

## **Vegetarianismo E Identidade: A Construção De Neotribos em grupos do *Facebook*<sup>1</sup>**

Arthur Carlos Franco OLIVEIRA<sup>2</sup>

Hertz Wendel de CAMARGO<sup>3</sup>

Mirna TONUS<sup>4</sup>

Universidade Federal do Paraná, Curitiba, PR

### **RESUMO**

Este estudo busca analisar, sob a ótica de um referencial teórico sobre comunidades, identidade e cultura, as relações sociais entre um grupo de indivíduos vegetarianos e sua constituição enquanto possível neotribo. Por meio de pesquisa quali-quantitativa e análise de conteúdo em grupos sobre vegetarianismo no *Facebook*, adotando principalmente as definições de Michel Maffesoli sobre neotribalismo, entendemos que os comportamentos da comunidade no ciberespaço e o vínculo identitário entre sujeitos que compartilham as mesmas práticas alimentares refletem a criação de comunidades virtuais e neotribos.

**PALAVRAS-CHAVE:** comida; cultura; identidade; vegetarianismo.

### **INTRODUÇÃO**

A alimentação humana, configurada como uma necessidade a todos os povos e culturas, não é praticada de modo uniforme e idêntica em todo o mundo. O estudo da relação entre cultura, práticas sociais e alimentação é um campo fértil que revela muito sobre a identidade de comunidades e a vinculação entre os indivíduos. A escolha de que alimentos consumir, de que forma, em quais situações e com qual finalidade explicita uma cadeia de particularidades, tradições e costumes que variam no tempo e no espaço. Como atestam Contreras e Gracia (2011, p. 147), é “extraordinariamente ampla a gama de substâncias que são consumidas como alimentos, as formas de obtê-las, conservá-las ou servi-las e as situações nas quais estas ou aquelas são consideradas oportunas segundo as distintas culturas do mundo”.

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação e Cultura Digital, XVIII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 41º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Mestrando em Comunicação pela Universidade Federal do Paraná – PPGCOM –UFPR. E-mail: arthrufranco@gmail.com.

<sup>3</sup> Doutor em Estudos da Linguagem e professor do Mestrado em Comunicação da Universidade Federal do Paraná. E-mail: hertzwendel@gmail.com.

<sup>4</sup> Doutora em Mídias, mestre em Educação e jornalista. Professora do curso de Jornalismo e do Programa de Pós-Graduação em Tecnologias, Comunicação e Educação da Universidade Federal de Uberlândia (UFU). E-mail: mirnatonus@ufu.br.

A ingestão de carne e seus derivados sempre foi um hábito cercado de simbolismo e ambiguidade, já que “na história, e em numerosas culturas, a carne e os produtos de origem animal estiveram submetidos a regras de todo tipo, simplesmente restritivas ou, inclusive, proibitivas” (CONTRERAS, GRACIA, 2011, p. 168). Esses autores lembram que, na tradição judaico-cristã, a carne, a princípio, levava consigo uma carga negativa, o que é corroborado pela ideia de um paraíso vegetariano contido no Antigo Testamento. A Igreja Católica fez da carne alvo de suas proibições durante a Alta Idade Média, enquanto o vegetal era considerado um alimento por vezes puro. Os autores supracitados ainda mencionam que, durante a Idade Média, a alimentação dos católicos durante a Quaresma era dividida entre dias de carne e dias de vigília. Montanari (2013) aponta que a carne, na cultura tradicional europeia, era vista como um alimento dos nobres, tanto por ser um produto resultante da caça quanto pelo seu simbolismo de poder, força e violência. A alimentação vinculada aos camponeses era aquela baseada em frutos oriundos da terra, como sopas, cereais e hortaliças, que refletem a mundanidade dos que não têm o privilégio da caça.

Em 2015, foram produzidos cerca 318.7 milhões de toneladas de carne no mundo, com uma média de 43,4 quilos consumidos *per capita* por ano segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO, 2015). Só no Brasil, de acordo com a Embrapa (2017), 26,35 milhões de toneladas de carne foram produzidos em 2016, e o país responde por 20% do mercado internacional de carne (bovinos, aves e suínos). Ainda segundo a companhia, no mesmo ano, 2,81 milhões de toneladas de carne suína foram consumidas no país, enquanto o consumo de frangos de corte ficou em 9,49 milhões de toneladas, tornando o Brasil o quarto país que mais consome aves no mundo. Apesar da elevada produção e do consumo de carne na conjuntura mundial, esse item sempre

ocupou lugar particular na alimentação humana: sendo objeto de desejo e veneração entre diversos povos, sobre ela recai a maior quantidade de proibições culturais que regulam seu consumo (o porco entre os muçulmanos e judeus, o boi entre os hindus etc.) (CONTRERAS, GRACIA, 2011, p. 173).

O vegetarianismo, movimento que ganhou força nas últimas décadas, pode ser entendido como um comportamento individual dentro de um corpo social que propõe novas formas de alimentação não tradicionais ao excluir alimentos de origem animal. Na sociedade moderna, com a elevada produção de carne e o acesso mais facilitado a

esse bem, o ato de não consumi-lo passou de impossibilidade financeira/de acesso para escolha individual. Isso reflete uma mudança na percepção da carne como alimento e como item de regulação e distinção social. De acordo com Contrera e Gracia (2011, p. 214),

a maior ou menor presença, quantitativa e qualitativa, da carne na dieta foi desigual não apenas entre culturas diferentes, mas também, no seio de uma mesma sociedade. Historicamente, em sociedades estratificadas e hierarquizadas, o acesso à carne era um indicador de bem-estar e, inclusive, de poder, e, nessa mesma medida, um elemento de diferenciação social.

Dessa forma, na sociedade contemporânea, o vegetarianismo também se estrutura como forma de diferenciação social, o que se traduz na formação de uma comunidade com hábitos e costumes próprios, com identidade e modos de sociabilidade particulares. Neste artigo, pretendemos analisar a organização de indivíduos vegetarianos como uma comunidade específica, buscando os conceitos de Neotribalismo, proposto por Michel Maffesoli, e de identidade como formação de cultura. Para tal análise, desenvolvemos uma pesquisa em grupos, constituídos na mídia social *Facebook*, voltados para a troca de experiências entre membros do vegetarianismo, com uma consequente análise de conteúdo.

## **VEGETARIANISMO E IDENTIDADE**

A concepção socialmente construída de um indivíduo vegetariano geralmente se baseia na abstenção do consumo de carne. Entretanto, dentro do vegetarianismo, encontramos inúmeros comportamentos que variam entre os sujeitos, com as principais classificações sendo: ovolactovegetarianos, que não consomem carne de nenhum tipo, mas consomem ovos e laticínios; lactovegetarianos, que não consomem carne nem ovos; vegetarianos estritos, que não utilizam nenhum tipo de carne, ovos ou laticínios na alimentação; e os veganos, que não empregam nada de origem animal em nenhuma área de suas vidas, como vestimentas e cosméticos. Segundo o autor e nutrólogo vegetariano Eric Slywitch (2006, p. 7),

ser vegetariano significa ter como princípio não comer produtos que implicaram na morte de qualquer ser do reino animal. Assim, se você parar de comer qualquer tipo de carne (de boi, frango, peixe, porco, cabrito, moluscos...) você receberá a denominação de “vegetariano”.

No *corpus* analisado na pesquisa, a partir da coleta de informações sobre os tipos de vegetarianismo, foram identificadas diversas vertentes e modos de alimentação quanto ao movimento. A título deste estudo, consideramos trabalhar com os denominados vegetarianos, indivíduos que somente se abstêm do consumo de carne, mas que incluem na dieta outros produtos de origem animal, como ovos, laticínios e mel.

Em 2012, o Instituto IBOPE (2012) conduziu uma pesquisa na qual 8% da população das principais capitais e regiões metropolitanas brasileiras se declararam vegetarianos, e, nos anos mais recentes, observamos um crescimento do mercado alimentício voltado para os indivíduos que optam pelo não consumo de carne. Um dos pontos que acreditamos ter influenciado na crescente adesão ao vegetarianismo foi a possibilidade de adquirir mais informações sobre o processo de criação e abate de animais destinados ao consumo humano, já que, com o advento das mídias digitais, os consumidores passaram a compartilhar informações com mais facilidade e fluidez. Stuart Hall (2006), ao tratar sobre a questão da formação de identidades na pós-modernidade, trabalha com a teoria de Giddens (1990) ao evocar a ideia de que, nas sociedades modernas, existe uma rapidez de mudança de pensamento social a partir do momento em que diferentes territórios do globo entram em contato entre si, ocasionando uma reflexão das práticas sociais, que são “constantemente examinadas e reformadas à luz das informações recebidas sobre aquelas próprias práticas, alterando, assim, constitutivamente, seu caráter” (GIDDENS, 1990, p.37-38, apud HALL, 2006, p. 15). Nesse sentido, com maior possibilidade de acesso ao funcionamento da cadeia de produção alimentícia,

a industrialização como processo tecnológico foi percebida negativamente por diferentes grupos sociais – é o caso dos consumidores, técnicos, educadores e “donas de casa”. A manipulação industrial dos alimentos é acompanhada por uma expressão de incerteza provocada pelos excessos que o processo em si incorpora, de forma que a cadeia agroalimentar está sendo questionada em todos os níveis (CONTRERAS, GRACIA, 2011, p. 428).

A vida em sociedade parte do princípio de sociabilidade entre os indivíduos, que ocupam papéis de acordo com o espaço que frequentam e estão em constante troca cultural e simbólica com a realidade. Assim, no decorrer da sua existência, os atores sociais entram em contato com um imenso número de contextos que constituem sua

bagagem de valores e apresentam interpretações do universo simbólico de cada um. A construção da identidade do sujeito passa pela percepção do outro e da sua relação com o corpo social, aceitando determinados traços e rejeitando outros com base na “*falta* de uma inteireza que é ‘preenchida’ a partir do nosso *exterior*, pelas formas através das quais nós imaginamos ser vistos por *outros*” (HALL, 2006, p. 39).

Os hábitos e modos de alimentação presentes em determinado povo influenciam diretamente nas relações sociais entre os indivíduos, ao mesmo tempo em que estes são moldados por fatores históricos, geológicos e culturais. A construção desse imaginário da alimentação se pauta pelo conjunto de referências de gosto, habilidades e alimentos disponíveis, e pela experiência de saberes dos antepassados, apreendidos por determinada cultura. Muito da criação da identidade culinária de um povo se dá pela percepção da diferença, já que “geralmente é na interação com outras populações que os membros de determinado grupo tomam consciência de suas particularidades. Só assim se realiza o sentido de pertencimento e de identidade” (CONTRERA, GRACIAS, 2011, p. 140-141). A comida e seus modos podem ser entendidos como um importante fator social para delimitar hierarquia social, poder e etnicidade, além de terem relação direta com a noção de pertencimento e identidade de um povo. No sentido amplo, somos condicionados a pensar em uma dimensão integralizada quando nos referimos à cozinha de determinado país, como, por exemplo, “cozinha francesa”, “cozinha italiana” e “cozinha japonesa”. Entretanto, os países são formados por uma heterogeneidade de costumes e povos, cada um com seu traço culinário, por vezes, diferente dos outros. Assim, por mais que pensemos em alimentos como macarrão, tomates, manjericão, café e vinho ao nos referirmos à culinária da Itália, encontramos particularidades e características específicas quando estudamos em pormenores a complexidade dos grupos que compõem a chamada “cozinha italiana”.

Do mesmo modo que usamos tipificações e estereotipizações para darmos sentido ao nosso universo simbólico, criamos também grupos de entendimento e categorias para nos referirmos à cultura da alimentação, o que tem impacto direto nas relações sociais. Por meio do agrupamento,

criamos categorias de alimentos: saudáveis e não saudáveis, convenientes e não convenientes, ordinários e festivos, boas e más, femininos e masculinos, adultos e infantis, quentes e frios, puros e impuros, sagrados e profanos etc. - e, por meio dessas classificações, construímos as normas que regem nossa relação

com a comida e, inclusive, nossas relações com as demais pessoas, de acordo, também, com suas diferentes categorias (CONTRERAS; GRACIA, 2011, p. 167).

A criação de categorias e a identificação individual de pertencimento a elas cria proximidade entre indivíduos com comportamentos e gostos semelhantes, que permite o surgimento de grupos para trocas de experiências. Essa forma de identificação do sujeito, que ocorre com relação a variados grupos ao longo de sua vida, cria diversas roupagens que são adequadas dependendo do círculo social e do papel que ele representa dentro dele. Assim,

a pessoa (*persona*) representa *papéis*, tanto dentro da sua atividade profissional quanto no seio das diversas tribos de que participa. Mudando o seu figurino, ela vai, de acordo com seus gostos (sexuais, culturais, religiosos, amicais) assumir o seu lugar, a cada dia, nas diversas peças do *theatrum mundi* (MAFFESOLI, 1998, p. 108).

A identificação mútua de personas dentro do *corpus* social permite a criação de vínculos entre os indivíduos, formando uma comunidade, sendo o agrupamento um importante movimento societário que estabelece ligações de proximidade. Maffesoli (1998) defende que, na sociedade pós-moderna, os indivíduos se ligam por meio de um “estar-junto”, que se baseia muito mais nas percepções emocionais e afetivas do que na racionalidade, refletido em um movimento de agrupamento.

A concepção de que os indivíduos na era pós-moderna ocupam funções dentro da sociedade e têm papéis com finalidades práticas a desempenhar encontra um novo ponto de vista na teoria do neotribalismo de Maffesoli (1998). Ele defende que, apesar da racionalidade que reina nas relações entre os sujeitos, eles se agrupam em “novas” tribos, por meio de ligações de afeto e não contratuais como imaginado pela concepção mecânica da sociedade pós-moderna. Assim, o indivíduo encontra seu valor não mais a partir da sua função social, mas sim no seu relacionamento orgânico e afetivo com as tribos a que pertence. A conexão próxima desenvolvida por membros de uma comunidade, que contrasta com a mecanização e a formalização das relações, promove o que o autor chama de reencantamento do mundo, o que permite a “constituição de uma rede mística, com fios mais sólidos, que permite falar do ressurgimento do cultural na vida social” (MAFFESOLI, 1998, p. 117). Dessa forma, as sociedades neotribais se organizam em uma nova forma de sociabilidade, em grupos que encontram formas empáticas de solidariedade em oposição às instituições formais e não se resumindo à

racionalidade da mecanização das relações. O tribalismo moderno se constitui sob a ótica da identificação, da sensação compartilhada a partir de novas possibilidades de interação. Superando o ideal societário e adentrando na concepção de dinamicidade dos grupos, com a constante formação e destruição de tribos,

essas coletividades afetivas transitórias, que Maffesoli denomina “neotribalismo”, surgem em sociedades complexas que deram lugar a uma “multiplicidade pululante de valores heterogêneos” e politeístas. Isso chama a atenção para certos traços do mundo contemporâneo que os sociólogos de orientação mais racionalista tendem a negligenciar: trata-se da persistência de laços afetivos fortes, através das quais as pessoas se unem em constelações de limites fluídos, a fim de vivenciar as múltiplas atrações, sensações, sensibilidades e vitalidade de uma comunidade extralógica, a sensação de estarem juntos, o sentimento comum gerado por uma adesão emocional comum a um signo reconhecível por outros (FEATHERSTONE, 1997, p. 72).

No sentido de fragmentação das sociedades neotribais, as mídias sociais vêm ao encontro da busca de identificação e da possibilidade de “estar-junto” no seio de vários grupos ao mesmo tempo. O ciberespaço possibilitou a criação de comunidades virtuais que permitem aos indivíduos a imersão concomitante em tribos com características e ideais diferentes, sem que seja necessária a presença física ou que se desvincule de um para juntar-se a outro. A sensação de ubiquidade que advém com as redes digitais torna fragmentadas as relações contidas nesse espaço virtual, uma vez que não é necessário o imediatismo de resposta nem a exclusividade de pertencimento a um grupo. A associação em variadas comunidades pelo compartilhamento de afinidades, gostos e significados causa uma percepção identitária múltipla dos indivíduos, o que dissolve a concepção de uma imagem social integrada e única dos sujeitos. Hall (2006) defende que a identidade dos sujeitos é que faz a ponte entre o mundo exterior e seu mundo privado, não sendo composto apenas de uma fechada e estável, mas sim

de várias identidades, algumas vezes contraditórias ou não-resolvidas. Correspondentemente, as identidades, que compunham as paisagens sociais “lá fora” e que asseguravam nossa conformidade subjetiva com as “necessidades” objetivas da cultura, estão entrando em colapso, como resultado de mudanças estruturais e institucionais (HALL, 2006, p. 12).

Assim, é possível ser vegetariano, amante de animais, corredor de maratonas e pintor ao mesmo tempo e compartilhar virtualmente, no seio desses diversos grupos, experiências muitas vezes não relacionadas entre si. Essa mudança de paradigma da racionalidade e instrumentabilidade da Internet para um espaço de rearranjo dos grupos e ressignificação do sujeito social encontra forte expoente em Maffesoli.

A Internet é uma tecnologia da interatividade que alimenta e é alimentada por imaginários. Existe um aspecto racional, utilitário, de Internet, mas isso representa apenas uma parte desse fenômeno. O mais importante é a relação, a circulação de signos, as relações estabelecidas (MAFFESOLI, 2001b, p. 80).

A fragmentação da concepção unitária da identidade dos sujeitos também dialoga com a efemeridade da participação e constituição das neotribos. Durante a sua existência, o sujeito é moldado pelas relações de troca e consumo, e entra em contato com diferentes sujeitos e territorialidades, que influenciam seu comportamento e a concepção de seus valores socioculturais. A construção do eu se dá em diversos momentos da vida e se molda de acordo com o período vivido pelo sujeito. Dessa forma, é visível a possibilidade de mudança de concepções por vezes, já que

o eu só é uma frágil construção, ele não tem substância própria, mas se produz através das situações e das experiências que o moldam num perpétuo jogo de esconde-esconde. [...] No decorrer de uma mesma existência, cada um muda diversas vezes. Variações, modificações, conversões, revoluções, inúmeros são os termos que traduzem essas mudanças. E elas afetam sua aparência física, de início, mas também suas representações, suas relações amicais ou amorosas, sem falar de sua vida profissional (MAFFESOLI, 1999, p. 304).

A efemeridade, característica substancial da sociedade pós-moderna, também encontra reflexo nas relações neotribais. A valorização do consumo incitado pelas mídias e a descartabilidade, tanto material quanto das relações e dos ideais, produzem novas formas de relacionamento entre os indivíduos. O nomadismo de configurações sociais, como diz Maffesoli (2001a), é reflexo de uma cultura marcada pela transitoriedade, na qual, em um momento, cultuamos determinados produtos e símbolos, e, já em outro, somos condicionados pelo espetáculo a abandonar aqueles e seguir novas tendências ditadas pelo grande capital. A velocidade da informação, do mercado e da economia atingiu a rigidez com que lidávamos com os meios de



organização formais, criando uma pluralidade de microgrupos que, por vezes, supervalorizam a estética e a forma. Nesse sentido,

qualquer que seja a coloração política, esse nomadismo dos jovens exprime uma revolta contra o instituído, uma reação contra o tédio de uma cidade tornada uniforme. [...] O certo é que esses “pássaros migrantes” se opõem ao conformismo e às convenções sob suas diversas formas (MAFFESOLI, 2001a, p. 136).

Entretanto, essa efemeridade não compromete as relações neotribais. Elas de fato acontecem, mas somente entre os instantes em que os sujeitos conseguem satisfação pessoal nelas. De caráter hedonista, identificamos laços de consumo também nas relações, configurando um encadeamento de troca com liberdade de migração entre os grupos. A forma dinâmica com que as relações se dão acontece de modo antagônico no sentido de que, apesar de frágeis e não duradouras, elas têm vínculos de forte intensidade ao longo de sua existência.

O advento e a conseqüente popularização da Internet foram um movimento que impactou a percepção de identidades e a participação dos sujeitos em grupos de interesse. Com a criação de ambientes virtuais, tais como redes sociais digitais e páginas de fórum, os usuários encontram um espaço no qual podem ligar-se a outros com os mesmos interesses e que não necessariamente compartilham o mesmo espaço territorial. A criação de comunidades virtuais em que a troca de experiências é intensa configura-se na formação de neotribos, nas quais o tradicional “estar-junto” defendido por Maffesoli (1998) não remete impreterivelmente ao contato físico, mas sim ao compartilhamento de um imaginário coletivo àquele grupo. Bauman (2010, p. 16) evidencia como o contato on-line é fragmentado com laços não duradouros, já que

o principal atrativo do mundo virtual é a ausência de contradições e objetivos conflitantes que rondam a vida off-line. O mundo on-line, por outro lado, cria uma multiplicação infinita de possibilidades de contatos plausíveis e factíveis. Ele faz isso reduzindo a duração desses contatos e, por conseguinte, enfraquecendo os laços, muitas vezes impondo o tempo – em flagrante oposição à sua contrapartida off-line, que, como é sabido, se apoia no esforço continuado de fortalecer os vínculos, limitando severamente o número de contatos à medida que eles se ampliam e se aprofundam.

A transitoriedade e a dinâmica acelerada das relações em comunidades on-line, que permitem e incentivam o indivíduo a ter múltiplas identidades, cada uma destinada

a um momento e/ou categoria, encontra nas capacidades da Internet respaldo social. Na rede, por vezes, o que conta não são as qualidades das relações, mas sim a quantidade, e a constante possibilidade de se remodelar a identidade de acordo com tendência vigente. Nesse espaço virtual,

as identidades devem ser descartáveis; uma identidade insatisfatória, ou não suficientemente satisfatória, ou uma identidade que denuncia a idade avançada, deve ser facilmente abandonável; a biodegradabilidade talvez seja o atributo ideal da identidade mais desejável nos nossos dias (BAUMAN, 2010, p. 16).

Além disso, no ciberespaço, existe uma interação “infinita”, já que não é necessário que exista um sujeito on-line para a continuidade de um diálogo. Os posts, comentários e dúvidas ficam todos ali, armazenados para serem acessados a qualquer momento e respondidos quando o usuário bem desejar. Aliadas a um conhecimento “ilimitado” de amplo acesso, a rede virtual possibilita interações e troca de informações contínuas e o encontro de grupos que, por vezes, seriam impossíveis na vida fora da Internet.

## **METODOLOGIA**

Considerando comunidades que encontram plena existência on-line, escolhemos para o estudo três grupos sobre vegetarianismo no *Facebook* para analisarmos como é a relação dos sujeitos dentro da comunidade on-line e se eles configuram uma neotribo conforme as idealizações de Maffesoli. Para tal estudo, fizemos uma pesquisa quali-quantitativa por meio da aplicação de formulários semiestruturados, com uma consequente análise de conteúdo que permite a sistematização dos dados, aplicando os fundamentos de Bardin (2011). As perguntas foram formuladas levando em consideração os conceitos de identidade segundo Hall (2006), Maffesoli (1998) e as ideias sobre redes sociais de Castells (2013), buscando compreender de forma prática os conceitos arquitetados pelos pensadores da área de interações on-line e formação de comunidades.

O critério para a escolha dos grupos foi os que continham mais membros no *Facebook*. Assim, os escolhidos foram “Vegetarianos”; “Veganos(as) e Vegetarianos(as) – Brasília; e “VEGetariANOS”. Foi aplicado um questionário com

perguntas sobre comportamentos e hábitos dos usuários, e obtivemos 124 respostas. O critério de seleção dos usuários foi a disponibilidade para responder à pesquisa no período de 14/05 a 21/05 .

## **COLETA DOS DADOS**

Devido à grande concentração de membros nesses grupos, acreditávamos, previamente à análise, que a Internet é um intenso meio de troca entre os vegetarianos, que se reúnem em comunidades on-line. Após a tabulação das perguntas estruturadas, ficou claro que a Internet é tão importante na troca de experiências entre vegetarianos quanto às interações no real: 78,2% dos entrevistados responderam que trocam conhecimentos on-line com outros membros do grupo, enquanto 77,4% disseram que também o fazem no real. Quando perguntados sobre os itens de troca entre a comunidade vegetariana, as receitas foram as mais votadas, com 91,7% de votos, seguidas por indicações de restaurantes, com 64,5%, e dicas de saúde e substituição de alimentos e fontes de vitaminas, com 60,3%, e artigos sobre vegetarianismo com 38,8%.

Sobre os locais em que obtêm mais informações sobre o vegetarianismo, a Internet, de maneira geral, aparece em primeiro lugar, com 92,7%, seguida pelos grupos de *Facebook*, com 49,2%, e, em terceiro, as conversas no real com outros vegetarianos, com 39,5%. O *Facebook* ocupa um papel importante nas trocas dentro dos grupos, já que 92,7% acreditam que a plataforma de redes sociais facilita a troca de experiências.

Buscando entender como se dão as relações de identidade dos vegetarianos em uma perspectiva interacional com a sociedade, perguntamos se os membros já sofreram preconceito por seguirem um estilo de vida vegetariano, com 56,5% dos entrevistados respondendo que sim. Ainda no sentido de explorar a identidade vegetariana, fizemos a seguinte pergunta não estruturada: “Como você vê a relação dos vegetarianos com o resto da sociedade?”. Obtivemos 76 respostas, as quais agrupamos em três categorias utilizando a análise de conteúdo proposta por Bardin (2011), sendo que 41 respostas caracterizaram a relação como negativa; 16, como indiferente; e 19, como positiva.

## **VEGETARIANOS: UMA NEOTRIBO?**

A dimensão coletiva de agregar usuários em torno de um tema comum através da Internet dá às mídias sociais papel fundamental na constituição de comunidades na era pós-moderna. Castells (2013) defende que os sites de redes sociais fazem uma conexão entre todas as dimensões da vida dos usuários, causando uma transformação na cultura ao incitar o compartilhamento e conectando práticas. Dessa forma,

a chave do sucesso de um SNS (Social Networking Sites) não é o anonimato, mas, pelo contrário, a autorepresentação de uma pessoa real conectando-se com pessoas reais. As pessoas constituem redes para estar com outras, e para estar com outras com as quais desejam estar, com base em critérios que incluem aquelas que já conhecem ou gostariam de conhecer. Assim, é uma sociedade em rede autoconstruída com base na conectividade perpétua. Mas não é uma sociedade puramente virtual. Há uma íntima conexão entre as redes virtuais e as redes da vida em geral (CASTELLS, 2013, p. 136-137).

Ao pensar nos vegetarianos em suas interações on-line como uma neotribo, analisamos algumas características propostas por Maffesoli (1998). O “estar-junto” proposto pelo autor como característica fundamental das tribos modernas se faz presente nos grupos estudados, não necessariamente no real, mas pelo ambiente virtual proporcionado pelo *Facebook*. Ali, ao possibilitar a troca de experiências, vivências e práticas, o “estar-junto” se consolida de forma dinâmica e conjunta. Esse movimento de compartilhamento é percebido pelas trocas de receitas e de informações sobre alimentação entre os usuários. Um ponto interessante a ser notado é que, na cultura popular, é amplamente acreditado que a carne é fonte essencial de vitaminas e minerais para o corpo humano, e que a sua retirada da dieta causa malefícios e deficiências nutricionais. Slywitch (2006, p. 14) explica que

a ingestão calórica dos vegetarianos costuma ser menor, mas a maioria das vitaminas e minerais é ingerida, pelos vegetarianos, em quantidade igual ou maior do que pelos onívoros. Isso traduz uma melhor quantidade de alimentos utilizados pelos vegetarianos. Não é o uso da carne nem dos produtos derivados de animais que faz a diferença na obtenção desses nutrientes, mas sim a forma de escolher os alimentos vegetais.

Assim, essa diversidade na escolha e no preparo dos alimentos e nas substituições de vitaminas e minerais oriundos da carne é um ponto importante na construção da identidade do grupo e nas suas relações de troca. Acreditamos que a

permuta de informações entre membros dos grupos sobre seus hábitos alimentares se dá muito pela necessidade, já que, no questionário, ficou claro que a troca de receitas e a necessidade de cozinhar devido a falta de opções de pratos vegetarianos em supermercados e restaurantes foi um tema intensamente comentado pelos interrogados.

Entendemos que, como a maioria dos usuários relata uma percepção negativa por parte da sociedade acerca dos vegetarianos e mais da metade deles já sofreu preconceito, a construção e a participação de comunidades virtuais pode ser um meio de adquirirem a sensação de pertencimento e de compartilhar de um mesmo traço identitário. Essa crença dialoga diretamente com a ideia de “estar-junto” proposta por Maffesoli (1998) e com a concepção de comunidades virtuais, que, para Lévy (1999, p. 128), se dão pelas “afinidades de interesses, de conhecimentos, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca”, sem que necessariamente exista proximidade física entre seus membros.

Ao pensar a sobreposição da identidade estável, característica das sociedades pós-modernas, por uma caracterização de múltiplas identidades, Maffesoli (1998) desindividualiza o sujeito. Os participantes dos grupos on-line de vegetarianismo possuem outras identidades além daquela relacionada ao hábito de não consumir carne, não se apoiando em uma lógica de uma identidade singular. Essas perspectivas multifacetadas permitem que eles circulem entre diversos agrupamentos, sem necessariamente ter de abdicar de uma identidade para participar de outra neotribo.

A fluidez e a efemeridade, características das neotribos segundo Maffesoli (1998), podem ser encontradas nas interações on-line entre os vegetarianos, as quais possuem vínculos com base em afetividades e interações sem intenção de lucro. Por mais que os grupos no *Facebook* permitam uma fluidez entre os usuários, com fácil acesso e possibilidade de retirar-se a qualquer momento, os egressos não necessariamente deixam de seguir o vegetarianismo, podendo adotar esse estilo de vida mesmo após seu desligamento do grupo. O enfraquecimento dos laços entre os sujeitos virtuais, ocasionado pela não concretização das relações no ambiente real, encontra, em contrapartida, reflexo na solidarização dos indivíduos e no compartilhamento de conhecimento. O pertencimento a grupos da rede criados pelas inúmeras potencialidades dos indivíduos

permite a criação de laços fracos com desconhecidos, num modelo igualitário de interação, no qual as características sociais são menos influentes na estruturação, ou mesmo no bloqueio, da comunicação. De fato, tanto online, quanto offline, os laços fracos facilitam a ligação de pessoas com diversas características sociais, expandindo assim a sociabilidade para além dos limites socialmente definidos do auto reconhecimento. (CASTELLS, 2005, p. 445)

O desejo de criar novos modos de vivência reúne os membros do grupo a partir da necessidade de pertencimento por ajuntamentos e a criação de novos tipos de sociabilidade. Desse modo, a faceta identitária dos vegetarianos é estabelecida muito no contato com o “outro” e na percepção do contato entre membros com a mesma afinidade, construindo um convívio multicultural e heterogêneo.

## CONCLUSÃO

As práticas de alimentação de um grupo são guiadas por fatores físicos, culturais e sociais, baseando-se na percepção de que diferentes modos e hábitos alimentares criam novos nichos e grupos reunidos diante de uma mesma crença ou convicção. A carne como alimento, percebida por muitos como item indispensável à dieta humana, sempre foi um item controverso e por vezes regulada por instituições religiosas e convenções sociais. O estudo da práxis social mediado por fatores de alimentação e modos de consumo comensais se mostra como uma importante ferramenta para entendermos as dinâmicas sociais e tencionar o debate de como somos moldados pela forma como nos alimentamos. Ao estudarmos as trocas entre vegetarianos em grupos virtuais, entendemos que as relações on-line são tão importantes quanto as ditas reais, e como as mídias sociais e suas redes são importantes para a constituição dos vegetarianos como comunidade. Explorando os conceitos de construção de identidade, cultura e comportamento digital, e aplicando as ideias de Maffesoli (1998) sobre neotribalização e percepção da desindividualização nas sociedades pós-modernas, percebemos que os sujeitos que participam dos grupos sobre vegetarianismo constituem-se como uma neotribo. Por meio da aplicação de questionários em três grupos do *Facebook* para uma pesquisa quali-quantitativa, percebemos que o vínculo entre os sujeitos se dá muito pela necessidade comum de substituir a carne por vegetais e aprender como se dão essas trocas, além do intercâmbio de receitas e indicações de restaurantes. O “estar-junto” proposto por Maffesoli (1998) se faz presente nas redes

sociais proporcionadas pelo ambiente virtual, o qual estabelece um vínculo afetivo entre os sujeitos sem a finalidade de lucro, com liberdade de ingresso e saída dos grupos como reflexo da fluidez e da nova dinâmica grupal inerente à sociedade pós-moderna.

A fragmentação do conceito de vegetarianismo e a percepção de suas várias vertentes se constituíram como o maior desafio no trabalho apresentado. Uma pesquisa seguinte pode relacionar os dados obtidos de forma virtual com entrevistas em profundidade com vegetarianos para aprofundar a questão da construção identitária como comunidade e de como se funda a percepção do grupo no imaginário social. Além disso, discutir os hábitos de consumo desse grupo e como o mercado alimentício está em crescente adaptação e transformação para atender essa classe emergente se constitui como um tema relevante para entender como as práticas e formas de alimentação transformam o sistema cultural.

## REFERÊNCIAS

- BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **44 Cartas do Mundo Líquido Moderno**. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.
- CARNE EM NÚMEROS. **Embrapa**. Disponível em < <https://www.embrapa.br/qualidade-da-carne/carne-em-numeros>>. Acesso em 03 jun 2018.
- CASTELLS, Manuel. **Redes de indignação e esperança: movimentos sociais na era da internet**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p.
- \_\_\_\_\_. **A sociedade em rede**. 8 ed. São Paulo Paz e Terra, 2005.
- CONTRERAS, Jesús; GRACIA, Mabel. **Alimentação, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Editora Fiocruz, 2011. 496 p.
- Dia Mundial do Vegetarianismo. **IBOPE**. Disponível em < <http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/paginas/dia-mundial-do-vegetarianismo-8-da-populacao-brasileira-afirma-ser-adepta-ao-estilo.aspx>>. Acesso em 04 jun 2018.
- [FAO] Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. **Perspectivas alimentarias**. Resúmenes de mercado. Mayo/2015. Disponível em <<http://www.fao.org/3/b-i4581s.pdf>>. Acesso em 15 mai 2018.
- FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura: globalização, pósmodernismo e identidade**. Trad. Carlos Eugênio Marcondes Moura. São Paulo: Studio Nobel, SESC, 1997.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: Editora DP&A, 2006.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- MAFFESOLI, Michel. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2001a.
- \_\_\_\_\_. **O imaginário é uma realidade?** Revista FAMECOS. Porto Alegre - nº 15, ago. 2001b. p.74-82.
- \_\_\_\_\_. **No fundo das aparências**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1999. 2ª ed.
- \_\_\_\_\_. **Tempo das tribos: o declínio do individualismo nas sociedades de massa**. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. São Paulo: Senac São Paulo, 2008, 207 p.
- SLYWITCH, E. **Alimentação sem carne: guia prático: o primeiro livro brasileiro que ensina como montar sua dieta vegetariana**. São Paulo: Palavra Impressa, 2006. 112 p.