

**Quem ama também precisa de amor:
análise da campanha #SejaRededeApoio do O Boticário e suas
representações sobre maternidade e rede de apoio**

*Whoever loves also needs love:
analysis of O Boticário's #SejaRededeApoio campaign and its
representations of motherhood and support network*

Inara Beatriz Alves dos SANTOS¹
Raquel Assunção OLIVEIRA²

Resumo

A presente pesquisa investiga como a campanha #SejaRedeDeApoio, promovida por O Boticário no Dia das Mães de 2023, reflete e repercute percepções sociais sobre os desafios da maternidade. Com foco na solidão materna e na construção de redes de apoio, o estudo analisa essa campanha, considerando a maternidade como um processo complexo e permeado de desafios sociais. Será realizado um estudo de caso, centrado na campanha "Quem ama também precisa de amor #SejaRedeDeApoio", para explorar abordagens e impactos no entendimento coletivo da maternidade. A análise do vídeo vinculado à campanha segue os apontamentos metodológicos de Martine Joly (2007). Entre as principais autoras consultadas estão Natália B. Senna (2006), Ana Paula L. Batista (2009) e Phabline Ferreira (2016). Ao final da pesquisa, percebe-se o papel fundamental da comunicação de campanhas publicitárias abordando preocupações maternas e reconhecendo os desafios enfrentados por elas.

Palavras-chave: Maternidade. Solidão materna. Rede de apoio. Publicidade.

Abstract

This research investigates how the #SejaRedeDeApoio campaign, promoted by O Boticário on Mother's Day 2023, reflects and resonates social perceptions about the challenges of motherhood. Focusing on maternal loneliness and the construction of support networks, the study analyzes this campaign, considering motherhood as a complex process permeated with social challenges. A case study will be carried out, centered on the campaign "Who loves also needs love #SejaRedeDeApoio", to explore approaches and impacts on the collective understanding of motherhood. The analysis of the video linked to the campaign follows the methodological notes of Martine Joly (2007). Among the main authors consulted are Natália B. Senna (2006), Ana Paula L. Batista

¹ Graduada do Curso de Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). E-mail: alvessantos@alu.uern.br

² Doutoranda em Estudos da Mídia pelo PpgEM da UFRN. Professora do Curso de Graduação em Publicidade e Propaganda da Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN). E-mail: raquelassuncao@uern.br

(2009) and Phabline Ferreira (2016). At the end of the research, the fundamental role of communicating advertising campaigns addressing maternal concerns and recognizing the challenges they face is clear.

Keywords: Maternity. Maternal loneliness. Support network. Advertising.

Introdução

A maternidade pode ser definida como o estado ou condição de ser mãe, envolvendo não exclusivamente o processo físico de dar à luz, mas também as responsabilidades e experiências associadas à criação, cuidado e educação dos filhos. Essas responsabilidades incluem fornecer amor, apoio emocional, orientação e sustento para o desenvolvimento saudável e bem-estar dos filhos. Segundo Ferreira (2016), a maternidade também pode ser entendida como um papel social e cultural, moldado por expectativas e normas específicas de uma sociedade em relação ao comportamento e às responsabilidades das mães.

Nesse sentido, a maternidade abrange uma ampla gama de experiências, emoções e responsabilidades que uma pessoa assume ao se tornar mãe. Além disso, a maternidade pode assumir diferentes formas e significados em diversos contextos culturais e sociais. Enquanto em algumas culturas a maternidade é idealizada como o ápice da feminilidade e da realização pessoal, em outras pode ser vista como uma fonte de desafios constantes, como citado por Batista (2009):

A maternidade pode ser entendida como uma relação entre mãe e filho onde estão incluídos aspectos sociológicos, fisiológicos e afetivos. Aspectos que iniciam na concepção do filho e se estendem por todo o seu desenvolvimento. A forma como esta relação se dá varia de mulher para mulher, de cultura para cultura (Batista, 2009, p.28).

Assim, conforme mencionado na citação, a maternidade apresenta inúmeros desafios. A comunicação publicitária, com seu significativo alcance, desempenha um papel crucial na formação da sociedade e, conseqüentemente, na vida das mulheres. Segundo Senna (2006), o poder da publicidade vai além da sua capacidade de vender e persuadir, ela consiste na construção de percepção dos valores que refletem sonhos e fantasias do consumidor. Por isso, a comunicação publicitária vai além de informar sobre um produto ou serviço, ela tem como objetivo despertar desejos, criar identificação

emocional e construir narrativas que conectem o consumidor à marca.

A rede de apoio é um conceito fundamental na experiência da maternidade, proporcionando o suporte e cuidados essenciais para o bem-estar tanto da mãe quanto do bebê. Ao contrário das representações idealizadas de mães que cuidam de tudo sozinhas e com facilidade, a realidade da maternidade é mais complexa e muitas vezes desafiadora, enfrentando diversas demandas físicas e emocionais que podem ser difíceis de gerenciar sem ajuda. Segundo Rapoport (2006), a rede de apoio social é especialmente importante durante a gestação, o período pós-parto, o puerpério e o retorno da mulher ao trabalho. Esses momentos na vida de uma mãe exigem cuidados especiais e a necessidade de suporte contínuo e eficaz para garantir o bem-estar tanto da mãe quanto do bebê.

Nesse sentido, este trabalho tem como problemática: De que maneira a campanha de Dia das Mães #SejaRedeDeApoio promovida pela O Boticário em 2023, reflete e repercute as percepções sociais sobre os desafios da maternidade? Por conseguinte, definiu-se como objetivo geral analisar a campanha de Dia das Mães #SejaRedeDeApoio, promovida pela O Boticário, com foco na sua abordagem das questões relacionadas à solidão materna e à construção de redes de apoio. O estudo visa, ainda, refletir acerca da solidão e sobrecarga materna, com ênfase na relevância da construção e manutenção de redes de apoio, compreender como o conteúdo da campanha se relaciona com os desafios da maternidade, além de analisar as cenas e imagens da peça principal vinculada à campanha, com destaque na percepção e impacto da comunicação.

Segundo dados da revista Exame (Bússola, 2023), a campanha foi amplamente veiculada em várias plataformas, incluindo a TV aberta e as redes sociais. Desenvolvida pela AlmapBBD, campanha destacou-se ao abordar a solidão materna e a importância de uma rede de apoio. A peça principal da campanha foi transmitida em canais de televisão abertos, como a TV Globo e SBT, a partir do dia 19 de abril de 2023 e contou com uma robusta estratégia digital, utilizando diversas redes sociais como *Instagram*, *Facebook* e *YouTube* para alcançar um público mais amplo e promover engajamento através de conteúdos interativos e vídeos explicativos. A campanha também colaborou com a organização educacional *The School of Life* para oferecer lives interativas conduzidas por psicólogos e guias informativos destinados tanto às mães quanto às suas redes de apoio. Esses conteúdos visavam desenvolver um olhar mais empático em relação às mães, ajudando a aliviar a carga emocional e física associada à maternidade.

Dessa forma, ao apresentar a figura materna em momentos de exaustão e solidão,

a campanha se destaca ao trazer a representatividade de diversas mães que se encontram em situações semelhantes e que muitas vezes não conseguem expressar suas dificuldades. A comunicação da campanha demonstra ser uma ferramenta relevante para sensibilizar uma parcela da sociedade sobre questões cruciais relacionadas à maternidade, como solidão, sobrecarga, exaustão e a necessidade de uma rede de apoio.

Para reforçar a análise e um olhar sobre as experiências relatadas no trabalho foram utilizadas autoras que falam sobre maternidade, dentre elas, algumas se destacam nesse estudo, como as pesquisadoras Natália B. Senna (2006), abordando questões acerca da mulher na propaganda, Ana Paula L. Batista (2009), nas suas reflexões sobre maternidade, e Phabline Ferreira (2016), em seus estudos sobre o tema da representação da figura materna nos anúncios da O Boticário. Assim, tendo em vista esses fatores, a pesquisa poderá trazer descobertas relevantes sobre comunicação, maternidade e a construção de redes de apoio.

A solidão e a sobrecarga materna

Costuma-se dizer que quando nasce um filho, nasce uma mãe, no entanto, esse processo de nascimento requer um olhar sensível e cuidadoso. O nascimento de uma criança pode trazer uma imensa felicidade e oferecer um novo significado à vida, preenchendo-a de amor e alegria, contudo, é igualmente importante reconhecer que as responsabilidades pertencentes à maternidade podem representar novos desafios.

O ato de cuidar é uma condição da maternidade, e muitas vezes, as mães sentem uma profunda gratificação ao desempenhar esse papel, mas, quando há uma exposição de situações estressantes e desgastantes, sem o suporte e apoio necessário, os aspectos negativos da maternidade podem superar os positivos e, assim, a mulher pode passar a enfrentar uma sobrecarga física e emocional, como citado por Barros (2017):

A vivência da maternidade pode causar uma sobrecarga a mulher, resultante da dependência do filho, que demanda atenção e cuidados, associado a todas as outras atividades que a mulher precisa exercer além de ser mãe, a exemplo de: trabalhar, estudar, cuidar da casa e da família (BARROS *et al*, 2017, online)

Nesse sentido, é possível perceber como a solidão na maternidade pode surgir de várias formas, incluindo a falta de apoio emocional e prático, juntamente com a sensação de não ser compreendida por amigos e familiares, e as expectativas sociais irrealistas

sobre o que significa ser uma "boa mãe", por isso, muitas mães se sentem pressionadas a desempenhar múltiplos papéis sem o suporte necessário, o que as pode levar a sentimentos de isolamento e exaustão.

A carga mental de gerenciar uma casa, cuidar dos filhos, e muitas vezes equilibrar uma carreira é desafiadora, e pode resultar em estresse, ansiedade, e até mesmo, depressão. Uma vez que esses desafios são apresentados, Silva (2021) complementa: “A prática da maternidade, algumas vezes, exige da mulher uma capacidade acima do que os seus recursos próprios do corpo e mente podem fornecer. E, quando isto acontece, podem surgir sinais de exaustão e sobrecarga” (Silva, 2021, p. 11).

Tradicionalmente, a maternidade é vista como a principal fonte de cuidado com os filhos, no entanto, é necessário reconhecer a importância do papel paterno, pois os pais desempenham responsabilidades igualmente cruciais para o bem-estar e desenvolvimento dos filhos. De acordo com Chacel (2023):

É interessante observar a responsabilidade atribuída à mulher em relação aos cuidados com a criança, especialmente na primeira infância, e ao trabalho com a casa. O homem, adulto, que divide o espaço do lar com a mulher não sente a obrigação de contribuir com a vida doméstica mesmo fazendo parte daquele lugar (Chacel, 2023, p. 177)

Ao enfatizar a necessidade de uma abordagem inclusiva que valorize a contribuição de ambos os pais no cuidado e na educação das crianças, é crucial reconhecer que o pai não faz parte apenas da rede de apoio, mas sim, atua como cuidador principal dos seus filhos. Além de desempenhar seu papel de forma eficaz, o homem deve se envolver ativamente, oferecer apoio emocional, servir como modelo positivo e contribuir para a criação de um ambiente familiar mais saudável e equilibrado. Essa participação ativa na parentalidade promove uma dinâmica familiar onde as responsabilidades são compartilhadas de maneira justa, beneficiando tanto as crianças quanto a mãe.

Na década de 1950, a imagem da "mulher ideal" era aquela que dedicava todos os seus esforços a manter a casa impecável, preparar refeições deliciosas e cuidar da família. As propagandas dessa época frequentemente retratavam a maternidade como uma função exclusiva das mulheres que cuidam do lar, envolvidas em tarefas domésticas e afazeres do dia a dia. A representação das mães na publicidade estava sempre ligada a uma imagem perfeccionista: uma mulher sempre sorridente, cuidando dos filhos sem dificuldades, e mantendo uma casa limpa. Essas representações não só distorciam a realidade, mas também excluía diversas experiências maternas, promovendo uma visão

idealizada e irreal.

Um exemplo dessa imagem foi a propaganda do liquidificador Walita para o Dia das Mães de 1954 (Figura 1), a publicidade da época incentivava a importância dos eletrodomésticos como presentes ideais para as mães. O anúncio sugeria que esses aparelhos eram essenciais para facilitar o trabalho doméstico e, conseqüentemente, proporcionar mais tempo e conforto para as mães, no entanto, essa visão refletia uma idealização específica da maternidade e do papel da mulher na sociedade.

Figura 1 - Peça publicitária para o liquidificador Walita (Dia das Mães) – 1954



Fonte: Reis Júnior, s.d.

Nesse sentido, a promoção de eletrodomésticos como presentes ideais para o Dia das Mães reforçava a ideia de que o valor das mulheres estava sempre ligado à sua capacidade de manter um lar perfeito, incentivando os estereótipos de gênero que limitavam as oportunidades e a autonomia das mulheres, ao mesmo tempo que ignoravam a necessidade de compartilhar as responsabilidades domésticas.

Outro ponto fundamental é refletirmos sobre a descoberta da mãe como mulher, que tem desejos, sonhos e necessidades que vão além da maternidade. Seus projetos individuais e encontro com a sua própria identidade são elementos que não podem ser desconsiderados. Ao assumir tantas responsabilidades com a maternidade, as mães frequentemente colocam as necessidades de seus filhos e parceiros acima das suas próprias necessidades. Esse autocuidado negligenciado pode levar ao esgotamento físico e emocional, tendo em vista que muitas mulheres, além das tarefas diárias que envolvem a criação dos filhos, também se veem sobrecarregadas com a administração do lar e cuidados domésticos.

A solidão e a sobrecarga materna são desafios significativos enfrentados por

muitas mães, que frequentemente encontram-se sobrecarregadas pelas responsabilidades diárias em sua jornada. Neste contexto, ao reconhecer que nenhuma mãe deve enfrentar esses desafios sozinha e sem o apoio necessário, a construção e manutenção de redes de apoio tornam-se elementos essenciais para aliviar a solidão e a sobrecarga materna. Essas redes de apoio oferecem o suporte prático e emocional, oferecendo um espaço no qual as mães podem compartilhar suas experiências, receber conselhos, e sentir-se compreendidas e valorizadas. Encontrar tempo para si mesmas, cultivando seus interesses e perseguindo seus sonhos, é fundamental para o bem-estar e saúde das mães, permitindo que elas se reinventem e floresçam em todas as áreas de suas vidas, indo além da maternidade.

O boticário e os desafios da maternidade

A marca O Boticário apresenta um histórico de campanhas de Dia das Mães que, anualmente, busca trazer reflexões sobre a maternidade em diversos contextos e aspectos sociais. Em 2022, por exemplo, a O Boticário lançou a campanha de Dia das Mães intitulada “#MaternidadeSemJulgamento”. A campanha procurou desafiar as normas e expectativas sociais associadas à maternidade, promovendo uma mensagem de aceitação, empatia e inclusão. Ao invés de destacar um padrão idealizado de maternidade, a campanha celebrava a diversidade de experiências maternas, reconhecendo que não existe uma única maneira certa de ser mãe.

Em 2023, por sua vez, O Boticário buscou novamente trazer um tema delicado, desta vez com a campanha “Quem ama também precisa de amor #SejaRedeDeApoio”, que trouxe uma abordagem sensível sobre os desafios da maternidade. Ao reconhecer a sobrecarga materna e a importância de uma rede de apoio, a campanha buscou oferecer recursos e suporte emocional para lidar com as dificuldades do dia a dia. Com uma ampla presença em diferentes plataformas, desde televisão aberta até redes sociais e conteúdo digital, a campanha #SejaRedeDeApoio buscou não apenas vender produtos, mas também promover uma mensagem de empatia, solidariedade e cuidado para todas as mães e suas redes de apoio. Em uma entrevista a revista Exame (Bússola, 2023), Marcela De Masi, diretora executiva de branding e comunicação das marcas do Grupo Boticário afirmou:

Somos uma marca democrática, com milhões de consumidores, e queremos usar a nossa voz para criar legado positivo, propondo

reflexões sobre temas relevantes para a sociedade. A proposta aqui é promovermos uma conversa potente e que chame a atenção para um sentimento que gera muita identificação com as mães, mas que precisa ser mais amplo – por meio de pessoas que podem apoiá-las - para gerarmos mobilização (Bússola, 2023).

Nesse sentido, é possível observar a busca pelo olhar sensível, mostrando desafios, alegrias, inseguranças e amor. A campanha também colaborou com a instituição *The School of Life*,³ oferecendo *lives* interativas conduzidas por psicólogos e guias informativos destinados tanto às mães quanto às suas redes de apoio. Esse conteúdo visava desenvolver um olhar mais empático em relação às mães, ajudando a aliviar a carga emocional e física associada à maternidade. Segundo a pesquisa do portal Mommys, Mommys e Saúde Mental (*apud* O Boticário, 2023), de 2022, 62,7% das mães sentem a sensação de vazio, sobrecarga e cansaço. Esses resultados destacam a realidade enfrentada por muitas mulheres que se encontram sobrecarregadas pelas múltiplas responsabilidades associadas à criação dos filhos. (Portal Mommys, s.d.).

A criação de uma rede de apoio é fundamental para aliviar a pressão sobre as mães. Familiares, amigos e a comunidade podem desempenhar um papel ao oferecer suporte prático e emocional, bem como, políticas públicas e iniciativas de empregadores que promovam equilíbrio entre vida pessoal e profissional, como licença parental, horários flexíveis e acesso a serviços de cuidado infantil, são também alguns incentivos para apoiar as mães.

A “Ilha”

O vídeo que dá vida à campanha se chama “Ilha”, foi criado pela AlmapBBDO em 2023 e retrata a experiência de uma mulher que se vê sozinha com o seu filho bebê, em uma ilha deserta. Ao longo do vídeo, a mãe compartilha momentos felizes, mas também fala sobre as pressões, expectativas e medos que acompanham a maternidade.

A metáfora da ilha ilustra a sensação de isolamento e solidão que muitas mães podem sentir, mesmo estando cercadas por outras pessoas. Ao ver a situação desafiadora em que se encontra, a mãe escreve a palavra SOS na areia, como um pedido de ajuda que

³ A The School of Life é uma organização global dedicada ao desenvolvimento emocional e intelectual, oferecendo cursos, workshops e conteúdos que abordam temas como autoconhecimento, relacionamentos, trabalho e bem-estar.

simboliza a necessidade de uma rede de apoio. À medida que a narrativa avança, as reflexões da mãe sobre a maternidade se tornam mais profundas. As imagens abordam não apenas as alegrias de criar um filho, mas também as dificuldades e os sacrifícios, muitas vezes invisíveis que as mães enfrentam.

Segundo Santaella (2012, p. 17), as imagens são chamadas de "representações", por serem criadas e produzidas pelos seres humanos nas sociedades em que vivem. Nesse contexto, o vídeo "Ilha" é uma representação da experiência materna, criada para provocar reflexão e empatia. A campanha utiliza a imagem da mãe na ilha para representar visualmente os desafios e as complexidades da maternidade, e oferece uma mensagem sobre a necessidade de apoio e compreensão. Além disso, o vídeo "Ilha" destaca a transformação da experiência materna ao longo do tempo. Inicialmente, a mãe é apresentada em um estado de vulnerabilidade, lidando com a solidão e o medo de não conseguir atender a todas as demandas da maternidade. Contudo, à medida do vídeo, surgem elementos visuais e narrativos que simbolizam a entrada da rede de apoio na vida da mãe. Cenas que mostram a mãe recebendo ajuda e companhia de amigos e familiares ilustram a transição de uma situação de isolamento para um cenário de suporte e colaboração. Esta mudança é enfatizada por uma paleta de cores mais clara e vibrante, representando a esperança e o alívio trazidos pelo apoio.

Figura 2 - Cenas do vídeo "Ilha"



Fonte: O Boticário (2023)⁴

⁴ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw&ab_channel=oBotic%C3%A1rio. Acesso em: 07 jun. 2023

Ao criar um cenário com cores azuis e tons escuros, a campanha convida o espectador a refletir sobre a experiência materna de uma maneira mais profunda. O azul, em particular, carrega uma ampla gama de significados simbólicos. Ele pode representar calma e serenidade, mas também pode ser associado à tristeza e à introspecção. Nas cenas iniciais, o uso do azul sugere a complexidade emocional da maternidade, simbolizando um espaço de descoberta, transformações e de desafios emocionais intensos. Nesse contexto, a cor azul ajuda a ilustrar o isolamento e a introspecção que muitas mães vivenciam, reforçando a mensagem sobre a importância de uma rede de apoio para navegar por essas emoções conflitantes.

Para Heller (2021), em seu livro "Psicologia das Cores: Como as Cores Afetam a Emoção e a Razão", as cores possuem um impacto profundo e variado sobre nossas emoções e percepções. Ela afirma que: "Conhecemos muito mais sentimentos do que cores. Dessa forma, cada cor pode produzir muitos efeitos, frequentemente contraditórios. Cada cor atua de modo diferente, dependendo da ocasião" (Heller, 2021, p. 17). No contexto da campanha em análise, a escolha da cor azul torna-se estratégica em virtude da narrativa emocional presente no vídeo.

Enquanto as campanhas tradicionais frequentemente utilizam cores quentes como vermelho e rosa para evocar sentimentos de amor, a inclusão de tons de azul se destaca como forma de induzir a uma sensação de serenidade e suporte na maternidade. O uso da cor rosa, está tradicionalmente vinculado à feminilidade, simbolizando o amor maternal, a suavidade e o carinho. Esse vínculo culturalmente estabelecido entre o rosa e a feminilidade cria expectativas visuais e emocionais específicas nas campanhas publicitárias, especialmente aquelas relacionadas à maternidade.

No entanto, a escolha consciente de evitar o rosa e optar pelo azul no vídeo da campanha não só desafia esses estereótipos, mas também oferece uma nova perspectiva sobre a experiência materna. O azul, com sua capacidade representativa, permite uma abordagem mais profunda e menos idealizada da maternidade, promovendo uma sensação de apoio e solidariedade.

O significado mais importante do azul está no simbolismo das cores, nos sentimentos que vinculamos ao azul. O azul é a cor de todas as características boas que se afirmam no decorrer do tempo, de todos os sentimentos bons que não estão sob o domínio da paixão pura e simples, e sim da compreensão mútua (Heller, 2021, p. 46).

Dessa forma, a partir das cenas em que a mãe compartilha momentos com sua família e amigos, o cenário muda e passa a utilizar cores mais claras e vivas, demonstrando a mudança de perspectiva ao não se ver mais sozinha. A mãe, que anteriormente estava em uma ilha isolada com o seu bebê, aparece rodeada de amigos e familiares, de forma descontraída e alegre. Essa transição visual simboliza a transformação emocional da mãe, que, ao receber apoio, passa de um estado de isolamento para um de conforto e renovação.

Figura 3 - Cenas do vídeo “Ilha”



Fonte: O Boticário (2023)⁵

As cores mais vibrantes refletem a esperança e a energia revitalizada que surgem com a presença de uma rede de apoio. A narrativa, portanto, não apenas expõe as dificuldades iniciais da maternidade, mas também celebra o poder transformador da solidariedade e da empatia, ressaltando a importância de construir e fortalecer redes de apoio para enfrentar os desafios maternos de maneira coletiva.

Outro ponto relevante que se destaca no vídeo é o simbolismo presente nas cenas em que a mãe se vê sozinha, tomada pelo medo de não dar conta de tudo. Nas cenas iniciais, a mãe está isolada, enfrentando a imensidão dos desafios da maternidade sem apoio visível. Esse isolamento é representado pela ilha, representando o sentimento de solidão, ansiedade e medo, reforçando a mensagem de que a maternidade pode ser um território assustador e solitário. A cena em que a mãe se olha no espelho como forma de se encontrar, também contribui para a reflexão sobre esses sentimentos na maternidade. Tradicionalmente, o espelho é uma representação de autorreflexão e autorreconhecimento, assim, ao se olhar no espelho, a mãe está confrontando sua identidade e sua realidade. Ela vê não apenas seu reflexo físico, mas também suas lutas, inseguranças e esperanças.

⁵ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw&ab_channel=oBotic%C3%A1rio.

Figura 4 - Cenas do vídeo “Ilha”



Fonte: O Boticário (2023)⁶

À medida que o vídeo avança, a introdução de cores mais claras e cenas mais acolhedoras simboliza a chegada desse apoio, transformando a experiência da mãe de uma jornada solitária para uma realidade compartilhada. Essa transição visual não apenas enfatiza a mudança de perspectiva e alívio emocional proporcionados pela rede de apoio, mas também representa como o suporte coletivo pode aliviar a carga e renovar a energia de uma mãe. Desse modo, o vídeo reforça a mensagem de que a maternidade, embora seja cheia de desafios e assustadora, pode ser enriquecida e equilibrada através do apoio mútuo. Esse equilíbrio, sustentado pela rede de apoio, é fundamental para o bem-estar emocional e psicológico das mães, destacando a importância da solidariedade e da empatia na criação de um ambiente familiar mais saudável e feliz.

Quem ama também precisa de amor

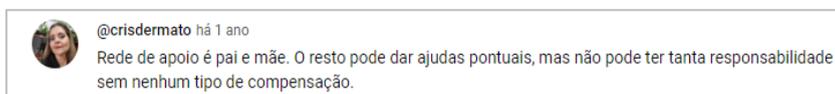
A análise da campanha “Quem ama também precisa de amor #SejaRedeDeApoio”, objeto de estudo desta pesquisa, buscou explorar as representações acerca da maternidade, solidão e sobrecarga materna, assim como, a construção de redes de apoio como forma de acolhimento e assistência. Dessa forma, nota-se a importância da criação e manutenção dessas redes, tendo em vista a necessidade de apoio para as mães que tanto se dedicam apesar de todos os desafios.

A partir da análise realizada do vídeo “A Ilha”, veiculado nas plataformas da marca O Boticário, percebe-se uma perspectiva diversificada sobre como a mensagem foi recebida pelo público. Para isso, baseado nas considerações de conteúdo de Bardin (2011) essa análise pode ser compreendida, portanto, como “um conjunto de instrumentos

⁶ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw&ab_channel=oBotic%C3%A1rio. Acesso em: 07 jun. 2023

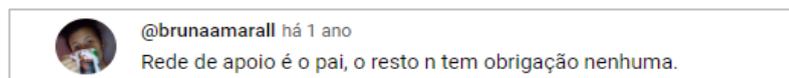
metodológicos cada vez mais sutis em constante aperfeiçoamento, que se aplicam a discursos (conteúdos e continentes) extremamente diversificados” (Bardin, 2011, p. 15).

Figura 5 - Comentário I - Vídeo “A Ilha”



Fonte: O Boticário (2023)⁷

Figura 6 - Comentário II - Vídeo “A Ilha”



Fonte: O Boticário (2023)⁸

Nesse sentido, é possível perceber que o primeiro e segundo comentários (Figura 5 e Figura 6) reforçam a ideia de que a principal, e talvez única fonte de apoio deve ser o pai, e exclui todos os outros possíveis membros da rede de apoio. Essa perspectiva pode refletir um entendimento limitado do conceito de rede de apoio, excluindo a assistência de amigos, familiares e a comunidade em geral, que podem contribuir significativamente de diversas maneiras, como oferecendo suporte emocional, ajudando nas tarefas diárias e proporcionando momentos de descanso para a mãe. Nota-se, também, uma percepção de que o apoio deve vir de uma obrigação inerente, particularmente no contexto familiar, ao invés de um ato voluntário de solidariedade.

Além da rede de apoio formada por familiares e amigos, o papel do Estado é fundamental para que as mães consigam conciliar suas responsabilidades. Iniciativas governamentais, como a criação de creches públicas, políticas de licença parental estendida e programas de assistência social, são essenciais para proporcionar o suporte necessário às mães. Essas medidas ajudam a aliviar a sobrecarga materna, permitindo que as mulheres possam trabalhar, estudar e cuidar de suas famílias de maneira mais equilibrada. A presença de políticas públicas eficazes não só beneficia as mães, mas também contribui para o desenvolvimento saudável das crianças e para a construção de uma sociedade mais justa.

⁷ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw&ab_channel=oBotic%C3%A1rio. Acesso em: 07 jun. 2023

⁸ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw&ab_channel=oBotic%C3%A1rio. Acesso em: 07 jun. 2023

Figura 7 - Comentário III - Vídeo “A Ilha”

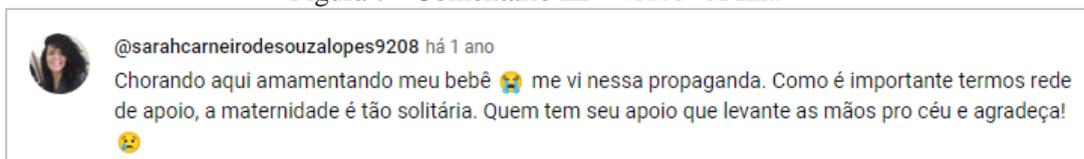
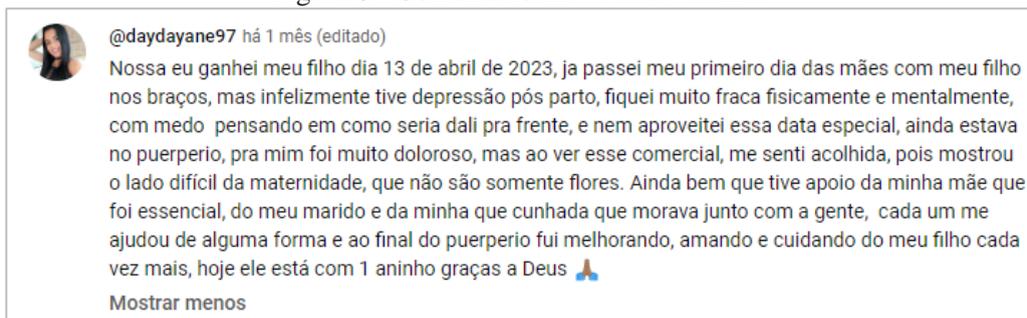
Fonte: O Boticário (2023)⁹

Figura 8 - Comentário III - Vídeo “A Ilha”

Fonte: O Boticário (2023)¹⁰

O terceiro e quarto comentários (Figura 7 e Figura 8) oferecem uma visão emocional e pessoal da campanha, destacando a importância vital da rede de apoio durante a maternidade. No terceiro comentário (Figura 7), a autora do comentário expressa seus sentimentos de solidão e a necessidade profunda de suporte, reconhecendo aqueles que têm acesso a uma rede de apoio como privilegiados. Esse comentário valida a mensagem central da campanha e evidencia a realidade cotidiana e os desafios enfrentados por muitas mães, destacando a maternidade como uma experiência frequentemente solitária.

Já no quarto comentário (Figura 8), a autora compartilha um relato pessoal e comovente sobre a sua experiência da maternidade, e em especial o puerpério, destacando tanto os desafios quanto a importância do apoio durante esse período. A autora afirma como a sua rede de apoio contribuiu para que ela conseguisse ter uma maternidade mais leve, e diz que se sente acolhida pelo comercial, tendo em vista, o reconhecimento sobre o lado difícil da maternidade. Nesse sentido, o comentário destaca como a campanha

⁹ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw&ab_channel=oBotic%C3%A1rio. Acesso em: 07 jun. 2023

¹⁰ Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw&ab_channel=oBotic%C3%A1rio. Acesso em: 07 jun. 2023

conseguiu atingir seu objetivo de criar empatia e oferecer suporte emocional ao retratar a maternidade de maneira realista, e não apenas como um ideal romântico

Fica evidente, então, a necessidade de sensibilizar as pessoas sobre a importância de uma rede de apoio ampla e inclusiva. Além de promover o conceito de uma rede de apoio que vai além do pai e da mãe, é essencial destacar o valor do suporte comunitário para tornar a maternidade uma experiência mais leve e equilibrada, bem como, da existência de conformações familiares que escapem à lógica heteronormativa.

É importante lembrar que a rede de apoio não se limita a ajudar no cuidado direto do filho, mas também envolve oferecer suporte à mãe. Isso pode incluir ser um ombro amigo para conversar, uma escuta empática, além de dividir os desafios diários, proporcionando momentos para que a mãe possa cuidar de si mesma, como tomar um banho ou comer sem se preocupar com a maternidade e, assim, apoiar seu autocuidado e bem-estar.

Considerações finais

Desde que nos tornamos mães, muitas coisas mudam. Ao longo da gestação, nos preparamos para nunca mais estarmos sozinhas, mas esse processo também pode ser solitário. Ver seu filho no colo e sentir o peso de uma responsabilidade nunca sentida antes. Sentir na pele o cansaço compartilhado por outras mães sobre noites mal dormidas. A maternidade nos traz imensa felicidade, mas também é um processo desafiador e assustador. Sentir o cansaço, a solidão e a exaustão do zelo e cuidado com o outro é uma realidade que não deve ser ignorada.

Costuma-se dizer que quando nasce um filho, nasce uma mãe, porém esse processo é muito mais complexo. Não se nasce mãe; torna-se mãe através das experiências diárias, das descobertas, das dificuldades e das alegrias. Esta transformação envolve uma adaptação constante às novas responsabilidades e à complexa teia de emoções que a maternidade traz. Ao refletir sobre essa rede, é possível observar como a maternidade é uma das fases mais significativas e transformadoras na vida de uma mulher. Nesse período, as mães enfrentam uma série de desafios físicos, emocionais e psicológicos, tornando essencial a criação e manutenção de uma rede de apoio para garantir o bem-estar da mãe e do bebê.

Diante dos resultados obtidos por meio desta pesquisa, é possível observar como a comunicação, através de campanhas publicitárias, tem papel fundamental ao abordar preocupações reais das mães, e reconhecer os desafios enfrentados por elas. A maternidade pode ser emocionalmente exigente, por isso, a publicidade pode atuar como um veículo de apoio e sensibilização, oferecendo soluções realistas e relevantes.

Em vista de futuras campanhas, é fundamental explorar temas com profundidade e sensibilidade, visando desmistificar o universo materno, em que o lado positivo e negativo têm a mesma importância. Além disso, a inclusão de histórias reais e a promoção de políticas de apoio parental podem ser ainda mais exploradas, com ênfase no papel dos pais e da comunidade na rede de apoio, bem como a normalização das dificuldades na maternidade, para que as mães não se sintam pressionadas a corresponder a uma imagem idealizada e irreal.

Outra proposta para campanhas futuras é a atenção à rede de apoio na maternidade a partir de outras perspectivas, como, por exemplo, mães com deficiências. Ao incluir essas perspectivas, as campanhas podem abordar as necessidades específicas e os desafios únicos enfrentados por diferentes grupos, promovendo uma mensagem mais inclusiva e abrangente. Isso não só amplia a relevância das campanhas, mas também reforça a importância de uma rede de apoio diversificada e sensível às várias realidades maternas. Assim, a publicidade pode evoluir para se tornar não apenas um reflexo das preocupações maternas, mas também uma ferramenta para a promoção de um suporte genuíno e inclusivo.

A maternidade é apenas uma parte do que define uma mãe. Reconhecer a importância das redes de apoio e a necessidade de compartilhar as responsabilidades é uma forma de quebrar os mitos de que a maternidade deve ser enfrentada de forma isolada e heróica, aliviando a sobrecarga e a visão individualista sobre a maternidade. Nos braços de uma mãe que ama, cuida e se esgota, encontramos um amor que se renova a cada dia, mesmo diante dos desafios mais intensos, mas também encontramos a necessidade de apoio e compreensão, afinal, quem ama também precisa de amor.

Referências

BARROS, A. L. O.; BARROS, A. O.; BARROS, G. L. M.; SANTOS, M. T. B. R. Sobrecarga dos cuidadores de crianças e adolescentes com Síndrome de Down. **Ciência**

e **Saúde Coletiva**, p. 3625- 3634, 2017. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/csc/a/PDPpk6nrS79shrcS3drfvFG/>. Acesso em 01 de maio 2024.

BATISTA, Ana Paula Leão. **Mito da maternidade**: um estudo a partir do olhar sistêmico. 2009. Disponível em: <http://www.institutofamiliares.com/download/batista-vinhas.pdf>. Acesso em: 31 de maio 2024.

CARNEIRO, Cristiana. **O estudo de casos múltiplos**: estratégia de pesquisa em psicanálise e educação. 2018. Disponível em:
<https://www.scielo.br/j/psup/a/7gFBf3bL9XnZn5JnxdChXNH/?format=pdf>. Acesso em: 31 de jun. 2024.

CHACEL, Marcela. Cativeiro da Maternidade, dispositivo e pedagogia da mulher-mãe: Reflexões iniciais. **Revista Mosaico**, v. 16, p. 173- 189, 2023. Disponível em:
<https://seer.pucgoias.edu.br/index.php/mosaico/article/view/13537>. Acesso em: 05 de jun. 2024.

DIA das mães: quem ama também precisa de amor. **O Boticário**. 2023. Disponível em:
<https://www.youtube.com/watch?v=QqQfOPy8mnw>. Acesso em: 07 jun. 2023.

FERREIRA, Phabline. **A representação da figura materna brasileira nos anúncios de O Boticário para o dia das mães**. 2016. Disponível em:
<https://www.portalintercom.org.br/anais/centroeste2016/resumos/R51-0546-2.pdf>. Acesso em: 20 de jun. 2024.

GOODE, W; HATT, P. **Métodos em pesquisa social**. 3. ed. São Paulo: Cia Editora Nacional, 1996.

HELLER, Eva. **A psicologia das cores**: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Editora Olhares, 2021. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=pt-BR&lr=&id=Z111EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT3&dq=psicologia+das+cores&ots=trzjjPO29z&sig=ZuevEAEvYAyoPHcq3YqxYEjk1Fo>. Acesso em: 08 de jun. 2024.

JOLY, Martine. **Introdução à análise da imagem**. Lisboa: Edições 70, 2007.

BÚSSOLA. No dia das mães, Boticário trata do esgotamento materno com sensibilidade. **Revista Exame**, 2023. Disponível em: <https://exame.com/bussola/no-dia-das-maes-boticario-trata-do-esgotamento-materno-com-sensibilidade/>. Acesso em: 15 mai. 2024.

REIS JÚNIOR, Dalmir. Liquidificador Walita (Dia das Mães) – 1954. **Propagandas Históicas.com**. Disponível em:
<https://www.propagandashistoricas.com.br/2013/05/liquidificador-walita-dia-das-maes-1954.html>. Acesso em: 11 jun. 2023.

REPOPORT, Andrea. Apoio Social e Experiência da Maternidade. **Revista brasileira de crescimento e desenvolvimento humano**, p. 85-96, 2006. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/jhgd/article/view/19783/21851>. Acesso em: 07 de jun. 2024.

SAIBA como ser rede de apoio para uma mãe. **O Boticário**, 18 abril. 2023. Disponível em: <https://www.boticario.com.br/dicas-de-beleza/seja-rede-de-apoio>. Acesso em: 05 maio 2024.

SANTAELLA, Lúcia. **Leitura de imagens**. São Paulo: Melhoramentos, 2012. Disponível em: <https://scholar.google.com.br/scholar?oi=bibs&cluster=11183491102533766003&btnI=1&hl=pt-BR>. Acesso em: 09 de jun. 2024.

SENNA, Natália Bernardes. **A mulher na propaganda**: representação social e evolução. 2006. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/185252414.pdf>. Acesso em: 29 de maio 2024.

SILVA, Marcela. **Um olhar para além da beleza da maternidade**: burnout materno - exaustão e sobrecarga de mães. 2021. Disponível em: <http://dspace.sti.ufcg.edu.br:8080/xmlui/handle/riufcg/21342>. Acesso em: 31 de jun. 2024.

SOBRE o Grupo Boticário. **Grupo Boticário**. [s.d]. Disponível em: <https://www.grupoboticario.com.br/sobre-o-grupo-boticario/>. Acesso em: 05 maio 2024.