

Vegetarianismo e identidade: a construção de uma neotribo

Arthur Franco Oliveira¹

<https://orcid.org/0000-0002-8687-7537>

Mirna Tonus²

<https://orcid.org/0000-0002-8841-1888>

Resumo: Partindo da perspectiva da alimentação como um fenômeno biocultural, este estudo busca analisar a possível formação de uma neotribo em grupos de vegetarianos na rede social Facebook. A partir da ótica de um referencial teórico sobre comunidades, identidade e alimentação, realizamos uma pesquisa qualitativa através da aplicação de questionários em grupos sobre vegetarianismo no Facebook, analisando as percepções dos indivíduos sobre seus agrupamentos virtuais. Adotando principalmente as definições de Michel Maffesoli sobre neotribalismo, entendemos que os comportamentos das comunidades no ciberespaço e o vínculo identitário entre sujeitos que compartilham as mesmas práticas alimentares refletem a criação de neotribos, permeadas pela efemeridade e pela fluidez de seus membros.

Palavras-chave: Comida. Neotribo. Facebook. Identidade. Vegetarianismo.

¹ Mestre em Comunicação pelo Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade Federal do Paraná (UFPR). Professor dos cursos de Jornalismo e Publicidade e Propaganda da Faculdade de Tecnologia de Curitiba (Fatec). E-mail: arthurcfranco@gmail.com

² Doutora em Mídias, mestre em Educação e jornalista, com Pós-Doutorado em Sociologia. 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@gmail.com

Abstract: From the perspective of food as a biocultural phenomenon, this study seeks to analyze the possible formation of a neotribe in vegetarian groups in the social network Facebook. From the perspective of a theoretical framework on communities, identity and food system, we conducted a qualitative and quantitative research through the application of questionnaires on groups on vegetarianism on Facebook, analyzing the perceptions of individuals about their virtual groupings. Mainly adopting Michel Maffesoli's definitions of neotribalism, we understand that the behaviors of communities in cyberspace and the identity bond between subjects who share the same eating practices reflect the creation of neotribes, permeated by the ephemerality and fluidity of their members.

168

Keywords: Food. Neotribe. Facebook. Identity. Vegetarianism.

Resumen: A partir de la perspectiva de la alimentación como fenómeno biocultural, este estudio busca analizar la posible formación de un neotribe en grupos de vegetarianos en la red social Facebook. Partida de un marco teórico sobre comunidades, identidad y alimentación, realizamos una investigación cualitativa y cuantitativa mediante la aplicación de cuestionarios en grupos sobre vegetarianismo en Facebook, analizando las percepciones de los individuos sobre sus agrupaciones virtuales. Adoptando principalmente las definiciones de neotribalismo de Michel Maffesoli, entendemos que el comportamiento de las comunidades en el ciberespacio y el vínculo identitario entre sujetos que comparten las mismas prácticas alimentarias reflejan la creación de neotribes, permeados por la efímera y fluidez de sus miembros.

169

Palabras clave: Comida. Neotribo. Facebook. Identidad. 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. 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. O estudo da relação entre cultura, práticas sociais e alimentação se apresenta como um campo fértil que revela muito sobre a identidade de comunidades e a vinculação entre os indivíduos. A existência de inúmeros sistemas alimentares com regras e tabus próprios reflete a vastidão de alimentos passíveis de consumo. Além das influências dos fatores biológicos e geográficos, o componente cultural também intervém ativamente nas escolhas do que comer. Fischler aponta como a disponibilidade de um alimento não implica consequentemente em seu consumo, pois:

A variabilidade das escolhas alimentares humanas procede, sem dúvida, em grande parte, da variabilidade dos sistemas culturais: se não consumimos tudo o que é biologicamente comestível, é porque tudo o que é biologicamente comestível não é culturalmente comestível. (FISCHLER, 1995, p. 33, tradução nossa³).

170

A ingestão de carne e de seus derivados sempre foi um hábito cercado de simbolismo e ambiguidade em seu aspecto cultural, 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, 2015, 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. A alimentação dos católicos, durante a Quaresma, era dividida entre dias de carne e dias de vigília (CONTRERAS, GRACIA, 2015). 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

³ Do original, “la variabilidad de las elecciones alimentarias humanas procede sin duda en gran medida de la variabilidad de los sistemas culturales: si no consumimos todo lo que es biológicamente comestible, se debe a que todo lo que es biológicamente comible no es culturalmente comestible”.

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. Segundo a autora:

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. (CONTRERAS; GRACIA, 2015, p. 214).

Em comparação, o acesso à carne em tempos modernos foi facilitado. Em 2015, foram produzidas cerca de 318.7 milhões de toneladas de carne no mundo, com uma média de 43,4 quilos *per capita* consumidos por ano, segundo a Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação (FAO, 2015). Só no Brasil, segundo a Embrapa (2017), 26,35 milhões de toneladas do alimento foram produzidos em 2016. 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; 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: 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, 2015, 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, a recusa ao item passou de impossibilidade financeira/de acesso para uma escolha individual em muitos casos, o que reflete uma mudança na percepção da carne como alimento essencial e como item de regulação e distinção social.

Dessa forma, na sociedade contemporânea, o vegetarianismo também se estrutura como forma de diferenciação social, não no sentido de superioridade ou

inferioridade, mas no que se traduz na formação de um agrupamento 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, mobilizando os conceitos de neotribalismo, proposto por Michel Maffesoli, e de identidade como formação de cultura. Para tal análise, desenvolvemos uma pesquisa através da aplicação de um formulário em grupos, constituídos na mídia social Facebook, voltados para a troca de experiências entre membros do vegetarianismo, com uma consequente análise quali-quantitativa.

Vegetarianismo e identidade

A concepção socialmente construída de um indivíduo vegetariano frequentemente se baseia apenas na abstenção do consumo de carne. Para Slywitch (2006, p. 7), os praticantes do vegetarianismo “têm como princípio não comer produtos que implicaram na morte de qualquer ser do reino animal”. Entretanto, dentro do vegetarianismo, encontramos inúmeros comportamentos variantes, com as principais classificações sendo: ovolactovegetarianos, que não consomem carne de nenhum tipo, mas consomem ovos e laticínios; lactovegetarianos, que não comem 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.

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

Para dimensionar a quantidade de praticantes do movimento existentes no país, o Instituto IBOPE (2012) conduziu em 2012 uma pesquisa na qual 8% da população das principais capitais e regiões metropolitanas brasileiras se declarou vegetariana. Nos anos mais recentes, observamos um crescimento do mercado alimentício voltado aos indivíduos que optam por não consumir 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. 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, 2015, p. 428).

Na sociedade pós-moderna, a expansão do conhecimento sobre os modos de produção dos alimentos ocasiona novos movimentos de estilos de vida que tomam como preceitos também as escolhas alimentares. Hall (2006), ao tratar sobre a questão da formação de identidades na pós-modernidade, trabalha com a teoria de Giddens (1990), evocando a ideia de que, nas sociedades atuais, existe uma rapidez de mudança de pensamento social a partir do momento em que diferentes territórios do globo entram em contato, 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). Assim, o contato com as novas formas de produção em massa e as trocas de experiências entre os indivíduos, aceleradas pela comunicação virtual, permitem que movimentos alimentares ganhem força e se disseminem através dos vários estratos sociais.

Através de uma constante troca cultural e simbólica com a realidade, os atores sociais entram em contato com um imenso número de contextos que constituem sua bagagem de valores e permitem apresentar interpretações particulares do universo simbólico individual. 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). Considerando o âmbito geral da sociedade, encontramos grupos com gostos, vivências e entendimentos semelhantes, que se reúnem em comunidades. 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 representado dentro dele. Com efeito,

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, que se ligam, na sociedade pós-moderna, por meio de um “estar-junto” (Maffesoli, 1998). A união se baseia, majoritariamente, nas percepções emocionais e afetivas, em vez de na racionalidade e em contratos sociais, refletindo movimentos de agrupamentos orgânicos. Em outras palavras: segundo Maffesoli (1998), apesar da racionalidade que reina nas relações entre os sujeitos, eles se agrupam em “novas” tribos, através de ligações de afeto e não contratuais, como imaginado pela concepção mecânica da sociedade pós-moderna. Assim, 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).

Dessa forma, o indivíduo encontra seu valor não mais a partir da sua função social, mas do 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). Nesse sentido, as sociedades neotribais se organizam em uma nova forma de sociabilidade, em grupos que encontram formas empáticas de solidariedade em oposição às instituições formais, com relações que não se resumem a uma racionalidade mecânica. O tribalismo moderno se constitui por meio da ótica da identificação e da sensação compartilhada a partir de novas possibilidades de interação. Com retorno ao ideal comunitário em detrimento do 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 dos 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).

Em relação à 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 a variadas comunidades pelo compartilhamento de afinidades, gostos e significados causa uma percepção identitária múltipla nos indivíduos, o que dissolve a concepção de uma imagem social integrada e única dos sujeitos. Hall (2006) defende que a identidade é que faz a ponte entre o mundo exterior e o mundo privado, não sendo composta apenas por uma fechada e estável, mas por 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 compartilhar virtualmente, no seio de diversos grupos, experiências muitas vezes não relacionadas entre si. Essa mudança de paradigma da racionalidade e o uso da internet como um espaço de rearranjo dos grupos e ressignificação do sujeito social encontra forte expoente em Maffesoli (2008, p. 80), já que o autor propõe que 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.

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; entra em contato com diferentes concepções e territorialidades, que influenciam seu comportamento e a idealização de seus valores socioculturais. A construção do eu é um processo constante durante a existência do indivíduo e se molda de acordo com suas vivências e trocas. Dessa forma, é visível a possibilidade de mudança de concepções, 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 valorização do consumo incitado pelas mídias e a descartabilidade, tanto material quanto das relações e dos ideais, produzem novas formas de relacionamento num reflexo da efemeridade característica da sociedade pós-moderna. O nomadismo de configurações sociais, como diz Maffesoli (2001), é reflexo de uma cultura marcada pela transitoriedade, na qual, em um momento, determinados produtos e símbolos são cultuados, e, em outro, o espetáculo midiático guia ao abandono daqueles e a 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, uma mostra de que o nomadismo moderno “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, 2001, p. 136).

Entretanto, essa efemeridade não compromete as relações neotribais, já que 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, já que a principal necessidade atendida pelo consumo é a do simbólico, 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. Tais ligações foram beneficiadas pelo advento e a consequente popularização da internet, já que a movimentação dos sujeitos no ambiente virtual impactou a sua participação em grupos de interesse e percepção das identidades.

Com a criação de ambientes virtuais, tais como redes sociais digitais e páginas de fórum, os usuários encontram um espaço no qual podem se ligar a outros com as mesmas preferências sem necessariamente compartilharem o mesmo espaço territorial. A criação de comunidades virtuais em que a troca de experiências é intensa se configura na formação de neotribos, nas quais o tradicional “estar-junto” defendido por Maffesoli (1998) não remete impreterivelmente ao contato físico, mas também ao compartilhamento de um imaginário coletivo por parte do grupo. Bauman (2010, p. 16) evidencia como o contato on-line é fragmentado com laços não duradouros:

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.

177

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 é a qualidade das relações, mas a quantidade e a constante possibilidade de remodelação da identidade de acordo com tendência vigente. No 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, as interações se tornam perenes, já que não é necessário que exista um sujeito on-line para a continuidade de um diálogo. Os posts, comentários e dúvidas permanecem armazenados para serem acessados

a qualquer momento e respondidos quando o usuário bem desejar. Aliadas à vastidão do conhecimento 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.

Alimentação e tribos

Os hábitos e modos de alimentação presentes em determinado povo influenciam diretamente nas relações sociais entre os indivíduos, ao mesmo tempo em são moldados por fatores históricos, geológicos e culturais. A construção do imaginário alusivo à alimentação se pauta pelo conjunto de referências de gosto, habilidades e alimentos disponíveis, além da experiência de saberes de antepassados, apreendidos pela cultura e transmitidos na forma de práticas e regulamentações. Grande parte 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, 2015, p. 140/141).

178

A comida, e todo o sistema que a cerca, pode ser entendida como um importante fator para delimitar hierarquia social, poder e pertencimento, além de ter relação direta com a noção identitária de um povo. Em sentido amplo, somos condicionados a pensar pelo viés de uma dimensão integralizada quando nos referimos à cozinha de determinado país, como, por exemplo, “cozinha francesa”, “cozinha italiana” e “cozinha japonesa”. Assim, por mais que pensemos em alimentos como macarrão, tomates, manjeriço, 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 estereótipos 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:

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, 2015, p. 167).

A criação de categorias alimentares e a identificação de pertencimento individual a elas também cria proximidade entre indivíduos com comportamentos e gostos semelhantes, o que permite o surgimento de grupos para trocas de experiências. Considerando comunidades que encontram plena existência on-line, escolhemos para o estudo três grupos sobre vegetarianismo no Facebook, a fim de analisarmos como é a relação dos sujeitos, que configuram uma neotribo conforme as idealizações de Maffesoli, dentro das comunidades on-line. Para tal estudo, fizemos uma pesquisa quali-quantitativa por meio da aplicação de formulários semiestruturados, com conseqüente sistematização dos dados e análise quanto as possíveis características de neotribo alinhadas aos grupos. As perguntas⁴ foram formuladas levando em consideração os conceitos de identidade, segundo Hall (2006) e Maffesoli (1998), bem como as ideias sobre redes sociais de Castells (2013). Buscou-se compreender de forma prática os conceitos arquitetados pelos pensadores da área de interações on-line e formação de comunidades.

179

O critério para a escolha dos grupos foi a quantidade de membros, sendo os escolhidos: “Vegetarianos” com 21.554 membros; “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília, com 17.526 membros; e “VEGetariANOS”, com 10.283 membros⁵. Foi aplicado um questionário com perguntas sobre comportamentos e hábitos dos usuários, com 124 respostas resultantes. Estipulou-se que as questões deveriam ser respondidas no período de 14/05/18 a 21/05/18. Esse foi o critério utilizado para a seleção dos participantes.

Devido à grande concentração de membros nesses grupos, acreditávamos, previamente à análise, que a internet se constitui como intenso meio de troca entre os vegetarianos que se reúnem em comunidades on-line. Após a tabulação das perguntas estruturadas, confirmamos nossa suposição inicial, ficando claro que a internet é tão importante na troca de experiências entre vegetarianos quanto as interações no mundo real: 78,2% dos entrevistados responderam que

⁴ O questionário pode ser encontrado em <http://tiny.cc/cuaniz>.

⁵ Tais números correspondem à quantidade de membros que cada grupo tinha no momento que a pesquisa foi realizada, maio de 2018.

trocaram conhecimentos on-line com outros membros dos grupos, enquanto 77,4% disseram que também o fazem em outros espaços. Quando perguntados sobre os conhecimentos trocados dentro da 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%.

A questão da substituição alimentar se apresenta como ponto basilar na cultura vegetariana, já que, na cultura popular, é amplamente aceito 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:

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.

Essa diversidade na escolha e no preparo dos alimentos pelos vegetarianos 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 a falta de opções de pratos vegetarianos em supermercados e restaurantes foi um tema intensamente comentado pelos interrogados no espaço para comentários. Quando perguntados 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 com outros vegetarianos, no “mundo real”, com 39,5%. O Facebook ocupa um papel importante nas trocas dentro dos grupos, já que 92,7% acreditam que a plataforma facilita a troca de experiências. Essa 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 ao conectar 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).

Analisando as respostas dos vegetarianos em suas interações on-line se os mesmos podem constituir uma neotribo, observamos algumas características propostas por Maffesoli (1998) sobre tal formação. Para entender como se dão as relações de identidade dos vegetarianos em uma perspectiva interacional com a sociedade, fizemos a seguinte pergunta aberta: “Como você vê a relação dos vegetarianos com o resto da sociedade?”. Obtivemos 76 respostas, que foram agrupadas em três categorias: 41 respostas caracterizaram a relação como negativa; 16, como indiferente; e, 19, como positiva.

Quando perguntados se já sofreram preconceito por serem vegetarianos, 70 dos 124 entrevistados responderam que sim. Entendemos que, como a maioria dos usuários relata uma percepção negativa por parte da sociedade acerca dos vegetarianos e até mesmo preconceito, a construção e a participação de comunidades virtuais pode ser um meio de adquirirem a sensação de pertencimento por compartilharem de um mesmo traço identitário. O “estar-junto” proposto pelo autor como característica fundamental das tribos modernas se faz presente nos grupos estudados, não necessariamente no real, mas devido ao 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 nas comunidades virtuais. Estas, para Lévy (1999, p. 128), dão-se 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 na sobreposição da identidade estável por múltiplas identidades, característica das sociedades pós-modernas, Maffesoli (1998) “desindividualiza” o sujeito, o qual passa a se rearranjar na alteridade. 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, mas em perspectivas multifacetadas que permitem sua circulação em diversos agrupamentos, sem necessariamente abdicar de uma identidade para se integrar a outra neotribo.

Os aspectos referentes à fluidez e à efemeridade, características também atribuídas às neotribos por Maffesoli (1998), podem ser encontradas nas interações on-line entre os vegetarianos, os quais possuem vínculos com base em afetividades e interações sem intenção de lucro. Ainda que os grupos no Facebook permitam fluidez entre os usuários, com fácil acesso e possibilidade de ingresso e afastamento a qualquer momento, os egressos não necessariamente deixam de seguir o vegetarianismo, podendo continuar a seguir tal regime alimentar mesmo após seu desligamento do grupo. O enfraquecimento dos laços entre os sujeitos virtuais, ocasionado pela não concretização das relações no ambiente real, encontra, como contrapartida, solidariedade dos indivíduos 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 on-line, 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 em 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 comunidades reunidas diante de uma mesma crença ou convicção. A carne como alimento, percebida por muitos como indispensável à dieta humana, sempre foi um item controverso e, por vezes, regulado por instituições religiosas e convenções sociais. O estudo da práxis social mediada por fatores de alimentação e modos de consumo comensais se mostra como uma importante ferramenta para entendermos as dinâmicas sociais e tencionarmos o debate de como somos moldados pela forma que nos alimentamos.

Ao estudarmos as trocas entre vegetarianos em grupos virtuais, percebemos como as relações on-line são tão importantes quanto as off-line, de forma que as mídias sociais e suas redes de alteridade são importantes para a constituição dos vegetarianos como comunidade que encontra plena existência on-line. Explorando os conceitos de construção de identidade, cultura e comportamentos alimentares, e aplicando as ideias de Maffesoli (1998) sobre neotribalização e a percepção do processo de esgotamento do individualismo nas sociedades pós-modernas, percebemos que os sujeitos que participam dos grupos sobre vegetarianismo se constituem como uma neotribo.

Por meio da aplicação de questionários em três grupos do Facebook, para uma pesquisa quali-quantitativa, compreendemos que o vínculo entre os sujeitos se mostra primariamente ligado às necessidades nutricionais da substituição de carne por vegetais e ao modo como se dão essas trocas, além do intercâmbio de receitas e indicações de restaurantes. O “estar-junto” proposto por Maffesoli (1998), faz-se presente através das redes sociais proporcionadas pelo ambiente virtual, que permite o estabelecimento de um vínculo afetivo entre os sujeitos sem a finalidade de lucro, com liberdade de ingresso e abandono dos grupos como reflexo da fluidez e da nova dinâmica grupal inerente à sociedade pós-moderna.

As alterações sociais trazidas pela inserção das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) no cotidiano dos sujeitos possibilitaram que grupos que previamente não tinham contato pudessem trocar conteúdos entre si, e a alimentação, por ser uma necessidade humana, encontrou lugar de destaque nas discussões que ocorrem no ambiente virtual. Como colocado por Contreras

e Gracia (2015), a modernidade trouxe novas possibilidades alimentares ao disponibilizar uma perspectiva totalitária de como a cadeia industrial da alimentação funciona, possibilitando que os indivíduos pudessem escolher novos regimes alimentares baseados nesse conhecimento. Acreditamos que, por conta da maior disponibilidade de informações sobre a indústria alimentar (incluindo aquela relacionada ao abate de animais e ao consumo de carne), e da facilidade de acessá-las em espaços digitais que permitem trocas entre os usuários, novos modos de alimentar são consolidados e têm suas práticas expandidas, a exemplo, os vegetarianos. Como evidenciado pela pesquisa, a maioria dos entrevistados vê uma relação tortuosa entre vegetarianos e não vegetarianos. Observamos que os grupos no Facebook que reúnem indivíduos que partilham o vegetarianismo são redutos para aqueles que buscam uma rotina alimentar que foge do padrão carnívoro, encontrando ali um espaço seguro para discutir a prática alimentar.

A fragmentação do conceito de vegetarianismo e a percepção de suas várias vertentes se constituíram como o maior desafio no trabalho apresentado. Em uma pesquisa futura, é possível relacionar os dados obtidos de forma virtual com entrevistas em profundidade a fim de aprofundar a questão da construção identitária como comunidade e de saber como é fundada a percepção dos vegetarianos no imaginário social. Além disso, discutir os hábitos de consumo de tal grupo e como o mercado alimentício está em crescente adaptação e transformação para atender novos padrões de consumo também se constitui como tema de pesquisa relevante para apreender como as práticas e formas de alimentação transformam o sistema cultural e são por ele transformadas.

Referências

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.

_____. *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, 2015. 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, pós modernismo e identidade**. Trad. Carlos Eugênio Marcondes Moura. São Paulo: Studio Nobel, 1997.

FISCHLER, Claude. **El (h)omnívoro**. El gusto, la cocina y el cuerpo. Barcelona: Editorial Anagrama, 1995.

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. Michel Maffesoli: o imaginário é uma realidade. **Revista FAMECOS**, n. 8, v. 15, p. 74-82, 2008.

185

_____. **Sobre o nomadismo: vagabundagens pós-modernas**. 1ª edição. Rio de Janeiro: Record, 2001.

_____. **No fundo das aparências**. Petrópolis: Vozes, 1999.

_____. **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, 2013.

SLYWITCH, E. **Alimentação sem carne: guia prático: o primeiro livro brasileiro que ensina como montar sua dieta vegetariana**. São Paulo: Palavra Impressa, 2006.