

## **“RESTRIÇÃO ALIMENTAR NÃO É FRESCURA” – O CIBERATIVISMO DA LOJA “COM AMOR E SEM LACTOSE”**

**TATIANA NEIS ELESBÃO<sup>1</sup>; RENATA MENASCHE<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Universidade Federal de Pelotas – [tatiananeis.tn@gmail.com](mailto:tatiananeis.tn@gmail.com)

<sup>2</sup>Universidade Federal de Pelotas – [renata.menasche@gmail.com](mailto:renata.menasche@gmail.com)

### **1. INTRODUÇÃO**

Alergia alimentar e intolerância alimentar são reações biológicas diferentes. As alergias alimentares (AAs) envolvem mecanismos imunológicos mediados ou não pelo anticorpo Imonoglobulina E (IgE), enquanto a intolerância alimentar caracteriza-se por uma resposta anormal do corpo a um alimento ou aditivo, sem envolver mecanismos imunes (PEREIRA; MOURA; CONSTANT, 2008), ou seja, enquanto intolerância é a incapacidade de digerir a lactose – o açúcar do leite –, alergia é a reação do sistema imunológico à proteína do leite, também chamada APLV. Quando toleramos um alimento, nosso trato gastrointestinal reconhece as proteínas da dieta como substratos não prejudiciais ao organismo (YONAMINE, 2011) e, junto com o sistema imunológico, fornecem uma barreira que impede a absorção da maioria dos antígenos (MOREIRA, 2006 *apud* PEREIRA; MOURA; CONSTANT, 2008). A doença celíaca (DC) é uma doença autoimune ocasionada pela ingestão, por indivíduos geneticamente predispostos, de cereais que contêm glúten, sendo também necessários fatores imunológicos e ambientais para que a doença se manifeste.

Estima-se que no Brasil haja 300 mil portadores da doença, sendo seu tratamento é unicamente dietético – ou seja, é essencial a exclusão do glúten da dieta (ARAÚJO et al, 2010) e que as AAs atinjam aproximadamente 6 a 8% dos pacientes na faixa etária pediátrica e cerca de 3% dos adultos (YONAMINE, 2011), sendo 85 a 90% delas causadas pelo leite de vaca, ovo, soja, trigo, amendoim, frutas oleaginosas, peixes e frutos do mar (SICHERER, 2011; SAMPSON; 2004 *apud* YONAMINE, 2011).

Alimento é o que pode ser ingerido para manter uma pessoa viva, enquanto que a comida segue regras de comunhão e comensalidade (DAMATTA, 1986). A alimentação possui caráter multidimensional, compreendendo desde a satisfação de necessidades fisiológicas até um ato social – demarcador de identidade, traço distintivo de um grupo (GARRIGUES-CRESSWELL; MARTIN, 1998). FISCHLER (1995) traz o conceito do homem *onívoro*, pois come de tudo – o que não significa que coma tudo. O onívoro depende da variedade dietética para sobreviver e se encontra em um paradoxo alimentar – o paradoxo do onívoro –, que consiste no impulso biológico pela diversificação e inovação, ao passo que todo alimento desconhecido é um alimento potencialmente perigoso. Este paradoxo concretiza-se através do princípio de incorporação, presente quando ingerimos um alimento, pois ao fazê-lo também incorporamos suas propriedades. A solução se dá através da construção de um corpo de práticas, representações, regras e normas embasadas em classificações.

A loja “Com Amor e Sem Lactose” foi fundada em 2014, com vendas somente pela internet, e no ano seguinte abriu as portas em Pelotas. Dedicada a quem possui algum tipo de restrição alimentar, seus produtos (doces e salgados) não possuem leite, ovo, soja e qualquer tipo de contaminação cruzada em sua

composição<sup>1</sup>. O público majoritário são crianças recém-diagnosticadas com algum tipo de AA ou intolerância, ou mães de bebês intolerantes ou alérgicos em fase de amamentação, que precisam excluir de sua dieta os elementos alérgenos para não contaminar o bebê. Presente nas redes sociais Facebook e Instagram, a loja utiliza as redes sociais como veículo para conscientizar as pessoas acerca da AA e DC, através de *posts* com imagens e organogramas.

Tomando para análise algumas das imagens postadas pela loja, o presente trabalho – um recorte do Trabalho de Conclusão de Curso em Antropologia, em andamento – objetiva evidenciar características do ativismo alimentar por ela praticado.

## 2. METODOLOGIA

A partir de imagens coletadas da página da loja “Com Amor e Sem Lactose” no Facebook, será evidenciado o uso desta rede social em sua dimensão conscientizadora dos comensais, a partir de revisão bibliográfica sobre o ativismo nas redes sociais.

## 3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Figuras 1 e 2: Imagens divulgadas na página da “Com Amor e Sem Lactose”.



Fonte: [www.facebook.com/comamoresemlactose](https://www.facebook.com/comamoresemlactose) (2017).

Atualmente, comer é uma atividade consciente, regulada e política, dado o crescente conhecimento científico sobre nutrição, bem como da medicina, do

<sup>1</sup> A contaminação cruzada acontece quando o mesmo utensílio é empregado no preparo de um alimento sem glúten ou lactose e é posteriormente utilizado no preparo de um alimento sem algum desses ingredientes, contaminando-o.

movimento ecológico e dos movimentos sociais (BARBOSA, 2009). O consumo político é caracterizado pela percepção e usos das práticas e escolhas de consumo como participação na esfera pública, influenciando o ambiente em escala global, e com os escândalos alimentares desde a década de 90 (síndrome da vaca louca e febre aftosa, por exemplo), a confiança no que se come tornou-se cada vez menos presente e os debates sobre os perigos alimentares vêm ocupando posições de destaque nas mídias e nas decisões cotidianas, envolvendo o silenciamento ou a publicização dos riscos (PORTILHO et al, 2011).

Devido ao alcance ilimitado da internet, as informações criadas e compartilhadas ultrapassam seu local de origem, pois a rede social é feita a partir da relação entre seus usuários, que criam e produzem seus conteúdos. Por não possuir hierarquias, os ativistas encontram nas redes o espaço para difundir pensamentos (CASSIANO, 2011). O ciberativismo é uma forma de ativismo pela internet, onde se defendem causas, criam mobilizações e reivindicam direitos (ARAÚJO, 2016).

Como exemplo de apropriação do alcance das redes sociais, a imagem à esquerda possibilita ao internauta entender quatro aspectos: a diferença entre intolerância e alergia, a faixa etária dos portadores, os sintomas de ambas, possibilidades de tratamento e de cura (a intolerância tem, a alergia não) e como obter o diagnóstico – para ambas através de exames médicos, porém para a intolerância há um teste que pode ser feito pelo SUS. A transmissão das informações ocorre tornando o conhecimento médico assimilável ao público, permitindo o rápido entendimento. Já na imagem à direita, o objetivo é informar as mudanças alimentares e sociais ocasionadas pelas restrições alimentares: ler os rótulos dos produtos, por exemplo, faz com que não haja risco de ingerir algum ingrediente alérgico, evitando assim incorporar – tendo presente o paradoxo do onívoro – as características do alimento danoso. Além disso, a imagem demonstra práticas necessárias às portadoras de AA e DC no âmbito social e comensal (levar marmita nos lugares, escolher onde fazer as refeições), apontando soluções encontradas por essas pessoas para reduzir a interferência em suas vidas sociais. Assim, publicizando riscos, sintomas e diferenças entre AAs, intolerâncias e DC, a “Com Amor e Sem Lactose” conscientiza os comensais usuários das redes sociais – portadores ou não de algum tipo de restrição alimentar – sobre a seriedade do tema, não se tratando de dieta ou “frescura”, dado que reações mais graves podem chegar a anafilaxia. Ainda, a ansiedade gerada pelo paradoxo do onívoro entre os portadores de restrição alimentar é superada com a garantia fornecida pela loja de que seus produtos são seguros para essas pessoas, por não conterem ingredientes alérgicos.

#### **4. CONCLUSÕES**

A inovação deste trabalho consiste em evidenciar um tipo de ativismo digital em que a bandeira não é a de mobilização por uma causa, mas sim a conscientização e informação de comensais (alérgicos ou não) sobre os sintomas, diferenças e possíveis tratamentos das AAs. Nestas publicações não são feitas propagandas em benefício dos produtos comercializados pela loja, restringindo-se à informação.

#### **5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



- ARAÚJO, E. **Internet e Redes Sociais como ferramentas de Mobilização**. Rio de Janeiro, 2016 (Material de apoio à Oficina Redes Sociais e Mobilização).
- ARAÚJO, H ; ARAÚJO, W ; BOTELHO, R ; ZANDONADI, R. Doença celíaca, hábitos e práticas alimentares e qualidade de vida. **Revista de Nutrição**. Campinas, v. 23, n. 3, p. 467-474, 2010.
- BARBOSA, Lívia. Tendências da alimentação contemporânea. In: PINTO, M. L.; PACHECO, J. K. (Org.). **Juventude, consumo & educação 2**. Porto Alegre: ESPM, 2009. p. 15-59.
- CASSIANO, A. **Ativismo a partir das redes sociais**. 2011. 26f. Artigo científico. (Pós – Graduação em Mídia, Informação e Cultura) – Centro de Estudos Latino-Americanos sobre Cultura e Comunicação, Universidade de São Paulo.
- DAMATTA, Roberto. Sobre comida e mulheres... In: \_\_\_\_\_. **O que faz do Brasil, Brasil?** Rio de Janeiro: Rocco, 1986. Capítulo 3, p. 40-55.
- FISCHLER, C. **L'Homnivore**. Paris : Édition Odile Jacob, 1990.
- GARRIGUES-CRESSWELL, Martine; MARTIN, Marie Alexandrine. L'alimentation: entre mondialisation et expression identitaire. Dynamique des pratiques alimentaires. **Techniques & Culture**, Paris, n. 31-32, p. 1-16, 1998.
- PEREIRA, A ; MOURA, S ; CONSTANT, P. Alergia alimentar : sistema imunológico e principais alimentos envolvidos. **Semina: Ciências Biológicas e da Saúde**. Londrina, v. 29, n. 2, p. 189-200, 2008.
- PORTILHO, F ; CASTAÑEDA, M ; CASTRO, I. A alimentação no contexto contemporâneo : consumo, ação política e sustentabilidade. **Ciência & Saúde Coletiva**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 1, p. 99-106, 2011.
- YONAMINE, G. **Percepção dos familiares de pacientes com alergia ao leite de vaca em relação ao tratamento**. 144f. 2011. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pediatria, Universidade Federal de São Paulo.