

IDEOLOGIA VEGETARIANA: RELAÇÕES ENTRE VEGETARIANISMO, IDENTIDADE E CONSUMO

Bruna Tonial¹

Walter Firmo de Oliveira Cruz²

Resumo:

O presente trabalho consiste em uma pesquisa que busca estabelecer relações entre identidade, consumo e a ideologia por trás da dieta vegetariana. O estudo se deu a partir de pesquisa bibliográfica, buscando artigos e livros sobre o tema, além de um levantamento de documentários para o melhor entendimento do universo vegetariano. A fim de entender o contexto onde a prática vegetariana acontece, a pesquisa parte da ideia de que os hábitos de consumo influenciam diretamente na formação da identidade do indivíduo contemporâneo. Autores como Bauman e Hall são citados com seus estudos a fim de traçar um caminho teórico até o papel da alimentação na vida em sociedade. A alimentação é abordada no trabalho, como um fator primordial para a construção das identidades, pois é a partir desse ato que se constrói a ideia coletiva do que é "comestível" ou não. A partir disso, o vegetarianismo se mostra um desafio, indo contra os padrões de consumo alimentar aceitos pela sociedade.

Palavras-chave: Comunicação; Vegetarianismo; Identidade; Consumo;

Modalidade de Participação: Iniciação Científica

IDEOLOGIA VEGETARIANA: RELAÇÕES ENTRE VEGETARIANISMO, IDENTIDADE E CONSUMO

¹ Aluno de graduação. btonialfotografia@gmail.com. Autor principal

² Docente. waltercruz@unipampa.edu.br. Orientador

IDEOLOGIA VEGETARIANA: RELAÇÕES ENTRE VEGETARIANISMO, IDENTIDADE E CONSUMO

1 INTRODUÇÃO

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

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

A fim de entender o contexto onde as práticas vegetarianas acontecem, é possível estabelecer relações entre a ideologia por trás dessa dieta, o modelo de consumo da sociedade atual e a construção da identidade do sujeito pós-moderno. O consumo está diariamente presente no cotidiano contemporâneo, tanto fisicamente quanto virtualmente. Bauman (2008) afirma que as próprias pessoas na “sociedade de consumidores” se tornaram mercadorias. Perante esse ambiente, os modos de se relacionar e a formação da identidade mudam na mesma velocidade com que os produtos são ofertados. Para manter essa “sociedade de consumidores” a própria sociedade reforça um estilo de vida que consegue manter a intensidade do desejo de comprar e trabalhar para comprar. Nesse sentido, o vegetarianismo pode ser visto como uma forma de resistência perante esse modelo de consumo atual, pois tem como um dos intuitos fazer com que o adepto à dieta repense seus atos de consumo em geral e não só alimentar.

Ainda sobre o contexto onde o vegetarianismo está inserido, é importante compreender de que maneira ocorre a formação da identidade num mundo globalizado, e a constante angústia por transformação. Hall (2006) afirma que o sujeito pós-moderno, que representa os membros da sociedade atual, possui uma identidade estável. Ou seja, o sujeito pós-moderno está sempre buscando por outras identidades que o representem em determinado momento da vida. Em consequência disso, podemos observar, atualmente, as várias identidades que são formadas e descobertas diariamente. A dieta vegetariana pode entrar nisso como uma forma de identificação entre sujeitos que concordam sobre o não consumo de carne, seja por questões de saúde, sustentabilidade ou por conta dos maus tratos aos animais. O objetivo principal dessa pesquisa é a de estabelecer uma relação entre os hábitos de consumo, a construção das identidades e a dieta vegetariana. Além de apontar algumas motivações que levam um indivíduo a aderir o vegetarianismo.

2 METODOLOGIA

A metodologia utilizada na presente pesquisa foi a bibliográfica, onde realizou-se um levantamento de artigos e livros sobre o tema vegetarianismo e sua relação com identidade e consumo. Foram estabelecidos dois autores para contribuir a reflexão de consumo e identidade: Bauman (2008) e Hall (2006), trazendo DaMatta (1986) para mostrar o papel da alimentação na vida em sociedade. Além disso, para compreender de maneira mais clara a ideologia por trás do vegetarianismo pesquisou-se documentários que estão presentes no universo vegetariano. Dessa maneira, foi possível relacionar os três assuntos de pesquisa.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

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

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

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

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

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

A identidade plenamente unificada, completa, segura e coerente é uma fantasia. Ao invés disso, à medida em que os sistemas de significação e representação cultural se multiplicam, somos confrontados por uma multiplicidade desconcertante e cambiante de identidade possíveis, com cada uma das quais poderíamos nos identificar – ao menos temporariamente (HALL, 2006, p.13).

Assim, Hall nos mostra como os processos de identificação estão em constante desenvolvimento, ou seja, eles estão sempre “incompletos”. A ideia de uma identidade “resolvida” ou “fixa” é uma construção social ultrapassada e que desconsidera a expressão do inconsciente, grande descoberta de Freud e que contribuiu para a descentralização do sujeito na identidade cultural. Essas novas formas de identificação e socialização, em um contexto híbrido, facilita a busca do sujeito pelo “remédio” para a sua angústia por conhecimento.

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

DaMatta (1986) diferencia o alimento e a comida. Para ele, o alimento refere-se a algo neutro e relativo à necessidade básica humana de se alimentar, enquanto a comida é um fator determinante na identidade dos indivíduos da sociedade. Diante dessa perspectiva, a expressão “hábitos alimentares” carrega certa oposição, em vista de que hábitos se refere a algo cultural, enquanto o alimento em si é algo neutro. Os “hábitos alimentares” nos levam a refletir sobre o papel e construção do vegetarianismo na sociedade. Em vista de que, se alimentar com produtos de origem animal é considerado o “normal” ou o “correto” na maioria das dietas. Quando se tem acesso a informações que afirmam a possibilidade de ter uma dieta saudável e rica em nutrientes, se alimentando principalmente de verduras e legumes, ocorre uma reflexão sobre o modelo de consumo que nos é imposto em vários âmbitos da vida social.

Perante o contexto onde o natural é consumir alimentos de origem animal, optar por uma dieta vegetariana pode ser vista como um desafio. Entender de que maneira ocorre essa escolha é essencial para refletir sobre como o hábito de se alimentar pode ser mais complexo do que parece. Influenciando até mesmo a construção, e reconstrução, da identidade e dos modos de consumir de um indivíduo ou grupo. Foi possível, nas pesquisas realizadas sobre o tema na internet, perceber a importância dos documentários no universo vegetariano para obter conhecimento e argumentos. Em consequência disso, serão trazidos aqui alguns documentários que podem vir a auxiliar no entendimento sobre a ideologia vegetariana.

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

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

por trazer tantas imagens fortes. Porém, ainda assim, é um dos documentários mais indicados para quem busca entender e conhecer a crueldade por trás de todas as indústrias que utilizam os animais para seus produtos ou serviços.

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

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

A partir das perspectivas de consumo, identidade e vegetarianismo que foram apresentadas anteriormente, pode-se relacionar a sociedade de consumo em que vivemos com a formação das novas identidades, que por sua vez são estáveis. Ou seja, num mundo globalizado, o indivíduo está em constante mudança e cada vez buscando entender suas práticas culturais, dentre elas, a alimentação.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Em virtude do que foi pesquisado nesse trabalho, conclui-se que a alimentação em si carrega um significado muito maior que o de apenas ser uma necessidade básica, passa a ser entendida como uma prática cultural. Prática essa que está diretamente relacionada com a identidade de um indivíduo ou grupo. Nesse sentido, a ideologia vegetariana entra com fatores sociais, ambientais e políticos que questionam o consumo de produtos de origem animal. Dentre eles, alguns como: o respeito à vida animal, a sustentabilidade e a saúde.

Além disso, com essa pesquisa foi possível ampliar o entendimento sobre identidade e consumo, além de mostrar uma nova perspectiva sobre o papel do vegetarianismo na sociedade contemporânea. Pretende-se que esse trabalho auxilie na melhor compreensão, em âmbito acadêmico, desse assunto tão importante e até político que é o vegetarianismo.

REFERÊNCIAS

ABONIZIO, Juliana. Artigo **Conflitos à mesa**. 2016. Disponível em <

http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-69092016000100115&script=sci_abstract&tlng=pt > Acessado em 15 de maio de 2018.

A CARNE É FRACA. Direção: Denise Gonçalves. Brasil. Instituto Nina Rosa, 2005. 54 minutos. Disponível em <<https://www.youtube.com/watch?v=rrFsGTw5bCw>> Acessado em 31 de maio de 2018.

BAUMAN, Z. **Vida para consumo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

BEARDSWORTH, A. & KEIL, T. (1992), “**The vegetarian option: varieties, conversion, motives and careers**”. *The Sociological Review*.

COWSPIRACY: The sustainability secret. Direção: Kip Andersen. Estados Unidos. Netflix, 2014. 85 minutos. Disponível em < <https://www.netflix.com/br/title/80033772> > Acessado em 31 de maio de 2018.

DAMATTA, R. **O que faz o brasil, Brasil**. Rio de Janeiro, Rocco, 1986.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1997.

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

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