



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA – UFPB
Centro de Ciências Sociais Aplicadas – CCSA
Graduação em Administração – GADM

**O IMPACTO DE MÃES INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
DE MÃES CONSUMIDORAS POR MEIO DO INSTAGRAM**

SONNALY MARIA OLIVEIRA SILVA

João Pessoa
Abril 2023

SONNALY MARIA OLIVEIRA SILVA

O IMPACTO DE MÃES INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO DE MÃES CONSUMIDORAS POR MEIO DO INSTAGRAM

Trabalho de Curso apresentado como parte dos requisitos necessários à obtenção do título de Bacharel em Administração, pelo Centro de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal da Paraíba / UFPB.

Docente Orientador: Profa. Fabiana Gama de Medeiros

João Pessoa
Abril 2023

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

S586i Silva, Sonnaly Maria Oliveira.

O impacto de mães influenciadoras no comportamento de mães consumidoras por meio do instagram / Sonnaly Maria Oliveira Silva. - João Pessoa, 2023.

51 f. : il.

Orientação: Fabiana Gama de Medeiros.

TCC (Graduação) - UFPB/CCSA.

1. Comportamento do consumidor. 2. Influência digital. 3. Mães influenciadoras. 4. Comportamento de mães consumidoras. 5. Rede Social. 6. Instagram. I. Medeiros, Fabiana Gama de. II. Título.

UFPB/CCSA

CDU 658

Folha de aprovação

Trabalho apresentado à banca examinadora como requisito necessário para a Conclusão de Curso do Bacharelado em Administração

Aluno: Sonnaly Maria Oliveira Silva

Trabalho: O impacto de mães influenciadoras no comportamento de mães consumidoras por meio do instagram.

Área da pesquisa: Comportamento do Consumidor.

Data de aprovação:

Banca examinadora

Documento assinado digitalmente
 **FABIANA GAMA DE MEDEIROS**
Data: 27/10/2023 12:00:05-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Fabiana Gama de Medeiros

Documento assinado digitalmente
 **DIANA LUCIA TEIXEIRA DE CARVALHO**
Data: 27/10/2023 02:57:34-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Diana Teixeira de Carvalho

Documento assinado digitalmente
 **HELEN SILVA GONCALVES**
Data: 26/10/2023 18:32:04-0300
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

Profa. Dra. Helen Silva Gonçalves

RESUMO

A pesquisa buscou compreender o impacto das mães influenciadoras no comportamento das mães consumidoras, por meio da plataforma de mídia social *Instagram*. Buscou-se observar e analisar a influência exercida por essas mães, que desempenham o papel de criadoras de conteúdo, a percepção de sua importância para as consumidoras, bem como o seu impacto em suas decisões. A metodologia adotada baseia-se em uma pesquisa qualitativa e de natureza exploratória que leva em consideração o ponto de vista e a subjetividade das entrevistadas. Foram nove entrevistas em profundidade com mães que consomem conteúdo de mães influenciadoras no Instagram, buscando compreender as experiências e opiniões das entrevistadas sobre o tema. Com base nos estudos realizados e apresentados neste artigo é possível constatar que as mães influenciadoras têm uma influência considerável no comportamento do consumidor, especialmente no que se diz respeito à maternidade. As recomendações positivas dessas influenciadoras são valorizadas e adotadas por suas seguidoras, entretanto é necessário autenticidade e realismo em suas abordagens. É notório que as redes sociais como o *Instagram* desempenham um papel fundamental como uma rede de apoio e conexão entre essas mães.

Palavras-chave: Mães Influenciadoras; Comportamento de Mães Consumidoras; Impacto; Instagram.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Perfil dos entrevistados.....	13
Tabela 2: Classificação temática das entrevistas.....	14

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	6
2. REFERENCIAL TEÓRICO.....	7
2.1 Marketing de Influência/influenciadoras mães.....	7
2.2 Maternidade Realista.....	8
2.3 Privacidade das Crianças.....	9
2.4 Apoio Social.....	9
2.5 Teoria da Autoeficácia.....	10
2.6 Teoria da Comparação.....	10
2.7 Monetização dos Perfis.....	11
3. METODOLOGIA.....	11
4. RESULTADOS.....	12
4.1 Perfil dos Entrevistados.....	12
4.2 Impacto de Influenciadoras no Comportamento.....	14
4.3 Indicação das Influenciadoras.....	15
4.4 Diferenciação Entre Maternidade Real e Idealizada.....	16
4.5 Exposição dos Filhos nas Redes Sociais.....	18
4.6 Troca de Experiências com Outras Mães nas Redes Sociais.....	18
4.7 Eficácia Parental.....	19
4.8 Monetização dos perfis por influenciadoras.....	19
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	20
REFERÊNCIAS.....	22
APÊNDICE.....	25

1. INTRODUÇÃO

Os avanços tecnológicos da nova era global conceberam alterações nos modos de consumo, mediante a ascensão do ambiente online e sua influência no cotidiano humano, proporcionando novos formatos de comunicação entre as marcas e seus consumidores, graças ao marketing digital e as redes sociais. Cada vez mais presentes, essas ferramentas permitem que pessoas consumam conteúdo, mas também os produzam. Assim, torna-se necessário compreender a utilização dos digitais *influencers* ou influenciadores digitais como estratégia de marketing de impacto direto no comportamento do consumidor. (ARMSTRONG, 2012; KOTLER, 2012).

Para Thompson e Thompson (2020), quando um indivíduo consegue ter um grande número de seguidores, curtidas, visualizações e compartilhamentos e acaba gerando a atenção da mídia tradicional, torna-se parte de um grupo seleto de influenciadores, com o poder de persuasão social e com destaque na mídia.

Atualmente, muitas empresas optam por contratá-los, pois reconhecem que esses novos influenciadores possuem um alcance maior e apresentam chances significativas de sucesso, tudo isso a um custo mais baixo em comparação com a publicidade tradicional com celebridades. De acordo com as observações de Revillion et al. (2019), os influenciadores digitais agora desempenham o papel de porta-vozes de marcas, assumindo uma posição semelhante à da publicidade convencional, embora com formatos e canais distintos. É importante destacar que, enquanto antes os consumidores eram atraídos pelas campanhas publicitárias veiculadas durante intervalos comerciais de programas de TV, hoje em dia eles encontram esse fascínio nos vídeos do youtube ou no estilo de vida dos influenciadores no instagram.

Diante disso, as mães influenciadoras desempenham um papel cada vez mais significativo na sociedade atual, exercendo uma influência notável no comportamento do consumidor. Com a ascensão das redes sociais e da cultura digital, muitas mães encontraram uma plataforma para compartilhar suas experiências, conhecimentos e estilo de vida. Essas influenciadoras digitais, por meio de redes sociais, vídeos e postagens, estabeleceram uma conexão direta com um público amplo e diversificado.

Dessa forma, mães influenciadoras são capazes de moldar tendências de consumo e preferências de compra. Seja através de avaliações de produtos, demonstrações de uso, relatos pessoais ou recomendações diretas, elas podem influenciar as escolhas dos consumidores, principalmente quando se trata de produtos relacionados à maternidade, cuidados infantis, moda, alimentação e decoração.

Este trabalho tem como objetivo geral analisar o impacto de mães influenciadoras no comportamento de mães consumidoras por meio do instagram.

A razão para essa pesquisa ser realizada é a afinidade do tema com a pesquisadora, que é mãe, e por ser um tema atual, pois quase todas as pessoas acessam redes sociais hoje em dia, e consomem conteúdo de influenciadores digitais.

No decorrer deste trabalho acadêmico, serão abordados diferentes assuntos que se segmentam nos seguintes capítulos:

No tópico 1 serão abordados o objetivo geral da pesquisa, além das justificativas do tema escolhido para nortear este trabalho a fim de introduzir este artigo. O tópico 2 será realizada a revisão teórica dos assuntos abordados com o intuito de trazer embasamento científico a esta pesquisa e permitir uma maior compreensão do tema. No tópico 3, traz a metodologia utilizada para a produção do presente material. O tópico 4, traz a análise dos resultados com apresentação dos resultados e suas discussões. E, por fim, o tópico 5 traz as considerações finais. Após estes tópicos apresentados, serão mostradas as referências bibliográficas utilizadas para a produção deste material e o apêndice, contendo as entrevistas realizadas.

Desta forma, este trabalho acadêmico de conclusão do curso de Administração busca explicar e analisar como as mães influenciadoras impactam no comportamento das mães consumidoras.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico apresenta conceitos e faz discussões em torno do marketing de influência de mães influenciadoras, da maternidade realista, da privacidade das crianças, do apoio social, da teoria da autoeficácia e teoria da comparação, e da monetização dos perfis com o intuito de trazer embasamento científico a esta pesquisa.

2.1 Marketing de Influência/ Influenciadoras mães

Para Matos (2018) marketing de influência se refere a uma tática de marketing digital que engloba criadores de conteúdo independentes que exercem influência sobre amplos públicos altamente envolvidos.

O Marketing de Influência vem se tornando cada vez mais presente nas corporações, devido à ascensão da era digital no dia a dia dos consumidores e pelos chamados *influencers*. É utilizado atualmente pelas marcas envolvendo produtores de conteúdo independentes com capacidade de interação e relacionamento com o público, a fim de dialogar, impactar e captar sua atenção. Ou seja, gerar "influência" sobre assuntos diversos, estimulando ações de consumo de produtos ou serviços.

Segundo Jung (2019) o marketing de influência e o tradicional se diferem apenas pelo primeiro não ser criado pela marca. Através dos métodos de Marketing de influência, não é mais necessário fazer grandes campanhas publicitárias para promover produtos. Atualmente as marcas contratam grandes influenciadores que possuem seguidores compatíveis com o público-alvo que querem atingir.

Essa ascensão de influenciadores de mídia social permitiu o surgimento de uma variedade de diferentes tipos de influenciadores, incluindo as mães influenciadoras. Essa influência de mães é destacada por Romenti (2021) ao ressaltar que o poder delas reside na capacidade que possuem de se conectar com outras mães de forma empática, compartilhando experiências, dicas e recomendações, criando um impacto significativo no comportamento de compra de produtos relacionados à maternidade.

Nesse sentido, Warshel e Lemish (2019) acrescentam que, as influenciadoras, ao compartilharem suas vivências, desafios e conquistas, desempenham um papel importante como fontes confiáveis de informações e recomendações para outras mães, estabelecendo um senso de pertencimento e validação às suas experiências maternas.

Através de avaliações, recomendações e demonstrações de uso, as mães influenciadoras podem influenciar as decisões de compra de suas seguidoras. Ao verem produtos sendo utilizados e aprovados por mães que elas admiram e se identificam, muitas mães são encorajadas a experimentar esses produtos em suas próprias vidas e deixar de comprar até os que já tivessem frequência de compra.

Diante disso, um novo tipo de apoio tem ganhado destaque: o apoio oferecido por mães influenciadoras nas redes sociais, como o instagram. Essas mães, por meio de seus perfis online, compartilham suas experiências, desafios e conquistas como mães, criando uma comunidade virtual que atrai outras mães em busca de apoio e orientação.

De acordo com Sarah Schoppe-Sullivan et al. (2002), o apoio social é crucial para o bem-estar das mães, pois fornece recursos que ajudam a reduzir o estresse e promovem uma maternidade saudável. Mães influenciadoras, por meio de suas postagens e interações com seguidores, oferecem um espaço onde outras mães podem se sentir compreendidas, acolhidas e

empoderadas. Ao compartilharem suas próprias experiências pessoais, elas fornecem um suporte emocional significativo, mostrando que não estão sozinhas em seus desafios e que é normal enfrentar dificuldades na maternidade.

Julie C. Lumeng e Niko Kaciroti (2009) destacam que o apoio social está relacionado a uma melhor saúde mental, autoeficácia materna e satisfação com a maternidade. Mães influenciadoras podem oferecer conselhos práticos e estratégias para lidar com questões específicas da maternidade, como alimentação saudável, rotina do sono, cuidados com a saúde e educação dos filhos. Essas informações são valiosas para mães que buscam orientação e desejam tomar decisões informadas em relação ao bem-estar de seus filhos.

O apoio social é um fator-chave para promover a resiliência e o ajuste emocional das mães durante a transição para a maternidade. As mães influenciadoras, por meio de sua presença online e conexão com outras mães, oferecem um ambiente de apoio e encorajamento. Elas compartilham dicas, estratégias de autocuidado, histórias de superação e mensagens de empoderamento, auxiliando outras mães a desenvolverem resiliência diante dos desafios e a encontrarem um senso de pertencimento em sua jornada como mães.

Sarah E. Shea e Wendy Grolnick (2007) enfatizam que o apoio social é essencial para ajudar as mães a enfrentarem os desafios da maternidade, oferecendo uma rede de suporte emocional, prático e informativo. Mães influenciadoras fornecem esse suporte por meio de suas interações virtuais, respondendo a perguntas, oferecendo conselhos e compartilhando recursos relevantes. Elas criam um ambiente colaborativo onde as mães podem se conectar umas com as outras, trocar experiências e aprender umas com as outras.

Com isso, as mães influenciadoras tornaram-se a porta de entrada dos profissionais de marketing que desejam atingir o público mãe.

2.2 Maternidade Realista

O consumo de conteúdo de mães realistas no instagram tem se mostrado uma tendência crescente nos últimos anos. À medida que mais mulheres se identificam com a maternidade realista e buscam representações autônomas e honestas, surgem perfis de mães no instagram que postam suas experiências sem filtros, mostrando tanto os momentos de alegria e realização quanto os desafios e as dificuldades enfrentadas.

Para Lerner (2010), a maternidade realista é descrita como um equilíbrio delicado entre emoções positivas e negativas, entre alegria e satisfação, conquistas e dúvidas, conexão e solidão. Significa reconhecer que nem todos os momentos serão perfeitos, mas que cada momento é valioso e importante na experiência de ser mãe. Envolve aceitar que há momentos de dificuldade e desafio, mas também momentos de felicidade e realização. Além disso, a maternidade realista implica em reconhecer e aceitar as próprias necessidades e cuidado pessoal, mesmo enquanto se dedica ao amor e cuidado pelos filhos.

Esses perfis de mães realistas no instagram oferecem um contraponto às representações idealizadas da maternidade que costumam ser predominantes nas redes sociais. Em vez de se concentrarem apenas nos aspectos positivos, eles abordam de forma aberta e franca questões como o cansaço, a falta de tempo para si mesmos, as dificuldades na criação dos filhos, os sentimentos de culpa e as inseguranças.

Essa personificação da mãe “perfeita e normal” é demonstrada por Tourinho (2006) ao ressaltar que se espera que a mãe seja paciente e dedicada a todas as necessidades do filho. Silva e Aranha (2020) se engajam nessas afirmações ao destacarem as influências da imagem propagada da mãe nos comerciais. Em geral, nos comerciais ocorre a representação de mulheres lindas, felizes e realizadas com seus filhos; em contraponto, as mães retratadas fora

dessas normas são vistas e tratadas como vilãs, madrastas e mulheres que certamente não serão capazes de encontrar seu final feliz.

A maternidade realista é uma jornada marcada por momentos de alegria e encantamento, mas também por desafios e dificuldades. É reconhecer que nem sempre se tem todas as respostas, mas estar disposto a aprender e crescer junto com os filhos. Envolve aceitar a si mesmo como uma mãe em constante evolução, com imperfeições e virtudes, e buscar o equilíbrio entre as demandas da maternidade e as necessidades individuais.

A maternidade realista envolve a compreensão de que ser mãe é uma jornada repleta de altos e baixos, com momentos de alegria e exaustão, conquistas e dificuldades. Ela leva em conta a diversidade de experiências maternas, reconhecendo que cada mulher tem suas próprias vivências e formas de lidar com a maternidade. É aceitar que é normal sentir-se sobrecarregada, frustrada ou cansada em determinados momentos. É entender que não há uma única maneira correta de ser mãe e que é importante acompanhar as escolhas individuais de cada mulher, desde o tipo de parto até a forma de educar os filhos.

No entanto, é importante ressaltar que nem todos os perfis de mães realistas no instagram são autênticos. Algumas contas podem explorar os desafios da maternidade apenas por motivos comerciais, sem realmente refletir a realidade vivida pelas mulheres.

A teoria da eficácia parental, também conhecida como teoria da autoeficácia parental, é um conceito psicológico fundamental que destaca a importância da crença dos pais em sua capacidade de desempenhar efetivamente suas funções parentais. Essa teoria, proposta por Albert Bandura em 1977, enfatiza a percepção de competência e confiança dos pais em relação às suas habilidades parentais como um fator determinante para o desenvolvimento saudável das crianças.

Diante disso, mães que possuem uma alta autoeficácia parental, possuem maior resistência em não se comparar com perfis idealizadores, por já acreditarem ser uma boa mãe e conseguir lidar com os problemas do seu filho.

Bandura (1977) definiu a autoeficácia como a crença de uma pessoa em sua capacidade de realizar com sucesso uma tarefa específica. No contexto da parentalidade, a autoeficácia parental refere-se à confiança dos pais em suas habilidades para enfrentar e lidar com as demandas e desafios parentais.

Coleman e Karraker (1998) destacam que os pais com maior autoeficácia tendem a adotar estratégias parentais mais positivas, como o estabelecimento de limites claros, o uso de reforço positivo e a promoção da autonomia das crianças. Essas estratégias, por sua vez, estão relacionadas a melhores resultados no comportamento e no ajuste emocional das crianças.

Além disso, a autoeficácia parental está relacionada ao bem-estar dos pais e ao ajuste emocional da família. Teti e Gelfand (1991) descobriram que mães com maior autoeficácia têm maior probabilidade de experimentar sentimentos positivos em relação à maternidade e apresentar menor incidência de depressão pós-parto.

A autoeficácia parental também influencia o desenvolvimento da criança em termos de habilidades cognitivas, emocionais e sociais. Através de um estudo de revisão, Jones e Prinz (2005) concluíram que a autoeficácia parental está relacionada a um melhor ajuste emocional das crianças, menor incidência de problemas de comportamento e maior competência social.

Além do exposto, as mães também podem se comparar de diversas formas com perfis de mães influenciadoras, como o desenvolvimento do filho, corpo da mãe, criação, entre outros motivos. Diante disso, a teoria da comparação, proposta por Leon Festinger, um renomado psicólogo social, em 1954, sugere que os indivíduos têm uma tendência natural de se comparar com os outros para avaliar suas próprias habilidades, opiniões e sucesso. Essa comparação social pode afetar a autoestima, a autoimagem e o bem-estar emocional das pessoas.

No contexto das mães que utilizam as redes sociais, é possível observar a influência da teoria da comparação. Ao se depararem com postagens de outras mães nas redes sociais,

mostrando momentos aparentemente perfeitos e conquistas na maternidade, as mães podem sentir-se pressionadas a comparar suas próprias experiências, habilidades e realizações. Essa comparação pode levar a sentimentos de inadequação, ansiedade e até mesmo afetar negativamente sua autoestima.

É importante destacar que, embora as redes sociais possam oferecer um espaço para compartilhamento de experiências e apoio entre as mães, também podem promover uma cultura de comparação e competição. A exposição constante a imagens idealizadas de maternidade e conquistas pode levar as mães a se sentirem sobrecarregadas e inseguras em relação às suas próprias habilidades parentais.

Um estudo conduzido por Vogel, Rose, Roberts e Eckles (2014) destaca a influência da comparação social nas redes sociais, afirmando que "as mídias sociais oferecem oportunidades sem precedentes para a comparação social e podem ter consequências significativas para o bem-estar psicológico". As mães, ao se depararem com postagens de outras mães nas redes sociais, podem ser impactadas por comparações sociais que afetam sua saúde mental e emocional.

2.3 Privacidade das Crianças

A violação da privacidade das crianças nas redes sociais, especialmente no instagram, tem se tornado uma preocupação cada vez mais relevante. Embora muitas mães usem essa plataforma para compartilhar momentos especiais e criar uma comunidade online, é importante considerar os potenciais impactos negativos que isso pode ter na privacidade e segurança de seus filhos.

Segundo Boyd (2014) é importante que os pais façam uma reflexão cuidadosa sobre como equilibrar o compartilhamento de momentos da vida de seus filhos nas redes sociais com a necessidade de proteger a privacidade deles. Isso se deve ao fato de que as informações compartilhadas online podem ter impactos significativos e de longo prazo.

Ao compartilhar fotos, vídeos e histórias de seus filhos no instagram, as mães podem inadvertidamente expor informações pessoais, como nomes completos, locais de moradia, escolas que frequentam e outras informações sensíveis.

Nesse sentido, Haddon (2015) ressalta que esses detalhes podem ser usados por pessoas mal-intencionadas para rastrear ou identificar a criança, aumentando o risco de abuso, assédio e uso indevido de suas informações pessoais.

As mães que compartilham a vida de seus filhos no instagram estão sujeitas a receber comentários e mensagens de pessoas desconhecidas. Essas interações podem variar de comentários inapropriados a abordagens predatórias. Infelizmente, as crianças podem estar expostas a essas interações negativas por meio dos perfis de suas mães, o que pode afetar sua privacidade, bem-estar emocional e segurança.

No Brasil, a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD, 2018) estabelece diretrizes para o tratamento de dados pessoais, inclusive de crianças. Além disso, as próprias redes sociais têm suas políticas de privacidade e termos de uso que devem ser compreendidos pelos pais e responsáveis.

É importante estar ciente dessas leis e políticas para garantir a proteção da privacidade das crianças, visto que o conteúdo compartilhado pelas mães no instagram, incluindo fotos e vídeos de suas crianças, pode ser facilmente copiado, salvo ou compartilhado por outras pessoas sem o consentimento dos pais. Essas imagens podem ser usadas de maneira inadequada, como em memes, páginas de conteúdo questionável ou até mesmo em contextos que violem a privacidade da criança. Uma vez publicado na internet, o controle sobre o uso dessas imagens é limitado.

2.4 Monetização dos Perfis

A monetização dos perfis do instagram tornou-se uma realidade para muitos influenciadores digitais nos últimos anos. O crescimento do marketing de influência e a popularidade das redes sociais como plataforma de publicidade abriram oportunidades para que os influenciadores transformassem suas atividades nas redes em uma fonte de renda. No entanto, essa monetização também pode ter um impacto no relacionamento entre os influenciadores e seus seguidores.

Quando um influenciador começa a monetizar seu perfil no instagram, seja por meio de parcerias com marcas, posts patrocinados ou outras formas de publicidade, existe o risco de que o conteúdo se torne mais comercial e menos autêntico. Os seguidores podem perceber uma mudança na maneira como o influenciador se comunica e se relaciona com eles, deixando de ser uma voz genuína para se tornar uma voz de vendas.

Uma pesquisa realizada por Abidin (2016) sobre influenciadores do instagram destacou essa questão, revelando que alguns seguidores podem sentir-se alienados quando percebem que seus influenciadores favoritos estão promovendo produtos ou serviços de forma excessiva. Isso pode levar à perda de confiança e a um distanciamento entre o influenciador e seus seguidores.

Além disso, a monetização do perfil pode levar a um aumento da pressão sobre o influenciador para criar conteúdo que atenda aos interesses e demandas dos anunciantes, em vez de atender às necessidades e expectativas de seus seguidores. Isso pode levar a uma perda de autenticidade e conexão emocional com a audiência.

Por outro lado, há influenciadores que conseguem equilibrar a monetização com a manutenção de um relacionamento genuíno com seus seguidores. Esses influenciadores são transparentes sobre suas parcerias e mantêm um diálogo aberto com seus seguidores, ouvindo seus feedbacks e priorizando a criação de conteúdo de valor. Isso pode fortalecer a confiança e o engajamento dos seguidores.

3. METODOLOGIA

Para se alcançar os objetivos propostos é necessário estabelecer um percurso metodológico para o estudo. A escolha se dá por meio da seleção das técnicas de pesquisa que serão utilizadas para coletar, analisar e validar os dados e assim concluir o estudo.

Especificamente, buscou-se como público alvo da pesquisa mães que consomem conteúdo de mães influenciadoras por meio do instagram. Antes de iniciar a pesquisa foi realizada uma entrevista teste, semi-estruturada, que encontra-se no apêndice, com o objetivo de verificar se as perguntas estavam bem elaboradas e se teriam as respostas que se eram esperadas, bem como perceber se surgiria uma nova questão que não estava dentro das elaboradas.

A metodologia, de acordo com Virgillito (2010) tem como objetivo explorar e investigar o tema proposto levando em consideração as informações descritas nos objetivos gerais e específicos. Para isso, serão utilizadas as seguintes estratégias elencadas a seguir.

Pesquisa exploratória, que segundo Gil (2008) tem como finalidade proporcionar maior familiaridade com o problema. Pode envolver levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes no problema pesquisado. Geralmente assume a forma de pesquisa bibliográfica e estudo de caso.

Pesquisa bibliográfica, no qual o objetivo principal é reunir um conjunto de referências bibliográficas relacionadas a um tópico específico. Essas referências serão posteriormente utilizadas como base para estudos, trabalhos acadêmicos ou como fonte de consulta em bibliotecas reais ou virtuais.

Quanto à abordagem da pesquisa, definiu-se a qualitativa.

A coleta de dados foi feita através de entrevistas em profundidade, de forma individual, com entrevistadas que eram conhecidas da entrevistadora, sendo 9 entrevistadas mães e que consomem conteúdo de mães influenciadoras por meio do aplicativo instagram. O detalhamento do perfil das entrevistadas estará no tópico de resultados. O roteiro semi-estruturado (Apêndice 1) teve como base o referencial teórico e consistia em 21 perguntas. As entrevistas foram realizadas de forma online pela plataforma Meet, de forma que foram gravadas para que a entrevistadora pudesse dar total atenção às entrevistadas. As 9 entrevistas foram realizadas entre 6 de maio (entrevista teste) e 3 de setembro.

Ao início de cada entrevista, eram explicados os objetivos da pesquisa e informado a entrevistada que não haviam respostas certas ou erradas, ela poderia se pronunciar livremente e compartilhar suas experiências e opiniões. Em seguida, foram feitas perguntas sobre o perfil da entrevistada. Por fim, a entrevistadora começou a pesquisa autorizada pelas entrevistadas com a orientação do roteiro.

Após a coleta de dados, as entrevistas foram transcritas e, posteriormente, realizada a etapa de codificação e categorização, organizando cada resposta com sua respectiva categoria, em tabelas, a fim de facilitar o entendimento dos dados. As tabelas foram organizadas com colunas e linhas correspondentes a cada categoria do roteiro com as respectivas respostas dos entrevistados. Como o estudo é de natureza qualitativa, não se pretendia contabilizar as respostas, mas organizá-las para facilitar sua análise. Essa organização permitiu compreender e interpretar as respostas, possibilitando analisar as características semelhantes e diferentes dos relatos dos entrevistados. Na sequência, foi feita uma ligação entre as respostas e o referencial teórico.

4. RESULTADOS

4.1 Perfil dos Entrevistados

Na oportunidade, participaram da pesquisa nove mães que consomem conteúdo compartilhado por mães criadoras de conteúdo através do instagram. As entrevistadas têm idades entre 22 e 33 anos, com escolaridade que varia entre Ensino Superior completo e Doutorado. A maioria delas é casada, com um a dois filhos cujas idades variam entre 6 meses e 7 anos, conforme demonstrado na **Tabela 01**. No que diz respeito ao trabalho, seis das entrevistadas trabalham presencialmente, duas trabalham em home office, e apenas uma entrevistada não trabalha. A maioria das entrevistadas reside com seus esposos e filhos, com exceção de duas delas que moram com os filhos e outros parentes. Como não terão seus nomes revelados, as entrevistadas serão reconhecidas da seguinte forma: E1, E2, E3, E4, E5, E6, E7, E8 e E9.

Tabela 1. Perfil das entrevistadas

ENTREVISTADOS	IDADE	ESTADO CIVIL	ESCOLARIDADE	FILHOS	IDADE DOS FILHOS
E.1	22	Casada	Superior incompleto	1	3
E.2	28	Casada	Superior incompleto	2	6 e 7
E.3	30	Casada	Doutorado	1	6 meses

E.4	31	Casada	Superior incompleto	1	2
E.5	29	Solteira	Superior incompleto	1	5
E.6	33	Casada	Superior completo	2	6 e 3
E.7	26	Casada	Pós Graduação	1	3
E.8	28	Solteira	Superior completo	1	1
E.9	27	Casada	Superior completo	1	2

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

Para uma melhor compreensão e análise dos resultados da pesquisa foram atribuídas categorias e quantas vezes cada uma foi citada, conforme podemos observar na Tabela 02.

Tabela 2: Classificação temática das entrevistas

Categorias	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	Total
Importância da opinião de influenciadoras	1	1	1	1	1			1	1	7
Indicações das influenciadoras	1		1	1	1	1	1	1	1	8
Influência do desejo de compra	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Influência na alimentação	1	1								2
Impacto de realidade	1									1
Impacto na alimentação	1	1								2
Capacidade de lidar com os problemas do filho	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Eficácia parental	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Exposição dos filhos nas redes sociais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Situação de exposição dos filhos	1		1	1	1	1	1	1	1	8

Exposição de erros nas redes sociais	1		1	1	1	1	1	1	1	8
Consumo de conteúdo de influenciadoras na primeira gravidez	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Troca de experiências com mães nas redes sociais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Comparação das mães com influenciadoras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Impacto do consumo de conteúdo de influenciadoras	1	1								2
Diferenciação entre maternidade real e idealizada	1	1	1		1	1	1	1	1	8
Diferenciação entre postagem real e com patrocínio	1	1	1		1	1	1	1	1	8
Monetização dos perfis	1	1	1	1	1	1	1	1	1	9
Percepção pessoal		1								1
Cuidado com o que consome de influenciadoras			1							1
Impacto de influenciadoras no comportamento			1	1	1	1	1	1	1	7
Influência profissional			1							1
Impressão da maternidade da influenciadora ser perfeita			1	1	1	1	1	1	1	7
Perfis das influenciadoras						1				1
Tipos de dicas que procurava na gravidez						1	1	1	1	4
Influência das mães nas redes sociais							1			1
Cuidado com o que é consumido nas redes e aplicado								1		1

Fonte: Dados da pesquisa (2023).

4.2 Impacto de Influenciadoras no Comportamento

Na categoria “impacto de influenciadoras no comportamento” pode-se perceber que apesar de acharem importante esse tipo de conteúdo e de serem levadas em consideração questões relacionadas a alimentação e comportamento por exemplo, as entrevistadas denotam que é importante filtrar os conteúdos e não deixar se influenciar ao discordarem de determinado assunto.

“Elas interferem consideravelmente no comportamento, acredito que pode até modificar o jeito da mãe lidar com a criança” (E3).

“Eu acho que impacta muito. Tem uma outra também que eu sigo que ela passa uma educação que ela não bate, ela não grita, ela não diz não, é uma educação diferente, né. Uma educação positiva, que ela chama, e depois que eu comecei a seguir ela, eu comecei a mudar pequenas coisinhas que eu vi que são muito interessantes. Ela diz: às vezes você não precisa dizer a ele “não, não faz isso” é só você dizer “vamos fazer outra coisa, vem cá”, então eu percebo que às vezes o não pra criança ela não entende muito bem o não e você dando a oportunidade deles fazerem outra coisa se torna mais interessante.” (E6).

“Você ver muito exemplo de, pelo menos as que eu sigo, elas conseguem colocar bastante exemplo bom e que eu consigo colocar no meu dia-a-dia, na minha rotina, exemplo, alimentação, educação, a questão de não bater, então assim, acaba que eu coloco sim. Eu adquiero muita coisa que elas fazem” (E8).

Conforme Mineiro (2021) os influenciadores além de atingirem audiências consideráveis, têm a capacidade de exercer influência pessoal sobre as atitudes, opiniões e comportamentos dos consumidores. Isto é, eles são buscados pelos consumidores como fonte de informação e aconselhamento sobre produtos ou serviços específicos. No estudo realizado pela MindMiners, em 2019, ao verificar a visão das mulheres sobre maternidade, foi revelado que 58% das mães entrevistadas concordam que o Instagram é um lugar onde aprendem sobre produtos e serviços. Já 55% afirmou seguir blogueira (os) e influenciadores nas redes sociais (Camargo, 2019).

De acordo com Viu Hub (2021) o aumento no consumo de conteúdo digital relacionado à maternidade tem revelado novos padrões de comportamento e perfis entre as mães brasileiras. Essas mães estão fazendo escolhas diferentes e abordando questões de maneira distinta em comparação com as gerações anteriores.

Entretanto, com base nas respostas das entrevistadas, é evidenciado uma postura equilibrada e consciente em relação ao conteúdo compartilhado por essas influenciadoras. Enquanto muitas entrevistadas apreciam certas informações compartilhadas, também demonstram discernimento ao reconhecer a importância de avaliar esses conteúdos de forma crítica. Em outras palavras, as informações compartilhadas por influenciadoras são consideradas como uma fonte de referência, mas não como regra definitiva ou uma verdade absoluta.

4.3 Indicação de Influenciadoras

Na categoria “indicação de influenciadoras” as entrevistadas relataram que já adquiriram produtos com base nas recomendações fornecidas pelas influenciadoras. Neste contexto, é ressaltado que a opinião e a credibilidade dessas influenciadoras desempenham um papel significativo no processo de tomada de decisão de compra das entrevistadas, demonstrando assim, a importância de suas recomendações e avaliações nas escolhas e no comportamento do consumidor.

“Já, não só na parte de maternidade, mas em outras ocasiões também.” (E6).

“Sim, com certeza.” (E5)

No estudo realizado por Pereira (2020) ao analisar a influência do Instagram na decisão de compras de mães gestantes, os resultados indicaram que as opiniões das influenciadoras que tratam do tema da maternidade desempenham um papel relevante e exercem influência nas decisões de compra desse grupo de mães.

Além disso, todas as entrevistadas afirmaram serem influenciadas no desejo de compras, especialmente na escolha de produtos, serviços e marcas, pois confiam nas opiniões e recomendações das influenciadoras e desejam experimentar o que elas recomendam.

“Eu acho que influencia diretamente, porque assim, a gente é muito visual, então quando é um produto que a gente vê, mesmo que nunca usou, mas a gente viu tantas vezes que quando a gente vai no mercado a gente diz: poxa, eu vou pegar esse, já vi tanto, fala tanto, vou pegar. Nem que seja por curiosidade, acaba pegando até pra testar pra saber se é aquilo mesmo” (E6).

“Influenciam muito né, porque assim, dependendo da pessoa, da influenciadora, dependendo de como ela aborda o assunto, a gente tem certo interesse. Então assim, tem a questão de ela usa? Dá resultado? Porque a partir do momento que a pessoa oferece um produto pra gente, ela no mínimo tem que mostrar que ela também usa. Então, pra mim, o critério de ah eu vou comprar também, é de se ela realmente usa e se aquele produto funciona pra ela. Então se eu vejo que realmente dá resultado, a gente acaba realmente sendo influenciado a comprar aquele produto” (E8).

De acordo com Pereira (2020) o Instagram influencia de alguma maneira na decisão de compra das mães consumidoras. Além disso, outro fator que pode ser determinante para tal afirmação é a influência que a opinião de influenciadoras afeta no desejo de compra das mães em relação a produtos específicos. À vista disso, investir em publicidade no Instagram é uma estratégia promissora e respaldada por pesquisas.

Dessa forma, podemos constatar a relevância do marketing de influência dentro da maternidade. Os resultados aqui apresentados evidenciam que as mães têm disposição a considerar as recomendações e opiniões das influenciadoras ao tomar decisões sobre produtos e serviços relacionados à maternidade.

4.4 Diferenciação Entre Maternidade Real e Idealizada

Na categoria "diferenciação entre maternidade real e idealizada", as entrevistadas a definiram como aquela que não apenas destaca os aspectos positivos, mas também aborda o lado cansativo da maternidade, incluindo seus desafios e os sacrifícios envolvidos. Além disso, explanaram também que algumas influenciadoras não abordam adequadamente a realidade da maternidade, muitas vezes se concentrando apenas nos aspectos positivos. Com base nas respostas, ficou evidente que a maternidade idealizada e o conteúdo compartilhado por essas influenciadoras não são bem recebidos por esse público.

“Uma mãe que demonstra a maternidade real é aquela que mostra também a parte cansativa de ser mãe, né, que mostra que a gente também cansa, que a gente também quer um tempo para nós mesmas,

que é uma rotina cansativa, exaustiva, de tá presente 24h pro seu filho” (E1).

“A real mostra o dia a dia e não mostra apenas a criança brincando, a criança indo no parquinho ou a criança se alimentando do melhor legume e frutas e enfim. A real mostra momentos de birras, momentos de que a criança não tá dormindo. Porque muitas mães querem mostrar que o filho dorme a noite toda ou coma tudo, se alimenta bem, se comporta. Então pra mim, a maternidade que é real é quando mostra os perrengues mesmo da vida real de mãe.” (E8).

Emídio e Scaliante (2023) ressaltam que nos tempos atuais, tem-se observado a disseminação dessa imagem da “mãe ideal”, perfeita e completamente realizada pela maternidade. Isso fica evidente nas mães influenciadoras, muitas das quais compartilham postagens com fotos e vídeos que transmitem a ideia de que são mães constantemente felizes. Ainda segundo as autoras, as mães frequentemente idealizam a maternidade, vendo-a como um período repleto de sentimentos positivos, carinho e responsabilidades. Mesmo que sentimentos negativos surjam em seus discursos, elas tendem a considerá-los como intrusos indesejados, o que pode gerar um sentimento de impotência e culpa diante das emoções experimentadas durante essa experiência.

Em consonância, Oliveira e Lima (2023) afirmam que o Instagram também pode contribuir para a criação de opiniões equivocadas sobre a maternidade. Por outro lado, ao acompanhar os perfis de influenciadoras digitais que compartilham suas experiências maternas, outras mães podem ter conhecimento sobre a rotina materna. Contudo, é essencial ter em mente que a maternidade é vivida de maneiras diversas, e essas informações podem, sem querer, promover uma visão idealizada da maternidade. À vista disso, é de suma importância uma abordagem honesta sobre a maternidade nas redes sociais, reconhecendo também os desafios e as alegrias que fazem parte dessa experiência.

Além disso, todas as entrevistadas alegaram que, em geral, as mães tendem a se comparar com as postagens feitas por mães influenciadoras, o que pode ter um impacto negativo sobre elas. Um dos principais motivos apontados pelas entrevistadas é que as influenciadoras tendem a mostrar apenas o lado positivo da maternidade nas redes sociais, omitindo a realidade do dia-a-dia, o que pode levar as mães a sentirem que não estão à altura das expectativas criadas por essas representações idealizadas da maternidade.

“Acho, eu acho que se comparam, principalmente com as crianças. Poxa, aquela criancinha, por exemplo, está comendo essa coisa e a minha não tá comendo, por que? A criancinha dorme bem, a blogueira só vive postando isso e porque a minha não dorme, acaba se comparando, é difícil, porque as mães tem que internalizar que cada criança é única, ela não vai ser igual àquela criança, por mais que existam técnicas por exemplo de comer bem, dormir melhor, mas às vezes aquelas técnicas infinitas não dá certo com aquela criancinha, a pessoa tem que internalizar; poxa ela é desse jeito e eu vou tentar manejar meu dia daquela forma” (E3).

“Ah, eu acho que sim. Muito impacto, porque teve um tempo que uma dessas influenciadoras que eu sigo, ela é muito assim, a mãe perfeita, os bebês perfeitos, a criação perfeita, não ver um grito, não ver nada. E

teve um tempo que eu estava muito estressada e do nada eu gritava e depois eu ficava assim “meu deus, eu sou horrível, eu sou péssima” então eu me comparava e tinha certos momentos que eu deixava até de assistir, porque eu falava “meu deus, eu tô me sentindo horrível”. A gente se frustra, porque ninguém é igual ao outro, ninguém é igual a ninguém, né. A gente fica meio frustrado” (E6).

De acordo com Emídio e Scaliante (2023, p. 18) “essas comparações que acabam gerando frustração e culpa, se ligam também ao cenário social marcado por padrões a serem seguidos e que se reproduzem nos discursos das redes sociais”. Conforme as autoras, fica evidente que alguns desses perfis de influenciadoras, tendem a intensificar as pressões que as mulheres enfrentam em relação à maternidade e a reforçar o sentimento de culpa que elas experimentam diante do padrão historicamente estabelecido para a maternidade. À vista disso, em vez de servir como um apoio ou um suporte social para a vivência desta experiência repleta de sentimentos, muitas vezes acabam aumentando as expectativas e as inseguranças dessas mães.

4.5 Exposição dos Filhos nas Redes Sociais

Na categoria “exposição dos filhos nas redes sociais” a grande maioria das entrevistadas relataram que compartilham apenas uma quantidade limitada de conteúdo relacionado às suas crianças nas redes sociais. Isso se dá principalmente por sentirem insegurança ao postar conteúdos referentes aos seus filhos, pois pode comprometer a privacidade e a segurança da criança. Devido a isso, muitas optam por fazer isso de forma privada, compartilhando com um círculo restrito de amigos e familiares.

“Eu compartilho muito pouco, porque eu acho que o mundo hoje ele tá mal, sabe. Não são todos que olham com os olhares do bem, muitos olham com outros olhares, às vezes tem sentimento ruim que deseja, que transmite. E por ela ser pequenininha demais, eu não gosto. Eu evito. É tanto que pra eu postar é muito difícil. E quando eu posto, eu ainda me sinto insegura de postar, mas eu sei que nem todos são assim com más olhares” (E1).

“Antes, sim. Hoje, não mais. Porque a gente sabe que infelizmente acontece de pessoas usarem fotos indevidamente. Então, eu compartilho sim, mas não com tanta frequência de antes” (E8).

Quando os pais compartilham muitas informações pessoais sobre seus filhos, pode resultar na violação da privacidade das crianças. Neste contexto, Boni (2023) afirma que a responsabilidade dos pais em relação à privacidade de suas crianças nas redes sociais é de suma importância, o que exige uma abordagem extremamente cautelosa e responsável. Compreender plenamente as repercussões e consequências tanto da preservação quanto da falta de preservação da imagem da criança é fundamental para que os pais ou responsáveis possam tomar medidas apropriadas e garantir o bem-estar da criança.

4.6 Troca de Experiências com Outras Mães nas Redes Sociais

Na categoria “troca de experiências com outras mães nas redes sociais”, todas as entrevistadas relataram ter compartilhado experiências com outras mães nas redes sociais, o que denota a importância das redes sociais como um meio de conexão e apoio entre mães, onde

podem trocar conhecimentos, desafios e conquistas relacionados à maternidade. Essa procura por apoio social nas redes sociais, através de influenciadoras e outras mães, muitas vezes ocorre devido à ausência desse suporte no seu cotidiano, conforme podemos observar a seguir.

“Sim, com certeza. Acho que foi fundamental pra mim, até porque eu não tinha amigas que já eram mães, então eu procurar no Instagram alguém que estava passando pela mesma fase na gravidez foi fundamental pra mim, pra dicas do que comprar, pra tudo” (E5).

Na pesquisa realizada por Emídio e Scaliante (2023) através das declarações das entrevistadas, foi evidenciado que a maternidade é percebida como uma experiência repleta de emoções e frequentemente ligada à tentativa de atender a padrões idealizados. Isso frequentemente resulta em sentimentos de sobrecarga e solidão para as mães, ressaltando a importância de uma rede de apoio.

Nesta conjuntura, as redes sociais têm proporcionado a criação de uma comunidade virtual de apoio, servindo como um elo entre mães que buscam conforto, incentivo, informações, reciprocidade e suporte emocional. À vista disso, o Instagram tem se destacado como uma plataforma onde a participação das mães é cada vez mais significativa. Muitas delas recorrem a essa rede social em busca de informações e apoio emocional, pois ela aborda uma ampla variedade de assuntos relacionados à maternidade (Ávila, 2018).

4.7 Eficácia Parental

Na categoria “eficácia parental” a grande maioria das entrevistadas afirmou se sentir capaz de desempenhar efetivamente suas funções parentais. Isso indica um senso positivo de autoeficácia parental, onde as mães se sentem capazes e competentes em cuidar de seus filhos, o que pode desempenhar um papel crucial no bem-estar emocional e na qualidade das interações entre essas mães e seus filhos.

“Sim, acredito. Tem vez que você sente que poderia melhorar, porque há falhas de qualquer forma, mas eu sei das minhas limitações, até por ser mãe solo, então tenho que entender que eu não posso dar conta de tudo e a gente aprende errando mesmo, se a gente tiver consciência disso é melhor pra gente” (E5).

Segundo Pinheiro *et al.* (2023) quanto maior o apoio social recebido, maior a autoeficácia parental materna. Além disso, todas as dimensões de suporte social, incluindo suporte material, afetivo, emocional, de informação e interações sociais positivas, parece exercer influência sobre a autoeficácia. Isso destaca a importância de várias formas de apoio social no fortalecimento da confiança dos pais em suas habilidades parentais.

4.8 Monetização dos Perfis por Influenciadoras

Por fim, na categoria “monetização dos perfis por influenciadoras” apenas uma entrevistada informou ter deixado de seguir alguma mãe influenciadora por vê-la fazendo muitos patrocínios. Esse resultado indica que a maioria das entrevistadas não considerou a presença de anúncios ou a monetização dos perfis das mães influenciadoras como um fator determinante para deixá-las de seguir nas redes sociais.

“Já deixei por conta dos ideais que não eram muito parecidos com os meus, então deixei. Mas de patrocínio, não” (E6).

Dessa forma é importante salientar que a monetização dos perfis discutida no referencial teórico não foi comprovada por este resultado da pesquisa, entrando em contraposição com autores como Abidin (2016), que afirma que a promoção de produtos ou serviços de forma excessiva pode levar a perda de confiança e a um distanciamento entre o influenciador e seus seguidores, uma vez que, essa prática pode fazer com que os seguidores percebam o influenciador está mais preocupado com fins comerciais do que em fornecer um conteúdo genuíno e útil, os que os fazem se sentirem desencorajados a continuar seguindo o influenciador.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

As mães influenciadoras desempenham um papel cada vez mais significativo, exercendo uma grande influência no comportamento de mães consumidoras de seus conteúdos. Com a ascensão das redes sociais e principalmente do aplicativo *Instagram*, muitas mães encontraram na plataforma um meio de compartilhar suas experiências, conhecimentos e estilo de vida.

Este trabalho teve como objetivo geral analisar o impacto de mães influenciadoras no comportamento do consumidor por meio do *instagram*. Diante disso, foram abordados os aprofundamentos em diversos assuntos como o marketing de influência, a maternidade realista, a privacidade das crianças, o apoio social, teoria da autoeficácia, teoria da comparação e a monetização dos perfis.

Diante do exposto, vimos que as entrevistadas consideram as influenciadoras como uma fonte de orientação, mas não como uma verdade incontestável. A credibilidade dessas influenciadoras desempenham um papel significativo no processo de tomada de decisão de compra das entrevistadas, demonstrando assim, a importância de suas recomendações e avaliações nas escolhas e no comportamento do consumidor. Todas as entrevistadas relataram ter sido influenciada para adquirir produtos que visualizaram nos perfis dessas mães criadoras de conteúdo.

Além disso, com base nas respostas, torna-se claro que a representação idealizada da maternidade não é bem vista pelas mães e possuem consciência que não é a verdadeira realidade que está sendo mostrada.

Na categoria "troca de experiências com outras mães nas redes sociais", todas as entrevistadas contaram ter compartilhado experiências com outras mães nas redes sociais, o que evidencia a importância das redes sociais como um meio de conexão e suporte entre mães, onde podem trocar conhecimentos, enfrentar desafios e celebrar conquistas relacionadas à maternidade. Essa busca por apoio social nas redes sociais, por meio de influenciadas e outras mães, muitas vezes ocorre devido à falta desse apoio em suas vidas cotidianas. Além disso, todas as entrevistadas afirmaram que, em geral, as mães têm a tendência de se comparar com as postagens feitas por mães influenciadas, o que pode ter um impacto adverso sobre elas. Um dos principais motivos relatados pelas entrevistadas é que as influenciadas costumam exibir apenas o lado positivo da maternidade nas redes sociais, negligenciando a realidade do dia a dia, o que pode fazer com que as mães sintam que não estão à altura das expectativas criadas por essas representações idealizadas da maternidade.

A maioria das entrevistadas relatou que a presença de anúncios ou a monetização dos perfis das mães influenciadoras não é um fator decisivo para deixá-las de seguir nas redes sociais.

Dessa forma, é notório que as criadoras de conteúdo mães estão cada vez mais moldando a maternidade de suas seguidoras e as influenciando em compras, dicas, costumes, criação e comportamento. Dessa forma, mães influenciadoras são capazes de moldar tendências de consumo e preferências de compra. Seja através de avaliações de produtos, demonstrações

de uso, relatos pessoais ou recomendações diretas, elas podem influenciar as escolhas dos consumidores, principalmente quando se trata de produtos relacionados à maternidade, cuidados infantis, moda, alimentação e criação.

Com base nos estudos realizados e apresentados neste artigo é possível constatar que as mães influenciadoras têm uma influência considerável no comportamento do consumidor, especialmente no que se diz respeito à maternidade. As recomendações positivas dessas influenciadoras são valorizadas e adotadas por suas seguidoras, entretanto é necessário autenticidade e realismo em suas abordagens. É notório que as redes sociais como o *Instagram* desempenham um papel fundamental como uma rede de apoio e conexão entre essas mães. Os resultados desta pesquisa surpreenderam a pesquisadora na categoria “monetização dos perfis” onde as entrevistadas relatam que não se incomodam com o excesso de publicidade em perfis de mães influenciadoras, pois esperava-se respostas diferentes das que foram dadas.

Essa pesquisa traz contribuições no que diz respeito aos impactos que o consumo de conteúdo de influenciadores podem causar, bem como a alteração de comportamento e de percepção. É necessário ter consciência do conteúdo que é consumido e saber filtrar as influenciadoras que realmente trazem aspectos positivos para a maternidade de suas mães consumidoras.

Ademais, recomenda-se para os próximos trabalhos, uma análise sobre os impactos que as mães influenciadoras causam na alimentação dos filhos de mães consumidoras de seus conteúdos. O tema foi citado entre várias entrevistadas que fizeram parte desta pesquisa. Além disso, recomenda-se, também, fazer a pesquisa com pessoas de baixa renda ou de pouco estudo, visto que as entrevistadas tinham formações que iam de superior incompleto a doutorado.

REFERÊNCIAS

- ABIDIN, Crystal. **Visibility labour: Engaging with Influencers' Fashion Brands and #OOTD Advertorial Campaigns on Instagram**. Media International Australia, 2016. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1329878X16665177>. Acesso em: 16 maio de 2023.
- ARMSTRONG, G.; KOTLER, P. **Princípios de Marketing**- 14º ed. New Jersey, Pearson Prentice Hall, 2012. 525 p.
- ÁVILA, Paloma Santos. **A construção da maternidade no Instagram**: uma análise dos perfis “Mãe de Sete” e “A Maternidade”. 2018. Monografia (Bacharelado em Jornalismo – Universidade Federal de Ouro Preto, Mariana, 2018. Disponível em: <https://monografias.ufop.br/handle/35400000/1045>. Acesso em: 01 out. 2023.
- BANDURA, Albert. **Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change**. Psychological Review, 1977. Disponível em: <https://psycnet.apa.org/record/1977-25733-001>. Acesso em: 15 maio de 2023.
- BONI, D. **O direito de proteção da imagem da criança na era digital**. Repositório Anima Educação, 2023. Disponível em: <https://repositorio.animaeducacao.com.br/bitstream/ANIMA/35003/1/TCC%20Final.pdf>. Acesso em: 30 set. 2023.
- BRASIL. Lei nº 13.709, de 14 de agosto de 2018. **Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD)**. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 15 de agosto de 2018.
- BOYD, Danah. **"It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens."** Yale University Press, 2014.
- CAMARGO, T. **Maternidade Sem Filtro - Parte III**. MindMiners, 2019. Disponível em: <https://mindminers.com/blog/maternidade-sem-filtro-parte-iii-2/>. Acesso em: 29 set. 2023.
- COLEMAN, P.; KARRAKER, K. Self-efficacy and parenting quality: Findings and future applications, **Developmental Review**, Vol. 18. p. 47-85, março 1998.
- EMÍDIO, T. S.; SCALIANTE, G. B. **O ideal de maternidade nos espaços virtuais: um estudo sobre a percepção da maternidade de “Mommy Influencers” no Instagram**. Estudos Interdisciplinares em Psicologia, Londrina, v. 13, p. 01-21, 2022. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/eip/article/view/47117>. Acesso em: 28 set. 2023.
- GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. São Paulo: Atlas, 1987
- GIL, A. C. **Projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 1996.

HADDON, L. **Children, Media and Consumption: On the Front Edge**. Nordicom Review, vol. 36, pp. 101-106, 2015.

Jones, T.; Prinz, R. **Potential roles of parental self-efficacy in parent and child adjustment: A review**. Clinical Psychology Review, 2005. Disponível em: <http://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/15792853>. Acesso em: 20 mai. 2023.

JUNG, L. **What is influencer marketing**. The Shelf, 2019. Disponível em: <https://www.theshef.com/the-blog/what-is-influencer-marketing> Acesso em: 16 mai. 2023.

Kates, S. **Uma exploração qualitativa das percepções éticas dos eleitores sobre a publicidade política: discurso, desinformação e limites morais**. Jornal de Ética Empresarial 17, 1871–1885 (1998). Disponível em: <https://doi.org/10.1023/A:1005796113389>. Acesso em: 09 out. 2023.

LERNER, Sharon. **The War on Moms: On Life in a Family-Unfriendly Nation**. 1ª ed. Wiley, 2010.

LOPEZ, L. K. **The radical act of “mommy blogging”: Redefining motherhood through the blogosphere**, New Media & Society, vol. 11, p. 659–683, Julho 2019.

LUMENG, J. C.; NIKO K. **Maternal Support for Children's Healthy Eating: Perspectives and Strategies of Low-Income Mothers**. Academic Pediatrics, vol. 9, pp. 234-238, 2009.

MATOS, R. **O que é Marketing de Influência e como ela pode ajudar a sua estratégia digital**. Rock Content, 2018. Disponível em: <https://rockcontent.com/blog/marketing-de-influencia/>. Acesso em: 16 mai. 2023.

MINEIRO, Alexandra da Silva. Introdução. In: _____. **Maternidade e sharenting online: Estudo de caso sobre mommy bloggers portuguesas no Instagram**. 2021. Dissertação (Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação) – Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, 2021. p. 1-4. Disponível em: https://repositorio.iscte-iul.pt/bitstream/10071/24085/1/master_alexandra_silva_mineiro.pdf. Acesso em: 29 set. 2023.

PEREIRA, Laura Karolinne de Oliveira. **#Fuiinfluenciada: a influência do Instagram na decisão de compra das mães gestantes**. 2020. Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Federal de Pernambuco, Caruaru, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ufpe.br/bitstream/123456789/42579/1/PEREIRA%2c%20Laura%20Karolinn%20de%20Oliveira.pdf>. Acesso em: 28 set. 2023.

PINHEIRO, R. S. C. S. et al. **Autoeficácia e apoio social das mães de prematuros em unidade neonatal**. Revista Brasileira de Saúde Materno Infantil, v. 23, p. 1-6, 2023. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbsmi/a/bLtmwL9mTZBrrCnJ6CqXf4N/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 02 out. 2023.

RAUEN, Fábio. **Roteiros de iniciação científica: os primeiros passos da pesquisa científica desde a concepção até a produção e a apresentação**. Palhoça: Editora Unisul, 2015.

RÉVILLION, Anya Sartori Piatnicki; LESSA, Bruno de Souza; GOMES NETO, Rogério; JUSKI, Juliane do Rocio; NEUMAN, Susana Elisabeth. **Marketing digital**. Porto Alegre: Grupo A Educação S. A, 2019. 210 p.

ROMENTI, Stefania. **The Rise of the Momfluencer: Social Media and the Maternal Digital Influencer Phenomenon**. Media International Australia, vol. 179, p. 5-19, 2021.

SILVA, Janaina, ARANHA, Maria. **Pode uma mãe não gostar de ser mãe? as controvérsias acerca do feminino**. Appris, 1. ed., 2020.

SCHOPPE, Sullivan et al. **Parenting in Context: Systemic Perspectives on Parenting**. 2. ed., vol. 3. Psychology Press, 2002.

SHEA, Sarah; WENDY, Grolnick. **"Parental Support of Children's Autonomy: A Clinical Guide."**, vol. 36. Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology, 2007.

TETI, Douglas; GELFAND Donna. **Behavioral competence among mothers of infants in the first year: The mediational role of maternal self-efficacy**. 5. ed., vol. 62, Child Development, 1991.

THOMPSON, Marco Aurélio; TOMPSON, Gisele. **Como ser um influenciador digital: 44 dicas, roteiros e estratégias para redes sociais**. São Paulo: Érica, 2020. 209 p.

TOURINHO, Julia. **A mãe perfeita: idealização e realidade** - Algumas reflexões sobre a maternidade. IGT na rede, 2006. Disponível em: <http://igt.psc.br/ojs3/index.php/IGTnaRede/article/view/12>. Acesso em: 14 mai. 2023.

VIRGILLITO, Salvatore. **Pesquisa de Mercado: uma abordagem quantitativa e qualitativa**. São Paulo: Saraiva. 2010.

VIU HUB. **Conectadas e engajadas**: a geração de mães consumidoras de conteúdo digital. Plataforma Gente, 2021. Disponível em: <https://gente.globo.com/conectadas-e-engajadas-a-geracao-de-maes-consumidoras-de-conteudo-digital/>. Acesso em: 29 set. 2023.

VOGEL, E. A. et al. **Social comparison, social media, and self-esteem**. Psychology of Popular Media Culture, p. 206-222, 2014.

WARSHEL, Yael; LEMISH, Dafna. **Media and the Well-Being of Children and Adolescents**. Routledge, 2019.

Apêndice 1- Roteiro

Roteiro de Entrevistas

- 1- Você acompanha mães influenciadoras nas redes sociais?
- 2- Quantas blogueiras que abordam o tema maternidade você segue no Instagram?
- 3- Como você analisa a importância das opiniões das mães influencers?
- 4- Você já comprou ou deixou de comprar algum produto levando em consideração as indicações publicadas por estas blogueiras?
- 5- Como você acha que as postagens de produtos ou serviços feitas pelas blogueiras influenciam no desejo de compra dos seus seguidores?
- 6- Como você acha que as dicas passadas por essas blogueiras impactam no comportamento das mães com os seus filhos?
- 7- Você se sente totalmente capaz de lidar com os problemas do seu filho na idade que ele possui atualmente?
- 8- Você acredita que seja um bom modelo para outras mães?
- 9- No geral, você está satisfeita com as suas habilidades como mãe?
- 10- Você costuma compartilhar fotos de seus filhos no instagram? Com que frequência?
- 11-Quais situações de momentos diários do seu filho você costuma postar?
- 12- Você costuma compartilhar situações de erros do seu filho no instagram? Exemplo: castigos, travessuras.
- 13- Durante a primeira gravidez, você procurou perfis de mães influenciadores?
- 14- Caso sim para a pergunta anterior, que tipo de experiências e dicas você procurava nessas mães?
- 15- Você já trocou experiências ou conselhos com mães que você segue nas redes sociais?
- 16- Você acha que as pessoas se comparam com as imagens e postagens feitas por mães influenciadoras? Que tipo de impacto você acha que isso tem para essas mães?
- 17- Você já chegou a pensar que a maternidade de determinada influenciadora que você segue parece ser uma experiência perfeita e fácil? Se sim, de que forma isso te impactou?
- 18- Você já seguiu alguma influenciadora por achar que ela parecia uma "mãe perfeita"? De que forma você acha que esse perfil pode te influenciar?

19- Como você distingue influenciadoras que postam a "maternidade real" das que postam apenas a "maternidade idealizada"?

20- Como você diferencia uma postagem real de uma postagem com patrocínio?

21- Você já deixou de seguir alguma mãe influenciadora por vê-la fazendo muitos patrocínios? Se sim, de que forma isso te incomoda?

Apêndice 2 - Categorização

ENTREVISTADA 1

PERFIL: 22 ANOS, CASADA, GRADUANDO EM ODONTOLOGIA, UMA FILHA COM 3 ANOS E 10 MESES, TRABALHA EM HOME OFFICE COM VENDAS E MORA COM ESPOSO E FILHA.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais e as que mais gosta e acompanha são 3.

DURAÇÃO: 19:31.

DATA DA ENTREVISTA: 6 de maio de 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E1.1	“Tem umas que vejo que são muito exageradas e que não deveríamos deixar se influenciar, já outras concordo em muita coisa.”	IMPORTÂNCIA DA OPINIÃO DE INFLUENCIADORAS
E1.2	“Já comprei, mas não deixei de comprar por alguma postagem, não que eu lembre.”	INDICAÇÕES DAS INFLUENCIADORAS
E1.3	“Assim, a postagem delas são mais ligadas para o palco infantil, aí a gente que é mãe compra, porque acha que é interessante pro filho também. E aí acaba se influenciando.”	INFLUÊNCIA DO DESEJO DE COMPRA
E1.4	“Eu me deixo impactar muito muito na parte de alimentação. Tem umas mães que assim, elas alimentam os filhos de uma forma muito saudável, sabe.	INFLUÊNCIA NA ALIMENTAÇÃO

E1.5	E pelo meu tempo curto que eu tenho e também pela rotina, eu me sinto às vezes mal, por não poder fazer do mesmo jeito que elas, sabe. E isso me impacta muito porque assim, essas rotinas saudáveis que elas publicam pros filhos dela, é geralmente daquelas mães que abdicam totalmente pra viver pro seu filho né, que deixa de trabalhar, estudar, pra cuidar exatamente do seu filho. E como eu sou uma mãe que estuda, que tenho minhas vendas, que tenho a casa, tenho ela, e aí eu não consigo abdicar de tudo, entendeu, eu não consigo dar de conta de tudo. E aí a alimentação dela não sai exatamente como daquelas mães que postam a alimentação perfeita do seu filho. Eu tento ir pro lado bom, mas não como deveria.	IMPACTO DE REALIDADE
E1.6	Esse comportamento delas impacta muito, porque você fica tentando ir pra aquele lado que ela tá lhe influenciando, fazendo aqueles alimentos, e aí muitas vezes eu me vejo tentando fazer aquela lancheira que ela faz para o filho dela, mas aí acaba que não se encaixa com a minha rotina e não se encaixa com a alimentação que a minha filha tem, porque ela já se adequou a outra alimentação, sem ser essa que a mãe dá pro seu filho.	IMPACTO NA ALIMENTAÇÃO
E1.7	“Às vezes eu me sinto insegura, né, em certos momentos... porque como eu fui mãe muito nova, eu às vezes sinto que fico insegura, mas aí a cada diversidade, a cada momento, a cada circunstância, vai me fazendo mais forte, com mais maturidade pra enfrentar aquele momento. E aí aquilo que eu achava que não ia conseguir, que não ia enfrentar, consigo.”	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO

E1.8	“Mais ou menos. Às vezes eu não me acho a mãe perfeita, como eu deveria ser. Mas assim, no dia a dia a pessoa vai melhorando cada vez mais, né, e por isso eu não me acho uma mãe que deveria ser o exemplo porque eu acho que o exemplo deveria ser aquela perfeita que não existe né, tem os defeitos.”	EFICÁCIA PARENTAL
E1.9	“Eu compartilho muito pouco, porque eu acho que o mundo hoje ele tá mal, sabe. Não são todos que olham com os olhares do bem, muitos olham com outros olhares, às vezes tem sentimento ruim que deseja, que transmite. E por ela ser pequenininha demais, eu não gosto. Eu evito. É tanto que pra eu postar é muito difícil. E quando eu posto, eu ainda me sinto insegura de postar, mas eu sei que nem todos são assim com más olhares.”	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS NAS REDES SOCIAIS
E1.10	“Geralmente eu posto quando é um momento bem importante, quando a gente tá bem feliz. No aniversário dela, no batizado dela, como teve.. momentos que a gente sai para se distrair e tá feliz, mas mesmo assim, é como eu disse, eu posto, mas me sinto insegura.”	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E1.11	“Algumas vezes eu já fiz isso, já postei. Mas muitas das vezes, não. Porque eu acho que como eu disse, comentei antes, eu evito de ta postando coisas dela, mas já cheguei a postar, inclusive aquele meme que tem de ‘já tomou seu anticoncepcional hoje?’, ela tinha pegado um talco e jogado em cima dela todinho, quando eu cheguei ela tava toda branca em cima da cama.”	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E1.12	“Procurei, mas pessoas que eu já tinha no meu instagram que eram mães, e não influenciadoras, entendeu.. Porque como eu fui mãe muito nova, eu não fiquei adequada aos assuntos assim não.. era muito imatura.”	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E1.13	“Sim, várias. Com pessoas próximas, uma influenciadora também, que já procurei saber de um produto, de coisas pessoais também, já conversei sobre minha filha também pra saber se o que estava acontecendo era	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS

	normal, se já tinha acontecido com a outra criança também.”	
E1.14	“Muitas, muitas, muitas. Porque assim, as pessoas muitas vezes só demonstram o lado bom, né. Não mostra o ruim. E aí a gente chega a se comparar, achando que não é perfeita pro filho, como aquela pessoa que influencia é. Porque aquela pessoa só posta foto com o filho, posta os melhores momentos com o filho, mas não mostra o lado ruim, também, né. O lado assim, difícil, né. Não digo ruim.”	COMPARAÇÃO DAS MÃES COM INFLUENCIADORAS
E1.15	“Já. Me impactou ao ponto de eu achar que eu não sou perfeita para a minha filha, né.. que eu não sou uma mãe que deveria ser, e aí isso me fez achar que não estou sendo uma pessoa, uma mãe tão boa pra ela, por precisar sair pra estudar, por precisar deixar ela o dia inteiro em um colégio, por momentos assim que eu me estresso pela rotina exaustiva e tipo assim, chegar a esse ponto de me sentir assim, que não sou perfeita pra ela, entendeu. Porque muitas deixam os estudos de lado, o trabalho de lado, e demonstram isso nas redes sociais. E eu que saio para estudar, tem dia que me sinto muito mal, muito mal mesmo por achar que eu não sou assim, como deveria ser né, perfeita pra ela, como aquela pessoa da rede social é, por tá ali todo dia e se dedica totalmente, e a gente fica com essa culpa por não tá fazendo o mesmo. Sendo que pelo lado que eu tenho que pensar, é que tudo que eu tenho feito é por ela. Eu to ali estudando por mim, mas também por ela, principalmente. Pra dar uma vida melhor a ela.”	IMPACTO DO CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS
E1.16	“Uma que demonstra a maternidade real é aquela que mostra também a parte cansativa de ser mãe, né, que mostra que a gente também cansa, que a gente também quer um tempo para nós mesmas, que é uma rotina cansativa, exaustiva, de tá presente 24h pro seu filho. E aquela que posta sem ser a realidade né, é aquela que posta só fotos com o filho, declarações de amor, posta foto do filho se declarando pra ela direto, posta	DIFERENCIAÇÃO ENTRE MATERNIDADE REAL E IDEALIZADA

	foto do filho arrumadinho e tudo mais... mas não demonstra o que tá por trás disso, entendeu... os momentos cansativos. E também, que posta foto de declarações com o filho como se fosse apenas só o amor, mas também tem o lado que é cansativo, esgotante, estressante muitas vezes, mas nenhuma demonstra isso.	
E1.17	“Eu consigo diferenciar a partir do momento que eu tenho usado aquele produto que ela tá divulgando, exemplo, um shampoo. Ela tá divulgando como se tivesse dado certo no filho dela, sendo que no meu eu vi que não deu, entendeu. E também quando tem muitas opiniões contrárias a ela já, nas redes sociais, sobre o produto ou o serviço.”	DIFERENCIAÇÃO ENTRE POSTAGEM REAL E COM PATROCÍNIO
E1.18	“Não, nunca deixei . Já deixei por outras coisas, mas por causa de patrocínios não.”	MONETIZAÇÃO DOS PERFIS POR INFLUENCIADORAS

ENTREVISTADA 2

PERFIL: 28 ANOS, UNIÃO ESTÁVEL, SUPERIOR INCOMPLETO, DUAS FILHAS COM 6 E 7 ANOS, NÃO TRABALHA E MORA COM ESPOSO E FILHAS.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais e segue três.

DURAÇÃO: 10:45.

DATA DA ENTREVISTA: 21 DE AGOSTO DE 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E2.1	“Eu acho importante na relação da alimentação. De outras coisas eu discordo de muitas coisas, mas da alimentação, as que passam receitas saudáveis, eu acho muito importante.”	IMPORTÂNCIA DA OPINIÃO DE INFLUENCIADORAS
E2.2	No começo eu deixava muito de comprar algumas coisas, mas agora não. Antigamente eu não comprava biscoito recheado, salgadinho, nada disso. As meninas comiam o mais saudável possível	INFLUÊNCIA NA ALIMENTAÇÃO

E2.3	Na minha opinião, o que me influenciou muito pela alimentação, quando elas postam ebooks de receitas ou até mesmo umas que vendem bolinhos saudáveis, eu compro muito, pra mim influencia 100%, porque eu deixo muitas vezes de comprar donuts, coxinhas para as meninas em supermercado, para comprar esses bolinhos saudáveis, por ser mais saudável e deixar minha consciência mais tranquila em relação ao que elas estão comendo.	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA
E2.4	Em relação a isso, eu não sigo muito não de deixar impactar nos comportamentos, eu não acho que eu me influencie não. Eu sigo mais o meu dia a dia. Me impacta apenas na parte da alimentação, de me fazer querer dar comidas mais saudáveis para as minhas filhas.	IMPACTO NO COMPORTAMENTO/ ALIMENTAÇÃO
E2.5	Rapaz.. eu já procurei alguns especialistas para me ajudar. Psicólogos, essas coisas... porque sozinha eu já pedi arrego, não aguentei não, não vou mentir. O Psicólogo ajuda muito.	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DOS FILHOS
E2.6	Eu ainda acho que eu peço muito em algumas coisas, como paciência. Eu não sou muito paciente. Eu acho que eu deveria ser um pouquinho mais paciente com elas. Eu acho que se um pouquinho mais paciente tiraria um proveito maior disso, aí poderia ser que influenciasse melhor outras mães, hoje em dia eu acho que não.	EFICÁCIA PARENTAL
E2.7	Hoje em dia, posto muito pouco. Mas são mais os passeios. Era pra postar mais o dia a dia, eu sinto faltas às vezes de postar isso, até porque quando a gente posta no instagram a gente tá guardando ali nos arquivos, então às vezes eu sinto falta de postar mais, pra guardar mais.	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E2.8	Não, não tinha muito isso na época não. Era mais facebook. Tinha instagram, mas não era muito usado não. Foi mais na segunda gravidez.	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E2.9	Já sim, várias vezes.	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS

E2.10	Com certeza, as pessoas tentam ser perfeitas e quando não são perfeitas elas omitem o que acontecem no dia a dia. Se eu sou uma mãe que na minha consciência sou uma mãe ruim, então eu não posto nada ou não admito que sou ruim.	COMPARAÇÃO DAS MÃES COM INFLUENCIADORAS
E2.11	Eu tento ser 100% perfeita, né. Então quando eu erro, eu não admito nem pra mim, nem pra ninguém. Eu fico calada e guardo aquilo, e nem admito pras minhas filhas que eu errei com elas.	PERCEPÇÃO PESSOAL
E2.12	Não. Sei que não existe isso, sou bem consciente.	IMPACTO DO CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS
E2.13	Existem falhas, briga, birra de criança, coco na cara, mijada na cama, existe, você dizer que é perfeito, está mentindo. Então se mostra essa realidade difícil, de dia a dia de todas as mães, já sei que é maternidade real.	DIFERENCIAÇÃO ENTRE MATERNIDADE REAL E IDEALIZADA
E2.14	Você sente o perrengue no dia a dia, o que não tem perrengue é mentira. Tudo que você tem na maternidade hoje em dia é um perrengue, você vai usar um produto x de uma marca x, se você não pensar que aquilo vai acabar com o seu filho, com a pele, com o cabelo, tá mentindo. Então, tem aquele perrengue de você ir usar na criança, mas pensar que pode acontecer essas coisas.	DIFERENCIAÇÃO ENTRE POSTAGEM REAL E POSTAGEM COM PATROCÍNIO
E2.15	Não, não sigo tanta mãe assim que poste patrocínios	MONETIZAÇÃO DE PERFIS POR INFLUENCIADORAS

ENTREVISTADA 3

PERFIL: 30 ANOS, CASADA, DOUTORADO EM LINGÜÍSTICA, POSSUI UMA FILHA COM 6 MESES, É FONOAUDIÓLOGA, PROFESSORA E TRABALHA PRESENCIAL. MORA COM O ESPOSO E FILHA.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais e segue umas 7.

DURAÇÃO: 18:14.

DATA DA ENTREVISTA: 26 DE AGOSTO DE 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E3.1	Eu analiso a partir do que elas publicam e por ser pesquisadora e por ser profissional da saúde, nem tudo que elas publicam eu	IMPORTÂNCIA DA OPINIÃO DE INFLUENCIADORAS

	levo como verdade e acabo por exemplo, utilizando no meu comportamento não.	
E3.2	Eu tenho o costume de pesquisar. Por exemplo, elas publicam um conteúdo referente a estimulação visual, que aquele material é importante, é legal para a estimulação visual da minha bebê, mas aí eu vou pesquisar, entro na internet, vou a fundo pra ver se realmente aquilo ali estimula a visão, um exemplo básico	CUIDADO COM O QUE CONSOME DE INFLUENCIADORAS
E3.3	Já comprei.	INDICAÇÃO DE INFLUENCIADORAS
E3.4	Influencia 100%, principalmente quando o resultado do produto é benéfico, traz algum resultado positivo. Principalmente dessa forma, você tem essa ânsia de comprar, fica latente.	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA
E3.5	Elas interferem consideravelmente no comportamento, acredito que pode até modificar o jeito da mãe lidar com a criança. Na compra de utensílios, enfim, na estimulação... vai depender da blogueira que você seguir. Existem blogueiras que são influenciadoras com respaldo científico, que tem uma base teórica bem interessante, já tem outras que não.	IMPACTO DE INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
E3.6	Eu me considero que sim, eu como da área da saúde, responderia que sim por ser fonoaudióloga, na minha área eu estudo muito desenvolvimento infantil.	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO
E3.7	Eu acredito, justamente por ser da área da saúde.	EFICÁCIA PARENTAL

E3.8	Inclusive eu posto algumas coisas nos stories do meu instagram com relação a estímulos para desenvolver a criança e só umas postagens simples, porque eu sou normal como todas, sem ser influenciadora e só umas postagens simples já vem mães, já perguntam, perguntam onde comprei, várias mães mesmo, já compram as coisas que eu falo, que eu posto assim sabe. Ai ja vem no direct perguntar, o que foi que aconteceu comigo, como foi que eu lidei com isso, com algumas coisas, sabe. Então acredito que sim, eu crio até vínculos com pessoas que nunca nem vi.	INFLUÊNCIA PROFISSIONAL
E3.9	“Quase todo dia, com alta frequência.”	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E3.10	“Eu posto foto de look do dia, posto foto quando a gente vai sair ela arrumadinha, posto foto agora, principalmente vídeo, dela comendo, na introdução alimentar, posto foto ela nos períodos assim, bem marcantes do desenvolvimento dela, como por exemplo ela engatinhando, ela ficando em pé, vídeos dela falando algumas coisinhas.”	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E3.11	“Já sim, agora pouco. Ela estava no berço e ela encontrou o mosquito, puxou e ficou toda enrolada, e ficou morrendo de rir”	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E3.12	“Procurei sim.”	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E3.13	“Sobre tudo. sobre roupas, fotos, porque eu queria tirar fotos de gestante, sobre produtos, produtos para passar, por exemplo na pele porque eu sabia que a barriga ia esticar, por mais que eu tivesse uma dermatologista, as blogueiras mais famosinhas que postaram aqueles produtos melhores, eu acaba comparando com as que a minha dermatologista passou..”	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS

E3.14	“Acho, eu acho que se comparam, principalmente com as crianças. Poxa, aquela criancinha, por exemplo, está comendo essa coisa e a minha não tá comendo, porque? A criancinha dorme bem, a blogueira só vive postando isso e porque a minha não dorme, acaba se comparando, é difícil, porque as mães tem que internalizar que cada criança é única, ela não vai ser igual aquela criança, por mais que existam técnicas por exemplo de comer bem, dormir melhor, mas às vezes aquelas técnicas infinitas não dá certo com aquela criancinha, a pessoa tem que internalizar, poxa ela é desse jeito e eu vou tentar manejar meu dia daquela forma.”	COMPARAÇÃO DAS MÃES COM INFLUENCIADORAS
E3.15	“Já, já sim. eu tenho essa impressão, mas internamente eu sei que ela sofre, passa por momentos difíceis.”	IMPRESSÃO DA MATERNIDADE DA INFLUENCIADORA SER PERFEITA
E3.16	“Eu distingo de acordo com o próprio perfil da pessoa, por mais que ela poste coisas que automaticamente eu julgue como idealizadoras, então ela vai postar também coisas relacionadas a outras áreas da vida dela também como idealizadoras, então eu acho que vai do perfil da pessoa. Aquelas que postam mais diariamente, todos os dias praticamente, eu acho que a frequência de que aquela pessoa posta nos stories, acho que faz total diferença entre as duas.”	DIFERENCIAÇÃO MATERNIDADE REAL X IDEALIZADA
E3.17	“Hoje, a pessoa já coloca né, “Publi”, acho que, por exemplo, quando você está observando os stories todos os dias daquela pessoa que posta com frequência, você acaba conhecendo um pouquinho da personalidade dela, porque a comunicação traz essa personalidade, né. A voz ela se relaciona com a personalidade, então a partir do momento que ela posta alguma coisa que foge um pouquinho, você percebe que não faz o perfil dessa pessoa está postando sobre isso ou tá fazendo essa publicação, acho que tem que ter como ter uma noção dessa personalidade.”	DIFERENCIAÇÃO POSTAGEM REAL X COM PATROCÍNIO

E3.18	“Não, nunca deixei não.”	MONETIZAÇÃO DE PERFIS POR INFLUENCIADORAS
-------	--------------------------	---

ENTREVISTADA 4

PERFIL: 31 ANOS, CASADA, SUPERIOR INCOMPLETO, POSSUI 1 FILHO COM 2 ANOS, TRABALHA PRESENCIAL, MORA COM O ESPOSO E A MÃE.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais e segue umas 3.

DURAÇÃO: 8:14.

DATA DA ENTREVISTA: 03 DE SETEMBRO DE 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E4.1	Acho extremamente importante as trocas de diferentes realidades e principalmente as dicas de promoções e oportunidades.	IMPORTÂNCIA DAS OPINIÕES DAS INFLUENCIADORAS
E4.2	Sim é importante ter indicações	INDICAÇÃO DE INFLUENCIADORAS
E4.3	Ajuda a conhecer as opções, pois são muitas marcas que não conhecemos e como os preços são bastante variados nem sempre podemos comprar cada uma para testar.	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA
E4.4	É um auxílio principalmente para as mães de primeira viagem. Por outro lado é preciso ter cuidado pois nem toda indicação é sincera, algumas é trabalho e por isso é preciso as mães devem estar atentas.	IMPACTO DE INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
E4.5	Não, às vezes achamos que não vamos dar conta, mesmo sendo pedagoga às vezes parece que em casa não funciona, mas com amor e carinho a gente consegue dar conta.	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO

E4.6	Acredito que cada uma tem sua realidade e procuro fazer o melhor que posso para a realidade da minha filha, isso não quer dizer que vai funcionar em outra realidade. Tento não me cobrar tanto, sempre acho que poderia fazer melhor, passo muito tempo longe dela e pouco tempo em casa, às vezes, por exemplo, deixo de fazer os afazeres domésticos para ficar no chão pintando, mas nem sempre é possível.	EFICÁCIA PARENTAL
E4.7	Sim, uma vez na semana, geralmente no fim de semana quando passamos mais tempo juntas.	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E4.8	Passeios.	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E4.9	Não, conversamos em casa, não gosto de expor detalhes da nossa rotina e não temos tempo para as postagens diárias.	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E4.10	Sim. Tudo sobre amamentação e rotina de sono, as minhas maiores dificuldades nos primeiros meses de vida do bebê.	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E4.11	Sim, principalmente sobre rotina do sono.	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS
E4.12	Sim, na maioria das vezes. Algumas postagens moldam sim os comportamentos dos seguidores.	COMPARAÇÃO DE MÃES COM INFLUENCIADORAS
E4.13	Sim, às vezes tentam passar uma realidade fora da real, agora que sou mãe sei que nem tudo que é postado é verdade.	IMPRESSÃO DA MATERNIDADE DA INFLUENCIADORA SER PERFEITA
E4.14	Algumas mães estão fazendo da maternidade um trabalho e isso gera um risco pois é uma responsabilidade muito grande, influencia o comportamento de outras vidas.	MONETIZAÇÃO DOS PERFIS

ENTREVISTADA 5

PERFIL: 29 ANOS, SOLTEIRA, SUPERIOR INCOMPLETO, POSSUI 1 FILHA COM 5 ANOS, TRABALHA PRESENCIAL, MORA COM A AVÓ E FILHA.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais e segue 5.

DURAÇÃO: 13:05.

DATA DA ENTREVISTA: 26 DE AGOSTO DE 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E5.1	“Eu acho que a gente precisa filtrar, né. Tem umas que não batem muito com o que eu penso, mas eu acho muito importante, muitas dicas que você pega de criação, então eu acho bem interessante.”	IMPORTÂNCIA DAS OPINIÕES DAS INFLUENCIADORAS
E5.2	“Sim, com certeza.”	INDICAÇÕES DE INFLUENCIADORAS
E5.3	“Se você ver uma mãe que é até nacionalmente conhecida, indicando um produto ou serviço, teoricamente aquilo ali é bom, então você tem a curiosidade de testar no seu filho também.”	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA
E5.4	“Em relação a criação, tem uma Leticia que eu sigo que ela fala como é difícil educar a filha dela, pois ela tem duas filhas e uma delas tem o temperamento bem difícil, então as dicas que ela passa pra lidar eu até coloco em prática com a minha, em como ela consegue lidar e contornar as situações. Então eu acho que aquilo ali, às vezes, é muito importante você ter uma segunda opinião de alguém que tá passando pela mesma coisa que você.”	IMPACTO DE INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
E5.5	“Não. Tem vezes que eu me vejo de mãos atacadas e fico: meu Deus do céu, o que é que eu vou fazer agora? Essa menina me deu um nó na minha cabeça. E aí, lá vai a gente pedir ajudaS universitárias para poder lidar com aquela situação, porque a criança pode ter 5 anos, mas leva a mãe na conversa.”	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO

E5.6	“Sim, acredito. Tem vez que você sente que poderia melhorar, porque há falhas de qualquer forma, mas eu sei das minhas limitações, até por ser mãe solo, então tenho que entender que eu não posso dar conta de tudo e a gente aprende errando mesmo, se a gente tiver consciência disso é melhor pra gente.”	EFICÁCIA PARENTAL
E5.7	“Costumo, acredito que semanalmente. Não sou de tá postando diariamente não, posso postar três vezes na semana ou possa ser que eu passe duas semanas sem postar.”	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS NAS REDES SOCIAIS
E5.8	“Indo pra escola, apresentação de escola, em uma praia, em uma viagem, indo ao cinema, é mais em situações em que estamos fazendo programações juntas, dia a dia mesmo.	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E5.9	“Já postei sim, inclusive quando ela era mais nova eu postava muito no instagram que tinha dela, diariamente eu preenchia todos os pontinhos. Costumava postar muita coisa, hoje em dia nem tanto, eu guardo mais pra mim, acho que é até bom postar, mas fico guardando pra mim.”	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E5.10	“Sim, com certeza. Acho que foi fundamental pra mim, até porque eu não tinha amigas que já eram mães, então eu procurar no instagram alguém que estava passando pela mesma fase na gravidez foi fundamental pra mim, pra dicas do que comprar, pra tudo.”	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E5.11	“Já sim. Não lembro o que foi, mas já troquei, principalmente quando ela era mais nova.”	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS
E5.12	“Com certeza, se comparam muito. As vezes eu fico até olhando como que elas conseguem ter tantos momentos lindos com os filhos... eu não consigo gravar, porque parece que elas estão sempre ali gravando os dois, e comigo eu não tenho tantos vídeos assim e fico pensando: caramba, eles fazem tantas coisas, queria esses	COMPARAÇÃO DE MÃES COM INFLUENCIADORAS

	momentos também, que alguém gravasse pra mim.”	
E5.13	“Com certeza. Me impactou de uma forma de eu achar que elas têm rede de apoio, coisa que eu não tive muito. Então assim, você sente meio que uma discrepância muito grande em relação a isso, porque para elas parece ser fácil, porque podem ter a família ali pra ajudar, babá, coisa que eu nunca tive, até hoje. Então aquilo ali é como se: caramba pra uns parecem ser tão fácil e pra mim sempre foi na luta.”	IMPRESSÃO DA MATERNIDADE DA INFLUENCIADORA SER PERFEITA
E5.14	“Vou dar um exemplo, é como você olhar a maternidade de Virginia, porque aquilo pra mim é total um filme de princesa. Ser mãe daquela forma deve ser muito fácil, ela já fala de querer ter o terceiro filho e realmente, se eu tivesse a rede de apoio que ela tem e as babás que ela tem, o dinheiro que ela tem, eu teria vários. Aí você compara com outra mãe famosa, tipo a vihtube, apesar de ser famosa ela mostra a realidade. Então são nessas situações que você faz a comparação da mãe que tá mostrando a realidade e a que não tá.”	DIFERENCIAÇÃO MATERNIDADE REAL X IDEALIZADA
E5.15	“Sim, com certeza. Você nota, tipo a naturalidade da postagem. Tem umas que você ver, caramba na prática realmente tô vendo que ela usa, tem outras que eu vejo que é uma coisa mais montada, que você consegue diferenciar.”	DIFERENCIAÇÃO POSTAGEM REAL X COM PATROCÍNIO
E5.16	“Não, nunca deixei.”	MONETIZAÇÃO DOS PERFIS POR INFLUENCIADORAS

ENTREVISTADA 6

PERFIL: 33 ANOS, CASADA, SUPERIOR COMPLETO, 2 FILHOS COM 6 E 3 ANOS, TRABALHA PRESENCIAL E MORA COM ESPOSO E FILHOS.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais, sendo 3 as que mais acompanha.

DURAÇÃO: 15:17

DATA DA ENTREVISTA: 26 de agosto de 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
-------------	--------	-----------

E6.1	“Essas três que eu sigo, elas são completamente diferentes e eu vejo o ponto de vista de cada uma, porque tipo, uma é bem mais calminha, tranqüilinha, a criação é mais cheia de regras, a outra é mais tranqüila, mais jovem, mais de boa e eu vejo uma diferença em cada uma delas, mas as três tem coisas muitos bacanas.”	PERFIS DAS INFLUENCIADORAS
E6.2	“Já, não só na parte de maternidade, mas em outras ocasiões também.”	INDICAÇÕES DE INFLUENCIADORAS
E6.3	“Eu acho que influencia diretamente, porque assim, a gente é muito visual, então quando é um produto que a gente ver, mesmo que nunca usou, mas a gente viu tantas vezes que quando a gente vai no mercado a gente diz: poxa, eu vou pegar esse, já vi tanto, fala tanto, vou pegar. Nem que seja por curiosidade, acaba pegando até pra testar pra saber se é aquilo mesmo.”	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA
E6.4	“Eu acho que impacta muito. Tem uma outra também que eu sigo que ela passa uma educação que ela não bate, ela não grita, ela não diz não, é uma educação diferente, né. Uma educação positiva, que ela chama, e depois que eu comecei a seguir ela, eu comecei a mudar pequenas coisinhas que eu vi que são muito interessantes. Ela diz: às vezes você não precisa dizer a ele “não, não faz isso” é só você dizer “vamos fazer outra coisa, vem cá”, então eu percebo que às vezes o não pra criança ela não entende muito bem o não e você dando a oportunidade deles fazerem outra coisa se torna mais interessante.”	IMPACTO DE INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
E6.5	“Hoje sim. No início era muito difícil, quando eu era mãe só de uma era muito difícil, eu enfrentei muita coisa. Também, durante a faculdade, sendo mãe de uma e grávida. Então, eu acho que o segundo filho já traz uma tranqüilidade, “ah, já passei por isso... isso já aconteceu”, mas quando é do primeiro acho que é um medo, é tudo novo.”	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO

E6.6	“Ah, eu acho que sim. Eu não sou um modelo, acho que negativo não. Eu acho que eu sou orgulhosa do que eu faço por eles, da forma que eu cuido deles, que eu crio eles. E eu pude cuidar deles até...eu to trabalhando agora, né. Antes eu só trabalhava online com uma loja que eu tinha, então eu pude acompanhar muito de perto cada fase deles, então me dediquei muito a eles. Então eu acho que sim, acredito que sim.”	EFICÁCIA PARENTAL
E6.7	“Compartilho. Antes eu compartilhava mais, mas hoje em dia também eu tenho diminuído, porque eu fico com receio também dessa tamanha explosão de IA, de tecnologia, né. Então eu fico um pouco com medo, porque agora falam que pode fazer a face dos seus filhos e fazerem outras coisas. Aí hoje em dia é menos, mas ainda posto. Porque a gente fica apaixonada por eles e não tem como.”	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS NAS REDES SOCIAIS
E6.8	“Eu só posto se a gente vai em algum lugar diferente, em casa eu não costumo postar, é difícil. É mais quando a gente sai pra algum lugar, pra guardar aquela lembrança. Em casa eu até tiro muita foto, mas eu não posto, eu mando mais para familiares.”	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E6.9	“Eu acho que não. Eu sou muito cuidadosa.. porque tipo assim, chorando eu não gosto de postar, as vezes como uma brincadeirainha “olha o que ele fez, olha jogou tudo no chão...”, fazendo alguma coisa terrível, eu não gosto. Eu acho que aquilo constrange a criança, mesmo que não entenda agora, mas eu não gosto. Sem roupa também, de biquíni, eu não posto.”	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E6.10	“Naquela época, há 6 anos atrás era mais difícil né. Mas eu já seguia essa Flavia Calina, desde essa época, eu já a acompanhava bastante. Ela tinha vlogs no youtube, eu gostava muito.”	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E6.11	“No segundo eu procurava muitas coisas. Eu procurava fraldas que fossem melhores, porque a marca vai mudando né, na época da minha filha de 6 era mais uma, depois veio outras. Eu procurava muito indicação de pomadas... e esse meu filho foi totalmente	TIPOS DE DICAS QUE PROCURAVA NA GRAVIDEZ

	diferente da primeira, ele era muito alérgico. Então isso me fazia ir atrás de mais opções. Ficava procurando também mãe que tivesse filho com dermatite, que ele tinha dermatite, e tudo podia dar alergia, o shampoo, o perfume, sabonete.. então eu procurava tudo que era possível sobre dermatite.”	
E6.12	“Só amigas, bastante. Inclusive, eu e minhas primas, desse meu segundo filho, nós três nasceram muito perto, com meses de diferença, então as três estavam grávidas e desde a gravidez a gente fez um grupo e ficava compartilhando, eu e minhas duas primas. A gente compartilhava tudo, dicas de produtos, quando deu vacina, qual vacina tem que dar, se doeu, até eles grandinhos a gente ainda tinha esse grupo.”	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS
E6.13	“Ah, eu acho que sim. Muito impacto, porque teve um tempo que uma dessas influenciadoras que eu sigo, ela é muito assim, a mãe perfeita, os bebês perfeitos, a criação perfeita, não ver um grito, não ver nada. E teve um tempo que eu tava muito estressada e do nada eu gritava e depois eu ficava assim “meu deus, eu sou horrível, eu sou péssima” então eu me comparava e tinha certos momentos que eu deixava até de assistir, porque eu falava “meu deus, eu tô me sentindo horrível”. A gente se frustra, porque ninguém é igual ao outro, ninguém é igual a ninguém, né. A gente fica meio frustrado.”	COMPARAÇÃO DE MÃES COM INFLUENCIADORAS
E6.14	“Sim, já cheguei a pensar né, que a dela parecia ser perfeita. Hoje em dia ela demonstra mais as partes negativas, mas no início era só positivo, coisa boa. Então eu me sentia meio “ah meu deus”, hoje em dia não, quando eu vejo ela postando eu já me sinto melhor, porque eu vejo ela falando “não é assim, quando eu desligo ele faz birra, ele se joga no chão, do mesmo jeito que o filho de vocês” aí eu me sinto melhor.”	IMPRESSÃO DA MATERNIDADE DA INFLUENCIADORA SER PERFEITA
E6.15	“É exatamente isso, eu vejo que algumas demonstram só “ah, perfeitinho”, outras não. Como eu disse, ela era muito do perfeitinho e	DIFERENCIAÇÃO MATERNIDADE REAL X IDEALIZADA

	hoje em dia ela já demonstra mais a realidade e eu acho isso muito bacana, ninguém é totalmente perfeito o dia todo. Por isso eu to seguindo muito a viihtube, porque ela é tão gente como a gente “ah, to gorda mesmo e não tem problema”, então eu acho bacana.”	
E6.16	“Ah, dá pra perceber. Quando vem muito elogio, “gente, olha aquele produto maravilhoso”, muito certinho, às vezes é um textinho pronto, bonitinho, patrocinado por tal fralda. E às vezes você sabe que não é. E quando é uma coisa muito natural, às vezes tá gravando e fala assim “Olha gente, esse produto aqui, eu não to recebendo nada não, mas olha, ele é muito bacana, não é publi”, então você já pensa que pode ser que seja mesmo.”	DIFERENCIAÇÃO POSTAGEM REAL X COM PATROCÍNIO
E6.17	“Já deixei por conta dos ideias que não eram muito parecidos com os meus, então deixei. Mas de patrocínio, não.”	MONETIZAÇÃO DOS PERFIS POR INFLUENCIADORAS

ENTREVISTADA 7

PERFIL: 26 ANOS, CASADA, PÓS GRADUAÇÃO COMPLETA, 1 FILHO COM 3 ANOS, TRABALHA PRESENCIAL E MORA COM ESPOSO E FILHO.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais, em torno de 5.

DURAÇÃO: 9:16

DATA DA ENTREVISTA: 26 de Agosto de 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E7.1	“Acho que influenciam muito, tudo que elas falam, rotinas, dicas, produtos, influencia muito em querer ter.”	INFLUÊNCIA DAS MÃES NAS REDES SOCIAIS
E7.2	“Já sim.”	INDICAÇÕES DE INFLUENCIADORAS
E7.3	“Acho que muitas mães querem ter o que elas tem, usar o que elas usam com os filhos, testar algumas coisas pra ver se tem uma melhor experiência em relação à criança.”	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA

E7.4	“Acho que impacta muito. Por exemplo, Romana usa óleos essenciais para acalmar a criança, algumas dicas que ela dá, coisas mais naturais, dessas tudinho, quem mais me influencia, acho que é a Romana, porque eu vejo mais credibilidade nela, por ser médica.”	IMPACTO DE INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
E7.5	“Quase todos, sim. Vejo mais dificuldade nas questões das terapias que eu não consigo, tem que ser profissional mesmo.”	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO
E7.6	“Eu acho que sim, até agora está dando certo.”	EFICÁCIA PARENTAL
E7.7	“Sim, bastante, sempre to postando.”	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS NAS REDES SOCIAIS
E7.8	“Quando ele come alguma coisa, alguma brincadeira, alguma habilidade nova que ele adquiriu, aprendeu.”	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E7.9	“Já sim. Já pegou leite em pó, derrubou no sofá, coisa minha que ele quebrou, maquiagem.”	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E7.10	“Sim”.	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E7.11	“Coisas relacionadas a amamentação, rotina do sono da criança, tudo.”	TIPOS DE DICAS QUE PROCURAVA NA GRAVIDEZ
E7.12	“Sim, várias. Quando tava com cólica, essas fases de não querer comer, alimentação.”	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS
E7.13	Muito, total. Traz muitos impactos. Eu acho que muita comparação, corpo da mulher no pós, mais pro lado feminino.	COMPARAÇÃO DE MÃES COM INFLUENCIADORAS
E7.14	“Sim, a Virginia, tem babá 24h, coisa que eu não tenho, vejo ela fazendo muitas coisas com o marido e me pergunto o que faz com a criança, essas coisas.”	IMPRESSÃO DA MATERNIDADE DA INFLUENCIADORA SER PERFEITA

E7.15	“Por exemplo, acho bem real a Romana. Ela passa os perrengues do dia a dia que a gente passa, abdicando de várias coisas, do trabalho dela, não viajava, já a de Virginia acho irreal, né. Não me comparo não, é fora da caixinha.”	DIFERENCIAÇÃO MATERNIDADE REAL X IDEALIZADA
E7.16	“O modo de falar, o entusiasmo delas, nota que, às vezes, você conhece o produto, sabe que é bom e ver que é patrocínio.”	DIFERENCIAÇÃO POSTAGEM REAL X COM PATROCÍNIO
E7.17	“Já sim.”	MONETIZAÇÃO DOS PERFIS POR INFLUENCIADORAS

ENTREVISTADA 8

PERFIL: 28 ANOS, SOLTEIRA, SUPERIOR COMPLETO, 1 FILHO COM 1 ANO E 10 MESES, TRABALHA HOME OFFICE E MORA COM A IRMÃ E FILHO.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais, segue 10.

DURAÇÃO: 12:50

DATA DA ENTREVISTA: 03 de Setembro de 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E8.1	“Pra mim, como mãe, eu avalio de suma importância. Principalmente, como eu sou mãe de primeira viagem. Eu acredito que agrega muito valor, mais experiência de pessoas vividas e que possam passar informações que eu realmente coloque no meu dia sabe, hoje. Principalmente voltada mais a questão psicológica da criança, emocional. Então assim, pra mim é importantíssimo, me ajuda muito.”	IMPORTÂNCIAS DAS OPINIÕES DE MÃES INFLUENCIADORAS
E8.2	“Sim, já comprei.”	INDICAÇÕES DE INFLUENCIADORAS
E8.3	“Influenciam muito né, porque assim, dependendo da pessoa, da influenciadora, dependendo de como ela aborda o assunto, a gente tem certo interesse. Então assim, tem a questão de ela usa? dá resultado? Porque a partir do momento que a pessoa oferece um produto pra gente, ela no mínimo tem que mostrar que ela também usa. Então, pra mim, o critério de ah eu vou comprar também, é de se ela realmente usa e se aquele produto funciona pra ela. Então	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA

	se eu vejo que realmente dá resultado, a gente acaba realmente sendo influenciado a comprar aquele produto.”	
E8.4	“A gente vai muito pelo exemplo, então assim, claro que a gente como adulto, a gente tem que ponderar o que a gente ver, né. A gente tem que saber o que a gente pode aplicar ou não pros nossos filhos, até porque a gente veio de uma criação que a gente tem que saber controlar o que a gente assiste e o que a gente coloca pra essas crianças.”	CUIDADO COM O QUE É CONSUMIDO NAS REDES E APLICADO
E8.5	Você ver muito exemplo de, pelo menos as que eu sigo, elas conseguem colocar bastante exemplo bom e que eu consigo colocar no meu dia a dia, na minha rotina, exemplo, alimentação, educação, a questão de não bater, então assim, acaba que eu coloco sim. Eu adquiro muita coisa que elas fazem.”	IMPACTO DE INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
E8.6	“Não, eu acho que a gente nunca tá preparada pra tudo. Sempre é uma fase e a gente vai se adaptando. É difícil, porque dependendo da criação que você teve, né, você vai querer colocar em prática ou não. No meu caso, teve muita coisa na minha criação que eu não quero passar pra ele, então assim, pra mim é muito difícil, porque coisas que eu quero passar pra ele eu não tive, então acaba que as fases são mais difíceis pra mim, porque tudo na primeira vez é complicado, então eu nunca acho que eu to preparada. Acho que a maioria das mães acham que não estão sempre preparadas pra tudo, mas a gente vai tentando, né.”	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO
E8.7	“Olha, pelo o que as pessoas me dizem, sim. Eu tento colocar muita coisa boa em prática, não consigo 100%, né, mas a gente tenta. E assim, pelo o que as pessoas falam de mim, eu acredito que sim que eu sou um bom exemplo sim.”	EFICÁCIA PARENTAL

E8.8	“Antes, sim. Hoje, não mais. Porque a gente sabe que infelizmente acontece de pessoas usarem fotos indevidamente. Então, eu compartilho sim, mas não com tanta frequência de antes.”	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS NAS REDES SOCIAIS
E8.9	“Ele brincando, no parquinho, ou fazendo alguma trela, ou alguma coisa errada que eu acho engraçado e quero compartilhar.”	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E8.10	“Sim, já postei sim e posto as vezes.”	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E8.11	“Sim, desde quando eu descobri que tava grávida. Automaticamente a gente vai pesquisando e já vem outras coisas aparecendo pra gente, né. E desde a gravidez que eu procurei perfis de maternidade.”	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E8.12	“Mais experiências na psicologia, mais voltada ao emocional da criança. E claro, comprinhas, dicas de mães mesmo.”	TIPOS DE DICAS QUE PROCURAVA NA GRAVIDEZ
E8.13	“Sim, dicas no geral”.	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS
E8.14	“Como eu falei, a gente tem que ponderar. Então assim, determinadas mães não ponderam, elas querem imitar 100% aquilo que elas estão vendo. E a gente sabe que na realidade nem tudo é 100% verdade ali, né. Então, pra mim, como eu já tenho uma cabeça de que eu tenho uma criação, meu filho vai ter uma, eu não posso repetir o que outras mães fazem, né. A gente tem que pegar o que a gente acha de melhor. Então tem um impacto grande, dependendo da pessoa, dependendo da mãe, se ela não souber administrar o que ela tá vendo, o que ela tá consumindo.”	COMPARAÇÃO DE MÃES COM INFLUENCIADORAS

E8.15	“Sim, com certeza. Impactou da forma de “caramba, ela consegue fazer isso com a criança, exemplo, ela consegue sair com a criança bebezinha, e eu não consigo. Ela consegue ir pra uma praia, um restaurante e a criança fica. Então me perguntava como ela conseguia como mãe fazer com que a criança ficasse tranquila, mas aí eu volto pra minha realidade e penso, não, cada criança é diferente, cada maternidade é diferente. Mas é difícil, porque a gente ver a minha realidade como mãe, que meu filho não para quieto e você vê mães que conseguem lidar de forma mais natural e você fica impactada.”	IMPRESSÃO DA MATERNIDADE DA INFLUENCIADORA SER PERFEITA
E8.16	“A real mostra o dia a dia e não mostra apenas a criança brincando, a criança indo no parquinho ou a criança se alimentando do melhor legume e frutas e enfim. A real mostra momentos de birras, momentos de que a criança não tá dormindo. Porque muitas mães querem mostrar que o filho dorme a noite toda ou coma tudo, se alimenta bem, se comporta. Então pra mim, a maternidade que é real é quando mostra os perrengues mesmo da vida real de mãe.”	DIFERENCIAÇÃO MATERNIDADE REAL X IDEALIZADA
E8.17	“Quando a pessoa posta alguma coisa patrocinada, mesmo que nas entrelinhas né, as vezes posta da realidade e você ver ali final, ela mostra no produto. Às vezes até verbaliza né que não é publi, que é apenas uma dica, mas aí tem outras que realmente já entram no assunto do material ou do medicamento, ou da roupinha, já direcionada para aquilo, então dá pra saber de cara, dá pra você perceber.”	DIFERENCIAÇÃO POSTAGEM REAL X COM PATROCÍNIO
E8.18	“Não, nunca deixei.”	MONETIZAÇÃO DOS PERFIS POR INFLUENCIADORAS

ENTREVISTADA 9

PERFIL: 27 ANOS, CASADA, SUPERIOR COMPLETO, 2 FILHOS COM 2 ANOS E 10 MESES E 3 MESES, TRABALHA PRESENCIAL E MORA COM ESPOSO E FILHOS.

Acompanha mães influenciadoras nas redes sociais, segue 1.

DURAÇÃO: 12:50

DATA DA ENTREVISTA: 03 de Setembro de 2023.

CODIFICAÇÃO	TRECHO	CATEGORIA
E9.1	Acredito que seguir esse tipo de perfil, se voltado ao vitimismo da maternidade, pode piorar e muito os desafios da maternidade. Perfis com dicas podem ajudar como também pode deixar as seguidoras confusas e com muita informação.	IMPORTÂNCIAS DAS OPINIÕES DE MÃES INFLUENCIADORAS
E9.2	Não lembro bem, mas acredito que já comprei.	INDICAÇÕES DE INFLUENCIADORAS
E9.3	Na maioria das vezes dar a entender que um bebê precisa de muito, que é caro. Precisa de vários berços, carrinhos etc...	INFLUÊNCIA NO DESEJO DE COMPRA
E9.4	Gera um pouco de histeria, quando na verdade a maternidade pode ser bem mais simples.	IMPACTO DE INFLUENCIADORAS NO COMPORTAMENTO
E9.5	Sim.	CAPACIDADE DE LIDAR COM OS PROBLEMAS DO FILHO
E9.6	Sim. Eu busco estudar sobre educação e desenvolver minha espiritualidade para passar o melhor que posso a elas. Principalmente, a busca incessante pelo céu. Para isso que nascemos.	EFICÁCIA PARENTAL
E9.7	Sim. Tenho um perfil privado para familiares e amigos e posto quando tenho vontade. Não existe uma frequência premeditada.	EXPOSIÇÃO DOS FILHOS NAS REDES SOCIAIS
E9.8	Coisas engraçadas, fotos quando saímos, momentos fofos...	SITUAÇÃO DE EXPOSIÇÃO DOS FILHOS
E9.9	Já postei travessuras como momentos engraçados. Nunca expus erros.	EXPOSIÇÃO DE ERROS NAS REDES SOCIAIS
E9.10	Sim	CONSUMO DE CONTEÚDO DE INFLUENCIADORAS NA PRIMEIRA GRAVIDEZ
E9.11	Dicas sobre parto, alimentação, sono.	TIPOS DE DICAS QUE PROCURAVA NA GRAVIDEZ

E9.12	Sim. Dicas de como melhorar a imagem no puerpério, desmame, birras...	TROCA DE EXPERIÊNCIAS COM MÃES NAS REDES SOCIAIS
E9.13	Sim. Tudo que é postado pode ser muito maquiado. E as mães seguidoras acharem que a sua vivência é mais sofrida ou doída.	COMPARAÇÃO DE MÃES COM INFLUENCIADORAS
E9.14	Do ponto de vista do trabalho de cuidar pode sim. Por exemplo Virgínia, que apresenta várias babás o tempo todo no seu Instagram. Provavelmente tenho muito mais trabalho para cuidar das crianças que ela. Isso não me impacta porque ser mãe pra mim, cuidar e amar minhas filhas é um prazer e não um peso.	IMPRESSÃO DA MATERNIDADE DA INFLUENCIADORA SER PERFEITA
E9.15	A maternidade real na sua maioria se trata de mães imaturas querendo mostrar ao mundo o quanto são sofridas ou querendo mostrar uma força quando na verdade toda maternidade é, de fato, real. Qualquer mulher que cuide de seus filhos passará por ela, é só a vida acontecendo. Já a maternidade idealizada geralmente é uma mulher que tem outras pessoas que a ajudam na criança.	DIFERENCIAÇÃO MATERNIDADE REAL X IDEALIZADA
E9.16	Acredito que a gente consegue sentir que aquela postagem é de fato uma dica de algo que gostou do que quando é algo pago.	DIFERENCIAÇÃO POSTAGEM REAL X COM PATROCÍNIO
E9.17	Não. Não me incomoda. Deixei de seguir perfis por outros motivos, mas não por patrocínio.	MONETIZAÇÃO DOS PERFIS POR INFLUENCIADORAS