

Alimentação como ato político, cibercultura e o ciberativismo

Food as political action, cyberculture, cyberativism

Elliz Celestrini Mangabeira, Juliana Dias Rovari Cordeiro, Alexandre Brasil Carvalho da
Fonseca

Resumo. *A Antropologia e a Sociologia da Alimentação aproximam-se das Humanidades Digitais pelo desafio colocado à interdisciplinaridade e à inovação nas técnicas de pesquisa. As inter-relações entre a cibercultura, o ciberativismo e o debate público sobre a comida são discutidas a partir do olhar sobre o espaço ocupado por essa temática no ambiente virtual, sobretudo, como objeto de ação política, transformando práticas alimentares individuais e coletivas. Debruçando-se sobre o cenário brasileiro, apresentam-se cinco plataformas online, a fim de identificar as contribuições e os atributos de cada uma delas dentro da perspectiva política da alimentação.*

Palavras-chave: *Antropologia, sociologia da alimentação, cibercultura.*

Abstract. *Anthropology and Food Sociology approach Digital Humanities due to the challenge posed to interdisciplinarity and innovation in research techniques. The interrelationships between cyberculture, cyberativism and public debate about food are discussed from the perspective of the importance that this theme has in the cyberspace, especially as an object of political action, transforming individual and collective food practices. Taking the Brazilian scenario into consideration, five online platforms are presented in order to identify the contributions and attributes of each one of them within the political perspective of food.*

Keywords: *Anthropology, food sociology, cyberculture.*

1 Introdução

As mudanças provocadas pela internet na sociedade vêm sendo estudadas e, esteja a rede materializada nas analogias de “oceano” (LÉVY, 1999) ou de “galáxia” (CASTELLS, 2013), este lugar comum e nem tão previsível no qual nos assentamos, nos diz sobre fluxos, vidas, poderes, comportamentos, circulação e produção de

informação e um imenso aparato tecnológico, em que as mídias digitais são apenas um de seus componentes. Tais mídias circulam no bojo da cibercultura e se desdobram para além dela, transformando formas de entretenimento, a política, a segurança, o consumo, a comunicação e a educação (SANTAELLA, 2008). Como apontado a autora:

“A cibercultura, tanto quanto quais quer outros tipos de cultura, são criaturas humanas. Não há uma separação entre uma forma de cultura e o ser humano. Nós somos essas culturas. Elas moldam nossa sensibilidade e nossa mente, muito especialmente as tecnologias digitais, computacionais, que são tecnologias” (SANTAELLA, 2008, p.30)

No ensejo destas transformações, são variadas as atividades em ambiências digitais que envolvem coletivos de lutas por direitos humanos, difundindo reivindicações na tentativa de subverter ou modificar mecanismos políticos, ideológicos e econômicos. O trânsito de informações é dinâmico entre fontes diversas e visões múltiplas nesta interação democrática que a internet proporciona, permitindo não somente dialogar com e dar maior alcance aos temas, mas também atuar na rede como narrador e divulgador de fatos e de pensamentos (MALINI et al., 2014). Trata-se de uma face visível das micropolíticas do ciberespaço.

Há uma tendência interdisciplinar de abordar a alimentação como campo político, estendendo-se da esfera pública até a privada, cotidiana, de politização do consumo (PORTILHO; CASTAÑEDA; CASTRO, 2011). O comer enquanto ato político engloba tensionamentos nas decisões de consumo alimentar, nos processos de produção e distribuição de alimentos, modela novas culinárias, produtos e embalagens e cria novos mercados e orienta políticas públicas e práticas alimentares (MENASCHE, 2019).

Desdobram-se, por conseguinte, em práticas de comunicação que se expressam também nos ambientes virtuais, podendo configurar-se como tipologias de ativismo digital, por induzirem a conscientização sobre o papel decisivo das pessoas no ecossistema alimentar. Isto posto ao lado da contínua necessidade de fontes seguras de informações sobre o que se come aliada às preocupações sobre questões ecológicas, políticas, econômicas, éticas, culturais, sociais e de saúde abre caminhos para produção de conhecimento.

A cultura alimentar digital na web 2.0 projeta-se por meio de tecnologias, aplicativos e redes sociais online e permite as pessoas criarem e compartilharem conteúdos sobre comida, práticas culinárias e alimentares, engajar-se em ativismos alimentares e conectar-se a comunidades com crenças comuns a respeito da alimentação (LUPTON; FELDMAN, 2020). Estudos demonstram como as mídias digitais são empregadas para facilitar os esforços de mudança do sistema alimentar e buscar justiça social em relação ao desperdício, provisão e produção de alimentos e soberania alimentar (MARÍN; MONSERRAT, 2017; SCHNEIDER et al., 2018). Ou ainda o uso de hashtags por ativistas sociais para atrair atenção de grandes companhias de alimentos (GUIDRY et al., 2015) e até mesmo na análise das práticas de marketing alimentar e nutricional abusivas ou enganosas veiculadas pela internet por grandes redes de fast food (PEREIRA, 2014).

A convergência entre comida e estudos digitais une objetos da sociologia e da antropologia da alimentação aos processos de produção de saberes das Humanidades Digitais(HD), campo cuja contribuição ativa de intermediação, quer no nível da dinâmica científica, interdisciplinar, quer na relação com as comunidades e com a sociedade, supera a sua visão meramente instrumental em torno das ferramentas digitais para o trânsito interdisciplinar, integrando práticas de pesquisa (ROLLO; ROLLO, 2020).

O artigo traz uma breve reflexão sobre os elos entre a cibercultura, o ciberativismo e o debate público sobre a comida e suas inter-relações no campo político, social e da comunicação digital, debruçando-se sobre o cenário brasileiro por meio do exame de cinco plataformas online.

2 Metodologia

Trata-se de um trabalho de cunho exploratório, descritivo, estruturado na análise qualitativa e documental de publicações em plataformas de mídias sociais. A caracterização das plataformas: *De olho nos Ruralistas - Observatório do Agronegócio no Brasil*¹; *O Joio e o Trigo*²; *Comida invisível*³; *Comer Pra Quê?*⁴ e *Comer muda o mundo*⁵; foi realizada através da consulta às respectivas páginas por terem relevância em torno da perspectiva política da alimentação e na divulgação do conceito do comer como ato político no cenário brasileiro. Para isso, foram analisadas as apresentações de

1 De olho nos Ruralistas - Observatório do Agronegócio no Brasil (<https://deolhonosruralistas.com.br/>) encontrava-se presente no Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, com lista de transmissão de telegram e um sítio eletrônico durante o período do estudo.

2 O Joio e o Trigo (<https://ojoioetrigo.com.br/>), presente no Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, LinkedIn com lista de transmissão de WhatsApp e um sítio eletrônico.

3 Comida invisível (<https://www.comidainvisivel.com.br/>) contava com perfis no Facebook, Instagram, Twitter e um sítio eletrônico durante o período do estudo.

4 Comer Pra Quê? (<https://www.instagram.com/comer.pra.que/>), possuía páginas no Facebook, Instagram, Twitter, Youtube durante o período do estudo.

Comer muda o mundo (<https://www.instagram.com/comermudaomundo/>), contava com perfil no Instagram e facebook durante o período do estudo.

cada uma das plataformas perante o público, de acordo com as seções “sobre” e/ou “bio”, além de suas publicações, a partir do exame qualitativo das capturas de tela das postagens do Instagram – rede social escolhida no recorte deste artigo onde todas as plataformas se mantiveram ativas durante o período de captura de postagens, delimitado por conveniência entre os dias 24 de março a 24 de abril de 2020. Com o intuito de estabelecer quais as figuras discursivas e temas evidenciados (RUEDIGER, 2017) relacionavam-se ao comer como ato político, procedeu-se uma busca ampla e generalista, por meio de aba e perfis anônimos da tag e “#comeréumatopolítico” no Twitter, Facebook e Instagram, seguida da sistematização das tags complementares que resultaram da pesquisa. Considerou-se nas análises o período de crise sanitária da pandemia do Covid-19 e buscou-se por pontos de convergência nos enunciados discursivos com maior relevância para o tema do “comer é ato político”, a partir do entendimento sobre a complexidade das formas como os alimentos são cultivados, produzidos, comercializados e consumidos, além de aspectos socioeconômicos e de acesso à alimentação.

3 Resultados

Para delimitação da figura discursiva em torno da tag “#comeréumatopolítico” resultante do levantamento textual que integrou o debate sobre o assunto nas redes sociais online, registrou-se ampla incidência de temas correlacionados ao consumo, comercialização e divulgação de informações sobre as plantas alimentícias não convencionais (PANC). Atraiu-se ainda a temas como comida de verdade, agroecologia, nutrição e sustentabilidade, culinária e feminismo.

A respeito da caracterização das plataformas durante o período delimitado de análise (março a abril/2020), De Olho nos Ruralistas¹ apresentou ampla incidência temática, cobrindo temas como políticas ruralistas, comida, meio ambiente e lutas dos povos tradicionais, denominando-se como observatório de políticas públicas. O projeto jornalístico de profundidade Joio e o Trigo² centra-se na comida e no sistema alimentar, de acordo com suas implicações sociais, econômicas e ambientais. Cabe aqui salientar o realce dado ao direito à comunicação por ambas as plataformas supracitadas, que também repercutem a noção de cidadania em torno do Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA), bem como questões inerentes ao sistema alimentar hegemônico, tais como: preço, acesso, saúde, uso de agrotóxicos e a cultivo indiscriminado de transgênicos.

A plataforma *Comida invisível*³ apresentou-se engajada à luta contra o desperdício e desigualdade na distribuição de alimentos, designou-se “*start-up*” social e uma organização com ações de centralização de doação de alimentos e com ações de educação contra o desperdício de alimentos. O *Comer Pra Quê?*⁴ caracterizou-se como um movimento de educação e mobilização da juventude sobre o direito humano à alimentação adequada e sustentável. O *Comer Muda o mundo*⁵, por sua vez, apresentou-se como um blog pessoal de uma pesquisadora, que estuda politização do consumo alimentar e conta com publicações de esclarecimentos sobre o assunto.

Dentre as publicações analisadas nas plataformas, durante o período de monitoramento, ganhou centralidade a associação entre a pandemia vivenciada com a emergência do Sars-Cov-2 junto a forma como se estabelece a relação humana predatória e neoliberal com a natureza e o sistema alimentar, exaurindo recursos naturais para produção de alimentos e tensionando limites do equilíbrio ambiental e sanitário. Tal aspecto possui consonância com o que é apresentado por Esteve (2017) ao questionar nossa alimentação padronizada em larga escala e o baixo consumo de produtos que não são produzidos localmente e os decorrentes impactos no meio ambiente e na esfera social.

A questão da fome também se evidenciou, seja por intermédio da divulgação de campanhas de solidariedade e de doação de recursos para aquisição e distribuição de refeições ou cestas básicas, mas como questão política, em razão dos desdobramentos socioeconômicos que expõem o risco de agravamento da situação de fome ou

insegurança alimentar no país e escassa ação do poder público de fortalecimento das políticas de alimentação e nutrição. Obteve destaque a repercussão de figuras públicas minimizando os impactos da pandemia, incluindo os casos emblemáticos de posicionamentos de empresário de uma conhecida rede de fast food e o próprio presidente do país.

4 Considerações finais

Discutiu-se a visibilidade do tema comer como ato político, analisando-se exemplos de plataformas brasileiras engajadas com a difusão de mídias, conteúdos e ações que projetam tal perspectiva. Tendo em vista o contexto pandêmico da Covid-19 durante o período monitoramento das plataformas, estabeleceu-se uma reflexão sobre como a comida como discurso pode ser objeto de ação política, mobilização nas redes digitais, difusão de informação, em um momento em que houve a exacerbação dos processos de comunicação digital, a internet tornou-se o principal local de encontro e a comida representa a materialidade que nos une, sob prismas e realidades distintas.

Compreender como se estabelecem as redes de compartilhamento de informação, comunicação e de mobilização nestas e em outras plataformas, que abarcam o tema do comer como ato político, pode oferecer caminhos para a construção de conhecimentos sobre o ciberativismo, sobre a educação digital sobre saúde e alimentação, além de outras formas de exercer influência na formulação de políticas públicas de alimentação e nutrição. De acordo com Thompson, ao discutir a visibilidade mediada com internet 2.0 e seus fluxos de informação, “não é apenas um meio pelo quais aspectos da vida social e política são levados ao conhecimento dos outros, ela se tornou o fundamento pelo qual as lutas sociais são articuladas e se desenrolam” (THOMPSON, 2008, p. 37).

Por fim, há a necessidade de reconhecer a abrangência temática com que esse tema se apresenta nas mídias sociais e de investigá-lo sistematicamente e abarcando amplo espectro analítico e volume de dados.

Referências

CASTELLS, M. **Redes de Indignação e Esperança: Movimentos sociais na era da internet**. Tradução: Carlos Alberto Medeiros Medeiros. 2a ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2013, 296p.

ESTEVE, Esther Vivas. **O Negócio da Comida: quem controla nossa alimentação?** – 1ª

edição – São Paulo: Expressão Popular, 2017. 269p.

GUIDRY, J. D. et al. From #mcdonaldsfail to #dominossucks: An analysis of Instagram images about the 10 largest fast food companies. **Corporate Communications: An International Journal**, v. 20, n. 3, p. 344–359, 3 ago. 2015.

LÉVY, P. **Cibercultura**. Tradução: Carlos Irineu Da Costa. 1a ed ed. São Paulo: Editora 34, 1999, 272p.

LUPTON, D.; FELDMAN, Z. (EDS.). **Digital Food Cultures**. New York: Routledge, 2020, 230p.

MALINI, F. et al. Mapeamento do Mídia Ninja: uma análise sobre as coletividades emergentes territorializantes no Facebook. **Caderno de trabalhos do ABCiber**, VIII Simpósio Nacional da ABCiber - Comunicação e cultura na era de tecnologias midiáticas onipresentes e oniscientes. p. 14, dez. 2014.