

ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO



**HÁBITOS ALIMENTARES COMO FORMAS DE RESISTÊNCIA E SUA
ABORDAGEM NO INSTAGRAM: UMA ANÁLISE DO USUÁRIO
“VEGANO PERIFÉRICO”**

JOANA ABUHAB BIALSKI
PATRICK ARAÚJO DAS CHAGAS

SÃO PAULO
2019

1. Introdução

O ato de comer está intrinsecamente ligado à sobrevivência e evolução humana, afinal, parte do nosso processo evolutivo está conectado com nossa alimentação. Desta forma, é inegável o impacto da alimentação em nossas vidas, seja de forma a influenciar nossa saúde ou de forma a nos dar prazer.

Com o desenvolvimento de novas tecnologias e as mudanças sociais decorrentes, aos poucos estabeleceu-se um novo padrão de rotina, cujas repercussões se estendem às mais diversas áreas da nossa existência. Nossa relação com os alimentos, por exemplo, sofreu e continua sofrendo mudanças ao longo do tempo. Atualmente, pratos pré-prontos, restaurantes *fast food*, frutas e legumes transgênicos ou com altas concentrações de agrotóxicos e a criação de animais de forma massiva para consumo humano são extremamente comuns.

Diante destas e outras transformações sociais e, conseqüentemente, alimentares, este trabalho busca compreender o modo como o **veganismo** é explorado na internet e, mais especificamente, no Instagram. Para tanto, sob o pressuposto de que um **estudo de caso é um método que permite o conhecimento de um fenômeno a partir da exploração intensa de um único caso** (BECKER, 1997), tomaremos o perfil “Vegano Periférico” como um *lócus* para a investigação de como o veganismo pode ou não aparecer nas redes sociais digitais como uma forma alimentar contra-hegemônica configurada a partir da resistência. Neste sentido, a pergunta que, então, nos norteia é: haveria, no Instagram, espaço para discussões políticas e sociais em páginas veganas? Seria essa uma prática comum?

Palavras Chave: instagram - internet - resistencia - veganismo - alimentação

2. Metodologia

A análise de conteúdo será aplicada à rede social digital Instagram através da observação das publicações do usuário “Vegano Periférico” e da pesquisa de *hashtags*, que categorizam os posts por temas.

As *hashtags* “vegano” e “veganismo” serão utilizadas para dar um panorama geral do assunto no Instagram, com a observação das 20 publicações mais **relevantes** de cada uma como amostragem devido à grande quantidade de posts.

[1] Comentário: trazer mais os pontos que desdobramos posteriormente, ao longo da introdução; colocar as preocupações em relação ao tema colocar os objetivos, o problema.



[2] Comentário: Colocar na introdução a multiplicidade de vertentes do veganismo; (nossa interpretação do veganismo como uma vertente destoante);



As publicações do “Vegano Periférico” serão analisadas desde a criação do perfil conforme a necessidade e relevância dos assuntos tratados. Por fim, o usuário “Carol Vida Vegan” será utilizado da mesma forma como contraste.

3. Resistência

É importante sublinhar que o conceito de resistência, resiste a uma definição categórica e tem contemplado cada vez mais manifestações do que Freire Filho (2007) chama de agenciamento. Ao pensarmos nas perspectivas modernas de resistência, a Internet poderia constituir um espaço de emergência do agenciamento, reunindo de maneira mais eficaz grupos de indivíduos com sentimento de subjugação e o interesse de subverter as relações de poder, que, no paradigma moderno, são bem definidas.

Existem, porém, controvérsias com relação ao "sujeito racional, pré-discursivo, internamente coerente, com um posicionamento claramente definido frente à dominação" (CASTELLS, 2003, p. 15), de modo que "as abordagens pós-modernas tendem a enfatizar fluxos complexos de relação de poder, subjetividades construídas, fragmentárias e atividades locais e individualizadas." (CASTELLS, 2003, p. 16)

Em concordância com essa perspectiva de sujeito fragmentário, é possível observar, na Internet, construções identitárias de resistência, além de manifestações de resistência através de comportamentos diários sutis como: fazer *memes* zombando do presidente, compartilhar publicações de movimentos reacionários, criticar órgãos de autoridade, praticar pirataria etc.

A internet é um ponto forte para a questão da resistência uma vez que é uma rede de afinidades que propicia o seu uso instrumental para fins políticos e culturais. Ela permite a organização desses grupos/movimentos e manter o enfoque, possibilitando a agregação em torno de valores e ideias: “A Internet é a conexão global-local, que é a nova forma de controle e de mobilização social em nossa sociedade” (CASTELLS, p. 279)

Ademais, ao mesmo tempo em que a Internet, por um lado, possibilita a agregação de sujeitos em identidades resistentes e a catalização para a politização, por outro lado, também, que se fechem em bolhas ideológicas e se enfraquecem em termos de argumentação. É neste sentido que um olhar mais atento sobre o

instagram, conhecido por sua narrativa cotidiana, fluida e efêmera de si (LEMOS & SENA,2018) nos chama a atenção. Haveria ali espaço para resistências?

4. Instagram e Veganismo

Deixar de consumir produtos de origem animal e derivados ou fabricados por empresas que exploram animais em qualquer um de seus processo, reivindicar respeito aos animais não humanos, são essas algumas das ações praticadas por Veganos. Por definição, ser Vegano é não consumir nenhum produto de origem animal ou que tenha exploração animal envolvida em seu processo de produção, isso vai desde carne a maquiagem e produtos de limpeza doméstica.

O veganismo defende uma conduta ética em relação à vida dos animais não-humanos e, para isso, recorre ao boicote a produtos que utilizem materiais, compostos ou ingredientes de origem animal, empresas que usem animais em experiências científicas e em processos de teste de seus produtos, além de condenar qualquer ação da espécie humana em relação às demais espécies que vise à obtenção de lucro ou de qualquer outro benefício.(Pinto, 2008, p. 6)

O Instagram é uma plataforma de compartilhamento de fotos e vídeos utilizadas por pessoas físicas e jurídicas. Fundada, em 2010¹, a plataforma conta atualmente com mais de 1 bilhão de usuários ativos por mês, e mais de 500 milhões de usuários ativos diariamente. Com uma comunidade de usuários tão extensa, a rede social se tornou a principal rede social digital² para compartilhamento de fotos, vídeos e imagens sobre o que está acontecendo no momento.

O aumento da popularidade do Instagram e do Veganismo aconteceram em épocas próximas, e como "[...] tal estilo de vida vem alcançando cada vez mais adeptos, no Brasil, principalmente entre a população jovem das grandes cidades. A internet é o principal meio de divulgação dos ideais defendidos pelos veganos e, a cada momento, surgem novas iniciativas." (PINTO, 2008, p.6). O Instagram se tornou uma ferramenta de compartilhamento de conteúdos ligados ao veganismo, assim como o número de vegetarianos cresceu em 75% em uma comparação entre

¹ Dois anos após sua fundação, foi comprado pelo Facebook, empresa que detém os direitos do aplicativo até hoje.

² Segundo Martino (2014), conceito de redes sociais pode ser entendido como um tipo de relação entre seres humanos que se pauta pela flexibilidade de sua estrutura e pela dinâmica de seus participantes. Apesar de relativamente antiga nas ciências humanas, a noção de rede ganhou maior vigor quando a tecnologia auxiliou a construção de redes sociais conectadas pela internet, definidas basicamente por sua interação via mídias digitais e por seu caráter horizontal, desprovido de uma hierarquia rígida.

2012 e 2018 (IBOPE inteligência, abril de 2018). É importante lembrar que essa não é uma tentativa de apontar uma influência do Instagram na mudança de hábitos alimentares dos brasileiros no que tange ao **vegetarianismo e ao veganismo**, mas uma demonstração de crescimento de conteúdos ligados ao veganismo no Instagram.

Em busca no Instagram pelas Hashtags "Vegano" e "Veganismo", foi possível identificar quase 5 milhões de posts sobre o assunto dentro da plataforma, sendo a maioria com vínculos comerciais de divulgação de produtos, receitas ou falando sobre dieta e estilo de vida. Neste contexto, vale ressaltar a artista Anitta - cantora com o maior número de visualizações nos Stories da plataforma em 2018 - que compartilhou a mudança de hábitos para uma alimentação Vegana em sua rede social.

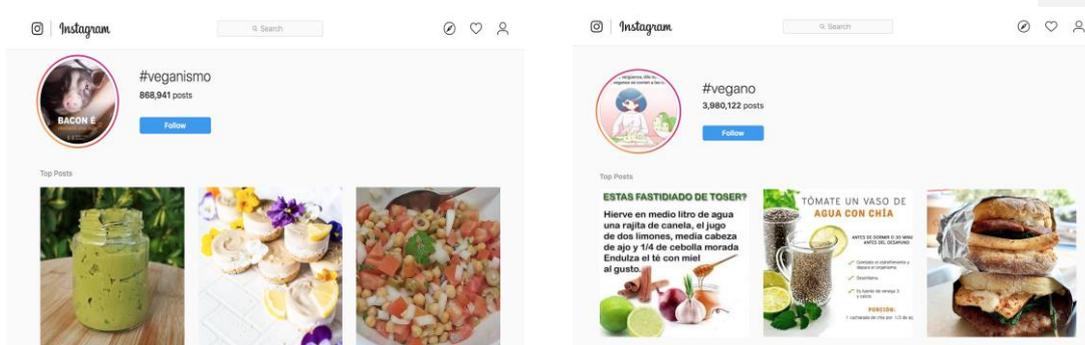


Imagem 1

Imagem 2

Quando levamos em consideração tais vínculos comerciais e tentativas de influência de produtos, vem à tona o conceito de fetichização: “Em definição clássica, fetiche é um elemento do modo de produção capitalista; é aquilo que adere aos produtos fabricados pelo ser humano assim que são produzidos como mercadoria.” (BERTOLINI, 2018, p.48). No entanto, neste trabalho, utilizaremos o conceito aplicado de forma semelhante à utilização de Bertolini (2018), como desejo estimulado de consumo incitado pelo Instagram.

Dessa forma, na rede social em questão, o veganismo perde seu caráter de movimento social que busca mobilizar as pessoas e fazê-las repensarem seus

hábitos em prol dos animais e seu caráter de resistência, e vira um meio de vender produtos naturais caros e elitistas, que pouco tem a ver com o movimento em si.

5. Estudo de caso do perfil "Vegano Periférico"

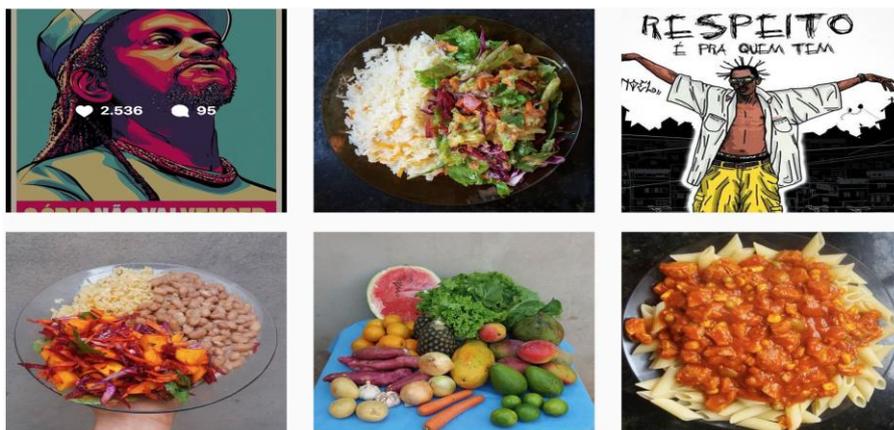
O perfil "Vegano Periférico", foi criado em 8 de outubro de 2017, o primeiro post foi uma foto de uma caldeirada de frutos do mato, sem a receita para reproduzir em casa ou algum outro tipo de instrução. Desde seu primeiro post no Instagram, o perfil aborda o termo "acessibilidade", e começa a ditar sua identidade, com apenas quatro comentários, e 182 likes, até o dia 27/06/2019, o perfil não mostra a identidade de seu criador de conteúdo ou revela sua identidade, isso não acontece em nenhum dos posts realizados no perfil até a data aqui já citada. Não existe a veiculação de publicidade através do perfil, e nem mesmo a presença de posts patrocinados. De uma forma mais geral, o perfil não se propõe a ensinar as receitas que compartilha com seus seguidores, e sim a desconstruir a aura de movimento elitista e excludente, que gira em torno do veganismo, ele ainda aborda pautas políticas entre suas postagens de alimentação, e sendo mais honesto, o perfil não faz a dissociação de pautas políticas e veganismo, ele trata o veganismo como um movimento político.

5.1 - Nuances políticas

Em setembro de 2018, pouco mais de 1 ano após a criação do perfil, aparece uma manifestação direta em relação a pautas políticas que não tinham como enfoque o veganismo ou alimentação, o perfil trouxe a tona um posicionamento contra o, naquele momento, candidato a presidente da república Jair Bolsonaro, nas manifestações denominadas "Ele não".



Após essa primeira postagem, o perfil se tornou mais ativo nas críticas a respeito da situação política do país, a partir desse momento as pautas políticas antes inseridas na alimentação, se tornavam mais visíveis e declaradas. Dos 6 posts seguintes ao da manifestação contra Bolsonaro, 2 deles dialogavam explicitamente com pautas políticas não ligadas diretamente a veganismo.



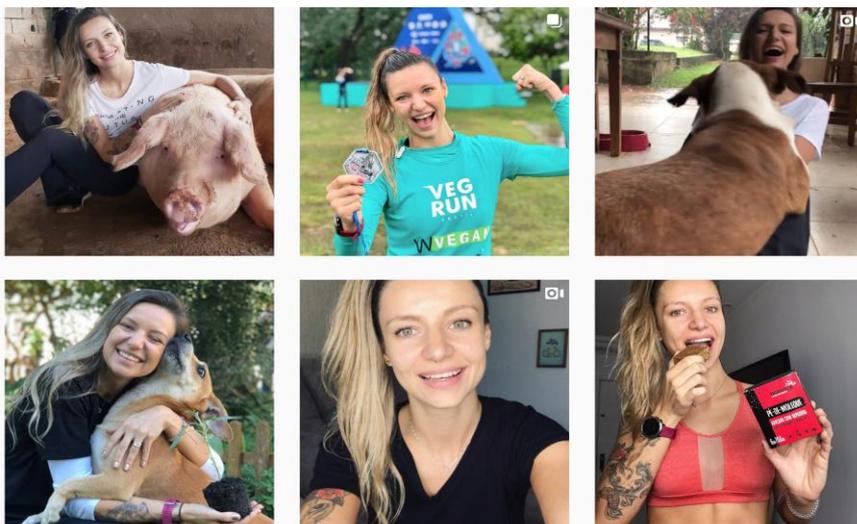
Quando o perfil traz a tona suas vertentes e crenças políticas, ele as agrupa a suas práticas diárias, e se pensarmos que ser político não é algo possível de isolar em apenas uma esfera da sua vida, dessa forma seus conteúdos políticos influenciam e guiam o veganismo no qual ele prega e acredita, um veganismo menos excludente, com linguagem mais acessível, que leva em consideração o motivo por trás do qual você não consome produtos de origem animal, e não o que e como você come.

5.2 - Duas visões diferentes do veganismo

Para entendermos um pouco mais sobre o universo do veganismo dentro do Instagram Brasil, selecionamos o perfil "Carol Vida Vegan" Através da comparação entre esse perfil e o perfil "Vegano Periférico", almejamos demonstrar a contrahegemonia presente no veganismo explorado pelo perfil estudado neste artigo.

Em seu perfil, Carol é a principal estrela, sua figura é um símbolo de seu canal, sua imagem é explorada em diversos níveis. Abordagens de estilo de vida, esportes, post patrocinados, protestos, e receitas são exibidas e ensinadas em seu perfil, o rosto da influencer está fortemente ligado com a causa da qual se propõe promover. O veganismo por diversas vezes é apenas um pano de fundo para mostrar o estilo de vida da personagem principal, e este retrato explora bem como funcionam os perfis veganos do instagram, estando eles ligados a influenciadores e a rostos famosos na comunidade, rostos que participam de palestras, que utilizam termos em inglês, muitas vezes não inclusivos.





O perfil "Vegano Periférico", é uma total contraposição a essa postura de promoção do veganismo através de rostos magros, brancos e de classe média. Enquanto no ambiente mainstream vegano, as pautas políticas em torno do ser vegano são deixadas em segundo plano, neste perfil o político está intrínseco em cada palavra escrita em português e com gírias oriundas da periferia. Comparando ambos os perfis, percebemos uma disparidade entre os tipos de veganismo, sendo um mais ligado a um estilo de vida almejado e que se coloca como apolítico, e o outro aparenta ter mais clareza sobre sua responsabilidade política, e a responsabilidade política envolvida em seus hábitos alimentares.

6. Considerações Finais

Nossos hábitos alimentares são, dessa forma, uma grande parte da nossa vida e o modo como tratamos eles nas redes sociais pode configurá-los como um ato político. O discurso dominante acerca do assunto é elitizado e comercializado, ocorrendo a fetichização do mesmo, mas existe espaço para resistência através de discursos contra-hegemônicos, como exemplificado no perfil “Vegano Periférico”.

7. Referências bibliográficas

BECKER, Howard. Observação social e estudo de casos sociais. In: **Métodos de Pesquisa em Ciências Sociais**. Capítulo 5. São Paulo: Ed. Hucitec, 1997.

BERTOLINI, Jeferson. A distinção social pela alimentação: um estudo sobre o fetiche do produto saudável no jornalismo de TV e no cotidiano do público. **Revista Comunicare**, Volume 18, Edição 2, 2018

CASTELLS, M. **Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder**. São Paulo: Record, 2003.

FREIRE FILHO, João. Introdução: Resistência, um conceito camaleônico. In: **Reinvenções da resistência juvenil: os estudos culturais e as micropolíticas do cotidiano**. Rio de Janeiro: Mauad, 2007. p. 13-28

LEMOS, André; SENA, Catarina de. Mais livre para publicar: efemeridade da imagem nos modos “galeria” e “stories” do Instagram. **Mídia e Cotidiano**, v.12, n.2, 2018, p.6-26.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das Mídias Digitais: linguagens, ambientes e redes**. Petrópolis: Vozes, 2014.

FELIPE, Sônia T. **ÉTICA NA ALIMENTAÇÃO: O FIM DA INOCÊNCIA**. Palestra proferida no Encontro Temático da SVB-Brasília, 16 e 17 de agosto de 2008.

PINTO, Taiane. **VEGANISMO E MÍDIA: Entre Representações e Apropriações**. 2008. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Comunicação Social - Jornalismo) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2008. Disponível em: <https://pantheon.ufrj.br/bitstream/11422/2106/3/TCLPinto.pdf>. Acesso em: 4 jun. 2019.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **Ibope Inteligência. Pesquisa de opinião pública sobre veganismo**, [S. l.], 2018. Disponível em: https://www.svb.org.br/images/Documentos/JOB_0416_VEGETARIANISMO.pdf. Acesso em: 2 jun. 2019.

NASCIMENTO, Joelma; SILVA, Vinicius. **Veganismo: em defesa de uma ética na relação entre humanos e animais**. Caos – Revista Eletrônica de Ciências Sociais/UFPB, Dossiê Cultura & Ambiente, Novembro 2012. Disponível em: <http://www.cchla.ufpb.br/caos/n21/8.%20Veganismo.pdf>. Acesso em: 2 jun. 2019.