Revista Ibero-Americana de Humanidades, Ciências e Educação — REASE

doi.org/10.51891/rease.v12i11.32579

REDES SOCIAIS E CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE MATERNA APÓS O PARTO: UMA REVISÃO INTEGRATIVA DA LITERATURA

SOCIAL MEDIA AND THE CONSTRUCTION OF MATERNAL IDENTITY AFTER CHILDBIRTH: AN INTEGRATIVE LITERATURE REVIEW

REDES SOCIALES Y CONSTRUCCIÓN DE LA IDENTIDAD MATERNA DESPUÉS DEL PARTO: UNA REVISIÓN INTEGRADORA DE LA LITERATURA

Yasmin de Sousa Marques[1]
Emilly Jhuly Ferreira Costa Silva[2]
Ariane Silva Gonçalves[3]

RESUMO: Introdução: O período após o parto é marcado por transformações físicas e identitárias, no qual as redes sociais podem influenciar a percepção e as experiências relacionadas à maternidade. Objetivo: Analisar a relação entre o uso das redes sociais e a construção da identidade materna após o parto. Métodos: Revisão integrativa da literatura, as buscas foram realizadas nas bases PubMed, Biblioteca Virtual em Saúde e CINAHL, considerando publicações entre 2021 e 2026. Após a seleção, 15 artigos foram incluídos na análise. Resultados: Foi evidenciado que a exposição a representações idealizadas do corpo e da maternidade nas redes sociais pode favorecer comparações sociais, intensificar a insatisfação corporal e gerar sentimentos de inadequação diante das expectativas associadas ao papel materno, repercutindo na percepção de si e na construção da identidade materna. Em contrapartida, esses espaços digitais também possibilitam o compartilhamento de experiências, o acesso a informações e a formação de redes de apoio, contribuindo para o reconhecimento de vivências semelhantes e para o enfrentamento dos desafios do puerpério. Conclusão: A influência das redes sociais é multifacetada, podendo intensificar conflitos relacionados às expectativas maternas, mas também contribuir para o acolhimento, a troca de experiências e a adaptação à maternidade.

Palavras-chave: Redes sociais. Período após o parto. Identidade materna.

ABSTRACT: Introduction: The postpartum period is marked by physical and identity-related transformations, during which social media can influence perceptions and experiences related to motherhood. Objective: To analyze the relationship between social media use and the construction of maternal identity after childbirth. Methods: An integrative literature review was conducted, with searches performed in the PubMed, Virtual Health Library, and CINAHL databases, considering publications from 2021 to 2026. After the selection process, 15 articles were included in the analysis. Results: The findings showed that exposure to idealized representations of the body and motherhood on social media may promote social comparisons, intensify body dissatisfaction, and generate feelings of inadequacy in response to expectations associated with the maternal role, affecting self-perception and the construction of maternal identity. Conversely, these digital spaces also enable the sharing of experiences, access to information, and the development of support networks, contributing to the recognition of similar experiences and helping women cope with the challenges of the postpartum period. Conclusion: The influence of social media is multifaceted, as it may intensify conflicts related

[1] Graduanda em Enfermagem. Centro Universitário IESB.
[2] Graduanda em Enfermagem. Centro Universitário IESB.
[3] Orientadora. Enfermeira pela Escola Superior de Ciências da Saúde. Mestre pela Universidade Federal de Brasília. Professora universitária. Centro Universitário IESB.

to maternal expectations while also contributing to emotional support, the exchange of experiences, and adaptation to motherhood.

Keywords: Social media. Postpartum period. Maternal identity.

RESUMEN: Introducción: El período posparto está marcado por transformaciones físicas y relacionadas con la identidad, durante las cuales las redes sociales pueden influir en las percepciones y experiencias relacionadas con la maternidad. Objetivo: Analizar la relación entre el uso de las redes sociales y la construcción de la identidad materna después del parto. Métodos: Se realizó una revisión integrativa de la literatura, con búsquedas en las bases de datos PubMed, Biblioteca Virtual en Salud y CINAHL, considerando publicaciones entre 2021 y 2026. Tras el proceso de selección, se incluyeron 15 artículos en el análisis. Resultados: Los hallazgos mostraron que la exposición a representaciones idealizadas del cuerpo y de la maternidad en las redes sociales puede favorecer las comparaciones sociales, intensificar la insatisfacción corporal y generar sentimientos de insuficiencia ante las expectativas asociadas al papel materno, afectando la percepción de sí misma y la construcción de la identidad materna. Por otro lado, estos espacios digitales también permiten compartir experiencias, acceder a información y desarrollar redes de apoyo, contribuyendo al reconocimiento de vivencias similares y ayudando a las mujeres a afrontar los desafíos del período posparto. Conclusión: La influencia de las redes sociales es multifacética, ya que puede intensificar los conflictos relacionados con las expectativas maternas, pero también contribuir al apoyo emocional, al intercambio de experiencias y a la adaptación a la maternidad.

Palabras clave: Redes sociales. Período posparto. Identidad materna.

1 INTRODUÇÃO

O período puerperal inicia-se após o nascimento do bebê e se prolonga, em geral, por até 42 dias após o parto, caracterizando-se como uma fase de intensas mudanças fisiológicas, emocionais, psicológicas e sociais para a mulher. Nesse período, a assistência pós-natal apresenta papel fundamental na promoção da saúde materna e na identificação precoce de possíveis complicações, considerando as necessidades e vulnerabilidades vivenciadas nessa fase (World Health Organization, 2022).

As experiências relacionadas à adaptação à maternidade e à construção da identidade materna podem se estender para além desse período, envolvendo transformações na percepção de si, na reorganização dos relacionamentos e na incorporação do papel materno à identidade pessoal (Wojcieszek *et al.*, 2023). Essas transformações podem ser vivenciadas ao longo dos primeiros anos após o parto, período em que aspectos relacionados à imagem corporal, à autoestima, à percepção de si e à saúde mental também podem integrar a experiência materna (Siqueira *et al.*, 2025).

Durante essa transição, a mulher vivencia novas demandas relacionadas ao cuidado com o recém-nascido (RN), às mudanças na rotina familiar e à necessidade de conciliar as responsabilidades maternas com o autocuidado. Um estudo realizado com puérperas brasileiras identificou sentimentos de insegurança, dúvidas e dificuldades para conciliar as próprias

necessidades com os cuidados destinados ao bebê, evidenciando os desafios envolvidos na adaptação à maternidade (Mazzo *et al*., 2018). De maneira semelhante, um estudo internacional realizado em 15 países demonstrou que o período pós-parto envolve transformações emocionais, relacionais e identitárias, relacionadas às novas responsabilidades e às expectativas sociais associadas à maternidade (Finlayson *et al*., 2020).

Além das mudanças emocionais e relacionais, as transformações corporais decorrentes da gestação e do parto também podem influenciar a maneira como a mulher percebe a si mesma e vivencia a maternidade. As expectativas relacionadas à recuperação física, ao retorno ao corpo anterior à gestação e à aparência podem contribuir para a insatisfação corporal e para sentimentos de ansiedade e culpa, especialmente quando confrontadas com padrões idealizados de beleza e maternidade (Rodgers *et al*., 2024; Deluca e Bustad, 2025).

Nesse contexto, as redes sociais assumem papel relevante na experiência contemporânea da maternidade, possibilitando o compartilhamento de informações, experiências e apoio social entre mulheres. Esses ambientes virtuais podem favorecer a identificação com outras mães, o sentimento de pertencimento e a troca de conhecimentos sobre os cuidados com o bebê e as mudanças vivenciadas após o parto. Entretanto, nem todos os conteúdos compartilhados possuem respaldo científico, o que pode contribuir para a disseminação de informações inadequadas e influenciar percepções e decisões relacionadas à saúde materna (Souza *et al*., 2025). Além disso, a exposição a representações idealizadas da maternidade, como aquelas associadas à rápida recuperação corporal e à chamada "maternidade fitness", pode estimular comparações sociais e a internalização de padrões estéticos pouco realistas, repercutindo na percepção corporal e na vivência materna (Gow *et al*., 2024; Deluca e Bustad, 2025).

Dessa forma, os conteúdos relacionados à maternidade compartilhados nas redes sociais podem participar da construção de expectativas sobre o corpo, o desempenho materno e as formas consideradas socialmente adequadas de exercer a maternidade. Ao entrar em contato com diferentes representações e experiências, a mulher pode encontrar apoio e identificação, mas também vivenciar conflitos entre sua realidade e os modelos idealizados apresentados nesses ambientes. Assim, as redes sociais constituem espaços de interação que podem se relacionar com a construção da identidade materna, com repercussões na percepção de si, na autoestima e na adaptação às novas responsabilidades (Thompson e Bardone-Cone, 2022).

Apesar da crescente presença das redes sociais na experiência contemporânea da maternidade, permanece relevante compreender como esses ambientes virtuais se relacionam

com a construção da identidade materna e com aspectos associados à imagem corporal, à autoestima e à saúde mental após o nascimento do filho.

Diante disso, estabelece-se como questão norteadora: Como o uso das redes sociais se relaciona com a construção da identidade materna nos primeiros anos após o parto? Assim, este estudo tem como objetivo analisar a relação entre o uso das redes sociais e a construção da identidade materna após o parto.

2 MÉTODOS

Este estudo consiste em uma Revisão Integrativa da Literatura (RIL), organizada de acordo com a metodologia descrita por Dantas *et al.* (2022), que estabelece seis etapas: identificação do tema e formulação da questão de pesquisa; amostragem ou busca na literatura; extração e categorização dos dados; avaliação crítica dos estudos incluídos; interpretação dos resultados; e apresentação da revisão integrativa.

A condução metodológica desta pesquisa foi realizada de acordo com as diretrizes *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA). A presente pesquisa utilizou a estratégia PICO, na qual a população (P) correspondeu às mulheres no período após o parto; a intervenção/interesse (I) envolveu o uso/exposição às redes sociais; o comparador (C) não se aplicou; e o desfecho (O) compreendeu os aspectos relacionados à construção da identidade materna durante o período subsequente ao parto, incluindo percepção corporal, autoestima e saúde mental. A partir dessa estratégia, foi formulada a seguinte questão norteadora: Como o uso das redes sociais se relaciona com a construção da identidade materna nos primeiros anos após o parto? Foram selecionadas as bases de dados PubMed, Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) e CINAHL, por meio da plataforma EBSCOhost. Após essa etapa, foram definidos os descritores e os operadores booleanos para a elaboração das estratégias de busca. Os descritores utilizados incluíram os termos relacionados a mães, período pós-parto, mídias sociais, autoimagem, autocuidado e imagem corporal, utilizando os operadores booleanos AND e OR. A estratégia de busca foi adaptada às especificidades de cada base de dados. Foram incluídos estudos publicados entre 2021 a agosto de 2026.

Na base de dados PubMed, foi utilizada a estratégia: ("Postpartum Period"[MeSH] OR postpartum OR puerperium) AND ("Social Media"[MeSH] OR "social media" OR Instagram OR Facebook) AND ("Body Image"[MeSH] OR "Self Concept"[MeSH] OR "Maternal Identity" OR "Maternal Role" OR Motherhood).

Na Biblioteca Virtual em Saúde (BVS), foi utilizada a estratégia: ("Período Pós-Parto" OR puerpério OR postpartum) AND ("Mídias Sociais" OR "Redes Sociais" OR "Social Media" OR Instagram OR Facebook) AND ("Imagem Corporal" OR "Autoconceito" OR "Identidade Materna" OR "Papel Materno" OR maternidade).

Na CINAHL, por meio da plataforma EBSCOhost, foi utilizada a estratégia: ("postpartum period" OR postpartum OR puerperium) AND ("social media" OR Instagram OR Facebook OR TikTok) AND ("body image" OR "self-concept" OR "maternal identity" OR "maternal role" OR motherhood).

Os critérios de inclusão foram mulheres entre 18 e 55 anos de idade, nos primeiros 5 anos pós-parto, estudos que abordassem a influência das redes sociais na construção da identidade materna, incluindo aspectos relacionados à imagem corporal, autoestima, percepção corporal e saúde mental, artigos publicados nos idiomas português e inglês, disponíveis na íntegra de forma gratuita ou por meio de acesso institucional, publicados nos últimos cinco anos, em âmbito nacional e internacional.

Foram excluídos estudos duplicados, estudos que abordavam períodos diferentes do pós-parto quando não relacionados a redes sociais e comunicação, publicações que não respondiam à questão norteadora, estudos publicados fora do período estabelecido e aqueles cuja população era diferente da definida para esta revisão.

3 RESULTADOS

A busca inicial realizada nas bases de dados PubMed, Biblioteca Virtual em Saúde (BVS) e CINAHL identificou 190 registros, sendo 47 provenientes da PubMed, 21 da BVS e 122 da CINAHL.

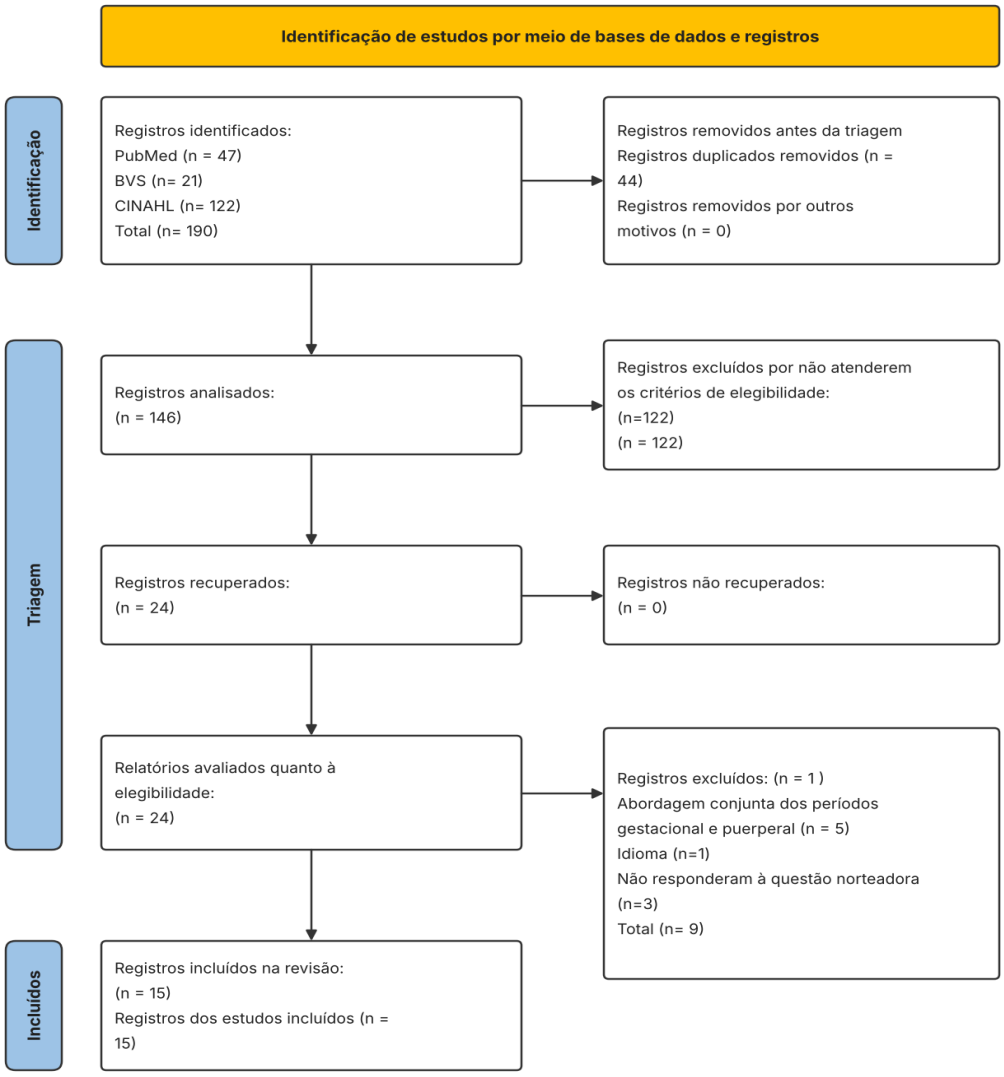
Os resultados obtidos nas bases de dados foram exportados para a plataforma Rayyan®, utilizada para auxiliar no processo de organização e triagem dos estudos. A seleção dos artigos foi realizada por meio de leitura independente dos títulos e resumos pelos pesquisadores, seguida da avaliação dos textos completos dos estudos potencialmente elegíveis. As divergências identificadas durante o processo de seleção foram discutidas e resolvidas por consenso. A decisão de inclusão ou exclusão dos estudos foi baseada nos critérios de elegibilidade previamente estabelecidos. O processo de identificação, triagem, elegibilidade e inclusão dos estudos está apresentado na Figura 1 – Fluxograma de busca e seleção dos estudos.

Após a importação dos registros para a plataforma Rayyan®, foram identificados registros duplicados, sendo 44 removidos, permanecendo 146 registros para a etapa de triagem por título e resumo.

Durante a triagem, foram excluídos 122 registros por não atenderem aos critérios de elegibilidade, permanecendo 24 estudos para avaliação do texto completo. Posteriormente, os estudos selecionados foram submetidos à leitura na íntegra. Nessa etapa, 05 estudos foram excluídos por abordarem conjuntamente os períodos gestacional e o pós-parto, não permitindo a análise específica do período subsequente ao parto, conforme delimitação estabelecida nesta revisão. 01 estudo foi excluído por estar publicado em idioma não contemplado nos critérios de inclusão e 03 foram excluídos por não responderem à questão norteadora.

Ao final da seleção, 15 artigos foram incluídos na RIL. O processo de identificação, triagem, elegibilidade e inclusão dos estudos encontra-se representado na Figura 1

Figura 1 – Fluxograma de busca e seleção dos artigos



Fonte: Adaptado pelas autoras, 2026.

Os estudos incluídos foram publicados entre 2021 e 2025 e apresentaram diferentes delineamentos metodológicos. Quanto ao idioma, 14 estudos foram publicados em inglês e 01 em português.

Em relação aos países de realização dos estudos, 05 foram conduzidos nos Estados Unidos da América, 03 na Austrália, 01 estudo exclusivo no Canadá, 01 na Alemanha, 01 no Irã, 01 na Turquia, 01 na Espanha e 01 no Brasil. Além disso, 01 estudo foi realizado simultaneamente no Canadá e na Austrália. Observou-se, portanto, predominância de estudos realizados em países internacionais, com menor representação de pesquisas desenvolvidas no Brasil.

Quanto à distribuição temporal, foi identificado 01 estudo publicado em 2021, 03 em 2022, 02 em 2023 e 09 em 2025.

Os dados extraídos dos estudos foram sistematizados em quadros, com o objetivo de facilitar a apresentação, comparação e interpretação dos achados. Para a coleta das informações, foi utilizado um instrumento contendo os seguintes dados: autores, ano de publicação, país de realização do estudo, delineamento metodológico, objetivo e principais resultados. No Quadro 1, são apresentados os estudos incluídos na revisão, organizados em ordem cronológica crescente, das publicações mais antigas às mais recentes.

Quadro 1 – Resumo dos estudos selecionados na revisão integrativa de 2026

Autor, ano, país	Título	Abordagem metodológica	Objetivos	Resultados
Nagl et al., 2021, Alemanha.	Social media use and postpartum body image dissatisfaction: The role of appearance-related social comparisons and thin-ideal internalization.	Estudo transversal	Examinar o impacto da frequência do uso das redes sociais no contexto da insatisfação com a imagem corporal no pós-parto e da psicopatologia do transtorno alimentar.	Os achados evidenciaram que as teorias socioculturais tradicionais relacionadas à insatisfação corporal e à psicopatologia alimentar também se aplicam ao período pós-parto no contexto das redes sociais digitais. Nesse sentido, observou-se que a influência do uso frequente dessas plataformas sobre a insatisfação corporal de mulheres no pós-parto não ocorre de forma direta, mas por meio de processos cognitivos internos. Entre esses processos, destacam-se as comparações sociais relacionadas à aparência que, por sua vez, favorecem a internalização do ideal de magreza irreal presente nas redes sociais.
Tang; et al 2022, Canadá/ Austrália.	#Fitmom:an experimental investigation of the effect of social media on body dissatisfaction and eating and physical activity intentions, attitudes, and behaviours among postpartum mothers.	Ensaio experimental randomizado	Investigar o impacto da exposição a imagens de redes sociais com a hashtag #Fitmom (foco em boa forma física e exercícios no pós-parto) na insatisfação corporal e comportamentos de mães no puerpério.	A exposição ao conteúdo #Fitmom aumentou significativamente a insatisfação corporal das puérperas. A busca por um ideal estético fitness gera pressão adicional na transição para a maternidade, impactando a construção da identidade materna ao associar a "boa mãe" à capacidade de recuperar rapidamente a forma física pré-gestacional.
Gow et al., 2022 Austrália.	Content Analysis of #Postpartumbody Images Posted to Instagram.	Estudo Qualitativo / Análise de Conteúdo Observacional.	Analisar as características das imagens publicadas no Instagram sob a hashtag #postpartumbody para compreender como o corpo no pós-parto é representado nas redes sociais.	A maioria das imagens veiculadas retrata corpos magros, musculosos e com poucos sinais visíveis de alterações gestacionais reais (como estrias ou flacidez). Essa representação irrealista do corpo pós-parto promove padrões estéticos inalcançáveis, alimentando a comparação social negativa e influenciando diretamente a construção da identidade materna ao associar o "sucesso" no puerpério ao resgate rápido da forma física pré-gestacional.
Talebi et al., 2022, Irã.	Improving body image and sexual life among postpartum women: a	Ensaio clínico randomizado.	Determinar o efeito de uma intervenção cognitivo-comportamental baseada em	Os resultados demonstraram que a intervenção cognitivo-comportamental apresentou efeito

Autor, ano, país	Título	Abordagem metodológica	Objetivos	Resultados
	single-blind-randomized controlled trial to evaluate a social network-based cognitive-behavioral intervention.		redes sociais na imagem corporal e na vida sexual de mulheres primíparas no pós-parto.	moderado na melhora da imagem corporal de mulheres no pós-parto. A imagem corporal negativa esteve relacionada à maior abstinência sexual, especialmente diante de preocupações com o peso, menor percepção de atratividade e pensamentos negativos sobre o corpo durante as relações. Em contrapartida, uma imagem corporal positiva esteve associada a maior satisfação sexual, indicando uma relação entre a percepção corporal e a vida sexual no período pós-parto.
Silva, et al., 2023, Brasil.	Desafios do puerpério: visão de mulheres nas mídias sociais.	Estudo qualitativo do tipo netnográfico.	Investigar por meio das redes sociais quais são os desafios das mulheres frente ao puerpério.	Apesar das redes sociais atuarem como espaço de apoio, troca e busca por esclarecimentos, e espaço de desconstrução da expectativa idílica da maternidade, foram evidenciados desafios como o aleitamento, a reconstrução identitária marcada por sentimentos ambíguos, os cuidados e problemas de saúde no puerpério, o aprender a viver depois de ser mãe e o cuidar do recém-nascido.
Rhee e Kim, 2023, Estados Unidos.	Understanding the Dynamics of Online Social Support Among Postpartum Mothers in Online Communities.	Estudo qualitativo.	Explorar a dinâmica do apoio social online para mães no pós-parto que vivenciam sofrimento psicológico e depressão pós-parto.	Os resultados mostraram que as mulheres no pós-parto buscavam comunidades online principalmente pela necessidade de comunicação e interação, diante do sentimento de isolamento e da insuficiência do apoio recebido fora do ambiente virtual. Nesse contexto, essas comunidades se mostraram importantes espaços de acolhimento e apoio emocional, nos quais o compartilhamento de experiências e a validação dos sentimentos contribuíram para reduzir o isolamento durante o pós-parto.
Gow et al.,2025, Austrália.	Impact on women's body satisfaction of exposure to postpartum imagery on social media.	Estudo Quantitativo / Quase-experimental.	Determinar se a exposição a imagens focadas no corpo em redes sociais reduz a satisfação e apreciação corporal no pós-parto, e se a inclusão de imagens focadas em informações de saúde atenua esse impacto.	A exposição de curto prazo a imagens corporais não alterou significativamente os níveis imediatos de satisfação ou apreciação corporal. O estudo destaca a complexidade de como os conteúdos visuais afetam a percepção do corpo e sugere que a construção da identidade e imagem corporal materna é influenciada por fatores de exposição continuada e internalização de padrões prévios, e não apenas por estímulos pontuais.
Wenhold et al., 2025, Estados Unidos.	#Bopo or Bounce Back?: Investigating the Impact of Social Media Videos on Postpartum Mothers.	Estudo experimental online quantitativo	Comparar diretamente os efeitos de vídeos de mídias sociais do tipo fitspiration (#fitspo) que trazem imagens idealizadas versus body positive (#bopo) na imagem corporal, emoções e	A exposição a vídeos #fitspo provocou mais comparações sociais para cima (avaliar-se como menos atraente), aumento significativo da ansiedade e redução da satisfação corporal. Em contrapartida, os vídeos #bopo

Autor, ano, país	Título	Abordagem metodológica	Objetivos	Resultados
			comparações sociais de mães pós-parto, avaliando a orientação para comparação social (SCO) como moderadora.	geraram comparações para baixo (avaliar-se como mais atraente) e aumento da satisfação corporal pós-exposição. A tendência individual à comparação social (SCO) moderou fortemente esses efeitos: mães com alta SCO tiveram a maior queda de satisfação corporal na condição #fitspo e o maior ganho de satisfação na condição #bopo.
Tang, et al., 2025, Canadá.	Examination of the Feelings and Experiences of Postpartum Mothers Engaging with Social Media: A Qualitative Study	Estudo exploratório qualitativo baseado em análise temática de Braun e Clarke.	Compreender qualitativamente as experiências de mães no pós-parto ao interagirem com as redes sociais, analisando seus impactos nos sentimentos em relação à maternidade e à imagem corporal.	Identificaram-se três temas principais: (i) as redes sociais promovem uma sensação de conexão positiva com amigos/família e atuam como fonte de apoio/informação; (ii) levam à comparação social inevitável em relação a corpos, estilos de vida, níveis de atividade física e marcos do bebê (gerando insatisfação corporal e dúvidas sobre a capacidade materna); e (iii) o fenômeno "não incomodada, mas incomodada", no qual as mães relatam inicialmente não serem afetadas pelas redes sociais, mas revelam impactos negativos indiretos e profundos ao refletirem abertamente.
Çinar et al., 2025, Turquia.	Digital Motherhood in the Postpartum Period: A Descriptive Study	Estudo descritivo quantitativo	Examinar a abordagem da maternidade digital em relação ao autocuidado e aos cuidados do bebê no pós-parto.	A internet e mídias digitais atuaram como aceleradores de busca por respostas rápidas e suporte social para o enfrentamento da angústia, solidão e adaptação ao papel materno.
Ramos Hernández et al., 2025, Espanha.	Influence of social networks on self-image and lifestyle in postpartum women: a systematic scoping review	Revisão exploratória da literatura científica	Mapear e descrever como a exposição ao conteúdo das redes sociais tem sido investigada em relação à percepção da imagem corporal e aos hábitos alimentares e de exercício físico em mulheres durante o período pós-parto.	Os resultados indicaram que as redes sociais podem influenciar negativamente a imagem corporal, os hábitos alimentares e a prática de exercícios físicos de mulheres no pós-parto. As publicações frequentemente apresentam padrões estéticos pouco realistas, associados à insatisfação corporal, à adoção de dietas restritivas e à prática de exercícios intensos, além de apresentarem informações nutricionais inadequadas.
Rogers et al., 2025, Estados Unidos.	A content analysis of #PostpartumBody videos on TikTok.	Análise de conteúdo observacional, descritiva e comparativa.	Analisar as características das pessoas retratadas em vídeos do TikTok sobre imagem corporal no período pós-parto, considerando a diversidade racial e de tamanho corporal, bem como identificar os tipos de mensagens sobre aparência presentes nesses conteúdos.	Os resultados mostraram pouca diversidade na representação corporal e racial, com predominância de mulheres brancas, jovens e com peso considerado saudável. Em relação às mensagens, 51% dos vídeos apresentaram conteúdos de positividade corporal, enquanto 58,4% continham mensagens negativas, como incentivo à perda de peso, exercícios e dietas. Além disso, 24,5% dos vídeos reuniam mensagens positivas e negativas, e

Autor, ano, país	Título	Abordagem metodológica	Objetivos	Resultados
				39,9% apresentavam conteúdos de "antes e depois".
Gibson et al.,2025, Austrália.	Exploring the influence of social media 'Mumfluencers' on postpartum body image.	Estudo qualitativo fenomenológico.	Explorar o impacto das influenciadoras digitais maternas (Mumfluencers) na imagem corporal de mulheres entre 0 e 4 anos após o parto, analisando como seus conteúdos nas redes sociais influenciam a percepção corporal e contribuem para a construção de ideais de beleza e bem-estar no período pós-parto.	Os resultados indicaram que o conteúdo das Mumfluencers influencia a imagem corporal das mulheres no pós-parto por meio da exposição, comparação e internalização de padrões de aparência. Conteúdos autênticos podem proteger a imagem corporal e a saúde mental, enquanto padrões estéticos idealizados e conflitos de interesse podem favorecer insatisfação corporal. As participantes também demonstraram autonomia para selecionar ou evitar conteúdos que afetassem seu bem-estar. Assim, as redes sociais podem tanto reforçar ideais de beleza no pós-parto quanto promover uma visão mais realista e saudável da maternidade.
Francisco, 2025, Estados Unidos.	Hey Mama, We Hear You: An Analysis of Online Parenting Support Conversations on Reddit.	Estudo com abordagem mista	Compreender os principais temas e formas de apoio social presentes em grupos de apoio online que podem auxiliar mulheres durante e após a transição para a maternidade. Para isso, foram analisadas publicações disponíveis no Reddit, especialmente em comunidades voltadas à parentalidade.	Os resultados identificaram que as mães utilizavam o Reddit principalmente para compartilhar experiências, buscar conselhos e encontrar apoio durante a transição para a maternidade. Foram identificados dois tipos principais de apoio: informativo, por meio de orientações, experiências e recursos, e emocional, baseado em empatia, solidariedade, validação e acolhimento. Assim, os grupos online mostraram-se importantes espaços de troca e apoio, especialmente diante de situações difíceis ou consideradas delicadas para serem discutidas presencialmente.
Sobowale et al., 2025, Estados Unidos.	Postpartum Depression and Maternal-Infant Bonding Experiences in Social Media Videos: Qualitative Content Analysis.	Estudo qualitativo, com abordagem híbrida.	Descrever as experiências de vínculo de mães com depressão pós-parto por meio da análise de vídeos curtos e do engajamento do usuário.	Os resultados identificaram seis categorias relacionadas ao vínculo entre mãe e bebê: ansiedade e raiva, limites físicos e emocionais, sobrecarga com os cuidados, expectativas sobre a maternidade, enfrentamento da depressão pós-parto e dificuldades de memória da primeira infância. Entre elas, os conteúdos relacionados às expectativas sobre a maternidade e à ansiedade e raiva apresentaram maior engajamento, considerando visualizações, curtidas, compartilhamentos e comentários. Achados semelhantes foram observados entre criadores de conteúdo com menor número de seguidores.

Fonte: Autoria própria, 2026.

4 DISCUSSÃO

Para melhor compreensão e análise dos estudos incluídos nesta revisão, os artigos foram organizados em três categorias temáticas, de acordo com seus principais focos de investigação: 1) Redes sociais, imagem corporal, insatisfação e percepções de si após o parto; 2) Vivências, representações e construção da identidade materna compartilhadas no meio digital; e 3) Redes sociais como espaço de experiência, apoio e ferramenta de promoção e intervenção em saúde materna.

4.1 Categoria 1: Redes sociais, imagem corporal, insatisfação e percepções de si após o parto

De acordo com a abordagem experimental randomizada de Tang et al. (2022), com a expansão das redes sociais, as plataformas passaram a desempenhar papel central na disseminação de padrões ocidentais de imagem corporal. Essa influência atinge mulheres no período após o parto, visto que, segundo dados da pesquisa de Wenhold et al. (2025), 93% das mães norte-americanas relataram utilizar mídias sociais, sendo 56% usuárias do Instagram e 50% do TikTok. Diante desse cenário, no estudo transversal de Nagl et al. (2021), a imagem corporal consiste na forma como a mulher percebe e avalia a própria aparência, envolvendo pensamentos, sentimentos, atitudes e comportamentos. Esses aspectos podem coexistir de maneira positiva e negativa em um mesmo indivíduo. Desse modo, a imagem corporal exerce papel importante no bem-estar materno, pois pode influenciar as expectativas culturais e sociais das mulheres (Rogers *et al.*, 2025; Gibson *et al.*, 2025).

Na análise de conteúdos com a #postpartumbody no Instagram, Gow *et al.* (2022) destacaram que as representações midiáticas nem sempre correspondem à realidade vivenciada pelas mulheres no período pós-parto, uma vez que poucas publicações retratam as transformações físicas vivenciadas nesse período, como estrias, celulite, seios caídos, cicatrizes de cesárea e corpos com maiores níveis de adiposidade. Sendo assim, ainda que existam, nas mídias, movimentos como o "body positive", defensor da valorização de corpos com diferentes características físicas, quando se trata dos corpos maternos realistas, eles ainda são pouco representados. Além disso, nessa mesma análise, as redes sociais, por meio de representações idealizadas de celebridades, contribuem com a disseminação da ideia de que a mulher deve recuperar rapidamente o corpo anterior à gestação. Dessa maneira, as mudanças corporais decorrentes do pós-parto tendem a ser menos aceitas, enquanto corpos magros permanecem mais valorizados do que aqueles associados à maternidade (Gibson *et al.*, 2025).

Os conteúdos publicados por influenciadoras maternas sobre a prática de exercícios físicos no período subsequente ao parto podem ser apresentados como incentivos à adoção de hábitos saudáveis. Entretanto, o experimento randomizado de Tang *et al.* (2022), projetado para testar o impacto das mensagens nas mídias sociais, demonstrou que as publicações destinadas a inspirar mulheres a serem ativas fisicamente, aumentam a inspiração para a prática de atividade, não aumentam a atividade física em si, o que resulta apenas em maior insatisfação corporal entre as mulheres. Dessa forma, a exposição a publicações idealizadas, exercícios intensos e dietas restritivas pode favorecer comparações relacionadas à aparência e, consequentemente, contribuir para a redução da amamentação, o pior funcionamento sexual e os hábitos alimentares inadequados (Gibson *et al.*, 2025; Wenhold *et al.*, 2025; Rogers *et al.*, 2025).

Em contrapartida, de acordo com a pesquisa qualitativa fenomenológica de Gibson et al. (2025), as redes sociais podem exercer influência positiva sobre a imagem corporal ao promover conteúdos de positividade por meio de representações mais realistas e relatos autênticos, favorecendo a aceitação das mudanças do pós-parto. Os autores também destacam que a seleção criteriosa dos conteúdos consumidos e o afastamento de publicações que geram desconforto podem auxiliar as mulheres a lidarem com as influências negativas das mídias sociais. Cabe ainda ressaltar que a insatisfação corporal tende a ser mais acentuada nos primeiros meses após o parto, especialmente no sexto mês, e a diminuir progressivamente, retornando aos níveis pré-gestacionais por volta dos 12 meses (Tang; Tiggemann; Haines, 2022; Wenhold *et al.*, 2025).

Contudo, apesar das evidências sobre os possíveis efeitos negativos das redes sociais, o estudo quase-experimental de Gow *et al.* (2025) não identificou alterações significativas na satisfação ou na apreciação corporal de mulheres no pós-parto após a exposição a imagens do Instagram. Nesse viés, mesmo a comparação entre mulheres com até 12 meses e entre 13 e 24 meses de pós-parto não demonstrou influência significativa nos resultados.

4.2 Categoria 2: Vivências, representações e construção da identidade materna compartilhadas no meio digital

Segundo Tang *et al.* (2025), as redes sociais possibilitaram o compartilhamento das vivências relacionadas à maternidade e ao processo de adaptação das mulheres às mudanças decorrentes desse período, incluindo a redefinição da identidade. Diante disso, o estudo netnográfico de Silva *et al.* (2023), realizado em grupos do Facebook destinados à troca de experiências maternais, apontou que as identidades maternas contemporâneas diferem daquelas

construídas pelas gerações anteriores, tendo em vista que, atualmente, as mulheres desempenham múltiplos papéis para além da maternidade. Assim, a experiência atual envolve a necessidade de conciliar os cuidados com o recém-nascido, o autocuidado e as demais responsabilidades presentes na vida das puérperas.

Todavia, apesar de ser um local de troca de experiências, as plataformas digitais contribuem para a circulação da construção da "mãe ideal". O contato com diferentes formas de vivenciar a maternidade possibilita comparações relacionadas aos níveis de atividade física, aos estilos de vida e aos bens materiais apresentados por outras mães, contribuindo para expectativas irrealistas em relação à maternidade. Quando a experiência vivenciada se distancia da representação idealizada, podem surgir sentimentos de frustração diante da percepção de não corresponder ao modelo apresentado no ambiente digital. Dessa maneira, a maternidade deixa de ser apenas o ato de criar um ser humano para uma conquista individual. (Tang *et al.*, 2025).

Na pesquisa de Silva *et al.* (2023) em grupos de apoio do Facebook, as mulheres destacaram dificuldades para as quais não se sentiam preparadas para resolver ou superar, como a dor na amamentação, a privação do sono, a presença de sentimentos ambíguos, as múltiplas tarefas além da maternidade, a conciliação das atividades domésticas e das próprias necessidades pessoais e de autocuidado. Diante disso, as representações idealizadas contrastam com as experiências concretas vivenciadas pelas puérperas.

Outrossim, entre os conteúdos e experiências compartilhadas nas redes sociais, observou-se que o foco frequentemente esteve direcionado às necessidades do bebê em detrimento das necessidades da mãe. Entre os relatos presentes nos estudos netnográficos de Silva *et al.* (2023), algumas das puérperas demonstraram preocupações intensas com o recém-nascido, chegando a relatar que esqueciam de si em alguns momentos por estarem imersas no mundo do bebê. Somado a isso, segundo a coleta de dados do estudo descritivo de Çınar e Bozkurt (2025), é mais provável que as mulheres busquem informações sobre assuntos relacionados aos seus bebês do que informações relacionadas a si mesmas. Dessa forma, a vida das mulheres nesse período fica em segundo plano diante da centralidade atribuída aos cuidados com o filho (Tang *et al.*,2025).

Essa distância entre a representação idealizada da maternidade e as experiências reais também pode ser observada em relação às mães com depressão pós-parto. Na análise qualitativa de vídeos curtos da plataforma TikTok realizado por Sobowale *et al.* (2025), as puérperas usaram as mídias para compartilhar sentimentos de vergonha e culpa por seu estado emocional

considerado não convencional, visto que, devido à depressão, relataram não conseguir vivenciar a alegria e o vínculo com seus filhos conforme haviam esperado. Outra pauta relevante, foi a necessidade das mães de terem momentos de afastamento em relação aos filhos. Algumas expressaram a necessidade de uma pausa nos cuidados para obter alívio pessoal diante do estresse associado à criação deles.

4.3 Categoria 3: Redes sociais como espaço de experiência, apoio e ferramenta de promoção e intervenção em saúde materna

Segundo Hernàndez *et al.* (2025), na última década, as redes sociais ganharam destaque e passaram a ocupar um papel cada vez mais presente na comunicação, em comparação aos meios tradicionais. Em 2024, aproximadamente 5,17 bilhões de pessoas utilizavam essas plataformas em todo o mundo. Entre as mais utilizadas estavam o Facebook, com 3,07 bilhões de usuários, o YouTube, com 2,5 bilhões, e o WhatsApp e o Instagram, ambos com cerca de 2 bilhões de usuários ativos mensalmente. Com o aumento do uso das tecnologias digitais, essas plataformas também passaram a ser utilizadas como fontes de informação e apoio social, podendo complementar as orientações dos profissionais de saúde e atender algumas necessidades maternas de forma rápida e acessível. Nesse contexto, no período após o parto, as transformações no acesso à informação e na busca por apoio social, também estão presentes, podendo repercutir na saúde da mulher.

Entre os recursos disponíveis no ambiente digital, destacam-se as comunidades online voltadas à maternidade. A busca por esses espaços está relacionada à necessidade de comunicação, ao acesso a informações e ao contato com outras mães que passam por experiências semelhantes. Em um estudo realizado com 24 mães que vivenciaram depressão pós-parto ou sofrimento psicológico, a necessidade de comunicação para reduzir o isolamento e a busca por informações de outras pessoas com experiências semelhantes foram apontadas como importantes motivos para o ingresso em grupos de apoio online. Essa interação pode se tornar ainda mais importante após o nascimento do bebê, quando algumas mulheres percebem mudanças na relação com amigos e familiares que não vivenciam ou não compartilham as mesmas experiências relacionadas à maternidade. Nesse sentido, a participação nessas comunidades pode ajudar a reduzir sentimentos de isolamento durante o período pós-parto (Rhee e Kim, 2023).

Além das mudanças nas relações sociais, as próprias demandas da maternidade podem dificultar a busca por apoio presencial. Os cuidados constantes com o recém-nascido, a dificuldade de se afastar do bebê e os custos relacionados à procura por suporte presencial são algumas dessas barreiras. Diante disso, as comunidades online tornam-se uma alternativa mais viável para compartilhar experiências e dificuldades. Outro aspecto importante é o anonimato oferecido por alguns desses espaços, que pode facilitar a expressão de pensamentos, sentimentos e experiências relacionados ao pós-parto que nem sempre são abordados pessoalmente (Rhee e Kim, 2023).

No ambiente virtual, o apoio social ocorre principalmente por meio do suporte emocional e informacional. As mães utilizam as comunidades online para buscar conselhos, orientações e informações sobre as mudanças e dificuldades da maternidade, mas também encontram acolhimento, empatia e identificação com as experiências de outras mulheres, o que pode contribuir para interações positivas entre mãe e bebê. Esses tipos de apoio podem ocorrer ao mesmo tempo, pois mesmo quando a mulher procura apenas acolhimento emocional, ela também pode receber informações e orientações. Assim, essas comunidades podem ajudar a reduzir o sentimento de solidão e, ao mesmo tempo, ampliar o acesso a informações sobre as dificuldades enfrentadas no pós-parto (Francisco, 2025).

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente revisão integrativa teve como objetivo analisar a influência das redes sociais na construção da identidade materna após o parto. Os resultados demonstraram que essas plataformas podem exercer influências positivas e negativas nas experiências maternas, especialmente em relação à imagem corporal, às representações da maternidade e ao acesso à informação e ao apoio social. A circulação de padrões estéticos e de representações idealizadas da maternidade pode favorecer comparações sociais, insatisfação com a própria imagem e sentimentos de inadequação diante das expectativas difundidas no ambiente digital. Em contrapartida, o compartilhamento de experiências reais pode favorecer a identificação, o acolhimento e a aceitação das transformações vivenciadas após o parto.

As redes sociais também se mostraram espaços de compartilhamento de experiências, formação de vínculos e construção de redes de apoio, permitindo que as mulheres expressem dificuldades e encontrem informações após o parto. Nesse contexto, os resultados reforçam a importância de uma assistência acolhedora, que considere as particularidades de cada mulher e

contemple aspectos relacionados à imagem corporal, às expectativas maternas e às necessidades de apoio e informação. Entre as limitações da revisão, destacam-se a delimitação do período de publicação, a inclusão de estudos em português e inglês, a seleção de três bases de dados e a predominância de pesquisas internacionais. Além disso, limitações identificadas nos estudos incluídos, como a homogeneidade das amostras e a representação reduzida de diferentes grupos sociais e culturais, restringem a compreensão da diversidade das experiências maternas.

Diante dessas lacunas, recomenda-se a realização de pesquisas com populações mais diversas, considerando diferentes condições socioeconômicas, grupos étnicos, faixas etárias e contextos culturais, além de investigações sobre as particularidades das plataformas digitais e as formas de interação dos usuários. No contexto brasileiro, novos estudos podem contribuir para compreender melhor as experiências das puérperas e subsidiar estratégias de educação em saúde. Conclui-se que as redes sociais ocupam um espaço relevante na construção da identidade materna, podendo oferecer apoio e acolhimento, mas também reproduzir padrões idealizados que intensificam comparações e cobranças. Portanto, compreender essa influência é fundamental para promover uma assistência que valorize as experiências reais, a individualidade e as necessidades das mulheres durante a construção da maternidade.

REFERÊNCIAS

ÇINAR, İ. Ö.; BOZKURT, E. Ö. Digital motherhood in the postpartum period: a descriptive study. **Maternal and Child Health Journal**, 2025; 29(3): 376-385.

DANTAS, H. L. L. et al. Como elaborar uma revisão integrativa: sistematização do método científico. **Revista Recien - Revista Científica de Enfermagem**, 2022; 12(37): 334-345.

DELUCA, J. R.; BUSTAD, J. J. Beyond "bouncing back": bodily change and postpartum embodiment. **Body Image**, 2025; 52: 101859.

FINLAYSON, K. et al. What matters to women in the postnatal period: a meta-synthesis of qualitative studies. **PLOS ONE**, 2020; 15(4): e0231415.

FRANCISCO, S. C. Hey Mama, We Hear You: an analysis of online parenting support conversations on Reddit. **Families in Society**, 2025; 106(4): 1207-1228.

GIBSON, G. et al. Exploring the influence of social media 'Mumfluencers' on postpartum body image. **Journal of Health Psychology**, 2025; 30(14): 4268-4283.

GOW, M. L. et al. Content analysis of #Postpartumbody images posted to Instagram. **Healthcare**, 2022; 10(9): 1802.

GOW, M. L. et al. Australian postpartum women want reliable social media health information. **Australian and New Zealand Journal of Obstetrics and Gynaecology**, 2024; 64(6): 643-646.

GOW, M. L. et al. Impact on women's body satisfaction of exposure to postpartum imagery on social media. **Frontiers in Digital Health**, 2025; 7: 1379337.

MAZZO, M. H. S. N. et al. Percepção das puérperas sobre seu período pós-parto. **Investigación en Enfermería: Imagen y Desarrollo**, 2018; 20(2).

NAGL, M. et al. Social media use and postpartum body image dissatisfaction: the role of appearance-related social comparisons and thin-ideal internalization. **Midwifery**, 2021; 100: 103038.

PAGE, M. J. et al. The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews. **PLOS Medicine**, 2021; 18(3): e1003583.

RAMOS HERNÁNDEZ, E. et al. Influence of social networks on self-image and lifestyle in postpartum women: a systematic scoping review. **BMC Pregnancy and Childbirth**, 2025; 25: 753.

RHEE, E.S.; KIM, H. S. Understanding the dynamics of online social support among postpartum mothers in online communities. **Maternal and Child Health Journal**, 2023; 27(4): 690-697.

RODGERS, R. F. et al. Sociocultural pressures and body related experiences during pregnancy and the postpartum period: a qualitative study. **Body Image**, 2024; 48: 101643.

ROGERS,C. B, et al. A content analysis of #PostpartumBody videos on TikTok. **Body Image**, 2025; 54: 101934.

SILVA, M. R. et al. Desafios do puerpério: visão de mulheres nas mídias sociais. **Enfermagem em Foco**, 2023; 14: e-202304.

SIQUEIRA, M. R. et al. Postpartum women's body dissatisfaction: a systematic review of theoretical models and regression analyses. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, 2025; 22(9): 1463.

SOBOWALE, K. et al. Postpartum depression and maternal-infant bonding experiences in social media videos: qualitative content analysis. **JMIR Infodemiology**, 2025; 5: e59125.

SOUZA, A. F. et al. Uso das redes e/ou mídias sociais: contribuições para boas práticas na atenção ao parto. **Ciência, Cuidado e Saúde**, 2025; 24: e74762.

TALEBI, E. et al. Improving body image and sexual life among postpartum women: a single-blind-randomized controlled trial to evaluate a social network-based cognitive-behavioral intervention. **Obstetrics & Gynecology Science**, 2022; 65(6): 502-512.

TANG, L. et al. #Fitmom: an experimental investigation of the effect of social media on body dissatisfaction and eating and physical activity intentions, attitudes, and behaviours among postpartum mothers. **BMC Pregnancy and Childbirth**, 2022; 22(1): 766.

TANG, L. et al. Examination of the feelings and experiences of postpartum mothers engaging with social media: a qualitative study. **Canadian Journal of Dietetic Practice and Research**, 2025; 86(1): 433-439.

THOMPSON, K. A.; BARDONE-CONE, A. M. Social comparison, disordered eating, and body dissatisfaction among postpartum women. **Body Image**, 2022; 42: 401-412.

WENHOLD, H. et al. #Bopo or Bounce Back?: investigating the impact of social media videos on postpartum mothers. **Health Communication**, 2025; 40(12): 2674-2685.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. WHO recommendations on maternal and newborn care for a positive postnatal experience. Geneva: **World Health Organization**, 2022.