



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTs DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTs DE GRADUAÇÃO

A Construção da Identidade Vegetariana na Sociedade de Consumo¹

Daniela Pedroso Cavalcante²

Ex- aluna de Graduação da ESPM

Resumo

Este artigo tem como principal objetivo estudar a subcultura vegetariana através de seus adeptos, levando em consideração suas narrativas a fim de identificar quais as regularidades temáticas engendradas na construção identitária desta subcultura. Para isso, buscamos entender a partir de entrevistas individuais realizadas com pessoas adeptas do vegetarianismo quais são os elementos que constituem esta prática alimentar, como os incentivos que seus adeptos têm para se tornarem vegetarianos, quais razões para a adoção do vegetarianismo, entre outros fatores que auxiliam na compreensão dessa prática.

Palavras-chave: Comunicação e práticas de consumo; subcultura; prática alimentar; vegetarianismo; identidade.

Neste artigo analisamos quatorze entrevistas em profundidade com membros adeptos ao vegetarianismo, de ambos os sexos, com idade entre 20 e 30 anos, de classes A, B e C, que no momento da entrevista estavam em São Paulo. Dentre estas pessoas, todas eram adeptas ao vegetarianismo e alguns deles se consideravam veganos. A palavra vegetarianismo nasce da palavra “vegetal” que é originária do latim *begetus* e tem sentido de “forte”, “vigoroso” e “saudável” (SANTANA, 2007). A alimentação vegetariana é classificada, de acordo com a Sociedade Brasileira Vegetariana, como os hábitos alimentares de qualquer indivíduo que exclua de sua dieta a carne e produtos derivados da carne. Ou seja, não se alimenta de carne vermelha, aves, carne suína, peixes, frutos do mar, e até mesmo alimentos de venham desta origem, como a gelatina, que é realizada a partir de ossos suínos. O vegetarianismo possui diferentes classificações, sendo elas segundo o artigo *Marketing Estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo* de Franco e Rego (2005):

¹ Trabalho apresentado no 3º Encontro de GTs de Graduação - Comunicon, realizado no dia 10 de outubro de 2018.

² Formada de Comunicação Social com Ênfase em Marketing na Escola Superior de Propaganda e Marketing e cozinheira vegana, daniela.cavalcante@outlook.com.



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Puros ou veganos: Excluem da alimentação todos os derivados animais: as carnes, os ovos, os laticínios, a gelatina e o mel. Além disso, evitam o consumo de produtos testados em animais ou fabricados com secreções animais e não usam lã ou couro. De maneira mais objetiva, pode-se dizer que a pessoa vegana é aquela que é consumidora consciente em relação à questão da supressão dos direitos básicos dos animais.

Ovolactovegetarianos: Não consomem nenhum tipo de carne, mas consomem ovos, e laticínios e podem consumir mel.

Lactovegetarianos: Não consomem nenhum tipo de carne, nem ovos, mas consomem laticínios e podem consumir mel.

Ovovegetarianos: Não consomem nenhum tipo de carne e nem laticínios, mas consomem ovos e podem consumir mel.

Segundo Winckler (2004), são nove as razões para a adoção de uma dieta vegetariana, sendo que as mais comuns são: (1) Saúde, já que alguns acreditam que a carne prejudica a saúde e algumas entidades ligadas à nutrição já oferecem parecer favorável à dieta vegetariana; (2) Econômicas, pois a produção de animais para abate precisa de mais recursos do que a produção de grãos; (3) Ecológicas, porque as pastagens necessárias à criação de gado provocariam o desmatamento de imensas áreas verdes e conseqüentemente desequilíbrio da natureza. Além disso, o arroto do rebanho bovino seria responsável por cerca de 12% do gás metano lançado no meio ambiente; (4) Éticas, uma vez que a chegada de carne à mesa dos consumidores implica crueldade com os animais e também com o ser humano, pois a sua produção seria antieconômica: o volume de alimento produzido em uma mesma extensão de terra é muito menor do que quando dedicada à lavoura. Assim, o hábito de comer carne em um mundo onde a fome é uma realidade, seria um hábito suntuoso e antiético e (5) Religiosas, pois o vegetarianismo é prática antiga de muitas religiões.

Nosso questionário possui vinte e quatro perguntas, que abordavam diferentes temas que pautaram a nossa pesquisa. A primeira pergunta “você já se perguntou ‘Quem sou eu?’” e em seguida “você pode fazer esta pergunta para si mesmo e em seguida respondê-la, por favor?” buscam uma resposta do indivíduo ligada a sua identidade. Aqui, buscamos o auxílio de Bauman (2005), que afirma que perguntar “quem sou eu?” só faz sentido se você acredita que possa ser outra coisa além de você mesmo; a não ser que você tenha uma escolha e só se o que você escolhe depende de você;



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

ou seja, só você tem que fazer alguma coisa para que a escolha seja real e se sustente. (BAUMAN, 2005).

Sabemos que, identidade não diz respeito unicamente aos indivíduos pois todo grupo é dotado de uma identidade que corresponde a sua definição social. Definição essa que permite situá-lo no conjunto social. Assim, a identidade é ao mesmo tempo inclusão e exclusão: ela identifica grupos que se assemelham em alguns pontos de vista e distingue outros grupos que se diferenciam sob os mesmos pontos de vista. E é neste grupo de indivíduos idênticos sob certos pontos de vista que se partilham as emoções e as solidariedades mais profundas e mais estruturantes (CUCHE, 1999).

Indivíduos que tem preferências pelos mesmos alimentos se agrupam, permitindo a formação de subculturas de escolhas alimentares (FRANCO e REGO, 2015). Assim, sabemos que uma subcultura é um grupo que coexiste na sociedade de consumo e que possui indivíduos com modos de pensar e agir em comum e específicos.

Dentro da nossa sociedade contemporânea, o consumo é um meio que pode classificar bens e identidades, coisas e pessoas, diferenças e semelhanças. Os produtos e serviços são, assim, capazes de falar por si, falar conosco e principalmente falar sobre nós (BACCEGA, 2008).

Dos entrevistados, verificou-se que são adeptos do vegetarianismo de 6 meses a 14 anos, o que tornou a pesquisa abrangente e trouxe diferentes perspectivas. Abaixo, iniciamos as análises.

O ser em movimento

Quem sou eu? Eu sou um ser vivendo uma experiência humana de desenvolvimento e evolução [...] busco durante a minha existência na terra me tornar uma pessoa melhor, dentro do possível para nós seres humanos (César, 28 anos, músico e videomaker)

Ao iniciarmos as entrevistas, informamos aos participantes que seus nomes seriam preservados e que poderiam dizer o que realmente pensam e sentem, sem imaginar que pudéssemos fazer algum juízo de valor. Na primeira questão “você já se perguntou ‘quem sou eu?’” todos os entrevistados responderam sim. E surpresos, responderam em seguida a pergunta “você pode se fazer esta pergunta e respondê-la em seguida, por favor?”.

Notamos regularidades temáticas na segunda questão da entrevista, em que mais da metade dos entrevistados responderam apontando um indivíduo em constante movimento, ou seja, demonstraram movimento e construção, o que nos traz Bauman (2005), quando afirma que é



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

necessário encontrar ou construir uma identidade para nós, individualmente e separadamente. E que, as decisões que o indivíduo toma, os caminhos que percorre, a maneira como age e a determinação de se manter firme em tudo isso, são fatores cruciais para a identidade. Para Bauman (2005), identidade é algo que não possui a solidez de uma rocha e que não é garantido para toda a vida, sendo negociáveis e revogáveis. Por responderem as questões neste sentido, o que não era esperado por nós, adicionamos em seguida a questão “Você poderia falar o seu nome, a sua profissão e falar um pouco sobre você por favor?”.

Ser vegetariano é parte da sua identidade?

As respostas da pergunta seguinte também nos chamaram a atenção. A pergunta foi: “Você considera ser vegetariano parte da sua identidade?” e todos os entrevistados responderam positivamente a esta questão.

Sim, considero parte da minha identidade ser vegetariano. Porque isso reflete muito em como eu me vejo e em como as pessoas ao redor me veem [...] Algumas pessoas me julgam para o bem e para o mal, né? (Pedro, 29 anos, músico)

Além de todos responderem sim para a questão, a grande maioria ofereceu argumentos ligados a uma subcultura como reflexo de como a pessoa se vê e como as pessoas ao redor deles os veem, e a apresentação do fato de que, quando se vive dentro de uma sociedade que possui como princípio vigente consumir carne e sua escolha é de não consumir carne, você é classificado como diferente. Também mostram argumentos ligados à influência do vegetarianismo no modo de vida, que ser vegetariano implica em lugares que frequenta e coisas que gosta, traços da personalidade, o que comprova a formação de uma subcultura. Também citam narrativas sobre a diferenciação que as pessoas que não pertencem a esta subcultura fazem diante de alguém pertencente.

O eu e o outro

Em seguida, observamos respostas que apontavam para a mesma direção, relacionadas à visão do indivíduo vegetariano em relação a outros seres humanos. Aqui observamos um direcionamento que aborda a preocupação do membro adepto em relação a outras pessoas, adeptas ou não. Estas respostas foram encontradas em mais da metade dos entrevistados, sem que a pergunta fosse feita



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

diretamente. Nenhuma das perguntas elaboradas por nós questionava diretamente sobre a preocupação destes indivíduos em relação a outras pessoas, porém, o assunto foi abordado pela grande maioria dentro de outras questões, tornando assim a temática “o eu e o outro” importante de ser abordada aqui.

Eu creio que nas relações me ensinou a lidar com as pessoas de uma forma mais atenta [...] Se eu respeito todos os animais, eu respeito inclusive o animal humano, nós somos animais” (Laura, 28 anos, cantora)

Ficamos surpresos por tantas respostas citarem a preocupação do vegetariano com o outro, sendo ele adepto ou não ao vegetarianismo. Isto aconteceu, pois em nenhum momento de nossa pesquisa realizada para os capítulos anteriores, nós encontramos alguma informação que nos levasse a isto. Daí, surgiram argumentos ligados também a compaixão, sensibilidade e união. Muitos deles se referem aos humanos como animais também, assim justificando a preocupação com as pessoas. Muitos deles também citam a mudança que aconteceu em sua personalidade quando se tornaram vegetarianos, que, antes de serem adeptos não se preocupavam com o outro e depois de se tornarem passaram a se preocupar.

A influência de entes externos

Em seguida, analisamos a influência de entes externos na decisão de se tornarem vegetarianos. Esta pergunta também não foi feita diretamente no questionário elaborado. No entanto, a maioria dos entrevistados citaram fatores externos como fonte de inspiração ou motivação para tornarem-se vegetarianos.

A primeira vez que ouvi falar sobre vegetarianismo foi num filme que tinha uma personagem que era vegetariana e eu me interessei muito (Camila, 22 anos, fotógrafa).

Eu acho que teve bastante influência do meu círculo social porque os meus amigos começaram a se tornar também e começaram a falar mais sobre isso (Maria, 21 anos, fotógrafa)

Muitas das pessoas entrevistadas tornaram-se vegetarianas após terem contato com um ente externo que já era adepto do vegetarianismo ou algo que despertou o interesse no tema. Sabendo que uma subcultura transmite suas emoções entre seus membros e que as relações sociais influenciam na construção da identidade do indivíduo, esta regularidade se faz importante neste artigo em que



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

podemos identificar que entes externos podem influenciar e incentivar os indivíduos a se tornarem vegetarianos. Também ressaltamos que estes entes foram citados em colocações de fonte de inspiração para se tornarem vegetarianos, como fonte de troca de informações sobre o vegetarianismo, como incentivo e ainda quando referenciam o próprio grupo de amizades. Entes não vegetarianos também são citados em outro contexto, como interferência negativa na vida do adepto ao vegetarianismo e como pessoas que “não estudaram sobre” o vegetarianismo.

Inspirar o outro a ser também

Tento influenciar ao máximo as pessoas que estão ao meu redor, sem parecer que estou influenciando, mas pelo menos para reduzir o consumo [...] eu só sinto que estou em um caminho bom e certo e tem que levar os outros para esse caminho (Júlia, 23 anos, estudante de nutrição)

Notamos também uma grande quantidade de respostas onde as pessoas adeptas do vegetarianismo demonstram o interesse de querer inspirar pessoas a se tornarem vegetarianas também.

Ao tornar-se vegetariano, o indivíduo passa a ter determinadas características que o compõem e que são refletidas no mundo. O desejo de reconhecimento da identidade construída é identificado nas frases acima que mostra o indivíduo vegetariano como divulgador da causa em si. Ao tornar-se vegetariano ele passa a pertencer a um grupo, chamado de subcultura. Esta subcultura é constituída de crenças e valores que são transmitidos tanto entre seus membros, quanto dos membros para pessoas externas. Muitos deles relacionam o interesse de querer inspirar mais pessoas com a necessidade de estudar sobre o vegetarianismo porque assim podem passar a ideologia adiante.

Entre o presente e o passado

Antes do vegetarianismo eu me considerava uma pessoa boa para mim, e depois do vegetarianismo eu passei a entender que as suas escolhas refletem no todo, então hoje depois do vegetarianismo eu me preocupo mais com o todo. Antigamente eu só queria autoconhecimento e eu acho que é essa a diferença (Priscila, 21 anos, empreendedora)

Seguindo com a análise, chegamos a uma questão muito importante para este artigo, que foi “Você pode fazer um paralelo entre como você era antes de se tornar vegetariano e como você é após se tornar vegetariano?”. Questão que foi feita para todos os entrevistados e que nos permite enxergar



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

um contraste entre o presente e o passado. Esta pergunta também nos permite ver, de acordo com a análise do próprio entrevistado, a visão dele próprio antes e depois da construção da identidade vegetariana. Todos os entrevistados concordam que existiu uma mudança após tornarem-se vegetarianos e esta característica de ir e vir e estar entre o passado e o presente, aparece também em meio a outras questões da entrevista sem que seja perguntado diretamente. Todos os entrevistados apresentam uma mudança considerada positiva após identificar-se como vegetariano. Ao comparar o passado e o presente, o presente é citado como melhor. É possível afirmar que o vegetarianismo marca a vida do indivíduo e que uma nova identidade surge após tornar-se vegetariano. Os entrevistados apontam como comparativo positivo do presente argumentos ligados a saúde, a espiritualidade e fé, boa conduta, entre outros motivos.

Como visto anteriormente, existem razões principais para a adesão desta prática. Seleccionamos e mostramos abaixo argumentos que seus adeptos utilizaram, citados em conjunto ou separados.

Saúde

A questão da saúde mesmo, eu fico muito menos doente do que eu ficava antes, é raro! Quando eu fiz uma cirurgia eu me recuperei super bem, acho que até mais rápido do que antes se eu comesse carne. E outra, você come e não fica pesado (Márcia, 22 anos, advogada)

A maioria dos entrevistados utiliza a saúde como um de seus argumentos, demonstrando ser um fator influenciador da adesão do vegetarianismo, sendo motivo principal ou fazendo parte de um conjunto de motivos. É possível perceber muitos deles comparando a questão da saúde antes e depois de tornarem-se adeptos do vegetarianismo. Aqui, também trazem o estudo dos alimentos como um fator importante para adesão do vegetarianismo, já que é necessário aprender um pouco sobre a nutrição dos alimentos quando decidem retirar a proteína da carne da dieta, sabendo sua devida substituição e também na busca de aprender novas receitas para adicionar ao cardápio diário.

Causa Animal

Ser vegetariano é uma forma de tentar respeitar mais vidas, né? Eu acho que todas as vidas merecem respeito e acho que ser vegetariano é um passo para respeitar mais essas vidas (Pedro, 29 anos, músico)



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Em seguida, outra principal razão para adesão do vegetarianismo é a causa animal. Observamos narrativas dos entrevistados em relação a experiências com animais sendo abatidos e a influência disso na decisão de se tornarem vegetarianos bem como argumentos voltados para a indústria da carne e para a compaixão pelos animais.

A temática relacionada à causa animal foi definitivamente a mais mencionada, sendo citada por todos os entrevistados em algum momento da entrevista. Em nosso questionário não fizemos nenhuma pergunta estabelecendo uma relação direta entre o vegetarianismo e a causa animal, mesmo assim, o tema foi colocado em questão pelos próprios membros em diferentes questões da entrevista. Metade dos entrevistados teve experiências com animais que despertaram a compaixão, outros buscaram conhecer através de documentários, sites, em conversas entre amigos. Por muitos, a causa animal foi classificada como a principal razão para adesão do vegetarianismo, e também foi considerada a essência do vegetarianismo.

Religião, fé e espiritualidade

Quando eu comecei a me envolver mais com a espiritualidade, me conhecer melhor, eu tive força de vontade para ir atrás disso, de ser vegetariana [...] para mim espiritualidade tem a ver com o vegetarianismo, foi quando dei conta que a vida de outros seres vale tanto quanto a minha, que os animais não são inferiores aos seres humanos, que têm uma alma também (Luiza, 20 anos, cantora).

Como observamos acima, a espiritualidade a fé e a religião também são argumentos citados por muitos dos entrevistados. Dos quatorze, onze citaram argumentos ligados a alguns destes termos. A frase “jamais cair em tentação” também foi utilizada, que remete à religiosidade de cometer um pecado, e foi uma narrativa analisada e considerada importante para esta temática que, apesar de não citar uma religião em específico, ao relacionar o pecado ao consumo de carne observamos a religiosidade presente na narrativa. Foi possível observar muitos dos entrevistados entrelaçando a espiritualidade ao vegetarianismo, citando-o como argumento de adesão relevante. Alguns relataram a própria prática religiosa como argumento associado ao vegetarianismo, tendo a ayahuasca sendo citada por cinco dos quatorze entrevistados. Para outros existe a crença de que animais possuem almas, e apesar de não citarem a religião em si, citam uma crença, uma fé. Alguns não se aprofundaram sobre a associação entre vegetarianismo e espiritualidade, porém, a citam de alguma forma no decorrer da entrevista.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

O Planeta

Isso me conscientizou de que minhas escolhas refletem no todo, então, como eu falei, o vegetarianismo me abriu a cabeça para sustentabilidade, para ecologia, para reciclagem (Priscila, 21 anos, empreendedora).

O meio ambiente e a preocupação com o planeta também são temas destacados pelos entrevistados que também não foram citados diretamente pelo questionário. Observamos que as respostas possuem um embasamento de estudo em primeira análise, pois os entrevistados passam dados com firmeza e opinião formada. Muitos dos argumentos utilizados pelos entrevistados são iguais ou parecidos.

O estudo como fator importante

Porque se todo mundo visse o que é o vegetarianismo e pesquisasse, você vira vegetariano (Gabriel, 24 anos, empreendedor)

Apesar de não citado anteriormente em nosso artigo, foi fácil perceber este argumento recorrente e observá-lo pelo ponto de vista de um discurso político, semelhante ao que acontece hoje em dia no Brasil em que o argumento principal de qualquer lado da política é a falta ou necessidade de estudo do lado oposto. Percebemos também a internet e os documentários como principais meios de acesso à informação sobre o vegetarianismo e que muitos dos entrevistados buscaram estudar não só para aprender a se alimentar na prática vegetariana, mas também para compreensão da ideologia. Muitos citam também o estudo e o conhecimento como fator principal para se tornarem vegetarianos. Algumas entrevistas também mostram o interesse de restaurantes oferecerem materiais para estudo como documentários e livros em seus espaços. O “conhecimento necessário” é apontado por mais da metade dos entrevistados como fator decisivo para tornar-se vegetariano. Mostram também a necessidade do estudo como fator importante para convencer, ensinar e inspirar outras pessoas sobre o vegetarianismo.

Restaurante ideal

Eu acho que seria muito massa um lugar que tivesse uma horta (...). Seria muito legal se tivesse isso, se saísse direto da terra para a cozinha e para o prato. É um ambiente legal, um ambiente que faça você se sentir bem! (Maria, 21 anos, fotógrafa).

Agora abordamos uma regularidade que insere o vegetarianismo dentro do contexto da sociedade de consumo. Para isso, a partir da pergunta “Qual seria o restaurante ideal para você?”



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Destacamos citações semelhantes e que acabam por criar um direcionamento de mercado para o nicho vegetariano.

Diante desta pergunta, tivemos respostas bem parecidas que nos permitem construir o restaurante ideal vegetariano com base nas amostras. Foi muito citado pelos entrevistados a possibilidade do restaurante oferecer espaços para conhecimento como espaço para yoga e meditação, workshops, livros e documentários. Também muito citada, vemos a possibilidade de no espaço ter uma horta ou plantação para que o alimento seja plantado e colhido pelos proprietários. Também nos chamou a atenção que, a grande maioria cita que o cardápio ideal seja aquele e que não contenha nenhum alimento de origem animal retirando os ovos e o leite, mesmo com a maioria dos entrevistados sendo vegetariana e ainda não tendo excluído totalmente estes alimentos da dieta. Além de demonstrarem também maior interesse se o restaurante optar por alimentos orgânicos ou que os proprietários deem importância para a origem da matéria prima. Outro ponto citado pelos entrevistados é a importância de a cozinheira ser vegetariana e que o dono do estabelecimento também o seja por acharem ser relevante que a pessoa idealizadora esteja interessada na causa vegetariana e não apenas como um estabelecimento lucrativo. Os termos tranquilidade, tranquilo, agradável, silencioso e espaçoso foram utilizados pela maioria dos entrevistados e todos os quatorze enfatizam ser de grande importância o valor do produto, utilizando como argumentos que o vegetarianismo está sendo associado a riqueza e dinheiro e na realidade os produtos utilizados (vegetais, verduras e grãos) são mais baratos do que as matérias primas de um restaurante comum, tornando muito relevante o valor dos pratos oferecidos.

Abaixo realizaremos uma análise de regularidades léxicas das entrevistas, no qual, apesar de nenhuma associação ter sido feita em nenhuma pergunta, as palavras foram citadas pela maioria dos entrevistados.

Consciência

Eu sinto mais consciência assim neste processo [...] Então o vegetarianismo me trouxe mais consciência tanto na hora de cozinhar, quanto preparar um alimento, quanto na hora de comê-lo (Camila, 22 anos, fotógrafa)

Filosofia

O vegetarianismo é um estilo de vida, é uma filosofia de vida (César, 28 anos, músico e *videomaker*).



COMUNICON2018
congresso internacional
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

Eu já fui em restaurantes que a cozinheira não é vegetariana e assim, ela não conhece direito nossas necessidades e filosofia (Júlia, 23 anos, estudante de nutrição)

Ética

Não está estrito só ao que você vai comer, mas a ética com que você age, a ética que você aí, por exemplo consumir um alimento que não deriva de animal [...] Um dos motivos que me tornei vegetariano é a ética [...] aí você se questiona se isso é certo ou errado, se isso é ético ou não” (Gabriel, 24 anos, empreendedor)

As palavras ética, consciência e filosofia foram encontradas associadas ao termo vegetarianismo em muitas das entrevistas realizadas, como podemos verificar acima. Trata-se de uma ligação entre o vegetarianismo e as palavras referindo-o como tendo em si o significado de ética, de consciência e de filosofia alinhando-o a uma postura de ética, como uma tomada de consciência e como uma filosofia de vida. As palavras, muitas vezes não são utilizadas em seu sentido original. A palavra consciência é utilizada algumas vezes no sentido de “conhecimento”, como por exemplo “quando eu tomei a consciência do vegetarianismo”. A palavra ética é associada ao vegetarianismo no sentido de ser ético não comer carne e antiético comer carne. Destacamos também que muitos dos entrevistados citam o vegetarianismo como um ato consciente, e se referem a eles próprios antes do vegetarianismo como inconscientes. Podemos perceber também que as palavras passam a ter não só uma regularidade léxica, mas também semântica.

Conclusão

Durante o trajeto deste artigo, nos vimos imersos no universo do vegetarianismo, conhecendo seus significados, símbolos e importância. Para além das pesquisas documentais e bibliográficas, investigamos o vegetarianismo através do seu reflexo na sociedade contemporânea, entrevistando em profundidade pessoas que são vegetarianas.

Aprendemos que uma subcultura é formada por um grupo que coexiste na sociedade e que é formada por membros com modos de pensar e agir em comum e específicos e se agrupam por pontos de vista idênticos e se distinguem de outros grupos por apresentarem pontos de vista divergentes. Neste momento pudemos localizar o vegetarianismo como uma subcultura que, além de possuir o hábito alimentar em comum, os adeptos também compartilham as práticas de consumo, os lugares que frequentam, os mesmos pensamentos e ideologia sob determinada perspectiva.



COMUNICON2018
congresso **internacional**
comunicação e consumo

6º SIMPÓSIO INTERNACIONAL
7º ENCONTRO DE GTS DE PÓS-GRADUAÇÃO
3º ENCONTRO DE GTS DE GRADUAÇÃO

No entanto, esperávamos definir uma identidade para a subcultura vegetariana, e apesar de se reconhecerem como membros de um mesmo grupo e tendo narrativas em comum, percebemos que cada membro possui motivações próprias, notando assim que apesar de pertencentes de uma mesma subcultura e de direcionamentos parecidos, cada membro é único, e possui argumentos únicos para se tornarem vegetarianos.

Sabemos que além das razões que identificamos, existem inúmeras outras razões para se tornar vegetariano, e abordamos apenas aquelas que estavam ao nosso alcance e que foram possíveis de serem identificadas por nós. Este artigo pode ter continuidade em diferentes direções, e a partir das entrevistas que realizamos é possível indentificar uma infinidade de regularidades temáticas, sendo inúmeras as análises que podem ser feitas. Aqui abordamos apenas algumas delas que julgamos serem mais importantes para a conclusão deste artigo.

Referências

BACCEGA, Maria Aparecida (org.). **Comunicação e Culturas do Consumo**. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

CUCHE, Denys. **A noção da cultura nas ciências sociais**. Bauru: EDUSC, 1999.

WINCKLER, Marly. **O que é vegetarianismo**. Rio de Janeiro: Expressão e Cultura, 2004.

FRANCO, Érica de Souza; REGO, Raul Amaral. **Marketing Estratégico para Subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes de São Paulo**. Turismo - Visão e Ação, v. 7, n. 3, set-dez 2015, p. 569-482

SANTANA, Heron. **Vegetarianismo como Ação Política**. Revista Jurídica dos Formandos em Direito da UFBA, Salvador, jul-dez 2007.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. Disponível em:
<<http://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>>. Acesso em: 6 abr. 2016.