



Maternagem, Mídia e Infância: principais desafios e aprendizados do projeto @mmi.ufpe

Mothering, Media and Childhood: key challenges and learning of the project @mmi.ufpe

Maria Collier de Mendonça¹
Rogério Luiz Covaleski¹
Rodrigo Phelipe Lopes²
Brenda Guedes²
Marília Félix de Carvalho³
Viviane Maria dos Santos³

Resumo

Este relato de experiência apresenta o projeto de Extensão Maternagem, Mídia e Infância. Esta atividade extensionista objetivou debater como processos de comunicação e produções midiáticas interagem com a maternagem e a infância contemporâneas. Para tanto, realizamos encontros remotos no *Google Meet*[®], *lives* no *YouTube*[®] e programas para a emissora-escola da UFPE Rádio Paulo Freire AM, também publicados como podcasts no *Spotify*[®]. Até agosto de 2022, as sete *lives* realizadas no *YouTube*[®] alcançaram, ao todo, 1000 visualizações e os seis podcasts no *Spotify*[®] receberam cerca de 100 reproduções, enquanto o perfil do Instagram[®] (@mmi.ufpe) ultrapassou a marca de 460 seguidores. Neste texto, descrevemos as motivações que inspiraram o projeto, suas fundamentações teórico-metodológicas e alguns resultados. Por fim, são indicados os próximos passos do segundo ano do projeto, com início em setembro de 2022.

Palavras-chave: Maternagem. Mídia. Infância. Comunicação. Consumo. Covid-19.

Abstract

This experience report presents the project Mothering, Media and Childhood. This university extension activity aimed at discussing how communication processes and

¹ Docentes do Departamento de Comunicação Social da Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) - maria.cmendonca@ufpe.br; rogerio.covaleski@ufpe.br

² Colaboradores voluntários no projeto de Extensão Maternagem, Mídia e Infância (UFPE) - rodrigo.phelipe@ufpe.br; blguedes@gmail.com

³ Discentes do curso de Jornalismo na Universidade Federal de Pernambuco (UFPE) e extensionistas voluntárias no projeto de Extensão Maternagem, Mídia e Infância - marilia.felix@ufpe.br; viviane.marias@ufpe.br



media productions interact with contemporary mothering and childhood. For this purpose, we have held remote meetings on Google Meet®, live stream debates on YouTube® and programs for UFPE's University Radio Station Paulo Freire AM, also published as podcasts on Spotify®. Until August 2022, our seven YouTube® live stream debates have reached more than 1000 views combined, and our six podcasts have received about 100 plays on Spotify®, while our Instagram® profile (@mmi.ufpe) has surpassed the overall mark of 450 followers. This paper describes the motivations that have inspired this project, its theoretical and methodological foundations, and some of its results. Finally, we allude to its next steps, as the second year of the project starts in September 2022.

Keywords: Mothering. Media. Childhood. Communication. Consumption. Covid-19.

1 Motivações e contextualização do projeto @mmi.ufpe

Durante a pandemia da Covid-19, o distanciamento social intensificou o uso das mídias e da internet como ferramentas para se dar continuidade a atividades educacionais e laborais remotamente. Isolados em casa, adultos e crianças alteraram suas rotinas para manter o contato com professores e colegas de trabalho ou escola. Se antes disso já era necessário debater as relações entre maternagem, mídia e infância integrando a academia com outras esferas sociais, o contexto pandêmico tornou tais discussões imprescindíveis (COLLIER DE MENDONÇA; OLIVEIRA-CRUZ, 2021).

No projeto de extensão Maternagem, Mídia e Infância (@mmi.ufpe), organizou-se *lives*, encontros online, programas de rádio e podcasts para conversar sobre significados culturais e construções sociais disseminados nas mídias (publicidade, jornalismo, redes sociais) sobre ser mãe e ser criança, levando-se em conta desafios e aprendizados pandêmicos. A iniciativa procurou estimular a interação dialógica entre a universidade e a sociedade, a fim de incentivar a formação discente e a conscientização social. Buscou-se explorar modos como as identidades e alteridades maternas, paternas e infantis se constroem mutuamente por meio do convívio entre si e interações sociais, sobretudo nos ambientes midiáticos.

O projeto teve início em agosto de 2021, coordenado por Maria Collier de Mendonça e Rogério Luiz Covaleski, professores do Departamento de Comunicação da UFPE. Marília Félix, Viviane Santos e Diogo Barbosa (estudantes do mesmo



departamento); Debora Santos e Nirvana Lima (pós-graduandas em Comunicação na UFPE); Brenda Guedes (Pós-doutoranda em Comunicação na UFC) e Milena Freire de Oliveira-Cruz (professora da Faculdade de Comunicação da UFSM) completaram a equipe extensionista⁴.

As atividades têm sido divulgadas no Facebook® e Instagram®. Nesta última rede, o perfil @mmi.ufpe chegou a 519 seguidores em novembro de 2022. Entre agosto de 2021 e maio de 2022, foram realizadas sete *lives* com convidadas(os) da academia e terceiro setor, que computaram, juntos, mais de 1000 visualizações no YouTube®. Também foram produzidos seis episódios de um programa para a Rádio Paulo Freire AM, emissora-escola da UFPE, disponibilizados posteriormente como *podcasts* na plataforma de *streaming Spotify*®. O público-alvo reúne discentes e docentes da UFPE e outras instituições educacionais, pessoas que maternam e profissionais de órgãos governamentais, escolas, empresas, organizações não-governamentais e demais setores interessados.

2 Referenciais teóricos e metodológicos: da pesquisa à extensão e vice-versa

O projeto @mmi.ufpe integra conhecimentos das áreas de comunicação, mídia, consumo, sociologia e educação, mas também se baseia nas diretrizes da extensão universitária: interação dialógica; interdisciplinaridade e interprofissionalidade; indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão; impacto da formação estudantil e impacto na transformação social. A metodologia que orienta o projeto apresenta quatro etapas – planejamento, organização, execução e avaliação – as quais dirigem a organização de debates, encontros e programas realizados.

Durante as atividades, a equipe acessou referências teóricas que incluem textos lecionados nas disciplinas “Ética e Legislação Publicitária”, “Mídia e Infância” e “Comunicação e Mídias Digitais”; estudos produzidos pelo Grupo de Pesquisa Publicidade Híbrida e Narrativas de Consumo (GP PHiNC UFPE/ CNPq) ou por pesquisadores externos. A bibliografia utilizada abarca pesquisas sobre maternidade

⁴ Protocolo de envio do projeto no SIGProj N°: 369290.2040.360637.21052021



e maternagem nas mídias (COLLIER DE MENDONÇA, 2010; 2014; 2021; COLLIER DE MENDONÇA; OLIVEIRA-CRUZ, 2020; OLIVEIRA-CRUZ; COLLIER DE MENDONÇA, 2021), bem como estudos de infância e mídia desenvolvidos pelo Grupo de Pesquisa Publicidade Híbrida e Narrativas de Consumo (GUEDES, 2014; GUEDES; COVALESKI, 2020; LIMA et al., 2020; SANTOS et al., 2021).

Uma vez que o projeto explora repercussões sociais e midiático-comunicacionais envolvendo maternidade, maternagem e infância, partiu-se de referências interdisciplinares, que articulam estas três temáticas à comunicação, ao consumo e à mídia. Entende-se que práticas e significados socioculturais constituem-se por meio de processos de comunicação, produção e circulação de mensagens e imagens que impactam modos de ser mãe e ser criança contemporâneos.

Os Estudos Maternos abarcam as ciências humanas, sociais e biológicas (O'REILLY, 2010), dialogando com os Estudos Feministas e de Gênero. Tal campo apresenta três temáticas-chave: 1) discussão crítica de políticas públicas, leis, ideologias e imagens que, fundamentadas no patriarcado, sustentam a opressão materna; 2) estudo das experiências práticas de cuidado materno; e 3) impacto do "tornar-se mãe" nas identidades, subjetividades, autoestimas e autoimagens das mulheres. Vista tal amplitude temática, é frequente a participação de organizações não-governamentais, ativistas e profissionais que maternam em debates e publicações da área.

Segundo Collier de Mendonça (2014), Adrienne Rich (1976) cunhou a definição de *motherhood*, que diz respeito ao poder biológico e aos significados institucionais, simbólicos e culturais da maternidade. Por esse motivo, maternidade é a palavra que melhor traduz o conceito de *motherhood* para o português. O termo *mothering*, por sua vez, resulta da fusão do verbo *to mother* (RUDDICK, 1989) com o sufixo *-ing*, indicando ação e processo contínuo. Assim, a palavra maternagem é o termo que melhor traduz o conceito de *mothering* para o português, por incluir o sufixo latino *-agem*, que expressa ação ou resultado de ação. Nessa perspectiva, áreas como a psicologia e o serviço social já utilizam o termo maternagem para designar cuidados com crianças ou adultos, realizados pelas mães ou outros cuidadores. O termo maternagem foi



incluído no título deste projeto para visibilizar justamente a necessidade de envolvimento de mais pessoas com o trabalho materno e do fortalecimento de estruturas e redes de apoio governamentais e sociais para se evitar a exaustão das mulheres.

Por outro lado, Estudos de Mídia e Infância envolvem as áreas de comunicação, educação e ciências sociais e vêm se consolidando em programas de pós-graduação brasileiros e estrangeiros. O campo integra conhecimentos interdisciplinares e interprofissionais, incentiva debates multissetoriais (envolvendo academia, governo, mercado, terceiro setor e sociedade civil), para compreender as interações de crianças e adolescentes com as mídias considerando a ubiquidade da comunicação na sociedade de consumo (GUEDES; COVALESKI, 2020).

3 Tecendo um novo diálogo sobre maternagem, mídia e infância

Durante as atividades do @mmi.ufpe, conversou-se sobre como mães, pais, responsáveis, educadores, crianças e adolescentes interagem com as mídias e produzem conteúdos; tendo em vista implicações éticas, dificuldades acentuadas na pandemia da Covid-19; influências da cultura do consumo; dos valores patriarcais e neoliberais.

De agosto de 2021 a maio de 2022, foram realizadas sete *lives*, transmitidas ao vivo no canal de extensão e cultura da UFPE no *YouTube*®. Dentre os temas debatidos, cita-se: “Crianças, Publicidade e Consumo”, “Crianças e Consumo no Digital”, “Lugar de mãe é onde ela quiser?” e “Maternidades plurais, mídia e desigualdades”. Foram abordados apelos publicitários dirigidos às crianças e o intenso uso das mídias na pandemia; desigualdades de gênero nos espaços domésticos, laborais e acadêmicos; a sobrecarga de trabalho materno e a queda do desempenho científico materno na pandemia, dentre outras questões. Para tanto, foram convidados debatedoras(es) de diferentes regiões do país, atuantes na academia, em movimentos sociais e no terceiro setor. Além disso, houve interação com a audiência online via *chat*, por meio de comentários e perguntas nesses encontros.



Em outubro e novembro de 2021, foram realizados dois encontros remotos através do *Google Meet*[®], intitulados “MMI Conecta” e “MMI Compartilha”, no intuito de conectar profissionais, discentes e docentes interessados em na temática. Nessas reuniões, estiveram presentes participantes nacionais e estrangeiros. Já os programas de rádio e *podcasts* abordaram temas como dificuldades e desafios para a inserção, permanência e progresso das mães nas universidades; práticas e discursos publicitários direcionados ao público infantil e, por fim, reflexões e aprendizados obtidos ao longo dessa experiência extensionista.

Os materiais de divulgação das *lives*, encontros online, programas de rádio, *podcasts* e demais atividades do projeto foram veiculados no *Instagram* [®] e *Facebook* [®]. A seguir estão alguns exemplos das peças veiculadas.

Imagem 1 – Materiais de divulgação do projeto



Fonte: Elaborado pelos autores (2022)



4 Considerações finais

Ao longo do primeiro ano do projeto de extensão Maternagem, Mídia e Infância, discutiu-se os modos de ser e viver a maternagem e a infância em diálogo com as mídias. Concluiu-se que há muitos desafios para ampliar as discussões que se deseja por se tratar de uma temática complexa, interdisciplinar e interprofissional. Portanto, é necessário fortalecer as redes de colaboração, de modo que se possa desenvolver novos espaços para se debater das questões circundantes abarcando universidades e sociedade.

Observa-se que a pandemia de Covid-19 levou muitas mães à exaustão no período de distanciamento social. A necessidade emergencial de implementação do trabalho e ensino remotos transformou lares em ambientes multifuncionais, sem que existissem estruturas de suporte para mães e crianças. Isso deu visibilidade global às dificuldades femininas em lidar simultaneamente com os trabalhos maternos, domésticos e remunerados, combinados com os estudos e as pesquisas acadêmicas (COLLIER DE MENDONÇA; OLIVEIRA-CRUZ, 2020; PARENT IN SCIENCE, 2020; O'REILLY, 2020). Em virtude disso, procurou-se destacar as dificuldades maternas, as consequências desse cenário para as crianças e o aumento das desigualdades de gênero na academia e mercado de trabalho ao longo das atividades do projeto @mmi.ufpe. Ressalta-se que, quando há insuficiência de políticas de apoio à infância e à maternagem, reforça-se a prevalência de valores patriarcais e neoliberais.

Talvez a contribuição do primeiro ano do projeto @mmi.ufpe tenha sido pequena perante os desafios enfrentados sobretudo no período de distanciamento social, enquanto se aguardava ansiosamente o início da vacinação em massa. O primeiro ano do projeto foi um passo inicial, cuja continuidade se dará a partir de setembro 2022, com o início da nova temporada na Rádio Paulo Freire AM. Com a retomada das atividades presenciais no *campus*, a nova etapa do projeto @mmi.ufpe incluirá ações presenciais no Centro de Artes e Comunicação da UFPE para incentivar o debate sobre as necessidades de inclusão, permanência e progresso das mães nas universidades.



Além disso, como perspectivas, o projeto seguirá estimulando o debate sobre mídia e infância; para isso, discutirá relações entre crianças e consumo; crianças e publicidade; crianças, internet e mídias digitais; de modo a contribuir socialmente para conscientização das implicações das relações entre comunicação, mídia e consumo com o desenvolvimento infantil contemporâneo.

Agradecimentos

Aos integrantes da equipe do projeto de extensão Maternagem, Mídia e Infância: Carolina Dantas de Figueiredo, Debora Santos, Diogo Barbosa, Márcia Rezende, Milena Freire de Oliveira-Cruz e Nirvana Lima. Aos palestrantes convidados e aos ouvintes que acompanharam nossas *lives*, programas de rádio, podcasts e encontros no *Google Meet*®. À equipe da Rádio Universitária Paulo Freire AM, emissora escola da UFPE; à equipe de comunicação e apoio técnico da Pró-Reitora de Extensão e Cultura da UFPE, especialmente ao bolsista Herbert Nicolas de Assis, estudante que nos ajudou com as transmissões das *lives* no canal de Extensão e Cultura da UFPE no *YouTube*®.

Referências

BUCKINGHAM, David. **Crescer na Era das Mídias Eletrônicas**. São Paulo: Edições Loyola, 2007.

COLLIER DE MENDONÇA, Maria. **Grávidas, mães e a comunicação publicitária**. Uma análise semiótica das representações da gravidez e maternidade na publicidade contemporânea de mídia impressa. 2010. Dissertação de Mestrado (Comunicação e Semiótica). Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2010.

COLLIER DE MENDONÇA, Maria. **A maternidade na publicidade**. Uma análise qualitativa e semiótica em São Paulo e Toronto. 2014. Tese de Doutorado (Comunicação e Semiótica). Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014.



COLLIER DE MENDONÇA, Maria. Maternidade e maternagem: os assuntos pendentes do feminismo. **Revista Ártemis**, [S. l.], v. 31, n. 1, 2021. DOI: 10.22478/ufpb.1807-8214.2021v31n1.54296. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/artemis/article/view/54296>. Acesso em: 8 out. 2021.

COLLIER DE MENDONÇA, Maria; OLIVEIRA-CRUZ, Milena Freire de. The Challenges of being a mother and an academic researcher during the COVID-19 pandemic in Brazil. **Journal of the Motherhood Initiative for Research and Community Involvement**, v. 11, n.2/ v12 n.1, p. 287-308, 2020. Disponível em: <https://jarm.journals.yorku.ca/index.php/jarm/article/view/40621>. Acesso em: 30 abr. 2021.

GUEDES, Brenda; COVALESKI, Rogério. Mídia e Infância: uma experiência perpassada pelo exercício da literacia publicitária. In: COVALESKI, Rogério. **Da publicidade ao consumo: ativismos, reconfigurações, interações**. Recife: Ed. UFPE, 2020, pp. 33-57.

GUEDES, Brenda; CARVALHO, Bárbara J. de (Org.). **Infâncias, juventudes e debates emergentes em comunicação**. 1ª. ed. São Paulo: Pimenta Cultural, 2020. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?id=oS0NEAAAQBAJ&lpg=PP1&hl=pt-BR&pg=PP1#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 27 abr. 2021.

GUEDES, Brenda Lyra. **Publicidade e infância: representações e discursos em uma arena de disputas de sentidos**. Recife, 2014. 125 f. 2014. Dissertação (Mestrado em Comunicação). Universidade Federal de Pernambuco, Centro de Artes e Comunicação.

LIMA, Antônia Nirvana Gregório; SANTOS, Débora Maria dos; COVALESKI, Rogério Luiz. Seu Filho Está on-line: Segurança Digital de Crianças e Controle Parental no TikTok. In: 43º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, INTERCOM, 2020. **Anais [...]**. São Paulo: Intercom, 2020. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/sis/eventos/2020/resumos/R15-0680-2.pdf>. Acesso: 30 abr. 2021.

OLIVEIRA-CRUZ, Milena Freire de; MENDONÇA, Maria Collier de (Org.). **Maternidade nas Mídias**. Santa Maria: Editora FACOS UFSM, 2021.

O'REILLY, Andrea. **Maternal Theory: Essential Readings**. Bradford: Demeter Press, 2007.

O'REILLY, Andrea. **Matricentric Feminism. Theory, Activism, Practice**. Bradford: Demeter Press, 2016.



O'REILLY, Andrea. "Trying to Function in the Unfunctionable": Mothers and COVID-19. **Journal of the Motherhood Initiative for Research and Community Involvement**, v.11, n.1, 2020. Disponível em:

<https://jarm.journals.yorku.ca/index.php/jarm/article/view/40588/36759>. Acesso em: 30 abr. 2021.

O'REILLY, Andrea; GREEN, Fiona J. **Mothers, Mothering and Covid-19: Dispatches from a Pandemic**. Bradford: Demeter Press, 2021.

PARENT IN SCIENCE. Produtividade acadêmica durante a pandemia: efeitos de gênero, raça e parentalidade. Levantamento realizado pelo Movimento Parent in Science durante o isolamento social relativo à Covid-19 **Informativo Parent in Science**, 03 jul. 2020. Disponível em: <https://www.parentinscience.com/>. Acesso em: 30 abr. 2021.

RICH, Adrienne. **Of Woman Born**. Motherhood as Experience and Institution. New York: Norton & Company, 1976.

RUDDICK, Sara. Maternal Thinking. Towards a Politics of Peace. **Feminist Studies**, v.6, n.2, p.342-367, 1980. Disponível em: <https://doi.org/10.2307/3177749>

SANTOS, Débora M.; LOPES, Rodrigo P. R.; COLLIER DE MENDONÇA, Maria. Mídia e Infância: uma temática que ainda mobiliza mais autoras mulheres? Reflexões a partir dos anais do Comunicon. In: 8º Congresso Internacional em Comunicação e Consumo. Comunicon, 2021 **Anais** [...]. São Paulo, ESPM-SP. Disponível em: <https://comunicon.espm.edu.br/gtspograduacao/>. Acesso: 08 out. 2021.

SOARES, Ana Carolina E. C.; CIDADE, Camilla de A. S.; CARDOSO, Vanessa C. (Org.). **Maternidades plurais: os diferentes relatos, aventuras e oceanos das mães cientistas na pandemia**. Belford Roxo: Editora Bindi, 2020. Disponível em: <https://www.editorabindi.com.br/>. Acesso em: 30 abr. 2021.

TOMAZ, Renata. **O que você vai ser antes de crescer: youtubers, infância e celebridade**. 2017. Tese de Doutorado. Tese (Doutorado em Comunicação e Cultura). Escola de Comunicação, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

TOMAZ, Renata; MARÔPO, Lídia. Mídia e infância: perspectivas comunicacionais para a vida cotidiana das crianças. **Revista Mídia e Cotidiano**, v. 14, n. 1, p. 1-6, 2020. Disponível em: <https://periodicos.uff.br/midiaecotidiano/article/view/40738>. Acesso em: 30 abr. 2021.