

## Net-Ativismo: Uma Análise do Movimento #Põe no Rótulo<sup>1</sup>

Kalyne de Souza VIEIRA<sup>2</sup>  
Universidade de Federal da Paraíba, João Pessoa, PB

### Resumo

A presente pesquisa investigou a constituição do movimento net-ativista “Põe no Rótulo”, que surgiu nas redes sociais digitais em fevereiro de 2014, com o objetivo de sensibilizar a sociedade para a necessidade de informações claras e precisas sobre ingredientes alergênicos nos rótulos de produtos industrializados. A proposta foi observar as interações na órbita do fenômeno e, assim, compreender os processos interacionais envolvidos nesta ação net-ativista. Acreditamos que o movimento reflete um novo tipo de ação e de interação dinamizados pela materialidade digital, capaz de agregar um social híbrido e heterogêneo em redes digitais.

**Palavras-chave:** net-ativismo; interação; ação em rede; redes digitais, põe no rótulo.

### Introdução

A presente pesquisa investigou a constituição do movimento net-ativista “Põe no Rótulo”, que surgiu nas redes sociais digitais em fevereiro de 2014, com o objetivo de sensibilizar a sociedade para a necessidade de informações claras e precisas sobre ingredientes alergênicos nos rótulos de produtos industrializados. Este tipo de ação ganhou contornos com o advento das recentes tecnologias de comunicação e de informação, e conquista força e visibilidade a partir das interações em rede. Entende-se que o net-ativismo revela a potência da interação no âmbito do sentir comum no ecossistema comunicativo digital, traduzindo as novas formas de socialização contemporânea.

O recorte deste estudo incide sobre as interações do movimento “Põe no Rótulo” na rede social digital do Facebook, no período de fevereiro de 2014 a 14 de abril de 2014. A proposta foi observar as interações na órbita do fenômeno e, assim, compreender os processos interacionais envolvidos nesta ação net-ativista. A ação é decorrente das

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Cibercultura do XVI Encontro dos Grupos de Pesquisa em Comunicação, evento componente do XXXIX Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal da Paraíba, email: [kalynesv@yahoo.com.br](mailto:kalynesv@yahoo.com.br).

interações e associações estabelecidas por cerca de 600 mães nas redes sociais digitais<sup>3</sup> que, indignadas com a dificuldade de obter informações sobre a composição de alimentos para oferecer aos seus filhos alérgicos, iniciam um movimento nas redes sociais digitais de sensibilização da sociedade civil em torno da questão da rotulagem.

O movimento reflete um novo tipo de ação e de interação dinamizados pela materialidade digital, capaz de agregar um social híbrido e heterogêneo em rede. Na medida em que a problemática da rotulagem de alimentos é externalizada nas redes sociais digitais abre-se um campo para sua propagação. Assim, ao romper os limites dos grupos de restritos, a questão da rotulagem tornar-se comum e capaz de fomentar conexões diversas.

### **Net-ativismo**

A compreensão da ação em redes digitais constitui um desafio enfrentado por diversos estudiosos empenhados em decifrar a sua significação. No âmbito da cibercultura, esta matéria é atravessada por novas configurações e complexidades. A experiência do ativismo em rede tem gerado uma malha de conceitos e noções que buscam explicar as formas recentes do ciberativismo, net-ativismo, ativismo digital, movimentos sociais em rede. O campo é particularmente novo e conquista notoriedade na década de 1990, a partir de dois grandes acontecimentos de repercussão mundial: o movimento zapatista, em 1994, e a Batalha de Seattle, em 1999.

No início do século XXI, o potencial de comunicação e ação em rede foi exponencialmente ampliado. Uma explosão de blogs e fotologs surgiram neste período, além de comunidades, fóruns de discussão e perfis em redes sociais. Neste contexto, a possibilidade da comunicação horizontal e distribuída tornou-se realidade. As comunidades digitais tornam-se ambientes de aproximação e debates em torno de interesses em comum. A participação ocorria de várias formas, passando pelo simples acompanhamento das discussões ao engajamento mais ativo nas comunidades, através do fomento de discussões, encontros e ações. Segundo Di Felice (2013), as novas tecnologias de software e hardware, bem como as redes sociais, provocaram mudanças na conflitualidade informativa-mediática que passaram para formas reticulares autônomas e colaborativas de ativismo. Uma ação que supera a perspectiva antropocêntrica (em que o homem ocupa uma posição hegemônica no reino da natureza) e abre caminhos para que os actantes, as tecnologias subjetivas, a internet

---

<sup>3</sup> Informação divulgada pelo movimento no dia 23/02/2014, através do perfil do Instagram do grupo. Disponível em: <https://instagram.com/p/kxuKyYGZ0p/?taken-by=poenorotulo>. Acesso: 20 jun. 2015.

das coisas, a comunicação dos objetos e o meio ambiente atuem em conjunto. Este período inaugurou novas formas de sociabilidade, comunicação e ação.

A digitalização das memórias, interesses e sentimentos dos sujeitos, assim como da biodiversidade, territórios, instituições, desenvolveu um tipo de inteligência coletiva que conectou todos em um espaço desterritorializado (DI FELICE, 2013). Tudo ganha uma forma digital, que não substitui nem elimina a forma material, mas que habita concomitantemente tudo que existe. Esta nova maneira de ser e estar no mundo traz à tona novos arranjos sociais, econômicos, culturais. Neste contexto surge, entre outros fenômenos, a perspectiva de net-ativismo observada neste estudo. Para o pesquisador Massimo Di Felice, a concepção de ativismo midiático está relacionada à primeira fase do net-ativismo. Sua origem remonta à década de 1990, quando o conceito de ciberativismo surge para compreender a difusão de informações produzidas por movimentos sociais através da internet, bem como a promoção de discussões em fóruns (DI FELICE, 2013b). A segunda fase do ciberativismo é inaugurada com as primeiras formas de conflitualidades sociais em rede (DI FELICE, 2013b). O grande protagonista deste marco foi o movimento Zapatista, no México, em 1994. O movimento foi o primeiro modelo de protesto global que utilizou a internet para distribuir sua mensagem<sup>4</sup>. O início do século XXI marca a terceira fase do ativismo digital. O período corresponde ao surgimento da web 2.0, do social network e dos dispositivos móveis. O pesquisador afirma que o termo ciberativismo é superado neste cenário, pois não há mais a separação entre *offline* e *online*. As ações acontecem nas duas esferas, muitas vezes surgindo no ambiente online, em seguida ganhando as ruas.

A hipótese da pesquisa é que as novas tecnologias de comunicação e informação produziram uma ambiência capaz de aproximar e conectar humanos e não humanos em torno de questões comuns. Este quadro ganhou impulso com o desenvolvimento da sociedade em rede (CASTELLS, 1999), das novas tecnologias de comunicação e informação (HARDT; NEGRI, 2014; MAFFESOLI, 2005), da cibercultura (LEVY, 1999), da cultura da participação (SHIRKY, 2011) e do advento das redes sociais digitais (DI FELICE, 2013), produzindo novas formas de conflitualidade (DI FELICE, 2013; HARDT; NEGRI, 2014) e participação, a partir da interação entre diversos actantes (LATOUR, 2012). Ou seja, o avanço tecnológico fez emergir novas possibilidades de conexões e associações que provocaram mudanças na ação e na interação. Neste cenário, a potência de

---

<sup>4</sup> Reportagem sobre as Manifestações Neozapatista. Disponível em:  
<<http://revistapesquisa.fapesp.br/2014/03/10/manifestacoes-neozapatistas/>> Acesso em: 20 jul. 2014.

segmentos minoritários é drasticamente ampliada e novas tribos são constituídas (MAFFESOLI, 2005). Dessa forma, a ação net-ativista seria resultado das interações provocadas por esta sinergia, abrindo perspectivas da ecologia política (LATOURE, 2004), da cosmopolítica (STENGERS, 2010) e da emoção comum (MAFFESOLI, 2005). Nesta visão, o ambiente da internet e das redes sociais propicia uma estética da emoção que arrebatou os espíritos conectados, e isto ocorre na direção do entretenimento, lazer e consumo, assim como na direção do pensamento crítico e da contestação, incluindo as inúmeras formas de ativismo.

Assim, novas perspectivas epistemológicas e metodológicas permitiram que o olhar sobre a ação fosse ampliado, reconfigurado ou mesmo modificado. Para dar conta da complexidade em torno das teorias da ação social, recorremos a divisão das teorias sociológicas sobre ação social desenvolvidas pelos pesquisadores Di Felice, Torres e Yanaze (2012) para nos debruçarmos no entendimento da ação no contexto das redes sociais. Os autores estabeleceram uma categorização das teorias sociológicas sobre a ação em três eixos para elucidar os aspectos da ação em redes digitais. São elas: (1) teoria da ação social transitiva; (2) teoria da ação social exotópica; (3) teoria da ação em rede.

No grupo da teoria da ação social transitiva estão reunidos estudos que percebem a ação social como resultado de condutas intencionais produzidas por sujeitos em direção ao externo, a partir de motivações subjetivas (DI FELICE *et al.*, 2012). Assim, a ação inicia-se a partir de estímulos internos do próprio indivíduo para, em seguida, ser direcionada para o ambiente que o circunda. Max Weber é um dos autores que, ao lado de Jürgen Habermas, compõe os pensadores deste eixo. Já a teoria da ação social exotópica oferece um referencial oposto à perspectiva de ação social transitiva. Conforme Di Felice e *et al.* (2012), aqui a ação é percebida como algo externo, que se impõe ao sujeito, condicionando-o dentro da estrutural social. Assim, a realização da ação pelo indivíduo é algo improvável ou mesmo impossível, já que é limitado a fatores externos ao sujeito. Esta categoria perpassa diversos teóricos que desenvolveram considerações sobre a sociedade nesta perspectiva, entre eles estão Platão, Émile Durkheim e Hannah Arent.

Se as perspectivas teóricas e filosóficas da ação social estiveram em disputa com a emergência das ciências sociais e com os desafios impostos pela modernidade, nas últimas décadas, o campo foi amplamente influenciado pelos novos processos sociais e comunicacionais provocados pelo advento das novas tecnologias de comunicação. Diante da sociedade em rede, as teorias da ação social clássicas são postas em questão. Isto porque

as concepções clássicas não conseguem abarcar a complexidade produzida quando atores não humanos também assumem a ação. Além do homem, aparatos técnicos, bits e bytes, território, meio ambiente agem em rede e imprimem uma nova dinâmica interacional.

Na tentativa de propor novas perspectivas para investigação nas ciências sociais, Bruno Latour, Michel Callon, John Law e Anne-Marie Mol iniciam uma trajetória de pesquisas sobre ciência e tecnologia que rompem com os estudos convencionais do campo. De acordo com Hernández (2003), Latour e Callon buscaram inspiração conceitual em dois eixos: a filosofia da ciência de Michel Serres e o Programa Forte em Sociologia do Conhecimento, iniciado pelo filósofo-sociólogo David Bloor. Esta postura epistemológica fez emergir uma teoria social balizada nos estudos de ciência e tecnologia, a Teoria Ator-Rede (TAR), que lança novas luzes sobre ação e poderá ajudar a compreender a ação em rede dos movimentos net-ativista, no caso em estudo, o movimento “Põe no Rótulo”. A TAR foi desenvolvida com a intenção de superar a separação entre sujeito e objeto. Assim, desconsidera os limites impostos *a priori* pelas estruturas sociais para ocupar-se em “reconstruir *a posteriori* os laços, as relações e suas qualidades” (DI FELICE, 2013, p. 42) dentro de um ecossistema reticular. Na TAR, só a partir do rastreamento das conexões é possível definir e ordenar o social. A redefinição do termo ‘social’ é movimento caro à TAR. Para Latour (2002), a percepção clássica de social é limitada e reducionista. O autor recorre à origem etimológica da palavra social para fundamentar seu raciocínio. Com raízes no latim (*socius*), social designa associação. Esta referência direciona o autor num percurso argumentativo que buscar retirar o caráter fixo do termo e revelar sua fluidez enquanto resultado de associações. Ao deslocar o social para uma esfera que abrange humanos e não humanos, Latour redefine o objeto de investigação sociológica em torno dos híbridos.

A perspectiva da ação problematizada na Teoria Ator-Rede e nos seus desdobramentos oferece um terreno fértil para compreensão da ação em redes sociais digitais. Na medida em que a noção de social é expandida e abrange todos os atores envolvidos na ação, sejam eles humanos ou não humanos, é possível observar os processos comunicacionais por uma nova ótica e propor reflexões inovadoras sobre os fenômenos decorrentes das interações entre sujeitos, tecnologias, rede sociais digitais e territórios. Como explica Di Felice (LEMOS, 2013), a ruptura epistemológica proposta pela TAR evidencia que as agregações sociais não estão centradas no determinismo analógico e sistêmico, mas em um novo tipo de complexidade com dimensões conectivas e emergentes.

A partir desta e de outras chaves, Di Felice desenvolve fundamentos para compreensão da ecologia da ação em redes digitais, que fornecerá bases para reflexão sobre o net-ativismo.

Para tanto, Di Felice (2013a) recupera o conceito de ecologia da ação proposto pelo sociólogo e filósofo Edgar Morin. Para Morin (2011), entender a ação pelo prisma da ecologia é assumir que não há controle sobre seus efeitos. Afinal, uma vez lançada, a ação pode escapar inteiramente às intenções que as motivam. Isto porque, explica Morin (2011, p. 81), “ela entra num universo de interações e finalmente o meio-ambiente apossa-se dela num sentido que pode se tornar contrário ao da intenção inicial”. A ação revela-se então complexa e incerta. A ecologia da ação busca “levar em consideração a complexidade que ela supõe, ou seja, o aleatório, o acaso, a iniciativa, a decisão, o inesperado, o imprevisível, a consciência de derivas e transformações” (MORIN, 2000, p. 87).

O net-ativismo surge nesta ecologia complexa, reticular e conectiva que agrega entidades de diversas naturezas, sendo resultado da união e da ação mútua destes atores. Por esta perspectiva, a ação net-ativista não é fruto isolado de um sujeito, organização ou instituição. Também não é resultado uma ação linear estrategicamente determinada. Como explica Di Felice (2013a, p. 276), “a sinergia dos conjuntos de actantes passa a modificar o desfecho de uma ação através de suas interações na medida em que se conectam e coagem”. Dessa forma, a ação net-ativista é resultado da sucessão de ações e interações entre sujeitos, tecnologias, mídias, territórios, biodiversidade, etc. É a partir desta premissa que o pesquisador rompe com o modelo de ação social clássica para interpretar o fenômeno. Para Di Felice, não é possível compreender a complexidade do net-ativismo ao observar o fenômeno a partir do referencial tradicional de social e de política.

O pesquisador propõe uma nova lente para observar as ações em redes digitais, problematizando o conceito de “ato”. Ao invés de ação, as interações produzidas em ecossistemas reticulares passam a revelar um tipo de ato. Neste contexto, o ato expressa a imprevisibilidade e a dinâmica das conexões produzidas em rede por diversos actantes. Para Di Felice, este deslocamento de *ação* para *ato* é essencial para compreender o net-ativismo. Nas palavras do autor, “a substituição da ação pelo ato nos permite pensar o net-ativismo não apenas como uma ação política, mas como um ato vital do ecossistema social que se exprime e advém através de suas conexões ecossistêmicas” (2013a, p. 277). Esta perspectiva levou o pesquisador a propor a chave do “ato conectivo” para traduzir o dinamismo interativo do “agir reticular” que não diz respeito à essência ou à finalidade da ação, mas sim a sua capacidade de conexão e adaptação.

## **Análise do movimento Põe no Rótulo**

A complexidade inerente ao nosso objeto de estudo exige que percorramos caminhos pouco sólidos. É o risco que assumimos ao tratar de um campo de pesquisa em desenvolvimento. Nossa intenção é empreender o modo como as interações entre sujeitos, tecnologias, territórios e redes digitais produziram a ação net-ativista do movimento “Põe no Rótulo”. Para tanto, recorremos aos métodos de pesquisa sugeridos por RIEDER (2013), RIEDER *et al.* (2015) e GERBAUDO (2016) para análise de ações net-ativistas no Facebook. Os autores utilizam o aplicativo Netvizz para capturar dados em grande escala no Facebook e, assim, desenvolver análises quantitativas e qualitativas, bem como a análise de redes sociais, de movimentos net-ativistas. Na tentativa de realizar este processo, articulamos observações que perpassem as interações produzidas na *fanpage* do movimento. Para tanto, capturamos todos os dados disponíveis da página no período de **20 de fevereiro de 2014 a 24 de junho de 2015**<sup>5</sup>, através do Netvizz, aplicativo de coleta de dados do Facebook.

O movimento Põe no Rótulo surgiu das interações e ações de mães de crianças alérgicas que, por meio das redes sociais digitais, compartilhavam cotidianamente as dificuldades relacionadas à alergia alimentar. Inicialmente, os debates sobre o tema eram realizados em grupos restritos de discussão no Facebook. Estes grupos favoreciam o compartilhamento de experiências, gerando um ambiente favorável para troca de sentimentos em comum. Neles, as mães ganhavam suporte emocional e informacional para enfrentar o cotidiano da alergia alimentar. Na medida em que as trocas entre as mães cresciam, emergia um sentimento de empoderamento e a necessidade de reivindicar os direitos das crianças alérgicas. Em junho de 2013, a partir deste grupo mais amplo, foi formado um grupo menor com 600 mães interessadas em realizar ações para melhorar a qualidade de vida da população com alergia alimentar. A ideia era elaborar estratégias para ampliar discussões sobre a alergia alimentar fora dos grupos fechados e, assim, sensibilizar a sociedade e cobrar ações efetivas aos órgãos competentes.

Com muita certeza sobre a necessidade de rótulos claros e precisos, conhecimento sistematizado e esperança de sensibilizar a sociedade para a problemática relacionada à alergia alimentar, o grupo iniciou as primeiras ações em rede da campanha. No dia 17 de fevereiro de 2014, às 16h, uma das mães publicou no seu perfil do Facebook uma foto de sua filha com a hashtag #poenorotulo e a mensagem: "Se eu tiver 1 MILHÃO de

---

<sup>5</sup> O período abrange o lançamento da fanpage até a conquista da nova regulamentação de rotulagem de alimentos, decretada pela ANVISA.



compartilhamentos, as pessoas vão entender que preciso saber se tem traços de LEITE e SOJA nos alimentos. Por favor, me ajude a fazer as empresas entenderem que eu preciso dessas informações NO RÓTULO". Em menos de 24 horas, a foto foi compartilhada por mais de mil pessoas. Outras mães fizeram o mesmo com a foto de seus filhos, aumentando o alcance da ação. Diante da repercussão gerada em torno da ação, o grupo resolveu registrar perfis com a expressão ‘PoeNoRotulo’ nas redes sociais digitais (Facebook, Twitter, Instagram), assim como um domínio na web. Com os perfis criados, o grupo iniciou uma nova ação. Ao invés de mobilizar a sociedade através dos perfis pessoais, o grupo concentrou a publicação do conteúdo na *fanpage* do Põe no Rótulo e replicou estas publicações nos perfis pessoais. No dia 20 de fevereiro, às 12h, a primeira postagem foi publicada na página. Em poucas horas, a *fanpage* alcançou mais de mil fãs.

Em pouco menos de dois meses, as coordenadoras do movimento participaram da primeira reunião com a Anvisa. No dia 21 de maio de 2014, a Agência Nacional de Vigilância Sanitária (Anvisa) divulgou que iria discutir a regulamentação da rotulagem dos alimentos alergênicos para atender as demandas recebidas da sociedade<sup>6</sup>. No dia 29, na 9ª Reunião Ordinária Pública da Diretoria Colegiada da Anvisa, foi discutida e aprovada a proposta de consulta pública sobre a rotulagem. A consulta pública foi iniciada no dia 16 de junho de 2014. Em junho de 2015, a Anvisa aprovou a norma para rotulagem de alergênicos que impactou toda a cadeia de produção e de importação de alimentos no Brasil.

O objetivo do movimento era bem definido: propor a criação de uma legislação específica sobre a rotulagem de alimento ou o estabelecimento de uma norma pela Anvisa que obrigasse a indústria alimentícia a fazer a correta rotulagem de alérgenos. Com este foco, a coordenação definiu o movimento como apartidário e interessado em dialogar com os diversos setores que desejam apoiar a iniciativa<sup>7</sup>. A questão da rotulagem de alimentos tornou-se causa comum para todas as pessoas envolvidas na ação. Questões diversas em torno do universo da alergia alimentar também ganharam espaço no movimento, ampliando o leque de atuação do grupo.

---

<sup>6</sup> Informação disponível em:

<<http://portal.anvisa.gov.br/wps/content/anvisa+portal/anvisa/sala+de+imprensa/menu+-+noticias+anos/2014+noticias/alimentos+e+ingredientes+alergenicosestao+em+discussao>>. Acesso em: 16 abr. 2016.

<sup>7</sup> Texto de post publicado na fanpage do movimento o dia 27 de fevereiro de 2014: “Olá, pessoal! É importante esclarecer que nosso movimento é apartidário. Queremos dialogar com TODOS que tiverem interesse real e genuíno na nossa causa. Estamos abertos para conversar com quem tiver quiser apoiar e estiver alinhado com nossas crenças e valores relacionados ao tema. Muito obrigada”. Disponível em: <<https://www.facebook.com/poenorotulo/posts/1410689639181821>>. Acesso em: 10 abr. 2016.



Ao partimos da perspectiva que a rede social digital em torno do movimento Põe no Rótulo acelerou o processo de debate com a Anvisa, culminando na regulamentação da norma para rotulagem de alergênicos em alimento, torna-se imprescindível observar como a campanha ganhou força tão rapidamente. Tendo em vista que a primeira reunião com a Anvisa para discutir a questão da rotulagem foi agendada para o dia 15 de abril de 2014, a partir da pressão do movimento, vamos observar o cenário inicial da *fanpage* até o 14 de abril de 2014. Nestes primeiros 54 dias, a página contou com 223 publicações, cerca de 30 mil curtidas de fãs e mais de 80 mil interações em todas as publicações. Para compreender o panorama em torno do movimento, organizamos o conteúdo publicado na *fanpage* em duas macro categorias temáticas, com cinco categorias cada uma. São elas:

<b>CONTEÚDO INFORMATIVO</b>	
ACÇÃO	posts que descrevem ações do movimento Põe no Rótulo.
ALERTA	posts que alertam sobre rótulos inadequados e riscos.
ANVISA	posts relacionados à Anvisa durante todo o processo de reivindicação da regulamentação.
INFORMATIVO	posts com conteúdo informativo sobre alergia alimentar (orientações, receitas, músicas, apoio a outros movimentos).
MOVIMENTO	posts sobre o movimento, número de seguidores, solicitações de apoio.
<b>APOIO AO MOVIMENTO PÕE NO RÓTULO</b>	
SOCIEDADE CIVIL	posts de apoio da sociedade civil ao movimento com fotos de adesão à campanha e relatos sobre experiências sobre a alergia alimentar.
IMPrensa	posts que divulgam reportagens sobre o movimento Põe no Rótulo e a problemática da alergia alimentar.
INSTITUCIONAL	posts que divulgavam o apoio institucional ao movimento.
PERSONALIDADE	posts que divulgam a adesão de figuras públicas ao movimento
SITES E BLOGS	posts que divulgam o movimento em sites e blogs

Todas as cinco publicações com maior número de engajamento estão associadas à macro categoria ‘Apoio ao Movimento’, sendo quatro da categoria ‘Personalidade’ e uma da categoria ‘Institucional’. No período, foram postadas 44 publicações enfatizando o apoio de figuras de destaque à campanha. Entre elas, artistas, músicos, atletas, escritores, apresentadores, personagens de desenhos infantis. A primeira publicação da categoria aconteceu no dia 24 de fevereiro, com a divulgação do apoio do deputado federal Jean Wylis. A publicação contou com 285 interações. Até esta data, o post de maior engajamento na página havia obtido 585 interações. Tratava-se de uma publicação da categoria ‘Sociedade Civil’. Em poucos dias, o tema ‘Personalidade’ passou a provocar maior engajamento na página. Através dos dados capturados, ficam evidente os efeitos das

publicações de adesão ao movimento. No período, o apoio do ator Mateus Solano<sup>8</sup>, protagonista da novela *Amor à Vida*<sup>9</sup>, ganhou o maior número de interações na página. Foram 1.208 curtidas, 71 comentários e 883 compartilhamentos. A publicação foi feita no dia 19 de março, quando a página estava completando um mês e contabilizava cerca de 20 mil curtidas. A segunda publicação com maior interação está associada a categoria ‘Institucional’ e divulgava o apoio da página *Três Gerações ao movimento*<sup>10</sup>. As administradoras da página criaram um *meme* de humor para a campanha, utilizando uma imagem amplamente difundida nas redes sociais digitais, alterando apenas o texto. A publicação foi postada no dia 02 de março e contou com 820 curtidas, 27 comentários e 985 compartilhamentos. Já a terceira publicação com mais interação exibia o apoio da cantora Paula Toller à campanha. O post foi publicado no dia 24 de março e teve 1128 curtidas, 29 comentários e 274 compartilhamentos.

De acordo com Cecília Cury, inicialmente, a sensibilização das personalidades ocorreu através da ação direta da rede envolvida na campanha com objetivo de ampliar a visibilidade da ação e endossar a campanha. A estratégia buscava dar legitimidade e força ao momento. A boa repercussão das fotos com a hashtag *Põe no Rótulo* rapidamente ampliou a ação e figuras públicas começaram a apoiar o movimento espontaneamente. Dessa forma, a ação ganhou um crescimento exponencial na medida em que foi amplificada por novas vozes e canais. Seja através de seus perfis pessoais ou de seus fãs, o apoio de uma personalidade midiática trouxe novas adesões. As personalidades tornam-se conectores entre o movimento e outras redes, reduzindo a distância diversos pontos da rede e amplificando a visibilidade da ação (GRANOVETTER, 1973; BARABÁSI, 2009; RECUERO, 2009). É possível perceber também que a adesão de personalidades à campanha ofereceu novas perspectivas de enfoque midiático sobre o tema.

Para observarmos a rede criada em torno do movimento nos 54 dias iniciais da campanha, acrescentamos a informação sobre a categoria temática da publicação no arquivo GDF, gerado pelo Netvizz. Assim, foi possível visualizar a rede a partir do critério ‘Categoria’ para compreender o panorama das interações por temática do post. O arquivo GDF traz informações sobre os laços produzidos entre os nós da rede (posts e usuários), considerando curtidas e comentários nos posts e curtidas em comentários. Os laços

<sup>8</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/poenorotulo/posts/1416145431969575:0>>. Acesso em: 27 abril 2016.

<sup>9</sup> A novela foi exibida no período de 20 maio de 2013 e 31 de janeiro de 2014, na Rede Globo, às 21h.

<sup>10</sup> Disponível em: <<https://www.facebook.com/poenorotulo/posts/1411452412438877:0>>. Acesso em: 27 abril 2016.

referentes aos compartilhamentos dos posts não são capturados. Com a ajuda do software Gephi, produzimos grafos que revelam o retrado da rede no período. Criamos um grafo utilizando a distribuição ForceAtlas2 que aproxima os nós por grau de interação, criando comunidades por afinidades (FIG 1). Em seguida, aplicamos a métrica por categoria. Para deixar os posts mais visíveis, alteramos o tamanho dos nós pelo número de engajamento. Quanto mais ao centro no gráfico, maior o número de interações produzido pelo nó e maior o número de laços com clusters distintos. O grafo revela que as publicações com maior engajamento mobilizaram interações através de uma rede específica com a contribuição da rede mais central do grafo. Observamos que os nós periféricos, ou seja, menos coesos e engajados no movimento, contribuíram significativamente para impulsionar as interações nas publicações. Dos mais de 12 mil nós, 53% interagiram na página apenas uma vez, 13% duas vezes e 7% três vezes. Apenas 500 usuários produziram mais de 20 interações na página, evidenciando o número reduzido de nós que compõe a comunidade coesa e central da rede. Apesar de não ser possível visualizar a rede externa da *fanpage* através dos dados capturados, sabe-se da importância dos laços fracos para a expansão e fortalecimento ação (GRANOVETTER, 1973). Os nós mais dispersos da rede criam conexões com outras redes, reduzindo a distância entre pontos da rede. Assim, os nós menos conectados e engajados possuem o importante papel para expandir a ação para outros horizontes.

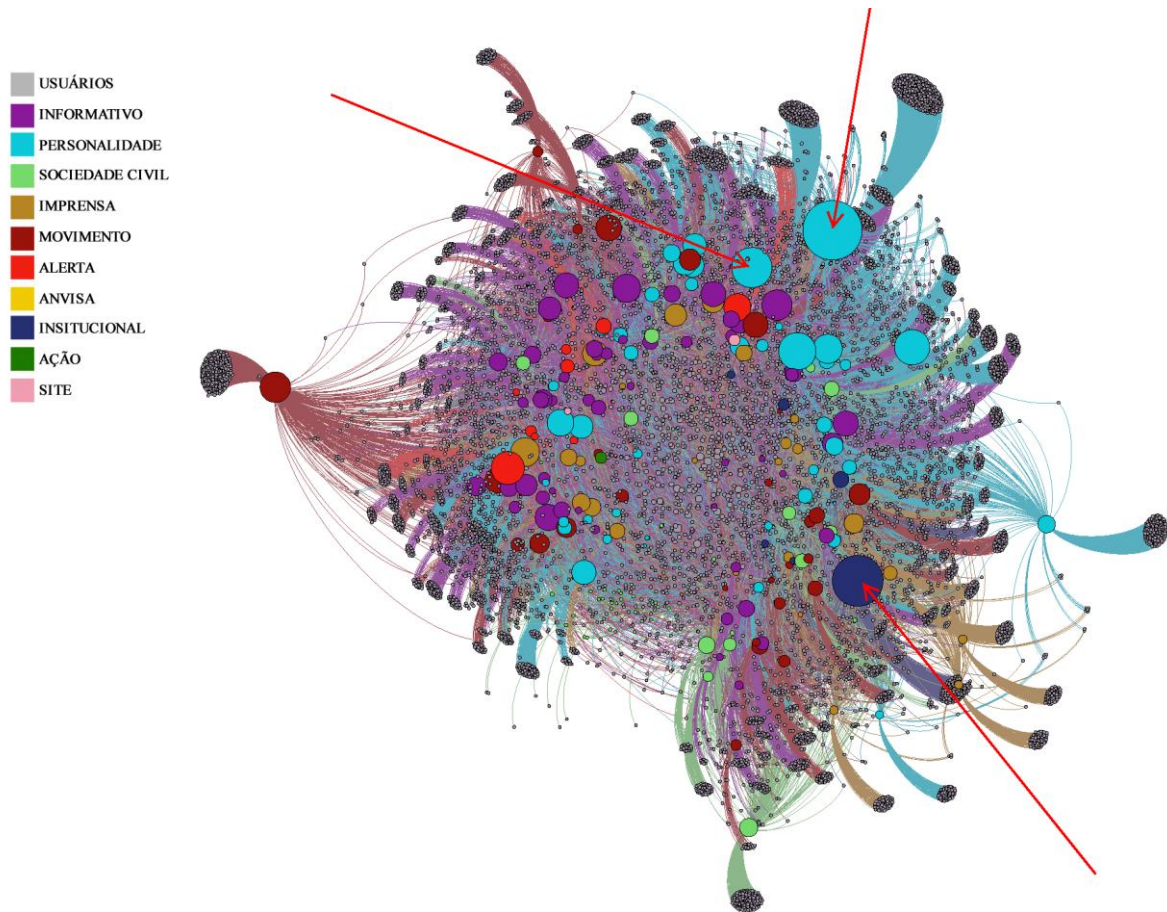


Figura 1 Grafo da *fanpage* entre os dias 20 de fevereiro de 2014 e 14 de abril de 2014. As cores apontam os posts por categoria temática e o tamanho dos nós é proporcional ao número de interações recebidas e/ou realizadas.

Cerca de 60% das publicações da categoria ‘Personalidade’ foram postadas nos quatro primeiros meses da campanha. Nos dois primeiros meses, a quantidade de apoio foi o mais alto comparado aos demais períodos. O pico de adesão foi conquistado entre os meses de março e abril. A partir deste período, os posts do tema ‘Personalidade’ declinaram. Apesar do declínio, o movimento não perdeu fôlego, sugerindo que a ação conquistou autonomia. As discussões com a Anvisa já estavam em andamento e o processo seguiu normalmente. Novos temas ganharam força na página como ‘Ação’ e ‘Alerta’ decorrentes das ações promovidas pelo movimento, dos encaminhamentos da Anvisa e das reportagens na imprensa. Assim, verificamos no gráfico 1, um importante fator para que o movimento Põe no Rótulo rompesse os limites do grupo de mães foi a adesão de personalidades à campanha e o apoio de parceiros institucionais. No primeiro mês da campanha, o apoio destes setores forneceu legitimidade e força ao movimento e, conseqüentemente, ampliando e expandindo a rede em torno da ação. Do mesmo modo, o suporte institucional também promoveu o fortalecimento da imagem do movimento.

É importante lembrar que estas adesões estão associadas às características do movimento. O Põe no Rótulo é uma ação apartidária, sem vínculos a estruturas sociais ou institucionais. O movimento nasceu da inquietação comum de diversas famílias de crianças com alergia alimentar. Assim, não está subordinado a diretrizes ideológicas ou de movimentos sociais organizados. A causa comum do movimento é objetiva: exigir informações claras e precisas nos rótulos de alimentos. A reivindicação possui características que permeiam as mais diversas esferas sociais, tornando-a ampla. O problema da alergia alimentar não está restrito a grupos específicos, pois atinge todos os espaços sociais, independentemente da classe social, escolaridade, religião, etnia, etc.

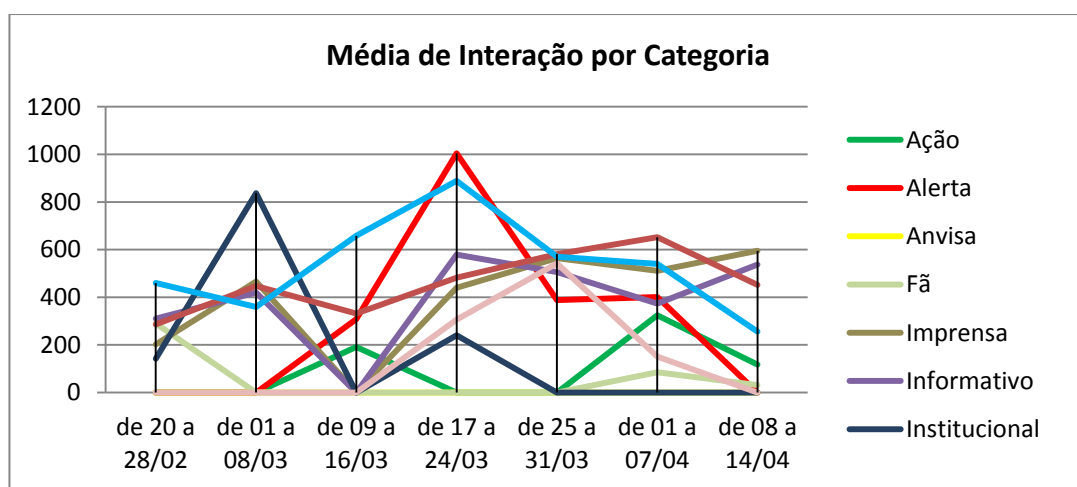


Gráfico 1 Número de interação média nas dez categorias temáticas entre os dias 02 de fevereiro de 2014 a 14 de abril de 2014. Percebemos que durante o primeiro mês da campanha a categoria ‘Personalidade’ conquistou o maior número de interações médias.

### Considerações finais

A observação das interações produzidas na fanpage do movimento Põe no Rótulo revelou aspectos importantes em torno do movimento. Há tempos questões sobre a rotulagem de alimentos são discutidas por diversos setores da sociedade e por famílias de crianças com alergia alimentar nas redes sociais digitais. Contudo, a ação net-ativista Põe no Rótulo conseguiu romper barreiras ao ponto de impactar toda a cadeia de produção e de importação de alimentos no Brasil. Desde o dia 03 de julho de 2016, todos os rótulos de alimentos devem trazer informações sobre ingredientes alergênicos utilizados na composição do produto.

A perspectiva da ação em rede revelada pelo Põe no Rótulo supera a ideia do agir direcionado ao externo, a partir de motivações subjetivas, e do agir condicionado por

fatores externos. O net-ativismo é, assim, resultado de ações e interações produzidas por sujeitos, tecnologias, mídias, territórios e não pressupõe finalidade ou resultado. A partir desta ótica, podemos interpretar o nascimento do movimento Põe no Rótulo para além de uma estratégia elaborada por um grupo de mães. Quando colocamos a ação em perspectiva, é possível reconhecer a rede de actantes que dinamizaram o movimento - mães, crianças, alimentos, alergia, Anvisa, indústria alimentícia, rótulos, redes digitais, dispositivos móveis, computadores, sociedade, imprensa, informações. Todos esses atores participaram direta ou indiretamente do movimento. O net-ativismo nasce da interação destes atores que produziram colaborativamente a dinâmica relacional da ação. O reconhecimento deste cenário revela a impossibilidade de controlar os efeitos do movimento Põe no Rótulo. Assim, a ação net-ativista é incerteza e imprevisibilidade.

Enquanto ação net-ativista, o Põe no Rótulo não estava condicionado à aprovação da norma para alcançar êxito. Seu mérito é evidenciado na capacidade de conectar diversos atores que, de modo democrático, horizontal e colaborativo, agem em torno de um interesse comum. O movimento reflete um novo tipo de ação e de interação dinamizados pela materialidade digital, capaz de agregar um social híbrido e heterogêneo em rede. O Põe no Rótulo poderia ter vários percursos e desfechos a depender das dinâmicas interacionais produzidas na rede. Contudo, nos parece importante reconhecer o papel das coordenadoras da campanha e da Anvisa para o processo de aprovação da norma. Na medida em que a problemática da rotulagem de alimentos é externalizada nas redes sociais digitais abre-se um campo para sua propagação. Assim, ao romper os limites dos grupos de discussão fechados, a questão da rotulagem tornar-se comum e capaz de fomentar conexões diversas.

## REFERÊNCIAS

BARABÁSI, A.. **Linked: A nova ciência dos networks**. São Paulo: Leopard, 2009.

DI FELICE, M. **Net-ativismo e ecologia da ação em contextos reticulares**. Contemporânea: Revista de Comunicação e Cultura (on-line). Salvador, v. 11, n. 02, p. 267-283, 2013a. Disponível: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/viewFile/8235/6497>>. Acesso em: 01 nov. 2014

DI FELICE, M.; TORRES, J. C.; YANAZE, L. K. H. **Redes digitais e sustentabilidade: as interações com o meio ambiente na era da informação**. São Paulo: Annablume, 2012.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GERBAUDO, P. (2016). **Rousing the Facebook Crowd: Digital Enthusiasm and Emotional Contagion in the 2011 Protests in Egypt and Spain**. In *International Journal of Communication*, 10,



254–273. Los Angeles: USC Annenberg Press. 2016. Disponível em: <<http://ijoc.org/index.php/ijoc/article/view/3963>> Acesso em: 06 fev. 2016.

GRANOVETTER, Mark. **The strength of weak ties**. American Journal of Sociology. Chicago, Illinois, v. 6, p. 1360- 1380, 1973.

HARDT, M.; NEGRI, A. **Multidão: Guerra e democracia na era do Império**. 4.ed. Rio de Janeiro: Record, 2014. 530 p.

HERNÁNDEZ, A. A. La sociología de las ciencias y de las técnicas de Michel Callon y Bruno Latour. In: **Cuadernos Digitales: Publicación Electrónica en Historia, Archivística y Estudios Sociales**. Novembro 2003, vol 8, no.23. Disponível em: <<http://historia.fcs.ucr.ac.cr/cuadernos/c-23his.htm>> Acesso em: 03 abri. 2015.

LEMOS, André. **A comunicação das coisas**. Internet das Coisas e Teoria Ator-Rede. São Paulo: Annablume, 2013.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.

LATOURET, B. **Reagregando o social: uma introdução à Teoria do Ator-Rede**. Trad. Gilson César Cardoso de Sousa. Salvador/Bauru: Edufba/Edusc, 2012.

MAFFESOLI, Michel. **A Transfiguração do Político: a tribalização do mundo**. Tradução de Juremir Machado da Silva. 3. ed. Porto Alegre: Sulina, 2005.

MORIN, E. **Os sete saberes necessários à Educação do Futuro**. São Paulo: Ed. Cortez, 2000.

\_\_\_\_\_. **Introdução ao Pensamento Complexo**. Tradução Eliane Lisboa. 4. ed. Porto Alegre: Sulina, 2011.

SHIRKY, C. **A cultura da participação: criatividade e generosidade no mundo conectado**. Tradução Celina Portocarrero. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.

STENGERS, I. **Cosmopolitics I**. Minneapolis, USA: Minnesota University Press, 2010.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009.

RIEDER, B. Studying Facebook via data extraction: the Netvizz application. IN: **ACM WEB CONFERENCE**, 5, 213. Paris. Proceedings... New York, ACM, 2013. p 346-355.

RIEDER, B.; WOLTERING, R.; ABDULLA, R.; POELL, T.; ZACK, L. **A Page and Its Politics: Situating Kullinā Khālid Saʿīd in Egypt's Ideological Landscape at the Time of Revolution**. CyberOrient, 2015. Disponível: <<http://www.cyberorient.net/article.do?articleId=9694>> Acesso em: 06 fev. 2016.