

COMIDA, UM(A) *SELF* EM *FRAME*

Fernanda de Araújo Patrocínio¹

Esta proposta apresenta a comida *in natura* e recém-colhida no Instagram, sobretudo aquela advinda do cultivo de pequenas hortas domiciliares, enquanto uma projeção da ancestralidade e de novos hábitos dos indivíduos que as cultivam. O objeto de estudo são perfis de usuários na rede social que postam fotos de alimentos e hortas. Este fenômeno, comum tanto para usuários quanto para empresas da vertente, obedece ao espaço de edição e publicação que a rede social permite, formando assim uma narrativa em imagens da cultura apresentada – uma espécie de história em *frame* vendida enquanto sonho e/ou memória. A metodologia é a pesquisa participativa, devido à inserção da pesquisadora na rede social. Considera-se a experiência de Marcel Proust com as *madeleines*: ao sentir seu cheiro, na vida adulta, o escritor “retornou” à infância. A memória é ligada aos sentidos e, por isso, suas projeções em comida são corriqueiras – é possível olhar uma das fotos no Instagram e remeter-se aos costumes dos laços de primeira interação social, como plantações no quintal de casa ou uma receita tradicional da família. A memória-hábito (BERGSON, 2006) trata da orientação pragmática da memória, adaptada ao presente e manifesta pela linguagem, ao passo que a memória-pura é sedimentada individualmente, com desligamento das pressões do presente. O tempo (também na narrativa apresentada no Instagram) está na duração do fenômeno (o deslizar de dedo na tela do celular) e não em sua passagem. Halbwachs (1994) completa o pensamento: a memória é um fenômeno coletivo, que faz fronteira entre o biológico/filosófico/psicológico e o social, de modo que qualquer lembrança dependa de condições sociais. Sendo assim, ao passo que a memória muda, as experiências mudam: a segunda vez experimentada nunca é igual à primeira, pois é uma rememoração construída a partir de interesses do presente. Dessa forma, o *frame* no Instagram revela e projeta o *self* e a *self*, numa lógica editada pela cultura de retângulos (PROSS, 1992), para a compreensão da vida posta em memórias e narrativas imagéticas. O olhar diante do fenômeno age de modo a diacronizar a sincronidade da imagem por ciclos (FLUSSER, 1985). As relações entre comida, *self* e identidade (FISCHLER, 1988) para a análise sugerida se dá a partir do resgate de memória e ancestralidade e suas projeções do fenômeno notado no Instagram e suas demarcações sociais.

Palavras-chave: Comida. Instagram. Memória. Narrativa. Sociologia da Cultura.

¹ Programa de Pós-Graduação em Sociologia da Universidade de São Paulo. E-mail da autora: faraujopatrocinio@gmail.com.