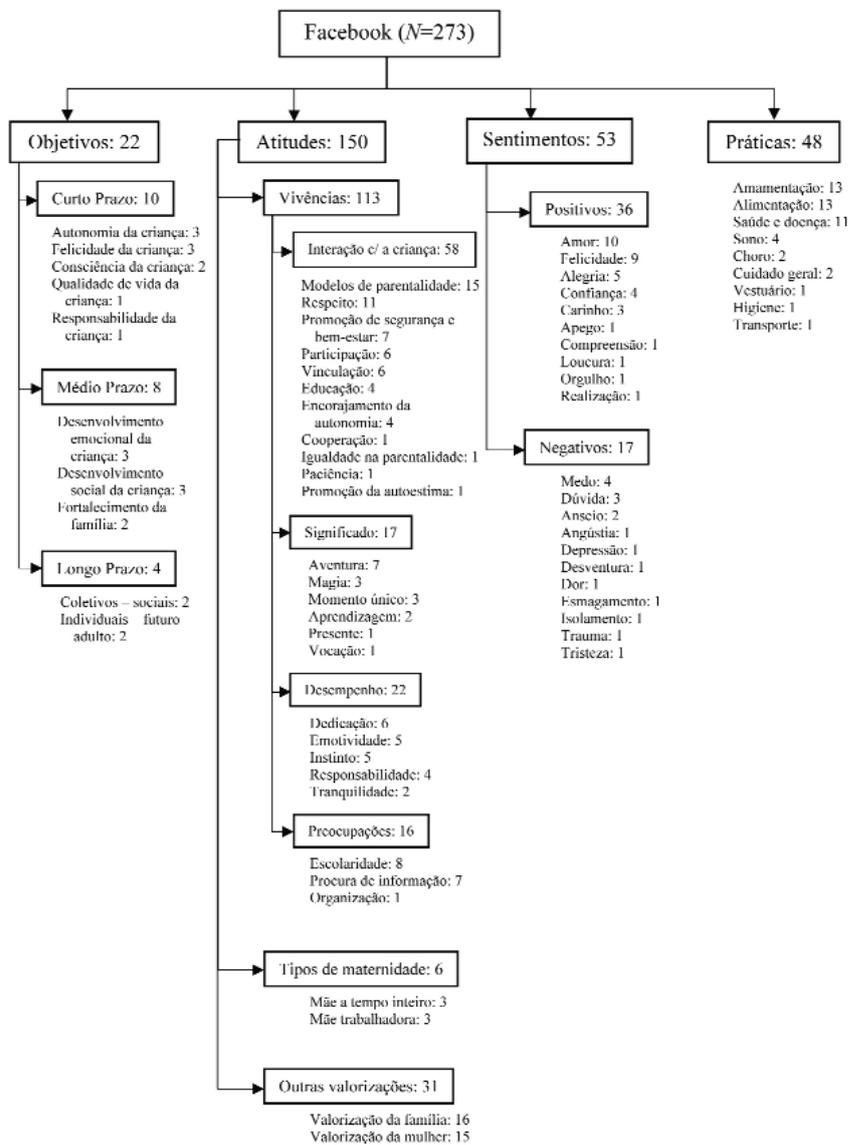


Figura 1. Dimensões, categorias, subcategorias, indicadores e respetivas referências (n)

A análise dos resultados foi realizada tendo em conta a frequência dos indicadores, por um lado, e a construção das categorias e subcategorias em função da caracterização dos indicadores, por outro.

Análise das frequências

A dimensão *Objetivos* da maternidade foi a menos referenciada, apenas com 22 ocorrências no total das 273 identificadas (8%). Ainda assim, foi possível identificar as categorias emergentes de *Curto*, *Médio* e *Longo prazo* para estes *Objetivos*.

Os *Objetivos* de *Curto prazo* são os mais referidos e dirigem-se essencialmente à criança: a promoção da sua *Autonomia* e *Felicidade* ($n=3$) e da sua tomada de *Consciência* do seu papel e da sua responsabilidade ($n=2$). A *Médio prazo* a maternidade visa promover o harmonioso *Desenvolvimento emocional e social da criança*, por um lado, com três referências cada, mas também contribuir para o *Fortalecimento da família* ($n=2$). Por fim, e com menor relevância, a *Longo prazo* os *Objetivos* são colocados quer em termos *Individuais*, de formação do futuro adulto, quer em termos *Coletivos*, na construção de um mundo melhor ($n=2$).

A dimensão *Atitudes* face à maternidade foi a mais observada, com 150 referências no total (55%). Aqui, a categoria mais frequente, *Vivências da maternidade*, alcançou as 113 referências e foi por sua vez subdividida nas subcategorias *Interação com a criança* ($n=58$), *Desempenho* ($n=22$), *Significado* ($n=17$) e *Preocupações* ($n=16$).

No âmbito dos indicadores que integram a subcategoria *Interação com a criança*, que se revelou a mais frequente, destacam-se as 15 propostas de *Modelos de parentalidade* específicos, como por exemplo a Parentalidade com Apego ou a Disciplina Positiva. O *Respeito* pela criança foi identificado 11 vezes, seguindo-se a *Promoção da sua segurança e bem-estar* ($n=7$), a *Participação* na sua vida e a criação de laços de *Vinculação* ($n=6$). A defesa da *Igualdade do pai e da mãe* na parentalidade apresenta resultados residuais ($n=1$).

O *Desempenho* da maternidade, ou seja, a forma como a mãe desempenha ou deve desempenhar o seu papel, foi considerado como envolvendo *Dedicação* ($n=6$), *Emotividade* (envolvimento emocional com a criança), *Instinto materno* ($n=5$) e *Responsabilidade* ($n=4$).

O *Significado* da maternidade foi descrito como sendo uma *Aventura* ($n=7$), um *Momento único e Mágico* ($n=3$), uma *Aprendizagem* ($n=2$) e, por fim, um *Presente* da vida ou uma *Vocação*.

A subcategoria menos referida na categoria das *Vivências* prende-se com as *Preocupações* inerentes à maternidade ($n=16$) e, aqui, a *Escolaridade* das crianças é evidenciada em metade dos casos, seguida de perto pela necessidade de *Procura de informação* ($n=7$) por parte da mãe.

Ainda na dimensão *Atitudes*, a categoria *Tipos de Maternidade* tem um total de 6 referências. Os indicadores *Mãe trabalhadora* e *Mãe a tempo inteiro* foram referidos equitativamente, com 3 ocorrências cada.

Por fim, a dimensão *Atitudes* incluiu a categoria *Outras* ($n=31$), que se reportam, por um lado, à *Valorização da família* ($n=16$) e, por outro, à *Valorização da mulher* para além da maternidade ($n=15$).

A menção a *Sentimentos* foi observada 53 vezes (19%) e, destas, a grande maioria correspondeu a *Sentimentos* considerados *Positivos* ($n=36$). A diversidade desses sentimentos é de 10 no total. Os mais referidos são o *Amor* ($n=10$) e a *Felicidade* ($n=9$) dos vários agentes envolvidos, seguidos da *Alegria* da mãe ($n=5$), da *Confiança* também da mãe ($n=4$) e do *Carinho* desta pela criança ($n=3$).

A variedade dos *Sentimentos* considerados *Negativos* associados à maternidade não é menor, mas o número de referências ($n=17$) é inferior ao dos *Sentimentos Positivos* e mais dispersa. O *Medo*, a *Dúvida* e o *Anseio* da mãe, são os mais representados, com quatro, três e duas referências, respetivamente.

Foram encontradas 48 referências a *Práticas* da maternidade (18%), ou seja, comportamentos concretos que envolvem os cuidados e satisfação das necessidades básicas da criança. A análise evidencia a prevalência das temáticas da *Alimentação* e *Amamentação* (n=13), seguidas da *Saúde/Doença* (n=11). Os temas *Sono*, *Choro* do bebê, *Vestuário*, *Higiene* e *Transporte* foram referidos mais residualmente.

Análise dos significados

Uma primeira abordagem dos resultados permite perceber que os textos² enquadram majoritariamente a dimensão *Atitudes*, que se refere ao modo como a maternidade é ou deve ser desempenhada:

Um grupo de partilha para pais que acreditam na Parentalidade com Apego. Uma forma natural de educar que assenta em oito princípios importantes (...) 2. Alimentar com amor e respeito. 3. Responder com sensibilidade 4. Usar um toque carinhoso 5. Assegurar um sono seguro do ponto de vista físico e emocional 6. Providenciar um cuidado amoroso consistente 7. Praticar a disciplina positiva 8. Procurar o equilíbrio na vida familiar e pessoal. (GF 42)

Uma análise mais fina das *Atitudes* permite verificar que os indicadores que estiveram na base da criação da subcategoria *Interação com a criança*, na categoria *Vivências da maternidade*, parecem valorizar sobretudo a criança nesta interação, já que ela surge sempre como a principal beneficiária da mesma, e cabe à mãe seguir bons modelos, respeitando-a, promovendo o seu bem-estar e envolvendo-se nos assuntos que lhe dizem respeito: “Acreditamos que o desmame é um processo também natural, visto como uma etapa no desenvolvimento do bebê/criança, que deve ocorrer natural e gradualmente, guiado sobretudo pelas necessidades do bebê/criança sem pressões de cariz social.” (GF 13)

No sentido inverso, mas com o mesmo pressuposto de valorização da criança, está a subcategoria *Desempenho* da maternidade, que enfatiza a *Dedicação* da mãe (“mãe-escrava” (PP 19)), a sua *Emotividade* [“A minha historinha cheia de aventura, emoção e muito amor.”(PP 71)] e o seu *Instinto*, que remete para uma naturalização de um fazer ou saber fazer [“educar e tratar dos nossos filhos usando o nosso instinto primitivo” (GF 4)], e um desempenho do papel pautado pela *Responsabilidade* [“Vamos viver a nossa parentalidade de uma forma responsável” (GF 20)].

Na subcategoria *Significado* da maternidade, a prevalência do indicador *Aventura* (“acreditamos que criar um filho é uma aventura e não vem com manual.” (PP 25) pode indiciar este papel como algo que inclui elementos de dificuldade e de imprevisto, mas também de desafio positivo que, associados aos restantes indicadores, remetem para uma atribuição de valor forte e positivo, ou seja, algo *Mágico* e *Único* [“A Magia de ser Mãe” (PP 17)].

As *Preocupações* inerentes à maternidade dividem-se quanto ao sujeito, mas convergem no interesse final. O indicador *Escolaridade* da criança reflete uma preocupação que tem início no berçário e termina no apoio e motivação para o estudo (“tudo o que envolve a vida escolar dos nossos filhos.” (GF 40)). Já o outro indicador tem como sujeito a mulher enquanto mãe, que tem como dever aceder a recursos, neste caso *Informação*, para garantir o bom desempenho do seu papel e conseguir cuidar e educar melhor os seus filhos:

No nosso website irá ter à sua disposição um conjunto de informações, orientações e até alguns conselhos para as mães durante a gravidez e para todos os pais relativamente ao desenvolvimento do bebê e da criança desde o nascimento até aos 12 anos. (PP 49)

² No caso dos GF, só são apresentados excertos de frases completas dos grupos cuja divulgação de conteúdo foi expressamente autorizada pelos administradores dos mesmos, ou seja, de 13 GF.

Por fim, *Outras* categorias afirmam a *Valorização da família* [“Porque a FAMÍLIA é o mais importante!” (PP 6); “Procura apoiar famílias na busca de harmonia e equilíbrio” (PP 27)] e a *Valorização da mulher* para além da mãe [“Blogzine de reflexões, tendências e lifestyle da mulher trendy e urbana, que é mãe.” (PP 16); “mães que conciliam a sua actividade profissional, os seus filhos e ainda têm projectos criativos e empreendedores.” (PP 23)].

Na categoria *Sentimentos positivos*, a prevalência do *Amor* e da *Felicidade* parecem apresentar a maternidade como proporcionando emoções maioritariamente positivas, não só à criança como à mãe e, de um modo geral, à família: “SOMOS FAMÍLIA | Onde a vida começa e o Amor nunca acaba!!!” (PP 28); “Somos a semente de um projeto inovador que pretende conjugar os conceitos de Crescimento, Família e Parentalidade Positiva em torno de quem todos os dias nos apaixonava e que consideramos o melhor do mundo... as (nossas) Crianças.” (PP 79).

Os *Sentimentos Negativos* mais referidos (*Medo, Dúvida e Anseio*) parecem caracterizar as pessoas que querem responder às expectativas associadas a uma boa mãe, mas têm receio de não conseguir: “Aventuras, experiências, alegrias e medos, de uma mamã em aprendizagem,” (PP 56); “Sou uma mãe como todas as outras, de carne e osso, com as minhas dúvidas, com os meus receios e com os meus anseios mas com uma grande certeza, a de querer fazer escolhas conscientes e informadas.” (PP 76). Já os restantes, referidos apenas uma vez cada (*Angústia, Depressão, Desventura, Dor, Esmagamento, Isolamento, Trauma, Tristeza*) parecem ser indicadores de desânimo na experiência de maternidade: “Tudo passa... Mas enquanto não passa dói e aqui pode ser que doa menos!” (GF 48); “É uma grande alegria sim mas muitas vezes também tem períodos, por vezes longos, de muita tristeza e angústia.” (GF 48).

Noutra perspetiva, verifica-se que as dimensões *Sentimentos* e *Práticas* apresentam ocorrências bastante equivalentes, o que coloca praticamente a par a incidência dos discursos acerca dos sentimentos das mães e as tarefas associadas ao cuidar e criar. Estes resultados parecem evidenciar um modelo de maternidade em que as *Práticas* e os *Sentimentos*, o cuidar e o sentir, assumem igual valor: “Alimentar [a criança] com amor e respeito” (GF 42).

Os *Objetivos* da maternidade apresentam-se comparativamente pouco representados, como se fossem evidentes ou de partilha menos relevante: “soluções para uma maternidade e infância felizes.” (PP 55). Além disso, a dimensão *Objetivos* surge maioritariamente associada à criança ou à pessoa em que ela se tornará e mais residualmente se foca em questões mais coletivas, como a família ou a sociedade:

Este é um espaço de partilha, de apoio e de encontro para todas as Mães e todos os Pais em Transição que querem viver e dar aos filhos uma vida melhor, com valores e princípios distintos dos que estão, infelizmente, instituídos na nossa sociedade. (GF 14)

Discussão

À luz dos objetivos deste estudo, que pretendiam identificar o modelo de maternidade dominante nas descrições e publicações marcadas dos vários sítios portugueses do *Facebook* (PP, GF e GP) feitos por ou para mães e, de igual modo, identificar as características desse e de outro(s) modelo(s) relativamente aos *Objetivos, Atitudes, Sentimentos* e *Práticas* atribuídos à maternidade, os resultados encontrados podem ser considerados interessantes na medida em que parecem ir ao encontro da predominância do modelo *intensivo* de maternidade tal como descrito por Elliott et al. (2015), segundo o qual a mãe deve dedicar-se à criança de forma abnegada e significativa em termos de cuidados, sentimentos, educação, escolaridade e procura de informação, e que este é o padrão para a felicidade da mãe e o bem-estar da criança.

Indicadores do modelo de maternidade *intensivo* operacionalizados na Tabela 1 foram identificados em todas as dimensões observadas. Os *Objetivos* da maternidade, independentemente da temporalidade associada, são maioritariamente focados na criança, no seu bem-estar e no seu desenvolvimento.

A prevalência da dimensão *Atitudes* sobre as restantes pode indiciar alguma normatividade nos discursos e, portanto, refletir um conjunto de expectativas sociais e frequentemente assumidas pelas próprias mães relativamente à forma de desempenhar este papel: preconizam-se modelos de parentalidade “Positiva”, de elevado respeito e consideração pela criança na interação e de grande envolvimento na sua educação, formação e estimulação; no conjunto, os indicadores do *Significado* da maternidade parecem apresentá-la como uma experiência intensa, desafiante e positiva para as mães; espera-se também do seu *Desempenho* que a mãe seja dedicada, emotiva, responsável, que siga o seu instinto, que se preocupe com a *Escolaridade* da criança e que procure manter-se informada no que a ela concerne.

De igual modo, a prevalência dos *Sentimentos Positivos* enquadra-se no modelo *intensivo* de maternidade, na medida em que estes se pautam, essencialmente, pelo *Amor* e *Carinho* pela criança, por um lado, e pela *Alegria*, *Felicidade* e *Confiança* quer da mãe quer da criança, por outro. Já os *Sentimentos Negativos* são atribuídos apenas à mãe e os mais referenciados – *Medo*, *Dúvidas* e *Anseios* – podem traduzir a ansiedade de desempenho face às exigências do modelo *intensivo*. Esta aparente insegurança é compatível com outros resultados (cf. *Práticas*, *Interação com a criança*, *Desempenho* e *Preocupações*) que atribuem à mãe responsabilidades significativas. Este modelo ideal está associado ao sofrimento e inadequação pessoal transmitidos pelos indicadores *Angústia*, *Depressão*, *Dor*, *Esmagamento*, *Isolamento*, *Trauma* e *Tristeza*, sentidos pelas mães, que indiciam a sensação de fracasso pessoal face às expectativas sociais e pessoais. O modelo *intensivo* (aqui constatado como dominante) pode assim gerar estes sentimentos de inadequação quando as mães não encontram, nesta forma de maternidade, o bem-estar e a realização que lhe associavam.

As *Práticas* associadas à maternidade reforçam os restantes resultados no que diz respeito à afetação de recursos à criança e aos temas do quotidiano associados ao provimento das necessidades básicas da criança: a promoção da *Amamentação*, a *Alimentação* e os cuidados de *Saúde*. Simultaneamente, os objetivos das *Práticas* surgem associados ao bem-estar não só da criança, mas também da mãe e, mais genericamente, da família. Assim, esta dimensão não é enquadrável apenas num modelo de maternidade.

São claramente minoritários, embora presentes, os indicadores associáveis a um modelo *extensivo* (Christopher, 2012) ou *negociado* (Badinter, 2010) de maternidade, embora estes se apresentem em menor diversidade. É o caso dos *Objetivos* familiares e sociais, em que a criança partilha o protagonismo com outros agentes e é encarada como integrando uma comunidade. O mesmo acontece na dimensão *Atitudes* quando é valorizada a *Família* como um todo e também a *Mulher* para além da mãe. A menção à *Igualdade na parentalidade*, outro indicador do modelo *extensivo*, foi referida de forma explícita apenas uma vez. O facto de diversas páginas e grupos se dirigirem aos “pais” e não apenas à mãe enquanto público-alvo não nos permite aferir qual a sua posição relativamente a essa mesma igualdade.

O modelo *intensivo* prevalece quer se fale de mães trabalhadoras ou de mães a tempo inteiro, já que esta variável, presente de forma equitativa em termos de ocorrências na categoria *Tipos de Maternidade*, não é considerada determinante. Nos textos em análise, os níveis de exigência relativamente ao desempenho maternal mantêm-se e todas são consideradas “Super Mães” (GF 21) cuja acumulação de responsabilidades é vista como “alucinante” (PP 24) independentemente da sua posição face ao trabalho, o que vai ao encontro da proposta de Matias et al. (2011) de manutenção de valores tradicionais na divisão de papéis em função do género no quotidiano familiar português e a sua aceitação e reprodução por parte da própria mulher. Neste sentido, o

modelo *extensivo* de articulação equilibrada ou negociada pela mulher dos seus vários papéis não parece ser reconhecido pelos sítios ou utilizado pelas mães que integraram este *corpus* de análise.

A análise realizada parece confirmar o recurso à rede social *Facebook* quer por parte das mães (Neubaum & Kraemer, 2015) para partilha de experiências pessoais e procura de informação, quer por parte de agentes que, por esta via, tentam promover boas práticas, modelos de parentalidade e apoio emocional a mães e/ou a pais. No mesmo sentido, a veiculação predominante do modelo de maternidade *intensivo* vai ao encontro da proposta de Madge e Connor (2006) de que estereótipos, modelos e valores estão presentes em diversos sítios da internet. O caráter inovador deste estudo reside, precisamente, na tentativa de identificar e caracterizar alguns desses estereótipos, modelos e valores.

Não obstante o caráter inovador deste trabalho e a aparente consistência dos resultados obtidos, algumas limitações devem ser reportadas. Por um lado, os conteúdos foram analisados de forma qualitativa pelos autores e a respetiva categorização foi acordada entre eles sem preocupação de quantificação. Por outro lado, não foi considerada a caracterização socioeconómica e profissional dos autores e administradores dos sítios e, portanto, não foi possível aferir a sua influência nos resultados obtidos. Aquela informação raramente estava disponível *on-line* e o seu pedido expresso poderia colidir com os objetivos previstos para a etapa seguinte do nosso estudo: a análise das publicações e comentários de alguns destes sítios ao longo de 2015. Com esta segunda abordagem pretendemos aprofundar o estudo agora realizado, o que permitirá afinar a caracterização do modelo de maternidade normativo e as suas implicações no quotidiano e bem-estar das mães portuguesas utilizadoras do *Facebook*.

Conclusão

Os resultados parecem indicar claramente uma prevalência do modelo de maternidade *intensivo* e a sua promoção nas páginas e grupos do *Facebook* dedicadas ao tema, o que espelha expectativas sociais quanto ao papel materno e pode ter efeitos nas expectativas das próprias mulheres que querem ser ou são mães, ou mesmo sobre as suas decisões de maternidade. Trata-se de um modelo que está associado a uma visão tradicional do papel da mulher, de um modelo que prioriza a criança e a infância face às necessidades e interesses das mães enquanto mulheres e que pode ser difícil de cumprir por mães que não se dediquem aos seus filhos a tempo inteiro, como é o caso da maioria das mães portuguesas, que exercem uma atividade profissional. Mães que, por contingências diversas, não adotem no quotidiano as *Práticas e Atitudes* ou não sintam os *Sentimentos* prescritos por este modelo (nomeadamente o *amor maternal* a que Badinter (1986) se refere) podem ver comprometido o seu bem-estar, o seu sentimento de autoeficácia e a sua autoestima. Alguns dos *Sentimentos negativos* detetados podem ser disso expressão. O modelo de maternidade *extensivo* ou *negociado*, também identificado nestes sítios mas claramente minoritário, sendo mais igualitário em termos de género já que considera que a mãe não tem que ser a única cuidadora da criança, apresenta-se como mais conciliável com a vida profissional das mães portuguesas.

Este estudo integra um projeto de investigação mais vasto que pretende conhecer de forma aprofundada o modelo de maternidade social e culturalmente dominante em Portugal e, posteriormente, abordar os efeitos nas mães de eventuais desvios a este modelo e identificar estratégias quotidianas de adaptação e negociação a que elas recorrem no sentido de conciliar de forma funcional os seus papéis profissional, social e familiar.

Referências

- Alstveit, M., Severinsson, E., & Karlsen, B. (2011). Readjusting one's life in the tension inherent in work and motherhood. *Journal of Advanced Nursing*, *67*, 2151-2160. doi: 10.1111/j.1365-2648.2011.05660.x
- Badinter, E. (1986). *O amor incerto – História do amor maternal do séc. XVII ao séc. XX*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Badinter, E. (2010). *O conflito: A mulher e a mãe*. Lisboa: Relógio D'Água Editores.
- Bardin, L. (1979). *Análise de conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Bartholomew, M. K., Schoppe-Sullivan, S. J., Glassman, M., Kamp Dush, C. M., & Sullivan, J. M. (2012). New parents' Facebook use at the transition to parenthood. *Family Relations*, *61*, 455-469. doi: 10.1111/j.1741-3729.2012.00708.x
- Birns, B., & Hay, D. F. (Eds.). (1988). *The different faces of motherhood*. New York: Plenum Press.
- Christopher, K. (2012). Extensive mothering: Employed mothers' constructions of the good mother. *Gender & Society*, *26*, 73-96.
- Drenea, P., & Moren-Cross, J. L. (2005). Social capital and social support on the web: The case of an internet mother site. *Sociology of Health & Illness*, *27*, 920-943. doi: 10.1111/j.1467-9566.2005.00464.x
- Elliott, S., Powell, R., & Brenton, J. (2015). Being a good mom: Low-income, black single mothers negotiate intensive mothering. *Journal of Family Issues*, *36*, 351-370. doi: 10.1177/0192513X13490279
- Holtz, B., Smock, A., & Reyes-Gastelum, D. (2015). Connected motherhood: Social support for moms and moms-to-be on Facebook. *Telemedicine and E-Health*, *21*, 415-421. doi: 10.1089/tmj.2014.0118
- Kaufmann, R., & Buckner, M. M. (2014). To connect or promote?: An exploratory examination of facebook pages dedicated to moms. *Computers in Human Behaviour*, *35*, 479-482. doi: 10.1016/j.chb.2014.02.030
- Madge, C., & O'Connor, H. (2006). Parenting gone wired: Empowerment of new mothers on the internet?. *Social & Cultural Geography*, *7*, 199-220. doi: 10.1080/14649360600600528
- Matias, M., Andrade, C., & Fontaine, A. M. (2011). Diferenças de género no conflito trabalho-família: Um estudo com famílias portuguesas de duplo-emprego com filhos em idade pré-escolar. *Psicologia*, *25*, 9-32. Disponível em <http://dx.doi.org/10.17575/rpsicol.v25i1.277>
- Milkie, M. A., Nomaguchi, K. M., & Denny, K. E. (2015). Does the amount of time mothers spend with children or adolescents matter?. *Journal of Marriage and Family*, *77*, 355-372. doi: 10.1111/jomf.12170
- Monteiro, R. (2005). *O que dizem as mães: Mulheres trabalhadoras e suas experiências*. Coimbra: Quarteto.
- Neubaum, G., & Kraemer, N. C. (2015). My friends right next to me: A laboratory investigation on predictors and consequences of experiencing social closeness on social networking sites. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, *18*, 443-449. doi: 10.1089/cyber.2014.0613
- OBERCOM. (2014). *A internet em Portugal. Sociedade em rede 2014*. Obercom.

Nowadays, online social networks are important sources of informal support for mothers due to their accessibility and extensive information on childrearing and motherhood performance. This study aims to identify the current motherhood model prevalent in Portuguese Facebook, namely through its groups and pages concerning motherhood. In October 2015, a search was performed by using the words mother and motherhood, followed by other "snowballed" found sites, allowing the identification of 132 Public Pages, 47 Closed Groups and 5 Public Groups (N=184). Their descriptions were submitted to a content analysis in which goals, attitudes, feelings and practices attributed to mothers and spread by Facebook

were identified. Results show that the conveyed motherhood model assumes the centrality of the child, and of its needs and interests, and assigns high levels of demand to the mother. Women's needs are not mentioned, seeming to disappear behind the maternal role. The study confirms the predominance of an intensive motherhood model in Portuguese Facebook.

Key words: Motherhood, Facebook, Social models.

Submissão: 24/09/2016

Aceitação: 26/02/2017

