

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PAMPA

BRUNA TONIAL

VEGETARIANISMO, IDENTIDADE E CONSUMO: Um estudo etnográfico do grupo VEGetarianOS Iniciantes Brasil no Facebook

**São Borja
2018**

BRUNA TONIAL

VEGETARIANISMO, IDENTIDADE E CONSUMO: Um estudo etnográfico do grupo VEGetarianOS Iniciantes Brasil no Facebook

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Orientador: Prof. Dr. Walter Firmo de Oliveira Cruz

Coorientadora: Prof.^a M.^a Camila Rodrigues Pereira

**São Borja
2018**

BRUNA TONIAL

VEGETARIANISMO, IDENTIDADE E CONSUMO: Um estudo etnográfico do grupo VEGetarianOS Iniciantes Brasil no Facebook

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Comunicação social – habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa, como requisito parcial para obtenção do Título de Bacharel em Publicidade e Propaganda.

Trabalho de Conclusão de Curso defendido e aprovado em: 4 de dezembro de 2018.

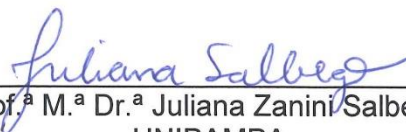
Banca examinadora:



Prof. Dr. Walter Firmo de Oliveira Cruz
Orientador
UNIPAMPA



Prof.ª M.ª Camila Rodrigues Pereira
UNIPAMPA



Prof.ª M.ª Dr.ª Juliana Zanini Salbego
UNIPAMPA

Dedico este trabalho a todos que lutam de alguma forma pelo fim da exploração animal.

AGRADECIMENTO

Realizar a transferência de uma faculdade particular no Paraná para terminar a minha graduação em uma Universidade pública no Rio Grande do Sul, me fez mudar e expandir minha visão sobre a vida. Sou a grata à todas as experiências, boas e ruins, que pude vivenciar fora e dentro da Unipampa. A cada pessoa que conheci em São Borja e que, mesmo sem saber, me ajudaram a crescer como ser humano.

Aos meus pais Marlene e Carlos, que me permitiram voar tão longe para conquistar esse diploma. Obrigada por sempre acreditarem no meu potencial e por não medirem esforços para estarem presentes. Com certeza crescemos juntos nessa jornada louca que foi minha graduação. O amor de vocês me deu forças para chegar até o final dessa fase.

Aos meus irmãos Matheus e Brenda, que sempre me acolheram com palavras de carinho e me incentivaram a ir atrás dos meus objetivos. Peço desculpa pela ausência em momentos importantes na vida de cada um durante esses anos. Essa conquista também é por vocês dois.

À minha família de São Borja, meu companheiro Lucas e os meus gatos Amy e Geromel. Vocês foram essenciais para que essa fase da minha vida fosse a mais especial possível. Obrigada por me amarem mesmo nos meus piores momentos.

Ao meu orientador Walter e minha coorientadora Camila por me guiarem durante toda a pesquisa. Sou grata por todo conhecimento que compartilharam comigo. Obrigada também por confiarem na minha escrita e entenderem meu tempo.

“Os animais do mundo existem para seus próprios propósitos. Não foram feitos para os seres humanos, do mesmo modo que os negros não foram feitos para os brancos, nem as mulheres para os homens.”

Alice Walker

RESUMO

A presente pesquisa tem como objetivo investigar quais são os principais fatores de identidade e consumo que levam um indivíduo a aderir uma dieta vegetariana. O estudo se deu a partir da metodologia teórico-prática conhecida como Etnografia para a internet, com as ferramentas de observação participante e entrevista em profundidade. O objeto de estudo foram as respostas obtidas com três integrantes e uma administradora do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil na rede social Facebook, além das postagens que se relacionaram com os temas das categorias de análise. A revisão teórica discute o contexto em que a dieta vegetariana está inserida. Partindo da ideia de que os hábitos de consumo influenciam diretamente na formação da identidade do indivíduo contemporâneo, autores como Bauman (2008), Barbosa (2004) e Hall (2006) são citados com seus estudos a fim de traçar um caminho teórico até o papel da alimentação na vida em sociedade. A alimentação é abordada no trabalho com os autores DaMatta (1986), Sahlins (2004) e Joy (2014) como um fator primordial para a construção das identidades, pois é a partir desse ato que se constrói a ideia coletiva do que é “comestível” ou não. A partir das análises realizadas nesta pesquisa é possível afirmar que o vegetarianismo pode ir além da dieta para muitos de seus adeptos. O ativismo e o consumo consciente passam a ser temas de interesse para quem adere a dieta. Conclui-se também que há uma pluralidade de motivações para ser vegetariano, mas que a libertação animal e a preocupação ambiental foram os mais apontados. Por fim, o grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil passa a ser visto como uma rede de apoio para seus integrantes, tanto para o esclarecimento de dúvidas quanto para o estabelecimento de relações sociais.

Palavras-Chave: Vegetarianismo. Consumo. Identidade. Comunicação. Facebook.

ABSTRACT

The present research has as objective to investigate what are the main factors of identity and consumption that lead an individual to join a vegetarian diet. The study came from the theoretical-practical methodology known as Ethnography for the internet, with the tools of participant observation and in-depth interview. The object of study were the responses obtained with three members and a manager of group VEGetariANOS Iniciantes Brasil on Facebook social network, in addition to the posts that relate to the themes of the categories of analysis. The theoretical review discusses the context in which the vegetarian diet is inserted. Starting from the idea that the habits of consumption directly influence in the formation of the identity of the individual contemporary, authors such as Bauman (2008), Barbosa (2004) and Hall (2006) are listed with its research seeking to draw a theoretical path of nourishment in life and society. The feeding is approached in the work with the authors DaMatta (1986), Sahlins (2004) and Joy (2014) as a primary factor for the construction of identities, because it is from this act that builds the collective idea of what is "edible" or not. From the analysis performed in this study it is possible to say that vegetarianism can go beyond the diet for many who adhere to it. The activism and conscious consumption passes to be topics of interest to those who adhere to diet. It is also concluded that there is a plurality of motivations to be vegetarian, but that the animal liberation and environmental concerns were the most mentioned. Finally, the group VEGetariANOS Iniciantes Brasil is seen as a support network for its members, both for the clarification of doubts as to the establishment of social relations.

Keywords: Vegetarianism. Consumption. Identity. Communication. Facebook.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Um hambúrguer equivale a 2.500L de água	27
Figura 2 – Cresce o número de vegetarianos no Brasil.....	29
Figura 3 – Postagem sobre os níveis dos integrantes no vegetarianismo.....	34
Figura 4 – Postagem fixa do grupo.....	39
Figura 5 – Postagem I sobre ativismo.....	44
Figura 6 – Postagem II sobre ativismo.....	45
Figura 7 – Postagem I sobre rede de apoio.....	48
Figura 8 – Postagem II sobre rede de apoio.....	49
Figura 9 – Postagem sobre motivações.....	55

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	10
1 IDENTIDADE, CONSUMO E ALIMENTAÇÃO	15
1.1 Sociedade de consumo.....	15
1.2 Processos de identificação.....	18
1.3 O consumo de alimentos por influência cultural	20
2 VEGETARIANISMO	24
2.1 Definição e história do Vegetarianismo.....	24
2.2 Fatores influenciadores na escolha pelo vegetarianismo	25
2.3 Vegetarianismo no Brasil	28
3 ETNOGRAFIA	31
3.1 Práticas etnográficas: da antropologia para a internet	31
3.2 Observação participante e entrevista em profundidade	32
3.3 Categorias de análise.....	35
4 UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO GRUPO VEGETARIANOS INICIANTES BRASIL	37
4.1 O grupo VEGetariANOS Iniciais Brasil	37
4.2 Apresentação dos participantes da pesquisa	39
4.3 O vegetarianismo como ativismo	42
4.4 O grupo VEGetariANOS Iniciais Brasil como rede de apoio	46
4.5 O consumo consciente	50
4.6 As principais motivações.....	54
CONSIDERAÇÕES FINAIS	57
REFERÊNCIAS	60
APÊNDICES	63

INTRODUÇÃO

O simples ato de se alimentar pode parecer, para muitos, apenas mais um hábito do dia a dia. No entanto, esse hábito carrega fatores sociais, culturais e políticos, que podem influenciar diretamente no funcionamento da sociedade. Cabe ressaltar aqui que a escolha do tema se deu a partir da familiaridade que a autora do trabalho possui com o tema, em vista de que a mesma é vegetariana. O vegetarianismo é conhecido por ser uma dieta, onde a pessoa que a adota, deixa de comer qualquer alimento que seja de origem animal. Porém, segundo Beardsworth e Keil (1992) apud Abonizio (2016, p. 120), esta dieta é composta por seis “tipos” de vegetarianos: há aqueles que ainda consomem carnes em algumas ocasiões, há os que consomem carne branca, outros consomem somente peixes, há os que consomem apenas os laticínios e ovos (ovolactovegetarianos) e também o vegetariano, que não come nenhum tipo de carne, laticínios e nenhum outro alimento de origem animal.

Em vista da grande distorção de termos no meio científico relacionados ao tema, é importante ressaltar a diferença dos termos “vegetarianismo” e “veganismo”. O primeiro se trata de uma dieta alimentar, enquanto o segundo é um estilo de vida, no qual a pessoa que o escolhe se abstém de qualquer produto de origem animal. Isto inclui produtos de beleza, roupas, calçados e tudo que possa vir à ser testado em animais. A dieta vegetariana, apesar de causar uma mudança definitiva apenas nos hábitos alimentares, influencia também em outras formas do consumo do indivíduo, pois o instiga a questionar modelos de consumo impostos pela sociedade contemporânea.

A fim de entender o contexto onde as práticas vegetarianas acontecem, é possível estabelecer relações entre a ideologia por trás dessa dieta, o modelo de consumo da sociedade contemporânea e a construção da identidade do sujeito pós-moderno. O consumo está diariamente presente no cotidiano contemporâneo, tanto fisicamente quanto virtualmente. Bauman (2008) afirma que as próprias pessoas na “sociedade de consumidores” se tornaram mercadorias. Perante esse ambiente, os modos de se relacionar e a formação da identidade mudam na mesma velocidade com que os produtos são ofertados. Para manter essa “sociedade de consumidores”

a própria sociedade reforça um estilo de vida consumista, que consegue manter a intensidade do desejo de comprar e trabalhar para comprar.

Ainda sobre o contexto no qual o vegetarianismo está inserido, é importante compreender de que maneira ocorre a formação da identidade num mundo globalizado, e a constante angústia por transformação. Hall (2006) afirma que o sujeito pós-moderno, que representa os membros da sociedade atual, possui uma identidade instável. Ou seja, o sujeito pós-moderno está sempre buscando por outras identidades que o representem em determinado momento da vida. Em consequência disso, podemos observar, atualmente, as várias identidades que são formadas e descobertas diariamente. A dieta vegetariana insere-se nisso como uma forma de identificação entre sujeitos que concordam sobre o não consumo de carne, seja por questões de saúde, sustentabilidade ou por conta dos maus tratos aos animais. Desse modo, com os resultados obtidos a partir desta pesquisa, pretende-se contribuir para a reflexão sobre o ambiente em que todos estamos inseridos. Esse meio em que vivemos têm influência em nossos hábitos de consumo e na formação de nossa identidade, seja enquanto acadêmico ou indivíduo social. Além disso, os resultados desta pesquisa colocam em debate também o papel do vegetarianismo na sociedade contemporânea.

O presente trabalho tem como objeto de estudo as postagens e entrevistas com os integrantes do grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil, que possui mais de 53 mil membros no Facebook (Novembro, 2018), cujo objetivo é compartilhar receitas e tirar dúvidas de vegetarianos iniciantes ou que estão em processo de transição para o vegetarianismo e até para o veganismo. A metodologia utilizada para essa pesquisa foi a Etnografia para a internet e as ferramentas utilizadas foram a observação participante e entrevista em profundidade. As entrevistas foram realizadas com roteiro semi-estruturado com três integrantes do grupo via vídeo e uma administradora via mensagens no aplicativo Messenger no Facebook.

Antes de começar a escrever o presente trabalho foi de imprescindível importância buscar o que já havia sido pesquisado sobre o tema e com a metodologia pretendida, a etnográfica. Em vista disso, a seguir será trazido o estado da arte com a relação das principais pesquisas que foram importantes para a construção desta pesquisa.

Para a seleção de artigos que auxiliaram o presente trabalho foi realizada uma pesquisa no site Google Acadêmico com as palavras-chave vegetarianismo, identidade e consumo. A partir disso, foram selecionados nove artigos para a leitura e análise. Desses nove artigos, dois se mostraram de maior interesse para a autora. Os artigos “Conflitos à mesa” de 2016 e O Vegetarianismo como Estilo de Vida e Postura de Consumo: uma análise dos fatores influentes na adoção de uma dieta vegetariana de 2012, além de abordarem o tema geral que é o vegetarianismo, identidade de consumo, também se mostraram pertinentes por utilizarem da mesma linha metodológica e ferramentas que esta pesquisa utilizou.

O primeiro artigo “Conflitos à mesa”, escrito por Juliana Abonizio em 2016, trata sobre a experiência de ser vegetariano e busca entender os conflitos diários vivenciados por quem escolheu a dieta. A pesquisa foi uma “autoetnografia” em vista de que a autora é vegetariana. No trabalho ela buscou compreender melhor sobre esse tema (vegetarianismo) que já era familiar, mas que trouxe com os resultados da pesquisa inúmeros novos significados. Desse modo, esse artigo pôde me inspirar a construir a presente pesquisa.

Já o artigo “O Vegetarianismo como Estilo de Vida e Postura de Consumo: uma análise dos fatores influentes na adoção de uma dieta vegetariana”, escrito por Anderson Ricardo Rodrigues e outros autores em 2012, investiga quais as principais motivações e fatores que influenciam na escolha por uma dieta vegetariana. A pesquisa se deu por entrevistas qualitativas, analisando cada discurso dos entrevistados e identificando os mais representativos. Esse trabalho auxiliou na construção teórica e metodológica deste trabalho de conclusão de curso. Foi possível entender quais os possíveis rumos a seguir para se chegar a um bom resultado de pesquisa.

Após a explanação sobre o tema do presente trabalho, o problema de pesquisa desta investigação se caracteriza a partir da pergunta: Quais são os fatores de identificação e consumo que influenciam na escolha por uma dieta vegetariana? O objetivo geral do trabalho busca compreender como se dão os processos de identificação e consumo dos integrantes do grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil. Como objetivos específicos foram listados quatro: 1) Conhecer os hábitos de consumo dos integrantes do grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil; 2) Realizar levantamento de informações sobre a identidade dos integrantes do grupo

VEGetariANOS Iniciantes Brasil; 3) Investigar de que maneira o grupo auxilia os integrantes; 4) Identificar os principais fatores que levaram os integrantes do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil a aderirem ao vegetarianismo.

Este trabalho é composto por quatro capítulos: dois teóricos, um teórico-metodológico e um último analítico. No primeiro capítulo teórico do trabalho faço uma reflexão sobre os diferentes modos de ver e entender a sociedade de consumo. Com um viés mais pessimista trago Bauman (2008) com “Vida para consumo”, onde é abordado um contexto em que a sociedade de consumo transforma pessoas em mercadoria e dessa maneira o consumo afeta diretamente sua subjetividade e identidade. Já Barbosa (2004) em “Sociedade de consumo”, explica que qualquer ação de consumo nada mais que é essencialmente uma ação cultural. Trago também uma reflexão sobre os processos de identificação do sujeito pós-moderno que, segundo Hall (2006), está numa constante busca por conhecimento de tal maneira que sua identidade está sempre incompleta, o fator primordial para tal característica é a globalização. Ainda nesse capítulo levanto um importante argumento sobre como o consumo de alimentos está diretamente relacionado com a cultura, questionando sobre e porquê comemos o que comemos.

O segundo capítulo deste trabalho é destinado à temática vegetarianismo. No primeiro subcapítulo apresento sucintamente qual o papel do vegetarianismo durante a história, expondo suas relações culturais e até religiosas com a nossa sociedade. Após essa introdução, trago através de apontamentos sobre documentários, possíveis motivações para aderir à dieta. Esses documentários se mostraram peças primordiais para compreender melhor a ideologia por trás da dieta. Por último, mostro quando e como o vegetarianismo chegou ao Brasil e também sobre como o interesse por essa causa vêm crescendo no país.

Para realizar uma etnografia, são necessárias muitas etapas e é sobre isso que se trata o capítulo três. Na primeira seção mostro o caminho percorrido pela etnografia na antropologia até chegar à etnografia para a internet, utilizada na presente pesquisa. A segunda seção diz respeito às ferramentas utilizadas, a observação participante e a entrevista em profundidade. Além de explicá-las, é trazido também como se deu a seleção dos entrevistados e de que maneira as ferramentas foram utilizadas para se chegar ao resultado esperado no trabalho. Na

terceira seção são apresentadas e explicadas as categorias de análise, como foram criadas e por quais motivos.

No capítulo quatro são apresentadas as análises e interpretações dos dados obtidos através da pesquisa. Iniciando pela apresentação do grupo e sua história, onde foi possível obter informações importantes através de entrevista com uma das mais antigas administradoras do grupo. Na segunda seção são apresentados os entrevistados e uma breve introdução sobre o que cada um disse durante sua entrevista. A última grande sessão de análise trata-se dos resultados e relações obtidas e estabelecidas com as entrevistas e postagens do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil.

1 IDENTIDADE, CONSUMO E ALIMENTAÇÃO

1.1 Sociedade de consumo

Para compreender melhor o contexto no qual as práticas vegetarianas acontecem, serão trazidas aqui diferentes perspectivas sobre o consumo da sociedade de consumo. É importante entender que nos livros sobre essa temática há divergências teóricas. Mary Douglas e Baron Isherwood (2013) afirmam que na literatura sobre o consumo, a tendência geralmente é pressupor que as pessoas consomem por dois ou três motivos: bem-estar material, bem-estar psíquico e exibição.

Os dois primeiros são necessidades individuais: a necessidade de se alimentar, vestir e abrigar, e de paz de espírito e recreação. A última é um termo geral que cobre todas as demandas da sociedade. Estas, então, tendem a ser resumidas, grosseiramente, como exibição competitiva (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 20).

Douglas e Isherwood (2013) refletem ainda sobre a necessidade de o consumo ser reconhecido também como um complemento do sistema social que entende a estrutura do trabalho. Ver o consumo como um integrante da necessidade de relacionar-se em sociedade e também ter materiais mediadores que estabeleçam essas relações.

O ato de consumir em si sempre existiu, pela necessidade biológica de sobrevivência do ser humano. A diferença no consumo atual, segundo Bauman (2008), é que agora ele pode ser identificado como o fator central da “sociedade de consumidores”. Esse fator influencia diretamente em diversos aspectos da vida pessoal de cada indivíduo da sociedade. Além de influenciar também em como a pessoa enxerga a si mesma e em como projeta essa imagem aos outros. A “comodificação” é um termo utilizado por Bauman e que se refere ao ato de transformar pessoas em mercadorias. Segundo ele:

Na sociedade de consumidores ninguém pode se tornar sujeito sem primeiro virar mercadoria, e ninguém pode manter segura sua subjetividade sem reanimar, ressuscitar e recarregar perpétua as capacidades esperadas e exigidas de uma mercadoria vendável (BAUMAN, 2008, p.20).

A lógica das pessoas como mercadoria se expande para todos os aspectos da vida, influenciando diretamente na formação da sua identidade e personalidade. Dessa maneira, as pessoas passam a desenvolver gostos e estilos de vida pensando como uma mercadoria que pretende ser vendida. Numa “sociedade de consumidores” só é possível desenvolver uma identidade, consumindo ou sendo consumido.

O “consumismo” é um tipo de arranjo social resultante da reciclagem de vontades, desejos e anseios humanos rotineiros, permanentes e, por assim dizer, ‘neutros quanto ao regime’, transformando-os na principal força propulsora e operativa da sociedade, uma força que coordena a reprodução sistêmica, a integração e a estratificação sociais, além da formação de indivíduos humanos, desempenhando ao mesmo tempo um papel importante nos processos de auto identificação individual e de grupo, assim como na seleção e execução política de vida individuais (BAUMAN, 2008, p. 41).

Nesse sentido, é entendido que se consome para aumentar o valor da sua mercadoria, ou seja, a sua própria imagem perante a sociedade. Bauman (2008) compreende que consumir significa investir na “vendabilidade” de si. O consumismo, portanto, influencia diretamente nos processos de identificação e nas formações dos grupos sociais. O simples ato de consumir é sinônimo de construir uma identidade. Seguindo a premissa de que é preciso “ter para ser”, é possível estabelecer relações com as características do sujeito pós-moderno que, segundo Hall (2006), vão formando sua identidade com uma angústia constante por conhecimento. Isso se dá principalmente pelo ceticismo, que é a principal característica desse sujeito.

Até aqui, é visível a posição negativa de Bauman (2008) sobre a sociedade de consumo. Porém, há outras perspectivas de consumo que diferem dessa apresentada até aqui. Como já foi dito, consumo em si não é algo particular da sociedade contemporânea. Barbosa (2004) defende que consumir, seja por necessidade ou não, é uma atividade presente em toda sociedade humana e que há no meio acadêmico-teórico certo preconceito com relação aos estudos sobre consumo. Barbosa (2004) afirma que:

O termo sociedade de consumo vem frequentemente associado a outros conceitos como sociedade de consumidores, cultura de consumo, cultura de consumidores e consumismo, que são, na maioria das vezes, usados como sinônimos uns dos outros (BARBOSA, 2004, p. 8).

Barbosa (2004) defende que essa relação negativa que autores como Bauman (2008) abordam sobre o consumo, traz consigo um conjunto de atributos negativos tais como: perda de autenticidade das relações sociais, materialismo e superficialidade. Isto se dá pois, segundo Barbosa (2004), essa perspectiva desfavorável sobre o consumo geralmente estabelece relações íntimas entre consumo e estilos de vida, identidade, comoditização da realidade, o signo como mercado e reprodução. Enquanto autores como Mary Douglas “[...] investigam como o consumo se conecta com outras esferas da experiência humana e em que medida ela funciona como uma ‘janela’ para o entendimento de múltiplos processos sociais e culturais” (BARBOSA, 2004, p. 11). Barbosa (2004) reflete ainda sobre como toda e qualquer ação de consumo é primordialmente cultural.

As atividades mais triviais e cotidianas como comer, beber e se vestir, entre outras, reproduzem e estabelecem mediações entre estruturas de significados e o fluxo da vida social através dos quais identidade, relações e instituições sociais são formadas, mantidas e mudadas ao longo do tempo. Mais ainda, através do consumo atos locais e mundanos são relacionados a forças globais de produção, circulação, inovação tecnológica e relações políticas que nos permitem mapear e sentir na vida cotidiana aspectos que de outra forma nos parecem extremamente distanciados e presentes apenas nas discussões políticas sobre as desigualdades regionais e sociais (BARBOSA, 2004, p. 13).

Lívia Barbosa (2004) explica que a consequência dessas associações equivocadas que são feitas ao consumo, de maneira a vê-lo apenas como sinônimo de ostentação e abundância, é o envolvimento da sociedade de consumo e o consumo em si em debates moralistas sobre as suas possíveis consequências negativas na sociedade contemporânea. A autora ainda diz que em vista dessa crítica moral sobre o consumo, os estudos teórico-acadêmicos acabam sendo voltados sempre para esse lado de alienação. Ela afirma também sobre como todo esse apego material sempre esteve presente na sociedade, ou seja, não é uma característica da sociedade atual.

Mary Douglas e Baron Isherwood (2013) apontam a importância do consumo para a construção das identidades e outros elementos da sociedade como um todo. “O consumo é algo ativo e constante em nosso cotidiano e nele desempenha um papel central como estruturador de valores que constroem identidades, regulam relações sociais, definem mapas culturais” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 08).

Para os autores consumir é praticar o sistema de classificações que está a nossa volta para si mesmo, de modo que, esses códigos são inclusivos em dois sentidos. Por um lado, dos novos bens que se agregam ao consumidor e é por ele associado aos demais e, por outro lado, é inclusivo de identidades e relações sociais que são, a partir do consumo, criadas na vida cotidiana.

Em geral, quando se fala em consumo [sobretudo no âmbito da mídia], o discurso proferido o faz a partir de alguns enquadramentos preferenciais. O consumo pode ser explicado como essencial para a felicidade e realização pessoal, em um enquadramento *hedonista*. Pode ser explicada a partir do enquadramento *moralista*, no qual o tom é denunciatório e o consumo é responsabilizado por diversas mazelas da sociedade. Pode ser ainda explicado num enquadramento *naturalista*, ora atendendo a necessidades físicas, ora respondendo a desejos psicológicos (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 10)

Em consequência dessas perspectivas, percebemos que o consumo já foi entendido como algo negativo perante a sociedade e pesquisadores. Mas atualmente vem, aos poucos, se mostrando nas pesquisas como apenas mais um elemento primordial e necessário para a vida em sociedade. Nas palavras de Mary Douglas e Baron Isherwood (2013) “A produção é sacrifício que engrandece, e o consumo é prazer que condena” (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p. 12).

1.2 Processos de identificação

O sujeito pós-moderno tem como norteadores para a construção da sua identidade o homem racional e científico. Além disso, Hall (2006) afirma que a globalização é a principal provocadora do deslocamento das identidades nacionais para identidades culturais. Isto é, esse deslocamento permitiu aos indivíduos da sociedade contemporânea uma nova forma de se comunicar com o mundo externo, e assim, uma nova forma de se reinventar internamente. Perante esse contexto globalizado em que se encontra, o sujeito se vê diante de uma variedade de referências culturais, onde acaba tendo “crises de identidade”. Dessa maneira, Hall (2006) acredita que:

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de

significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidade possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2006, p.13).

Assim, Hall (2006) nos mostra como os processos de identificação estão em constante desenvolvimento, ou seja, eles estão sempre “incompletos”. A ideia de uma identidade “resolvida” ou “fixa” é uma construção social ultrapassada e que desconsidera a expressão do inconsciente, grande descoberta de Freud e que contribuiu para a descentralização do sujeito na identidade cultural. Outro fator abordado por Hall (2006) e que é considerado e reforçado por ele, como o principal motivo para os deslocamentos nas identidades culturais, é a globalização. A partir desse fator, foi possível o sujeito pós-moderno ter acesso a outras diversas identidades e estabelecer também uma nova forma de se socializar. Essas novas formas de identificação e socialização, em um contexto híbrido, facilitam a busca do sujeito pelo “remédio” para a sua angústia por conhecimento.

Um exemplo prático para compreender essas novas formas de identificação e consumo são as redes sociais. Seguindo a lógica da mercadoria de Bauman (2008) e a das sociedades “líquido-modernas” também de Bauman (2001), termo utilizado pelo autor para se referir à fragilidade da sociedade contemporânea, as redes sociais são sintomas desse modelo de consumo. Isto ocorre pois nas redes sociais acontece a venda e também a construção das nossas principais mercadorias: nossas identidades. Em consequência disso, os grupos de Facebook podem ser vistos como grupos de identificação, mas também de consumo, no quais os integrantes dispõem dos mesmos interesses e buscam, através de compartilhamento de informações, fotos e vídeos, se relacionar e agregar conhecimento às suas identidades.

Segundo Hall (2006) “As sociedades modernas são, portanto, por definição, sociedades de mudança constante, rápida e permanente. Está é a principal distinção entre as sociedades ‘tradicionais’ e as ‘modernas’” (HALL, 2006, p. 14). O autor reflete sobre como, na modernidade, o sujeito não experiencia apenas essa convivência de rápidas mudanças, mas também uma forma de vida extremamente reflexiva, questionando e examinando constantemente suas ações sociais. Isso se dá pelo impacto da globalização nas relações sociais. Essa interconexão faz com que transformações sociais ocorram com maior impacto.

Hall (2006) defende também que a sociedade não é como muitos estudiosos pensaram que seria, unificada e uma totalidade. Pois a sociedade em que vivemos está constantemente se deslocando por forças exteriores. Produzindo assim diversas identidades para todos os indivíduos. O autor conclui que pode haver nessas sociedades modernas um “jogo de identidades”, no qual as diversas identidades de um sujeito podem ser contraditórias entre si. Somos então constantemente bombardeados com diferentes tipos de identidades, que fogem até mesmo da nossa própria cultura. Isso se dá pela globalização que segundo Hall (2006) permite que:

As pessoas que moram em aldeias pequenas, aparentemente remotas, em países pobres, do ‘Terceiro Mundo’, podem receber, na privacidade de suas casas, as mensagens e imagens das culturas ricas, consumistas, do Ocidente, fornecidas através dos aparelhos de TV ou de rádios portáteis, que as prendam à ‘aldeia global’ das novas redes de comunicação (HALL, 2006, p. 74).

Resumidamente, podemos compreender que estamos cercados de diversas identidades culturais e não mais apenas nacionais. Por isso, temos mais possibilidades e novas posições de identificação, o que torna as nossas identidades mais políticas e menos fixas.

1.3 O consumo de alimentos por influência cultural

Para compreender a ideologia por trás da dieta vegetariana é importante saber também qual o papel da alimentação na vida em sociedade. Segundo DaMatta (1986) os hábitos alimentares podem ser entendidos, teoricamente, como práticas culturais. Isso acontece, pois, o meio cultural no qual o indivíduo está inserido acaba influenciando diretamente no que o mesmo vai consumir. Para conseguir enxergar essa relação basta observar como os hábitos alimentares mudam de região para região do país e do mundo. Em cada lugar há uma comida típica e que diz muito sobre a personalidade e identidade de quem vive em determinada região.

DaMatta (1986) diferencia o alimento e a comida. Para o autor, o alimento refere-se a algo neutro e relativo à necessidade básica humana de se alimentar, enquanto a comida é um fator determinante na identidade dos indivíduos da

sociedade. Diante dessa perspectiva, a expressão “hábitos alimentares” carrega certa oposição, em vista de que hábitos se refere a algo cultural, enquanto o alimento em si é algo neutro. Os “hábitos alimentares” nos levam a refletir sobre o papel e construção do vegetarianismo na sociedade. Pois vivemos em um contexto onde o natural é se alimentar com produtos de origem animal, porém quando se tem acesso a informações é possível entender que existe a possibilidade de ter uma dieta saudável e rica em nutrientes, se alimentando de verduras, legumes e grãos. Portanto é possível gerar uma reflexão sobre o modelo de consumo que nos é imposto em vários âmbitos da vida social.

O consumo representa nosso estilo de vida, classe e grupo sociais (SAHLINS, 2004). Ele vai além das nossas necessidades biológicas. Consumimos pelo valor simbólico que os produtos possuem. Nesse sentido, temos uma razão cultural para os nossos hábitos alimentares. Temos uma razão cultural para identificar o que é entendido como comestível e o não comestível. Sahlins (2004) em sua reflexão sobre o contexto alimentar americano, onde alguns animais são comestíveis e outros não, diz que:

Cães e cavalos participam da sociedade americana na condição de sujeitos. Têm nomes próprios e, na verdade, estamos habituados a conversar com eles de um modo que não fazemos com porcos e bois. Cães e cavalos são julgados não comestíveis (SAHLINS, 2004, p. 188).

O autor afirma que há uma humanização de alguns animais e por esse fator, alguns não servem de alimento, possuindo uma relação de trabalho ou de “membro da família”. Já os animais como porcos e bois possuem um papel de objeto, os quais não possuem direitos, sendo anônimos em nossa sociedade. Essa humanização seletiva sobre determinados animais se diferencia em cada país. Na Índia, por exemplo, a vaca é considerada sagrada e lá seria totalmente errado se alimentar da mesma.

A autora Melanie Joy (2014) aborda em seu livro “Porque Amamos Cachorros, Comemos Porcos e Vestimos Vacas”, o termo “carnismo” criada por ela mesma e refere-se a pessoas que optam ou que acreditam ser ético comer carne. A autora viu a necessidade de criar tal termo em vista de que o vegetarianismo está geralmente relacionado não apenas à dieta, mas também aos valores éticos e

morais do indivíduo que opta por não se alimentar de carne. Nesse sentido, Melanie entendeu que faltava um termo mais coerente para os “comedores de carne”.

[...] O termo ‘comedor de carne’ isola a prática de consumir carne, como se ela não tivesse relação com as crenças e valores da pessoa. Sugere que a pessoa está agindo fora do sistema de crenças. Mas será que comer carne é de fato um comportamento que existe independentemente de um sistema de crenças? Comemos porcos e não cachorros porque não temos um sistema de crenças quando se trata de comer animais? (JOY, 2014, p. 31).

A autora reflete sobre como não vemos o ato de comer carne como é visto o vegetarianismo, um conjunto de propósitos em que envolvem os animais e o mundo. Dessa maneira, é entendido que deve se comer carne pois é “natural” ou porque é como as coisas sempre foram e sempre serão. Melanie Joy (2014) afirma que não comemos carne porque precisamos, para sermos saudáveis ou para sobreviver, mas porque optamos por comer. Essa escolha se dá pelo comportamento influenciado por um sistema de crenças invisível, esse sistema é o que a autora chama de “carnismo”.

O carnismo é o sistema de crenças que nos condiciona a comer certos animais. Muitas vezes definimos as pessoas que comem carne como carnívoras. Mas, carnívoros são, por definição, animais que dependem da carne para sobreviver. Os consumidores de carne não são meramente onívoros. Um onívoro é um animal – humano ou não humano – que tem aptidão fisiológica para ingerir tanto vegetais quanto carne. Mas tanto ‘carnívoro’ como ‘onívoro’ são termos que descrevem a constituição biológica do indivíduo, não uma opção filosófica (JOY, 2014, p. 32).

Além de introduzir esse novo termo, a autora questiona sobre como os estilos de vida dominantes são tidos como uma representação de valores universais. O que consideramos normal, na verdade, é apenas o comportamento da maioria. É por isso, segundo Melanie Joy (2014), que até o momento não se tinha um nome para o carnismo, por ser uma ideologia invisível e tão impregnada em nossa sociedade. A autora também afirma que faz sentido o vegetarianismo ter sido nomeado antes que o carnismo “É mais fácil reconhecer ideologias que não se enquadram na corrente dominante” (JOY, 2014, p.34). Outro fator que para ela foi determinante para que o vegetarianismo fosse rotulado anteriormente ao carnismo, é que se não damos

nome ao fenômeno ou estilo de vida, não podemos falar sobre e dessa maneira, não podemos questioná-lo.

2 VEGETARIANISMO

2.1 Definição e história do Vegetarianismo

Historicamente, o hábito de se alimentar exclusivamente de vegetais e plantas está presente na raça humana há cinco milhões de anos. Segundo Cristina Rodrigues (2005) no livro “Introdução ao Vegetarianismo”, o nosso antepassado mais antigo conhecido como “Australopithecus Anamensis” tinha o hábito de se alimentar, na maioria das vezes, com sementes, frutas e folhas. Os estudos mostram que os homens dessa espécie tinham uma personalidade pacífica e buscavam conviver em harmonia com os animais. Mais tarde, com a descoberta do fogo e a invenção das armas, os homens começaram a caçar em grupos e passaram a ver os animais, cada vez mais, como alimentos ou “máquinas”. Posteriormente, em alguns países como Egito, China e Japão, alguns grupos passaram a adotar a dieta vegetariana por questões religiosas ou culturais.

Na China e Japão Antigos [século III, AC], o clima e os terrenos eram propícios à prática do vegetarianismo. O primeiro profeta-rei chinês Fu Xi, era vegetariano e ensinava às pessoas a arte do cultivo, as propriedades medicinais das ervas e o aproveitamento de plantações para roupas e utensílios [...]. A Índia, ligado ao Budismo e Hinduísmo, religiões que sempre enfatizaram o respeito aos seres vivos, considerava os cereais e frutos como a melhor forma [mais equilibrada] de alimentar a população. Juntamente com estas práticas religiosas, certos exercícios, como o yoga, associaram-se ao não consumo de carne, para alcançar a harmonia e ascender a níveis espirituais superiores (RODRIGUES, 2005, p. 3).

O vegetarianismo também influenciou grandes pensadores como Pitágoras, Sócrates, Platão e Aristóteles (RODRIGUES, 2005, p. 4). Todos defendiam o valor de uma vida mais natural. Segundo a autora Melanie Joy (2014), as pessoas que optavam por não comer carne eram chamadas de “pitagóricos”, porque acreditavam na filosofia alimentar que Pitágoras seguia e só no século XIX foi de fato criado o termo “vegetariano” (JOY, 2014, p.34). Pitágoras defendia a ideia de que o ato de matar um animal tornava bruta a alma do homem e que uma dieta baseada em vegetais seria muito mais saudável para o corpo humano (RODRIGUES, 2005, p.4).

Desde os anos 80 a consciência popular tem-se focado cada vez mais num regime de vida saudável. O vegetarianismo passou então a

ser associado à saúde e dados cada vez mais concretos apontaram a carne como causa de inúmeras doenças. Conseqüentemente, o não consumo de carne e outros produtos animais foi associado a não-violência e ao respeito pelos animais. Desde então organizações de defesa animal e promoção do vegetarianismo/veganismo começaram a ganhar cada vez mais força e a desenvolver ações mundiais (RODRIGUES, 2005, p. 8).

Percebemos com essa breve história do vegetarianismo, que sua filosofia está presente há bastante tempo na história da humanidade. A população mundial vem se interessando cada vez pelo vegetarianismo e buscando saber seus pressupostos. Em consequência disso, estudos que buscam entender de que maneira o vegetarianismo vêm afetando as mudanças sociais e ideológicas são de extrema importância para saber o caminho que a sociedade contemporânea está tomando.

2.2 Fatores influenciadores na escolha pelo vegetarianismo

Perante o contexto o qual o natural é consumir alimentos de origem animal, optar por uma dieta vegetariana pode ser visto como um desafio. Entender de que maneira ocorre essa escolha é essencial para refletir sobre como o hábito de se alimentar pode ser mais complexo do que parece. Influenciando até mesmo a construção, e reconstrução, da identidade e dos modos de consumir de um indivíduo ou grupo.

São vários os fatores sociais, ambientais e de direitos animais que podem influenciar na escolha por uma dieta vegetariana. Dentre eles, podemos citar alguns possíveis motivos como: o respeito à vida animal, a sustentabilidade e a saúde. É importante salientar sobre como a globalização e a internet permitiram o acesso à informação para quem busca diminuir ou entender sobre as consequências do consumo de alimentos de origem animal e da indústria agropecuária.

Foi possível perceber, nas pesquisas realizadas sobre o tema na internet, a importância dos documentários no universo vegetariano para obter conhecimento e argumentos. Em consequência disso, serão trazidos aqui alguns apontamentos sobre documentários que podem vir a auxiliar no entendimento e nas possíveis respostas para o problema de pesquisa do presente trabalho.

O documentário brasileiro de 2005 “A Carne é Fraca” (A CARNE É FRACA, 2005), produzido pelo instituto Nina Rosa mostra, além dos maus tratos aos animais, algumas questões sobre a indústria agropecuária na sustentabilidade brasileira e até mesmo sobre a saúde humana ao consumir carne. Esse documentário brasileiro é um dos mais conhecidos, pois consegue trazer diversos argumentos com propriedade. Um dos argumentos é que a agropecuária é a atividade humana que mais lança gás carbônico e metano na atmosfera, acelerando assim o aumento da temperatura do planeta. Outro argumento é o de que os animais, na indústria da agropecuária, são vistos como meras máquinas cujo objetivo de vida é apenas produzir, dos pés à cabeça, alimentos para a raça humana.

Com um viés mais impactante sobre a vida animal, o documentário estadunidense “Terráqueos – Faça a conexão” ou “Earthlings” (TERRÁQUEOS, 2005) foi lançado em 2005 e tem como objetivo central mostrar todas as formas de uso dos animais para a humanidade, seja enquanto comida, vestuário, desenvolvimento científico ou até mesmo para entretenimento. As imagens têm como objetivo principal mostrar toda a realidade por trás das indústrias que utilizam os animais como meros produtos ou serviços. Portanto, a produção contém imagens extremamente fortes e sensíveis. “Terráqueos” é um documentário também muito conhecido no universo vegetariano. Há controvérsias sobre o modo como o tema é abordado, justamente por trazer imagens fortes. Porém, ainda assim, é um dos documentários mais indicados para quem busca entender e conhecer a crueldade por trás de todas as indústrias que utilizam os animais para seus produtos ou serviços.

Outro documentário estadunidense que é conhecido no meio vegetariano é o “Cowspiracy: o segredo da sustentabilidade” (COWSPIRACY, 2014). Ele busca, como o próprio nome afirma, apresentar dados ambientais sobre o impacto da indústria da agropecuária na sustentabilidade. Um dos fatos que mais causa impacto ao assistir o documentário é o fato de que para produzir um hambúrguer são necessários dois mil e quinhentos litros de água, o que equivale a dois meses de banho. Há também o fato de que a maior parte de água usada nos EUA vai para a agropecuária, e não para o consumo humano. Apesar de serem dados exclusivos ao território estadunidense, é um documentário que soma à reflexão sobre os impactos ambientais causados pela agropecuária.

Figura 1 – Um hambúrguer equivale a 2500L de água



Fonte: <http://www.veggietal.com.br/cowspiracy-infografico/>

O último documentário trazido aqui, para contribuir à reflexão do campo que dá as respostas que responderão o problema do presente trabalho, é o documentário, também estadunidense, “What the health ou O que é saúde” (WHAT THE HEALTH, 2017) realizado em 2017. O documentário é uma continuação de “Cowspiracy: o segredo da sustentabilidade” e expõe as relações entre as indústrias de carne, ovo, leite e a indústria farmacêutica. Com falas de importantes médicos e especialistas da área, mostra como a mudança de uma dieta animal para uma dieta vegetal, pode fazer a diferença no organismo humano. O filme ainda mostra relações corruptas entre organizações estadunidenses, que supostamente deveriam combater as causas de doenças como a diabetes, porém as mesmas recebem propina de grandes empresas de carne e laticínios. Alimentos esses que, a partir de estudos realizados por Harvard, foram comprovados como cancerígenos do tipo 1. Todo o ambiente exposto no documentário causa uma reflexão sobre o modelo de consumo e de que modo isso é imposto diariamente em nossa rotina. Por fim, há o relato de duas pessoas que possuíam seríssimos problemas de saúde e após iniciarem uma dieta a base de vegetais, conseguiram se recuperar.

Segundo o site da SVB (Sociedade Vegetariana Brasileira, 2017), as razões para se tornar vegetariano/a são:

- A ética: entender que o abatimento de animais para consumo humano é uma forma de crueldade, em vista de que os mesmos sentem dor e sofrimento durante todo o processo.
- A saúde: onde já é comprovado cientificamente que uma dieta com alimentos de origem vegetal é mais saudável que uma dieta de origem animal. Em vista de que, também já foi comprovado que o consumo de carne está diretamente ligado à doenças como diabetes, obesidade e

até mesmo câncer. • Meio ambiente: a partir de dados publicados pela ONU, já é de conhecimento público que a indústria que mais polui o meio ambiente, seja nos rios, na camada de ozônio ou por desmatamento, é a agropecuária. • Sociedade: pois a produção em excesso de alimentos gera um maior desperdício. Ainda mais pelo fato de que, a maioria desses alimentos (por exemplo, a soja) vão para os animais e o que sobra acaba sendo jogado fora.

A SVB (Sociedade Vegetariana Brasileira, 2017) ainda mostra também que, segundo alguns estudos, a principal motivação para as pessoas aderirem a dieta vegetariana é a ética, seguido da saúde e depois as outras motivações, em menor porcentagem.

2.3 Vegetarianismo no Brasil

No Brasil, o vegetarianismo começou a ganhar força em 1921, com a possibilidade da criação de uma Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB). Porém foi apenas no ano de 2003, a partir dos registros oficiais da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), que o vegetarianismo consegue uma grande visibilidade no país. Um ano depois, em novembro de 2004, ocorreu em Florianópolis o 36º Congresso Vegetariano Mundial. Atualmente, a dieta vegetariana vem sendo muito mais discutida no ambiente social, sejam pelas questões de saúde, ética, direitos dos animais ou sustentabilidade. A sociedade de consumidores, já abordada aqui e trazida por Bauman (2008), pode ser diretamente relacionada com a indústria agropecuária e seu funcionamento. Em vista de que é imposta ou “vendida”, para todos os membros da sociedade, a ideia de que o ato de se alimentar com carne ou qualquer outro alimento de origem animal é a maneira mais saudável de se conseguir os nutrientes necessários.

Atualmente, as estatísticas mostram que o brasileiro está se interessando cada vez mais pela causa vegetariana. Segundo uma pesquisa publicada pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB, 2018) em maio de 2018, e realizada em abril de 2018 pelo IBOPE Inteligência (IBOPE, 2018), 14% da população brasileira se declara vegetariana. A pesquisa ainda mostra que nas regiões metropolitanas de algumas cidades brasileiras, essa porcentagem sobe para 16%. A pesquisa foi realizada em 142 municípios nas capitais, Norte, Centro-Oeste, Nordeste, Sul e

Sudeste do Brasil. Essa atual porcentagem de 14% representa quase 30 milhões de brasileiros que se dizem adeptos à dieta vegetariana e corresponde a um aumento de 75% desde a última pesquisa realizada em 2012. Outro ponto abordado pela pesquisa foi o interesse por produtos veganos. Mais da metade (55%) afirmaram que consumiriam mais produtos veganos se os mesmos estivessem melhor indicados na embalagem e 60% se os preços dos produtos veganos fossem o mesmo valor dos produtos que já estão acostumado a consumir.

Figura 2 – Cresce o número de vegetarianos no Brasil



Fonte: <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana/>

Esse fato histórico para o Brasil nos faz perceber que há uma tendência em que parte da população está buscando uma alimentação não só mais saudável, mas também mais sustentável e ética. Há também o viés de que agora é possível ter mais acesso às informações sobre os impactos da carne na saúde e no meio ambiente. É importante pontuar que o vegetariano é aquele que se alimenta exclusivamente de sementes, cereais, grãos, vegetais e frutas. Porém, há certa pluralidade de dietas dentro do vegetarianismo, em vista de que para alguns existe

uma dificuldade na transição para essa dieta que abstém qualquer alimento de origem animal. Em consequência disso, o presente trabalho pretende considerar também as postagens e entrevistas de integrantes que estão em transição para o vegetarianismo, a fim de enriquecer a pesquisa com todas as perspectivas e pluralidade que a dieta vegetariana carrega.

3 ETNOGRAFIA

3.1 Práticas etnográficas: da antropologia para a internet

Conhecida principalmente por sua aplicação no estudo da antropologia, a etnografia tem como principal característica a busca por um entendimento profundo de algum grupo ou cultura, seja ele familiar ou não para o pesquisador. É definida também como uma metodologia qualitativa e empírica. Inicialmente, esse método teórico-prático foi muito usado para entender aldeias e povos distantes da nossa civilização convencional (TRAVANCAS, 2012). Para tal, eram necessárias longas viagens e longos períodos. Porém, posteriormente alguns cientistas sociais mostraram que poderíamos estudar culturas diferentes também em nosso próprio território, em nossa cidade ou bairro. A Escola de Chicago revolucionou o modo de pensar e aplicar a etnografia.

Dessa maneira, um novo leque de campos para pesquisa se abriu para as práticas etnográficas. O pesquisador agora não só pode estudar uma sociedade ou cultura diferente da dele, como também a que ele está inserido. Travancas (2012) divide a etnografia tradicional em três etapas: a primeira se trata de um levantamento bibliográfico e leitura, a segunda é a criação de um caderno de campo para o pesquisador anotar questões que norteiam o tema de sua pesquisa e a terceira é a entrada do pesquisador no grupo. A partir disso utiliza-se então os instrumentos de pesquisa como observação participante e entrevistas abertas ou em profundidade. É importante ressaltar que na etnografia o que conta não são os dados e sim as informações subjetivas de cada grupo ou cultura a ser estudado. A autora acredita que uma das qualidades da pesquisa qualitativa é justamente a proximidade com o entrevistado:

A maneira como ele se expressa, o tom de voz que usa; o seu entusiasmo ao falar de determinados assuntos; a relação de confiança que se estabelece entre pesquisador e pesquisado e que ajudará em outras etapas da pesquisa; a percepção das contradições no seu discurso; e mesmo a possibilidade de abordagem de temas mais complexos ou mesmo delicados (TRAVANCAS, 2012, p. 106).

Travancas (2012, p. 106) escreve também sobre a importância do interesse por parte do pesquisador sobre o grupo/tema a ser estudado: “Não creio que estar

próximo do grupo investigado seja fundamental, mas acho, sim, que ter um enorme interesse e uma grande curiosidade em conhecê-lo melhor é fundamental”. Em vista disso, cabe reforçar aqui o interesse no tema do presente trabalho para a autora, que é vegetariana e se interessa pela causa desde 2014, com idas e vindas durante a transição.

Com o passar dos anos e avanços tecnológicos, a etnografia começou a ser usada também para entender fenômenos na internet. Christine Hine (2016) reflete sobre como as mídias sociais nos deram a oportunidade de estabelecer novas formas de experiências, identidades e interações. A autora também diz que as fronteiras entre on-line e off-line estão cada vez mais ofuscadas, em vista de que esses dois “mundos” estão cada vez mais próximos um do outro na vida social.

Nós encaramos a internet como um componente do dia a dia, não falamos mais em “ficar on-line” como se fosse uma viagem para um local distante, mas, ao invés disso, usamos a internet de uma forma despercebida para fazer nossas atividades diárias, fazer fofocas, comprar objetos, encontrar amigos e para nos entreter (HINE, 2016, p. 15).

A internet passa a ser entendida como uma experiência que possui aspecto sensorial, ou seja, tudo que nela acontece pode afetar, positivamente ou negativamente, uma pessoa tanto quanto uma ação na “vida real”. Segundo Hine (2016), um dos grandes desafios da etnografia para a internet é a grande quantidade de dados potenciais. Por isso, é muito importante a escolha das ferramentas certas para cada caso. A autora ainda fala sobre a importância de o etnógrafo não manter apenas uma posição distante para coletar as informações dos ambientes virtuais, mas também interagir, se envolver e participar com os integrantes do grupo.

3.2 Observação participante e entrevista em profundidade

Como ferramentas essenciais para uma pesquisa etnográfica, a observação participante e as entrevistas foram utilizadas para a realização deste trabalho. A observação participante se deu de março de 2018 a novembro de 2018, onde a pesquisadora se inseriu com seu perfil na rede social Facebook como integrante do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil, acompanhando e interagindo com as publicações. A partir dessa inserção, foi possível definir quais integrantes

participariam das entrevistas. Travancas (2012, p. 103) entende que a observação participante significa que o pesquisador não se coloca e não deveria se colocar ingenuamente num grupo. A autora afirma também que o cientista deve estar sempre atento com seu intuito ao estar naquele grupo, estudando, entendendo e interagindo com os fenômenos que ali acontecem. Essa ferramenta de pesquisa é de extrema importância, em vista de que o pesquisador passa a ver as coisas “de dentro” do ambiente a ser investigado (PERUZZO, 2012). Esse envolvimento segundo Travancas (2012), porém, precisa ser feito cautelosamente, pois o pesquisador corre o risco de fazer uma “participante observação” no lugar de uma observação participante, isso acontece quando o pesquisador se coloca como porta-voz do grupo, deixando de lado seu cunho científico.

As entrevistas em profundidade individual são de extrema importância para a pesquisa etnográfica, pois agregam diferentes percepções, informações e experiências sobre um mesmo tema. Alguns dos pontos positivos dessa ferramenta são a flexibilidade de respostas que o entrevistado pode ter e o ajuste de perguntas por parte do entrevistador de acordo com a personalidade de cada entrevistado (DUARTE, 2012). Duarte (2012) entende que:

Deste modo, como nos estudos qualitativos em geral, o objetivo muitas vezes está mais relacionado à aprendizagem por meio da identificação da riqueza e diversidade, pela integração das informações e síntese das descobertas do que ao estabelecimento de conclusões precisas e definitivas (DUARTE, 2012, p. 63).

Segundo Duarte (2012, p. 68) para a pesquisa possuir validade e confiabilidade é preciso ser cauteloso com três questões:

1. Seleção de informantes capazes de responder à questão de pesquisa;
2. Uso procedimentos que garantam a obtenção de respostas confiáveis;
3. Descrição dos resultados que articule consistentemente as informações obtidas com o conhecimento teórico disponível (DUARTE, 2012, p. 68).

Nesta pesquisa, para a seleção dos informantes foi usado como critério a pluralidade que existe dentro da dieta vegetariana. Ou seja, foram selecionadas uma pessoa ovolactovegetariana, uma vegetariana e uma vegana. A escolha por uma pessoa vegana se deu em vista de que o grupo em si demonstra grande interesse em incentivar os integrantes a continuar com a transição até o veganismo e não

apenas o vegetarianismo. Para selecionar as pessoas que participaram da entrevista, foi utilizada uma pesquisa realizada por umas das administradoras do grupo em agosto de 2018. Nessa postagem ela questionou os membros em relação à evolução de cada um e com o auxílio de uma ferramenta disponibilizada pelo Facebook, os membros puderam responder se eram: ovolactovegetarianos, veganos, que não comem carnes vermelhas, vegetarianos, lactovegetarianos, ovovegetarianos ou que não comiam carnes brancas. Como ficaria grande o leque para pesquisar uma pessoa de cada “categoria” dessa postagem e em virtude do tempo, definimos então apenas uma pessoa das três categorias que consideramos de maior relevância para este trabalho.

Figura 3 – Postagem sobre os níveis dos integrantes no vegetarianismo



Fonte: Grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil no Facebook

Duarte (2012, p.69) acredita que “é importante obter informações que possam dar visões e relatos diversificados sobre os mesmos fatos”. Dessa maneira, buscou-se definir um roteiro-base e com perguntas semi-abertas. Duarte (2012) afirma também que a entrevista em profundidade semi-aberta busca falar sobre a vastidão do tema, expondo cada pergunta da maneira mais aberta possível.

Para convidar os três integrantes selecionados a participar da entrevista, enviei uma mensagem privada no aplicativo Messenger, no Facebook, explicando sobre o que se tratava a pesquisa e após aceitarem o convite confirmamos o melhor

dia e horário para a entrevista de cada um acontecer. As entrevistas foram feitas via vídeo e áudio pelo próprio aplicativo do Messenger. Essa ferramenta foi escolhida por ser de mais fácil acesso aos integrantes. Cada entrevista durou em torno de 30 minutos e foi gravado áudio de cada uma com o consentimento de cada entrevistado. Antes de iniciar a entrevista em si, me apresentei da seguinte maneira:

Boa noite, meu nome é Bruna Tonial e sou estudante da Universidade Federal do Pampa no curso de Publicidade e Propaganda. Gostaria de informar que essa entrevista está sendo gravado e durará em torno de 40 minutos. A gravação servirá como objeto de análise para a construção do meu Trabalho de Conclusão de Curso que tem como título Vegetarianismo, identidade e consumo: um estudo etnográfico do grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil. Seu nome será trocado na análise de pesquisa. Gostaria de agradecer sua participação em minha pesquisa (Roteiro da entrevista em profundidade, 2018).

A primeira entrevista foi com a integrante Vegana e durou 33 minutos e 8 segundos. Já a segunda entrevista foi com o integrante Vegetariano e durou menos tempo do que anterior, 15 minutos e 38 segundos. Essas duas entrevistas aconteceram no mesmo dia, 8 de outubro de 2018 no período da tarde. Já a entrevista com o integrante ovolactovegetariano foi realizada no dia 21 de outubro de 2018 a noite e durou 36 minutos e 11 segundos. Esse espaço entre as primeiras entrevistas e a última se deu por conta de que houve uma maior dificuldade em receber respostas dos integrantes ovolacto para participar da pesquisa. É importante evidenciar que essa última entrevista foi realizada apenas por chamada de áudio, a pedidos do entrevistado. Após as entrevistas, a decupagem se deu por escutá-las novamente e transcrevê-las com as palavras dos próprios entrevistados em um documento *Word*. Durante esse processo de decupagem também foram criados os nomes fictícios, onde utilizei a letra inicial do nome de cada entrevistado para facilitar os processos de análise posteriormente.

3.3 Categorias de análise

A partir da decupagem das entrevistas e da observação participante, foi possível encontrar dados que auxiliaram na construção das categorias de análise e assim, na realização e entendimento dessa pesquisa como um todo. Após os nove

meses de observação participante e as três entrevistas realizadas, é importante elaborar categorias para conseguir interpretar de maneira coerente esse conjunto de informações que foram obtidas.

Duarte (2012) diz que na organização das categorias o pesquisador deve agregar o grupo de respostas dos entrevistados e descrever, analisar, referir-se à teoria, citar algumas frases coletadas nas entrevistas e transformar tudo isso em grandes categorias que sejam ao mesmo tempo confiáveis e articuladas.

Dessa maneira, definiu-se quatro categorias: 1) O vegetarianismo como ativismo; 2) O grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil como rede de apoio; 3) O consumo consciente; 4) As principais motivações.

A primeira categoria de análise foi pensada para abordar as respostas dos integrantes sobre o ativismo no vegetarianismo e relacioná-las com as postagens acerca desse assunto no grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil. Essa categoria é destinada a entender os movimentos que os integrantes se interessam e até mesmo sobre suas visões políticas, em vista de que no ano de 2018 aconteceram no Brasil as eleições presidenciais. A segunda categoria trata-se sobre como o grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil pode ser visto como uma rede de apoio para seus integrantes, pois segundo os relatos nas entrevistas identifiquei que ambos os entrevistados possuem uma visão positiva do grupo perante aos demais grupos do Facebook que são da mesma temática. A terceira categoria, chamada *O consumo consciente*, é mais ampla e busca questionar diversos fatores, um deles é sobre como o vegetarianismo influenciou no consumo dos entrevistados e dos integrantes do grupo. Nessa categoria são trazidas também postagens que se referem ao consumo de leite e ovos, consumidos pelos ovolactovegetarianos e abordado por todos os integrantes sobre como é difícil deixar esses alimentos específicos, em vista de que a maior parte das comidas possui eles. A última categoria destina-se a explicar as principais motivações dos integrantes para aderir ao vegetarianismo, em vista de que com as entrevistas foi possível perceber como as percepções sobre tal dieta são diferentes ainda que com algumas visões em comum.

4 UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO GRUPO VEGETARIANOS INICIANTES BRASIL

4.1 O grupo VEGetariANOS Iniciais Brasil

Para compreender melhor a história do grupo VEGetariANOS Iniciais Brasil no Facebook, foi entrevistada uma das administradoras que será chamada aqui com o nome fictício de Carla. Ela foi escolhida por ser a administradora mais antiga do grupo. Carla é vegana e também é dona de outro conhecido grupo no Facebook, o *Veganos Pobres Brasil*. Segundo entrevista realizada via Messenger no Facebook, Carla disse que está no grupo VEGetariANOS Iniciais Brasil a cerca de 5 a 7 anos, porém não foi ela quem o criou. Antes dela, já existiam outros moderadores, mas como o número de integrantes cresceu e os antigos moderadores não tinham mais tempo para administrá-lo, foram saindo aos poucos e deixando-o como responsabilidade dela. O grupo foi criado no dia 6 de janeiro de 2015 e segundo a moderadora entrevistada surgiu para ajudar pessoas na transição para o vegetarianismo.

Quando questionada sobre as principais dinâmicas e postagens percebidas dentro do grupo, Carla afirma que a maioria é sobre dúvidas da transição e também a busca por apoio, pois a maioria dos integrantes ali não recebem compreensão de seus familiares quando decidem aderir o vegetarianismo. O grupo então acaba sendo um meio também de fazer novos amigos que entendam essa nova ideologia alimentar. Ainda sobre as postagens do grupo, Carla diz que:

É muito 8 ou 80, tem a galera que para de consumir carne e derivados e acha que vai morrer e que o cabelo está caindo e começa a sentir tontura porque não sabe se alimentar direito e tá habituado a comer qualquer coisa e sentir saciado e não entende que tem que fazer a substituição Protética, e tem a galera que para de consumir também que percebe uma melhora na saúde que reaprende a como se alimentar. Como se trata de um grupo para auxílio na transição a gente vê muitas pessoas no início e a grande maioria das publicações há dúvidas sobre produtos, porque os derivados não são éticos, porque ele também são exploração animal etc...(Carla, moderadora do grupo, 2018).

Quando questionei sobre algum tipo de postagem que gera polêmica no grupo, a administradora disse que a utilização de derivados vindos de animais “livres” é uma dúvida bastante recorrente e que gera polêmica. Por Carla ser uma das administradoras a questionei sobre sua relação com os integrantes, se havia muitos pedidos de ajuda e ela confirmou, disse que recebe vários por mensagem privada devido as *lives*¹ que ela faz no grupo, nas quais tenta ajudar moderando e respondendo os comentários. Ela falou que fica feliz em poder ajudar e tirar dúvidas sobre a transição, pois diz que não teve esse suporte no início e foi no VEGetariANOS Iniciantes Brasil que também encontrou pessoas que pudessem a ajudar.

Por fim, deixei livre para que ela pudesse me contar alguma experiência que considerasse importante sobre o grupo. Carla apontou que logística do grupo é muito boa, pois não tem o contexto de inimizades que outros grupos com a mesma temática possuem. A administradora deixou claro que o grupo trabalha com pessoas em transição, portanto, buscam sempre entender o máximo possível todas as dificuldades que cada pessoa traz ali. Carla contou também que todos são bem-vindos, aceitam tanto pessoas em transição quanto pessoas que ainda comem carne. O único pedido é para que antes de fazer qualquer publicação o integrante leia o post fixo que fica logo no início do grupo, onde estão as regras a serem seguidas. “Afinal a causa animal é muito maior do que as nossas diferenças e se a gente não mostrar que é fácil a gente não planta a semente a pessoa acaba não mudando” (Carla, moderadora do grupo, 2018).

¹ Live é um recurso da rede social Facebook que permite fazer transmissões de vídeos em tempo real. Disponível em: < <https://olhardigital.com.br/noticia/live-chega-ao-brasil-aprenda-a-transmitir-videos-ao-vivo-no-facebook/55234> > Acesso em: 18 outubro de 2018.

Figura 4 – Postagem fixa do grupo



Fonte: Grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil no Facebook

Uma curiosidade descoberta ao final da entrevista foi a de que as receitas postadas no grupo, em sua grande maioria, devem ser por escrito, pois existem integrantes com deficiência que fazem uso do aplicativo que converte texto em áudio. Atualmente o grupo possui 13 administradores: 9 mulheres, 4 homens e um outro grupo chamado Veganos Pobres Brasil. Em novembro de 2018 o grupo possuía 53.653 membros.

4.2 Apresentação dos participantes da pesquisa

Daniela

Daniela, a participante mais velha desta pesquisa, tem 32 anos, é vegana, agnóstica e mora em Ribeirão Preto, no interior de São Paulo. Daniela informou que sua renda mensal chega a aproximadamente 2 a 3 salários mínimos, mas não sabe ao certo, pois seu trabalho varia bastante. Ela é formada em psicologia, porém trabalha com fotografia jornalística e é também uma das administradoras do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil. A entrevistada participa do grupo desde o final de

2016 e entrou nele com o intuito de ajudar pessoas que estavam em transição ou no início do vegetarianismo. Daniela foi a primeira pessoa que consegui entrevistar e se mostrou muito disponível em sua conta na rede social Facebook, onde participa ativamente das causas animais e também outras formas de ativismos. Ela afirmou que se considera uma vegana abolicionista por libertação animal. Iniciamos nossa amizade no Facebook no dia 5 de outubro de 2018 e a entrevista em profundidade aconteceu no dia 8 de outubro de 2018.

A participante da pesquisa disse que não come carne há cerca de cinco anos e é vegana desde 2016. Segundo ela, houve “recaídas” durante a fase vegetariana, onde ela participava de churrascos na faculdade, porém depois voltou a não comer mais carne. Sua referência para o não consumo de carne foi seu pai que não gostava. Ela afirmou que por questão de saúde nunca gostou de comer carne vermelha e disse que os documentários a ajudaram para parar de comer outros produtos de origem animal, como leite e ovo. O que mais a tocou foi “Cowspiracy” de 2014, citado anteriormente nesse trabalho. Ela disse que a questão ambiental sempre foi de seu interesse e que quando descobriu a relação da pecuária com alguns danos ambientais, se identificou ainda mais com o vegetarianismo. Porém Daniela afirma que sua maior motivação foi o bem estar animal. Outra característica importante também relatada foi o fato de ela sempre ter sido “minimalista” em seu estilo de vida e sempre teve outras lutas, como ser contra o trabalho análogo ao escravo.

Fernando

Fernando tem 25 anos e mora na cidade de Charqueadas, próxima à grande Porto Alegre, no estado do Rio Grande do Sul. Ele se considera vegetariano estrito, ateu e é estudante universitário do curso de Tecnologia Em Sistemas De Internet no Instituto Federal Sul Rio Grandense. Fernando mora com os pais, por isso não possui renda própria, mas considera que a renda familiar seja em torno de 6 a 7 salários mínimos. Antes de estudar no IFSul, cursava filosofia na UFRGS e foi lá que teve seu primeiro contato com o vegetarianismo. Segundo ele, haviam colegas que

eram vegetarianos e o assunto sempre surgia nas rodas de conversa. Mas foi com um trabalho sobre aborto, que Fernando resolveu aderir a dieta.

Nesse tempo eu defendia o aborto, porque eu dizia que o critério moral por um ser é sistema nervoso. E aí eu me toquei que animais tem sistema nervoso e que para eu ser coerente eu não podia continuar comendo eles (Fernando, 25 anos, Vegetariano).

A sua principal motivação, segundo ele, foi a culpa por machucar os animais. Ele não come carne há sete anos, mas afirmou que sua transição foi bem lenta. Primeiro ele aumentou a quantidade de consumo de vegetais. Depois aderiu a campanha *Segunda Sem Carne*² e posteriormente ficou dois anos como ovolactovegetariano. Agora está há cinco anos como vegetariano estrito, mas apenas por questão financeira, segundo ele “Se eu tivesse um emprego, já seria vegano”. Como referência de auxílio para a sua transição citou o blog *Presunto Vegetariano*³, com o qual pode aprender a fazer diversas receitas vegetarianas. Fernando diz que não se lembra exatamente quando entrou no grupo, mas afirma que foi logo no início que ele surgiu (em 2015). Assim como Daniela, Fernando entrou no grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil para ajudar a responder as perguntas de pessoas que estavam no início de sua transição para o vegetarianismo.

Carlos

Carlos tem 19 anos e mora em Salvador, capital da Bahia. Ele se considera ovolactovegetariano em transição para o vegetarianismo. A entrevista com Carlos foi realizada, a pedido dele, apenas por chamada de áudio por questões de privacidade. Segundo ele, não segue nenhuma religião, mas se considera cristão. Carlos possui curso técnico em meio ambiente pelo SENAI CIMATEC e atualmente está cursando Jornalismo em uma faculdade particular. O entrevistado mora só com a mãe, porém possui uma renda autônoma em torno de meio salário mínimo pois trabalha como professor de produção textual e linguagens, onde oferece reforço

² Campanha Segunda Sem Carne. Disponível em: < <https://www.segundasemcarne.com.br/o-que-e-a-campanha/> > Acesso em: 20 outubro de 2018.

³ Presunto Vegetariano. Disponível em: < <http://presuntovegetariano.com.br/> > Acesso em: 20 outubro de 2018.

escolar de preparo para provas. Ele afirma que está no grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil há pelo menos quatro meses por indicação de uma amiga que também estava no processo de aderir ao vegetarianismo.

Carlos não come carne desde abril desse ano. Seu primeiro contato com o vegetarianismo foi ainda no curso técnico, quando uma professora, que é bióloga e ovolactovegetariana, sempre comentou em sala de aula sobre a ideologia de proteção a vida dos animais. Mas a decisão de fato veio quando essa mesma professora passou o documentário chamado “Cowspiracy” (2014). Carlos achou muito forte a mensagem e começou a se questionar sobre o consumo de carne e seu impacto ambiental, sendo que no outro dia decidiu já não comer mais. Ele afirma que a sua maior motivação foi enxergar o dano ambiental que a exploração agropecuária causa e a parte da “vida dos animais também importa” veio em segundo plano.

4.3 O vegetarianismo como ativismo

Entender o hábito de se alimentar como um ato cultural e até político pode causar, em um primeiro momento, estranhamento na maioria das pessoas. Pois é natural e espontâneo se alimentar de tal maneira ou com tais alimentos. Durante esta pesquisa foi possível compreender a magnitude do vegetarianismo que mesmo sendo uma dieta afeta em outras visões da vida de quem a adere. Pacheco (2009) afirma em sua pesquisa sobre o ativismo vegetariano na internet que:

O ativismo nada mais é do que a luta constante pela disseminação e aceitação de novas ideias por outrem, e pode assumir diversas formas de comunicação e abordagem, visando sempre despertar os demais para a realidade da ideologia dominada. Cartas, abaixo assinados, greves, boicotes, protestos e manifestações são alguns exemplos de ativismo (PACHECO, 2009, p.23).

Durante a entrevista com a Daniela (32 anos, Vegana) foi possível entender sobre o impacto do vegetarianismo no sentido de incentivar o indivíduo a defender essa ideologia perante a sociedade, expondo sua identidade. Ela foi a única entrevistada que citou e mostrou se interessar fortemente por esse tema. Daniela afirmou que a sua maior motivação para buscar entender mais sobre o vegetarianismo foram as frentes ativistas.

Eu sou vegana abolicionista pelo fim da exploração animal. Eu entendo que o animal tá no mundo pelo seu próprio propósito. Eu fui ovo-lacto por um tempo, mas nesse tempo eu falhava e as vezes comia carne. Quando eu decidi realmente, o processo de transição durou duas semanas. O mais difícil pra mim foi a questão dos laticínios. Eu comecei a fazer ativismo na rua, na internet e me tornei vegana (Daniela, 32 anos, Vegana).

Podemos relacionar esse ativismo nas redes sociais com as características do sujeito pós-moderno abordado por Hall (2006), que a partir da globalização se viu em uma constante busca por conhecimento e na apropriação de diversas identidades, sejam elas nacionais ou culturais. Foi no Facebook que os integrantes do grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil encontraram um novo meio de identificar grupos sociais de seu interesse. Desse modo, podemos notar o importante papel que a internet, consequência da globalização, têm na vida e no modo de viver dos indivíduos contemporâneos. Essa Era da Informação, termo utilizado por Castells (2003) para se referir aos novos modelos de se acessar a informação, instiga a criação de novos modelos de movimentos sociais. Segundo ele:

Ela [internet] se ajusta às características básicas do tipo de movimento social que está surgindo na Era da Informação. E como encontraram nela seu meio apropriado de organização, esses movimentos abriram e desenvolveram novas avenidas de troca social, que, por sua vez, aumentaram o papel da Internet como sua mídia privilegiada (CASTELLS, 2003, p. 115).

Em uma postagem realizada no dia 16 de junho de 2018, um dos administradores do grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil convidou integrantes da cidade de São Paulo para participarem de um movimento de ativistas e ainda instigou os que não são da cidade a procurarem no Facebook a sigla do movimento junto com o nome da cidade, para verificarem se existia um perto da sua região. Segundo a postagem, os ativistas desse movimento tentam realizar ações quase todo final de semana e estão gerando bons resultados.

Figura 5 – Postagem I sobre ativismo



Fonte: Grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil

Podemos ver pelas curtidas e reações (mais de 100) que o assunto é de interesse por um número razoável de integrantes. Nos dez comentários feitos na postagem pode-se notar que algumas pessoas se interessam em realizar o ativismo, mas deixam de fazê-lo pois em suas cidades não existem movimentos. Daniela (32 anos, Vegana) afirmou que quando se tornou vegetariana não tinha o interesse em participar de grupos, porque era mais por questões de saúde e não em relação à libertação animal. “Quando eu passei a entender o vegetarianismo como um ato político, aí eu comecei a fazer parte desses grupos e ajudar as pessoas” (Daniela, 32 anos, Vegana). Hoje ela afirma que o seu círculo de amigos é formado por pessoas que participam de vários tipos de ativismo.

Outro fator importante descoberto na pesquisa foi que os integrantes têm uma preocupação política relacionada ao vegetarianismo e ao ativismo. Em uma das postagens, no dia 8 de outubro de 2018, um dos administradores trouxe um aviso sobre o posicionamento de um dos candidatos à presidência do Brasil nas eleições

de 2018. O candidato Jair Bolsonaro afirmou em um vídeo⁴ que apoia o fim do ativismo ambiental no Brasil e isso é claro, gerou preocupação para os ativistas do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil.

Figura 6 – Postagem II sobre ativismo



Fonte: Grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil

Com mais de mil curtidas e mais de cem comentários, a publicação ganhou repercussão. A maior parte dos comentários foi de revolta com o posicionamento do candidato. O primeiro comentário diz “Isso fere o artigo 2 da constituição onde pessoas são livre para se manifestar desde que não em locais onde já se tem manifestação [...]”. Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) afirmou também que já houve postagens no grupo sobre esse mesmo candidato do PSL, avisando os integrantes que ele é favorável a caça e ao desmatamento. O entrevistado disse que essa publicação gerou alguns conflitos entre os integrantes.

Percebe-se com as postagens e relatos aqui trazidos, que há um incentivo e interesse no grupo para que o discurso sobre vegetarianismo não fique apenas nas

⁴ Vídeo que Bolsonaro afirma apoiar o fim do ativismo ambiental no Brasil. 8m10s. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=W03TbRU7So0&feature=youtu.be&t=489&fbclid=IwAR3QELbyz5LgC5klbBiErOQBjIAYuhY7Dpqnp4haEbjjXPn6J6JaBnRGqSo> > Acesso em: 5 de novembro de 2018.

redes sociais. Em minha observação participante durante esses nove meses, percebi que o ativismo pode se dar de várias maneiras. Alguns integrantes postam petições públicas sobre assuntos pertinentes ou então buscam ajudar os animais de rua das suas cidades e assim exercer sua ideologia na “vida real”. Daniela (32 anos, Vegana) afirmou que:

Eu conheci várias pessoas do grupo, mas foi sempre em relação a frentes ativistas na rua. Tem pessoas da minha cidade também que eu virei amiga pelo grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil (Daniela, 32 anos, Vegana).

Desse modo, é importante refletir sobre esse interesse que os integrantes do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil possuem em “lutar” pelo que eles acreditam na rua ou na internet, e também em incentivar os outros que apoiam o vegetarianismo a fazerem o mesmo. Pois em consequência disso o vegetarianismo então pode ser visto não apenas como uma dieta, mas também como um ato político.

4.4 O grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil como rede de apoio

As redes sociais proporcionaram aos indivíduos da sociedade contemporânea um novo modo de se relacionar e criar grupos de identificação. São nesses grupos de identificação online que, muitas vezes, as pessoas encontram o apoio que não possuem na vida off-line. Miller (2010) afirma que devemos passar a ver o que é dito nas redes sociais como “verdades intencionadas”:

[...] onde os sujeitos se mostrariam de modo mais ‘verdadeiro’ do que off-line, partindo de três premissas: 1) o entendimento do Facebook como ‘verdade por intenção’ – se as pessoas se sentem mais seguras para falar sobre elas mesmas em ambientes privados e elas o fazem no site, um lugar semi-público, é porque elas realmente tinham a intenção de falar sobre ou expor algo; 2) a ‘habilidade tecnológica do site de revelar verdades não intencionais’ [...] e, principalmente, 3) o entendimento de ‘verdade por construção’ – as pessoas despendem uma boa quantidade de tempo compondo seus próprios perfis no site, sendo essa ‘cuidadosa auto-construção’ [...] muito mais próxima da verdade de uma pessoa do que o que ela pode pertencer naturalmente desde seu nascimento (MILLER, 2010, p.48).

O integrante Fernando (25 anos, Vegetariano) refletiu sobre o diferencial do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil no Facebook. Segundo ele, o grupo lhe dá um pouco de esperança, pois é diferente dos outros grupos veganos que ele já participou e que tinham um discurso mais agressivo. O entrevistado disse que já se deparou com diversas postagens (nesses outros grupos) nas quais o autor da postagem era extremamente julgado por algumas perguntas consideradas “básicas” e “gafes” para os demais. Fernando ainda afirmou que o grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil é mais amigável e que “também me ajuda a eu me sentir melhor comigo mesmo porque eu sinto que tô contribuindo alguma coisa pra comunidade”. Ele contou que seu principal objetivo ao entrar no grupo foi para ajudar a responder as questões mais básicas acerca da transição ao vegetarianismo. Diferentemente de Daniela (32 anos, Vegana), Fernando (25 anos, Vegetariano) é mais reservado e disse que quando auxilia alguém no grupo a conversa fica apenas ali, sem criar nenhum vínculo em sua conta pessoal no Facebook.

Já o entrevistado Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) afirmou que curte mais do que comenta nas postagens do grupo, em vista de que um dia se envolveu em uma postagem sobre questões religiosas e acabou sendo discordado de maneira agressiva. Ele afirmou que comentou justamente para ajudar o autor da postagem que estava sendo mal interpretado e o mesmo aconteceu com ele.

Aí eu peguei e me senti um pouco desconfortável com isso e pensei ‘poxa vida gente, esse daqui é um espaço onde a gente demonstra respeito a uma causa tão bonita que respeita a vida dos animais, mas a gente é incapaz de se respeitar enquanto seres humanos também?’ (Carlos, 19 anos, Ovolactovegetariano).

Daniela (32 anos, Vegana) entrou no grupo no final de 2016 e já era vegana, disse que seu principal objetivo ao entrar era ajudar pessoas que estivessem fazendo a transição de cortar alimentos de origem animal. Ela disse que fez uma proposta a ela mesma de “ficar ajudando” durante um ano inteiro, por que segundo a entrevistada é muito difícil lidar com vegetarianos iniciantes. Depois desse ano, Daniela (32 anos, Vegana) acabou virando administradora no grupo.

As postagens mais legais é quando as pessoas mais jovens dizem que conseguiram o apoio da família. Que são pessoas que vivem de alguma forma da indústria da carne. Esse tipo de postagem é marcante e teve uma que uma menina que acabou fazendo uma

parte da fazenda do pai dela de santuário. E isso foi muito legal, a gente ficou bem emocionado. E ela começou a ser vegetariana ali no grupo (Daniela, 32 anos, Vegana).

Em uma postagem realizada no dia 22 de março de 2018, um dos administradores do grupo deu a ideia que alguns integrantes mais experientes do grupo VEGETARIANOS Iniciantes apadrinhassem os integrantes ovolactovegetarianos ou que estavam com dificuldades na transição.

Figura 7 – Postagem I sobre rede de apoio



Fonte: Grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil

A postagem gerou repercussão também com mais de 150 curtidas, reações e comentários. Alguns integrantes aproveitaram para dizer que estavam disponíveis para apadrinharem e outros para serem apadrinhados. Com isso percebe-se como o grupo se interessa pela evolução coletiva na transição de todos os integrantes. Em relação à essa evolução Daniela (32 anos, Vegana) contou que já viu postagens no grupo em que pessoas mais jovens conseguiram o apoio da família que vive de alguma forma da indústria da carne. Ela diz que esse tipo de postagem é marcante e

contou de uma postagem específica na qual uma menina que virou vegetariana no grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil acabou fazendo uma parte da fazenda do pai dela como santuário. “E isso foi muito legal, a gente ficou bem emocionado. E ela começou a ser vegetariana ali no grupo” (Daniela, 32 anos, Vegana).

No dia 28 de março de 2018 um dos integrantes do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil realizou uma postagem desabafando sobre como estava sentindo uma incompreensão por parte das pessoas a sua volta após ter parado de comer carne. “[...] Fui contar para a minha amiga que havia parado de comer carne e ela já veio falando que ‘não ia parar de comer carne’”. O autor da postagem pediu a opinião dos outros integrantes sobre esse fato e pediu apoio de quem já está a mais tempo no vegetarianismo. A postagem obteve 76 curtidas e reações, e mais de 40 comentários.

Figura 8 – Postagem II sobre rede de apoio



Fonte: Grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil

Nos comentários ao autor da postagem ele recebe apoio dos demais integrantes, onde contam que a mesma situação já havia acontecido com eles. Em um dos comentários, um dos integrantes contou que mesmo depois de 27 anos ainda existem pessoas que o incomodam por sua escolha e afirma “Não me importo.

Estou com a consciência tranquila”. Dando a entender que o autor deveria ficar tranquilo também com sua escolha. Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) acredita que o grupo o ajuda muito quando lhe provoca questionamentos acerca do vegetarianismo e também quando postam receitas. O entrevistado disse que “Até outro dia eu não sabia que existe o termo protovegetariano⁵, que é um substituto mais curto pra ovolactovegetariano” (Carlos, 19 anos, Ovolactovegetariano).

Durante a observação participante, foi possível notar que são constantes as postagens de receitas e é interessante ressaltar que no grupo são proibidas as publicações de receitas que utilizem leite, ovos ou derivados em seus processos. Dessa maneira, a pessoa que está em transição acaba sendo incentivada a concluir essa transição ao vegetarianismo. Além disso, e após tudo que até aqui foi trazido, o grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil se mostra como uma forte rede de apoio para aqueles que se interessam pelo vegetarianismo e possuem dúvidas acerca de todas as questões que envolvem a causa.

4.5 O consumo consciente

O consumo, já abordado neste trabalho, pode ser entendido como qualquer atividade comum do nosso dia a dia como comer, beber e se vestir (BARBOSA, 2004). O vegetarianismo “interfere” em uma dessas atividades que é a alimentação, pois o indivíduo deixa de se alimentar de produtos de origem animal. Mas uma das descobertas desta pesquisa apontou que o vegetarianismo interfere também em outras ações que envolvem o consumo. Douglas e Isherwood (2013) acreditam que:

O consumo explica mazelas tão díspares quanto a violência urbana, ganância desenfreada, individualismo exacerbado ou toda sorte de desequilíbrios [mental, familiar e até mesmo ecológico] da sociedade contemporânea (DOUGLAS; ISHERWOOD, 2013, p.11).

A entrevistada Daniela (32 anos, Vegana) afirma que quando se adere a dieta vegetariana a pessoa acaba ficando mais minimalista⁶, se preocupando mais com o tipo de mão de obra de determinado produto e tentando ser mais artesanal. “A gente

⁵ O que significa o termo Protovegetariano. Disponível em: < <http://sociedadevegana.org/textos-fundamentais/protovegetarianismo/> > Acesso em: 8 de novembro de 2018.

⁶ O conceito de minimalismo. Disponível em: < <https://www.thebodyshop.com.br/beleza-do-mundo/minimalismo-conceito-menos-e-mais/> > Acesso em: 8 de novembro de 2018.

passa a ter esse tipo de interesse. De não querer nenhum tipo de exploração de modo geral, nem de animais” (Daniela, 32 anos, Vegana). Ela afirma que no mundo em que vivemos isso é praticamente impossível, mas que ela faz o possível para o fazê-lo. A entrevistada também afirmou que sempre foi um pouco minimalista e que atualmente faz os próprios cosméticos. Em relação à sua transição Daniela conta que o mais difícil foi cortar os laticínios e ainda trouxe uma informação muito importante sobre esse tipo de alimento:

Existe uma substância no leite chamada caseína, que quando transformada em queijo ela se transforma em casomorfina, que é tão viciante quanto heroína. As pessoas estão realmente viciadas em laticínios. Eu era essa pessoa, mas foi muito bom parar pois eu tinha cólicas muito fortes, alergias. Tudo isso acabou eu cortei os laticínios. É literalmente uma droga (Daniela, 32 anos, Vegana).

Sobre esse momento de transição Fernando (25 anos, Vegetariano) afirmou que seu maior problema também foi o queijo, porque depois de ter virado ovolactovegetariano a maior parte de suas opções continham queijo. “Aí quando eu cortei o queijo eu fiquei um tempo sem saber o que comer” (Fernando, 25 anos, Vegetariano). O entrevistado contou que após isso, começou a cozinhar mais e procurar mais receitas vegetarianas em vista de que fora de casa não encontraria opções sem queijo ou leite. Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) também se deparou e se depara com esse problema. Ele conta que quer parar de consumir não só alimentos, mas também outros produtos que tenham algum tipo de origem animal, mas “claro que isso é gradual, não pretendo apressar nada” (Carlos, 19 anos, Ovolactovegetariano). Ele também contou sobre uma experiência que teve no quinto mês de sua transição, em que ele já estava evitando sempre que possível se alimentar com alimentos que continham laticínios. Segundo Carlos, ele comeu algo que tinha queijo e acabou se sentindo “mal, inchado e péssimo”.

Meu organismo ficou detonado. São coisas que eu comecei a observar e aí eu comecei a pensar: poxa vida eu não posso mais voltar pra essa realidade, eu prefiro ficar onde estou agora (Carlos, 19 anos, Ovolactovegetariano).

Além do fator alimentar, os três entrevistados também se mostraram preocupados com seu consumo no geral. Na observação participante foi possível notar publicações boicotando empresas e alertando os integrantes sobre os testes

em animais que tais empresas realizavam sem ninguém saber. Daniela (32 anos, Vegana) disse que na hora de comprar sempre procura por marcas que além de não testar em animais, também não possuam nenhum vínculo com empresas que fazem algum tipo de exploração, até mesmo patrocínio de evento que exploram animais. “É difícil, tem que procurar em grupos, mandar e-mails pra empresa” (Daniela, 32 anos, Vegana). Ela fala que esse esforço vai de cada um, mas que ela faz o possível para garantir que não está patrocinando nenhum tipo de exploração animal.

Fernando (25 anos, Vegetariano) salienta que após se tornar vegetariano começou a se preocupar mais com as empresas que ele consome e que não se considera vegano pois ainda possui alguns produtos de higiene pessoal e geral que são testados em animais, mas que tenta evitá-los. O entrevistado contou que atualmente quando vai comprar pão pede para o atendente não colocar em sacola plástica e acredita que essa consciência foi por causa do vegetarianismo em sua vida. Fernando também diz que apesar de não boicotar empresas que aplicam testes em animais ele tenta apoiar quem trabalha a partir da causa vegetariana ou vegana.

[...] eu não sou tão ativo assim no sentido de evitar as empresas ruins, mas sempre que eu consigo eu apoio os pequenos produtores. Tipo, tem uma guria aqui em Charqueadas que ela produz salgados veganos, eu vou na feira vegana de Porto Alegre. Sempre que eu tenho a oportunidade de ajudar alguém vegano que tá vendendo eu faço (Fernando, 25 anos, Vegetariano).

Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) explica que após iniciar sua transição ao vegetarianismo passou a se atentar mais aos rótulos dos produtos que ele consome. O entrevistado também contou uma experiência.

Outro dia minha mãe me disse que ia comprar um cinto de couro pra mim, eu falei pra ela que não ia comprar. Decidi e saí da loja. Aí eu falei mãe, eu não vou usar esse cinto. Se você tem uma coisa que você pode comprar sem ter interferido na existência de qualquer ser vivo, porque não fazer isso? Eu acho que é muito mais interessante pra nossa consciência mesmo. Claro, quando a gente adquire essa consciência, pensar por esse ponto (Carlos, 19 anos, Ovolactovegetariano).

Ele também cita que em sua cidade (Salvador) tem uma empresa chamada Massas Bahia que trabalha na produção de alimentos à base de soja e que isso o ajuda bastante na transição. Um fato interessante sobre esse entrevistado é que ele

já se alimentava de “carne”⁷ de soja antes mesmo de aderir ao vegetarianismo. Ele contou que já era costume sua mãe fazer em casa. Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) também ressaltou que a partir do grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil descobriu uma planta chamada ora-pro-nóbis⁸ que segundo ele parece um quiabo e é rica em proteína. Sobre seu consumo no geral, Carlos afirmou que os produtos em sua casa não possuem a informação no rótulo, se testam ou não em animais e que lamenta por isso. “Nunca tinha parado pra pensar nisso [...] eu realmente podia como consumidor ligar no SAC e pedir sobre isso para as empresas” (CARLOS, 19 anos, Ovolactovegetariano).

Daniela (32 anos, Vegana) reforçou em sua entrevista que acredita que após entender o vegetarianismo, a pessoa passa a comprar somente o necessário. Ela afirmou que tem bem menos pares de sapatos e roupas. “Acho que a gente fica com o pensamento mais consciente de um modo geral”. A entrevistada afirmou que passou a ter um consumo mais consciente e a ficar desprendida dos seus bens materiais. “Eu tinha o problema de não saber o que usar, só que eu tinha dez opções, agora eu tenho uma e sei que é aquela que vou usar” (DANIELA, 32 anos, Vegana).

Facilitou muito a minha vida. A gente descomplica de modo geral. Eu faço o caldo de legumes com casca de tudo que eu teoricamente jogaria fora e depois ainda vai pra compostagem, ou seja, não vira lixo de jeito nenhum (Daniela, 32 anos, Vegana).

Com base nesses relatos e através da observação participante, pode-se deduzir que a ideologia vegetariana acaba afetando outras áreas do consumo dos sujeitos que à aderem. Esse fator, porém, não é novidade apenas nesta pesquisa. Rial e Souza (2012) afirmam que:

Em várias pesquisas etnográficas o consumo está sendo percebido e analisado através de uma ‘desalienação’ dos sujeitos, que buscam refletir eles próprios sobre o que produzem, o que criam, o que trocam, o que consomem e mesmo o que descartam ou reaproveitam (RIAL; SOUZA, 2012, p.15).

⁷ O que é a carne de soja? Disponível em: < <http://www.jacomar.com.br/artigos/o-que-e-carne-de-soja/> > Acesso em: 8 de novembro de 2018.

⁸ O que é a planta Ora-pró-nobis? Disponível em: < <https://blog.plantei.com.br/ora-pro-nobis-a-planta-que-contem-25-de-proteina/> > Acesso em: 8 de novembro de 2018.

Esse consumo consciente pode ser relacionado ao sujeito pós-moderno de Hall (2006) que busca mais conhecimento e em consequência disso tem novas descobertas de novos modos de viver e ver a vida. A globalização também é de fundamental importância para essa nova maneira de consumir, pois é a partir dela que as novas identidades chegam ao sujeito contemporâneo.

4.6 As principais motivações

Como já abordado nesta pesquisa, as motivações para aderir ao vegetarianismo são muitas, mas as principais segundo a Sociedade Vegetariana Brasileira (2017) são a ética animal e a saúde. No entanto, com a realização desta pesquisa pode-se perceber também a pluralidade de motivações para aderir a dieta. Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) se identificou com o vegetarianismo pelo dano ambiental que a exploração agropecuária causa.

[...] eu fiquei meu deus então é com tudo isso que eu ajudo a criar, esse é o monstro que eu tô alimentando ao me alimentar? Então primeiro foi esse e depois vendo os processos, os sentimentos de meu deus então esses animais estão passando por isso... E aí tem aquela conversa que existe o abate sem dor, sem tortura e tal, mas é impossível acreditar que isso de fato acontece sabendo que são seres vivos que estão ali né (Carlos, 19 anos, Ovolactovegetariano).

Para Carlos (19 anos, Ovolactovegetariano) a culpa para com a vida dos animais veio em segundo plano, em vista de que na época em que ele se interessou pelo vegetarianismo foi quando estava fazendo um curso técnico em meio ambiente. Daniela (32 anos, Vegana) também sempre foi ligada a questões ambientais e quando assistiu o documentário “Cowspiracy” (2014) começou a perceber uma relação mais profunda do vegetarianismo com a questão pecuária. Porém sua maior motivação para parar de comer carne e laticínio foi o bem-estar animal. Já o entrevistado Fernando (25 anos, Vegetariano) teve como maior motivação a culpa por machucar os animais.

No dia 16 de janeiro de 2018 um dos integrantes do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil levantou um questionamento o qual perguntava aos outros integrantes sobre quais motivações os levaram a aderir ao vegetariano, além do amor aos animais. O autor afirmou que estava tentando aderir a dieta há uma

semana após ver uma entrevista⁹ de um integrante do grupo brasileiro de rap Racionais MC's.

Figura 9 – Postagem sobre motivações



Fonte: Grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil

Com 17 curtidas e mais de 30 comentários, os outros integrantes responderam ao autor com as diversas motivações. Dentre elas, um integrante afirma que além da saúde foi porque é adventista "[...] Ao ler a bíblia, no livro do levítico, é orientado não comermos". Em outro comentário, um integrante fala que foi pela espiritualidade mas afirma que não aquela relacionada a religião "[...] A energia dos animais abatidos que ingeria a saúde... mas o amor aos animais foi o primeiro motivo". Outro integrante já afirma que foi primeiro pelo meio ambiente, depois pela saúde e por último pelos animais, pois foi criada em um sítio e acha "normal" o abatimento dos animais, mas que mudou esse pensamento atualmente.

Portanto, percebemos que há uma pluralidade de histórias e fatos que levam as pessoas a se identificarem com o vegetarianismo, podendo expandir essa ideologia para além da dieta, ou não. O grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil serve

⁹ Integrante do Racionais MC's fala sobre vegetarianismo. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=qtPpoi0h6xM&feature=share> > Acesso em: 8 de novembro de 2018.

para seus integrantes como um meio de descobrir diariamente o porquê da causa vegetariana. Dessa maneira, esses debates e questionamentos que ali ocorrem são essenciais tanto para a interação do grupo quanto para o melhor entendimento das razões vegetarianas como um todo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O vegetarianismo vem sendo aceito cada vez por mais pessoas, não só no Brasil, mas também no mundo. Desde o início da observação participante, em março de 2018, até o final da mesma, em novembro de 2018, foi possível identificar o crescimento do número de integrantes no grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil no Facebook. Um evento que gerou um grande debate no grupo foi as eleições presidenciais de 2018. Em decorrência das eleições aconteceram diversas e longas discussões sobre qual dos dois candidatos do segundo turno representavam mais a causa animal, ainda que nenhum tivesse de fato uma proposta concreta sobre. A partir desta pesquisa, percebeu-se que o grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil é de fundamental importância e se esforça para que seus integrantes sejam acolhidos e compreendidos, com suas dúvidas e experiências. Em vista de que o pensamento predominante é uma alimentação com produtos de origem animal, é importante que quem escolha essa dieta possua informações suficientes para se posicionar sobre sua escolha.

Paralelamente a isso, identificou-se a relevância dos temas libertação animal e preocupação ambiental pela maior parte dos integrantes do grupo. Nesse sentido, a internet entra como uma ferramenta importante que pôde dar voz a causa vegetariana, pois obtendo informações no grupo os integrantes podem compreender e se identificar cada vez mais (ou não) com o vegetarianismo. Vale ressaltar também a visibilidade que o documentário *Cowspiracy* (2014) possui no universo vegetariano, sendo citado pelos três integrantes. Nas entrevistas em profundidade pude ampliar o conhecimento sobre múltiplos assuntos relacionados ao vegetarianismo. Desde a sigla protovegetariano, plantas até substâncias presentes no queijo e que comprovadamente fazem mal ao organismo humano.

As principais descobertas da presente pesquisa foram de que há uma tendência das pessoas que aderem ao vegetarianismo em buscar ter um consumo mais consciente sobre todos os âmbitos da vida, além de tentarem realmente “abraçar” a causa levando para sua vida online e off-line. Isso nos mostra o quanto o sujeito pós-moderno está buscando ser cada vez mais consciente dos seus atos, buscando conhecimento para além do que lhe é apresentado. Lembrando que o consumo consciente aqui abordado está relacionado com a visão de Douglas e Isherwood (2013), que afirmam que o consumo nada mais é do que uma forma de

exercitar os códigos que nos cercam e assim estabelecer relações sociais e identidades. Outra descoberta da pesquisa foi a relação negativa dos entrevistados com os laticínios, ou mais especificamente, o queijo. Todos relataram a dificuldade em substituir inicialmente esse tipo de alimento, em contrapartida ressaltaram um bem-estar quando cortaram o consumo do queijo.

Durante o capítulo analítico foi possível responder o problema desta pesquisa que se caracteriza pela questão: Quais são os fatores de identificação e consumo que influenciam na escolha por uma dieta vegetariana? E também atingir o objetivo geral desta pesquisa que é buscar compreender como se dão os processos de identificação e consumo do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil. Descobri o forte interesse pelo ativismo, em todas as suas formas, pelos adeptos ao vegetarianismo. Identifiquei o grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil como uma importante rede de apoio para seus integrantes, onde muitos criam laços que ultrapassam a vida online e vão para a vida off-line. Compreendi outras perspectivas sobre consumo que o vegetarianismo provoca em seus adeptos. E por último, conheci um pouco da história de cada entrevistado e sua relação com a dieta vegetariana, identificando assim a principal motivação que levou cada um a fazer essa escolha.

Em vista dessas análises pude atingir também os quatro objetivos específicos listados na Introdução desta pesquisa. 1) Conhecer os hábitos de consumo dos integrantes do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil; 2) Realizar levantamento de informações sobre a identidade dos integrantes do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil; 3) Investigar de que maneira o grupo auxilia os integrantes; 4) Identificar os principais fatores que levaram os integrantes do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil a aderirem ao vegetarianismo. No subcapítulo trazido nesta pesquisa sobre o consumo consciente abordei justamente os hábitos de consumo de cada entrevistado e alguns apontamentos da observação participante que me fizeram entender melhor os diferentes perfis dos integrantes e assim, atingir o primeiro objetivo específico. Em relação ao segundo objetivo, é possível perceber a identidade de cada entrevistado no subcapítulo em que os apresento, apontando informações gerais e as relações de cada um com o vegetarianismo e o grupo. Além de perceber a identidade dos integrantes ao longo de toda a análise. No subcapítulo que identifiquei o grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil como rede de apoio, respondo ao terceiro objetivo específico desta pesquisa. O objetivo específico quatro

deste trabalho é identificado no último subcapítulo analítico, onde apresento a pluralidade de motivações dos entrevistados e de alguns integrantes do grupo.

Optei por pesquisar e estudar mais sobre essa temática pois sou vegetariana e todo conhecimento adquirido nesta pesquisa agregou não só na minha vida acadêmica, mas também na vida pessoal. Essa dieta, que muitas vezes é mal interpretada, carrega uma pluralidade tão grande e também uma preocupação com o coletivo que é admirável. Durante todo o trajeto da pesquisa aprendi um pouco mais com cada entrevistado, muitas informações e experiência levarei comigo durante todo meu processo de transição até futuramente chegar ao veganismo.

Como acadêmica, pude conhecer novos livros e autores e assim, construir e desconstruir pensamentos e conhecimentos. Também aprendi na prática a utilizar uma metodologia que até então não me era familiar, a etnografia para a internet. A observação participante que realizei durante nove meses me auxiliou a entender melhor meu objeto de pesquisa e a me preparar para as entrevistas. Ao aplicar as entrevistas em profundidade tive a oportunidade de conversar com três pessoas de lugares diferentes do Brasil e construir um diálogo através do roteiro pré-estabelecido. O processo de decupagem das entrevistas e criação das categorias de análise foram de suma importância para minha vida acadêmica, pois nesses processos tive que buscar relações entre as identidades e experiências de cada entrevistado, exercitando meu pensamento crítico. Durante a parte analítica interpretei os dados obtidos nas entrevistas e relacionei com as teorias de consumo, identidade e alimentação. Aprendi que a etnografia te dá liberdade para pesquisar, mas que é preciso criatividade e foco para conseguir estabelecer relações entre os dados obtidos e as teorias estudadas.

Por fim, observei que o interesse pelas pesquisas sobre vegetarianismo está crescendo no meio acadêmico. Onde estão abordando o ativismo, tentando compreender a ideologia e tudo que envolve a causa. O termo “carnismo” criado pela autora Melanie Joy (2014) também foi de grande importância para melhorar a reflexão acerca do tema central escolhido para essa pesquisa. Acredito que esse trabalho poderá servir de inspiração para outros que possuem interesse sobre essa causa tão nobre e necessária que é o vegetarianismo.

REFERÊNCIAS

- ABONIZIO, Juliana. Artigo **Conflitos à mesa**. 2016. Disponível em: < http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092016000100115&script=sci_abstract&tlng=pt > Acesso em: 15 de maio de 2018.
- A CARNE É FRACA. Direção: Denise Gonçalves. Brasil. Instituto Nina Rosa, 2005. 54 minutos. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=rrFsGTw5bCw>> Acesso em: 31 de maio de 2018.
- BARBOSA, Lívia. **Sociedade de consumo**. Editora Zahar, 2004. Rio de Janeiro.
- BAUMAN, Z. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BEARDSWORTH, A. & KEIL, T. (1992), “**The vegetarian option: varieties, conversion, motives and careers**”. *The Sociological Review*.
- CASTELLS, Manuel. **A Sociedade em rede — A Era da Informação**: economia, sociedade e cultura. Vol. 1. 10. ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.
- COWSPIRACY: The sustainability secret. Direção: Kip Andersen. Estados Unidos. Netflix, 2014. 85 minutos. Disponível em: < <https://www.netflix.com/br/title/80033772> > Acesso em: 31 de maio de 2018.
- DAMATTA, R. **O que faz o Brasil, Brasil**. Rio de Janeiro, Rocco, 1986.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do consumo. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.
- DUARTE, Jorge. Entrevista em profundidade. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. 11. Ed - Rio de Janeiro: DP&A, 2006.
- HINE, Christine. Estratégias para etnografia da internet em estudos de mídia. In CAMPANELLA, Bruno; BARROS, Carla. **Etnografia e consumo midiático, novas tendências e desafios metodológicos**. Rio de Janeiro: E-papers, 2016.

IBOPE inteligência. **14% da população de declara vegetariana**. Disponível em: < <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana/> > Acesso em: 04 de junho de 2018.

JOY, Melanie. **Porque amamos cachorros, comemos porcos e vestimos vacas**. Tradução Mario Molina 1.^a ed – São Paulo: Cultrix, 2014

MILLER, Daniel. **Tales from Facebook**. Cambridge: Polity Press, 2011.

NACONECY, Carlos. **Ética e vegetarianismo**. 1^a edição, sociedade vegetariana brasileira, 2015.

PACHECO, Milena. Trabalho de conclusão de curso. Ativismo na Internet: **O vegetarianismo e a comunicação ideológica**. 2009. Disponível em: < <https://issuu.com/fabiochaves/docs/ativismo> > Acesso em: 8 de novembro de 2018.

PERUZZO, Cicilia Maria Krohling. Observação participante e pesquisa-ação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

RIAL, Carmen. SILVA, Sandra Rubia da. SOUZA, Angela Maria de. **Consumo e cultura material: perspectivas etnográficas**. Florianópolis: Editora da UFSC, 2012.

RODRIGUES, Anderson Ricardo; CARVALHO, Daniel de Rezende; OLIVEIRA, Solange Riveli de; FREITAS, Rodrigo Cassimiro de; SETTE, Ricardo de Souza. **O Vegetarianismo como Estilo de Vida e Postura de Consumo: uma análise dos fatores influentes na adoção de uma dieta vegetariana**. 2012. Disponível em: < http://estudosdoconsumo.com/wp-content/uploads/2018/05/ENEC2012-GT05-Rodrigues_Carvalho_Oliveira_Freitas_e_Sette-O_vegetarianismo_como_estilo_de_vida.pdf > Acesso em: 15 de maio de 2018.

RODRIGUES, Cristina. **Introdução ao vegetarianismo**. 2^a edição, Centro Vegetariano. 2005.

SAHLINS, Marshall. **Cultura na prática**. Editora UFRJ, coleção etnologia. 2004.

SVB, Sociedade Vegetariana Brasileira. Disponível em: < <https://www.svb.org.br/2469-pesquisa-do-ibope-aponta-crescimento-historico-no-numero-de-vegetarianos-no-brasil> > Acesso em: 04 de junho de 2018.

Sociedade Vegetariana Brasileira. **Vegetarianismo**. 2017 Disponível em: < <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e> > Acesso em: 15 de maio de 2018.

TERRÁQUEOS – Faça a conexão (Earthlings). Direção: Shaun Monson. Estados Unidos. 2005. 95 minutos. Disponível em: < <https://www.terraqueos.org/> > Acesso em: 31 de maio de 2018.

TRAVANCAS, Isabel. Fazendo etnografia no mundo da comunicação. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio. **Métodos e técnicas de pesquisa em Comunicação**. São Paulo: Atlas, 2012.

WHAT THE HEALTH. Direção: Kip Andersen. Estados Unidos. Netflix, 2017. 92 minutos. Disponível em: < <https://www.netflix.com/br/title/80174177> > Acesso em: 31 de maio de 2018.

APÊNDICES

APÊNDICE A

ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A ADMINISTRADORA DO GRUPO VEGETARIANOS INICIANTES BRASIL

Iniciei dizendo:

Boa noite, meu nome é Bruna Tonial e sou estudante da Universidade Federal do Pampa no curso de Publicidade e Propaganda. Gostaria de informar que essa entrevista será utilizada como objeto de análise para a construção do meu Trabalho de Conclusão de Curso que tem como título Vegetarianismo, identidade e consumo: um estudo etnográfico do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil. Seu nome será trocado na análise de pesquisa. Gostaria de agradecer sua participação em minha pesquisa.

1. Desde quando existe o grupo?
2. Qual foi a principal motivação para criar o grupo?
3. Quais as principais dinâmicas de postagens e interações que tu percebe dentro do grupo?
4. Já houve alguma polêmica que marcou a história do grupo?
5. Qual a sua relação, como administradora, com os integrantes do grupo? (muitos pedem a sua ajuda/já teve algum encontro pessoalmente/evento?)
6. Há alguma outra informação ou experiência sobre o grupo que você acha importante contar para auxiliar na pesquisa?

APÊNDICE B

ROTEIRO ENTREVISTA DE PROFUNDIDADE COM INTEGRANTES VEGETARIANOS INICIANTES BRASIL

Iniciei dizendo:

Boa noite, meu nome é Bruna Tonial e sou estudante da Universidade Federal do Pampa no curso de Publicidade e Propaganda. Gostaria de informar que essa entrevista está sendo gravado e durará em torno de 40 minutos. A gravação servirá como objeto de análise para a construção do meu Trabalho de Conclusão de Curso que tem como título Vegetarianismo, identidade e consumo: um estudo etnográfico do grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil. Seu nome será trocado na análise de pesquisa. Gostaria de agradecer sua participação em minha pesquisa.

Então deixei algum espaço para o integrante responder e logo depois iniciei as perguntas (Que podem ser mais abertas ou mais fechada, dependendo da personalidade do entrevistado):

INFORMAÇÕES GERAIS

1. Você poderia começar me dizendo o seu nome e idade?
2. De que região do Brasil você é?
3. Você segue alguma religião?
4. Qual a sua ocupação no momento? Possui alguma formação?
5. Tendo como base o salário mínimo, qual a sua renda mensal?

SOBRE O VEGETARIANISMO

6. Há quanto tempo você não come carne?
7. Onde e como foi seu primeiro contato com o vegetarianismo?
8. Qual foi a sua maior motivação para apoiar a causa?
9. Como foi (ou está sendo, no caso do ovolacto) a sua transição para o vegetarianismo? (experiências)

SOBRE O GRUPO + CONSUMO + IDENTIDADE

10. Quando e porque você entrou no grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil?
11. Qual é a sua forma de participação/interação no grupo? (se publica, ou só comenta ou só curte outras publicações)
12. De que maneira o grupo te auxilia na sua relação com o vegetarianismo?

13. Que tipo de postagens você mais acompanha no grupo?
14. Tem alguma postagem específica que te marcou?
15. Você percebeu alguma mudança em seus hábitos de consumo após se tornar ovolacto/vegetariano/vegano?
16. Na hora de consumir, você procura por marcas que não testam em animais ou não necessariamente ainda?
17. Há alguma outra informação ou experiência que você gostaria de contar para auxiliar na pesquisa?