



CONSUMO, SISTEMAS CLASSIFICATÓRIOS E DISPUTAS IDENTITÁRIAS NO “VEGANISMO DE PERIFERIA” DO PERFIL @THALLITAXAVIER NO TIKTOK E INSTAGRAM

Carla Barros

Universidade Federal Fluminense

Docente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação | Niterói, Brasil

barros.carla@uol.com.br | ORCID iD: 0000-0003-4037-1060

Introdução

Um maior “letramento digital”¹ das gerações mais jovens das classes populares² em relação a seus ascendentes têm permitido que criem conteúdos on-line, tornando-se blogueiros, youtubers, instagrammers ou tiktokers, entre outros. A partir da segunda metade dos anos 2010, em especial, observou-se um aumento significativo da atuação de sujeitos oriundos desses segmentos sociais, identificados como “influenciadores digitais”, que passaram a se utilizar das mídias sociais para propagar conteúdos variados, desde vídeos de humor até mensagens em que o local de origem e o pertencimento são a tônica.

A denominação “influenciador digital” foi criada para indicar pessoas que constroem uma reputação no ambiente on-line a partir da identificação com públicos específicos. Em suas trajetórias, atingem visibilidade junto a determinados “nichos” de audiência, fazendo revelações íntimas, mostrando situações de sua vida privada e proporcionando uma proximidade com seus seguidores graças à sua apresentação como “pessoas comuns”. A partir daí constroem uma reputação nas mídias sociais, em geral positiva, que pode levar a uma visibilidade crescente, bem como a uma carreira digital remunerável (Abidin 2015). A “história de origem” (ibid.) desses sujeitos é fundamental para oferecer à audiência os ingredientes de “autenticidade”, informalidade e organicidade. Abidin (2015) fala em “editorial personalizado” produzido pelos

¹ Capacidade de compreensão da leitura e escrita no ambiente on-line, além da utilização dos recursos tecnológicos implicados, como filtros, análises, produção de conteúdos, entre outros (Ribeiro 2017)

² Adota-se aqui a classificação de “classes populares” defendida por Duarte e Gomes (2008). Essa opção foi escolhida por manter a identificação de “classe” - no sentido de uma construção de alteridade relacional, baseada em modos de vida e visões de mundo contrastantes com os das camadas médias - por um lado; e, por outro, fugir da associação restrita ao valor “trabalho”, expandindo as possibilidades de identificação de acordo com o contexto - seja ele religioso, “racial” ou de gênero, entre outros possíveis.



influenciadores, de modo que o relato de sua história pessoal sugere que o que funcionou para eles pode acontecer para qualquer um. Esta seria parte fundamental de sua “relacionalidade”³, entendida aqui como capacidade de inspirar um sentimento de conexão emocional em seu público. No ambiente mercadológico, os “influenciadores digitais” passaram a fazer parte das estratégias de marketing das empresas por essa “influência emocional” sobre os públicos, que os levaria a estabelecer conexões mais “autênticas” com os consumidores, graças à grande confiança neles depositada”⁴.

É neste contexto que surge o interesse em analisar o perfil @thallitaxavier como sinalizador de questões relevantes no campo dos estudos das vivências digitais de grupos populares, observando-se as possíveis mudanças em curso. No artigo, o foco recai sobre a divulgação do veganismo nesse perfil, buscando compreender de que modo a influenciadora cumpre o papel de mediadora cultural (Velho e Kushnir 2001), ao promover a circulação de um estilo de vida de consumo entre dois mundos.

Velho e Kushnir (2001) abordaram o fenômeno da mediação cultural enfatizando que os indivíduos imersos no meio urbano estão expostos a uma grande diversidade de experiências, por circularem através de universos com valores e visões de mundo distintas e, às vezes, conflitantes, em que relações de poder também atuam:

A vida social só existe através das diferenças. São elas que, a partir da interação como processo universal, produzem e possibilitam as trocas, a comunicação e o intercâmbio. O estudo da mediação e, especificamente, dos mediadores permite constatar como se dão as interações entre categorias sociais e níveis culturais distintos. [...] Num contínuo processo de negociação da realidade, escolhas são feitas, tendo como referências sistemas simbólicos, crenças e valores, em torno de interesses e objetivos materiais dos mais variados tipos. A mediação é uma ação social permanente, nem sempre óbvia, que está presente nos mais variados níveis e processos interativos (Velho e Kushnir 2001: 9-10).

Alguns indivíduos transitando por diferentes dimensões sociais podem tornar-se mediadores entre visões de mundo, estilos de vida e experiências sociais distintas. Thallita Xavier, moradora de uma comunidade de baixa renda localizada na cidade de Niterói, estado do Rio de Janeiro, defende uma “gastronomia da favela” em seus trânsitos entre o público popular e plateias mais elitizadas. Neste processo, regras, hábitos, gostos, estéticas e comportamentos são confrontados, em um espaço de constante negociação da realidade, promovendo a troca de informações entre sistemas simbólicos, valores e modos de vida.

O artigo tem como objetivo, portanto, compreender os significados do “veganismo de periferia” presente no perfil @thallitaxavier e de que modo esse estilo de vida é disseminado nas mídias sociais Instagram e TikTok. Nesse contexto, torna-se importante observar a maneira pela qual o fenômeno do consumo aparece como palco de disputas identitárias e negociações acerca do que seja “ser periférico”, dentro de um fluxo de mediação cultural.

³ *Relatability*, no original.

⁴ Os influenciadores digitais também podem ser chamados no mercado de “creators”, ou “criadores de conteúdo”. O termo em inglês, “digital influencer”, ou apenas “influencer” são da mesma forma bastante utilizados no campo empresarial. Cf: <https://www.mandae.com.br/blog/o-que-e-digital-influencer/>

A abordagem do trabalho vai ao encontro dos estudos de consumo de viés antropológico que procuram analisá-lo como criador e mantenedor de vínculos sociais, classificador de identidades, meio de expressão de subjetividades, mediador de valores fundamentais da sociedade, vendo tal fenômeno, enfim, como articulador de sistemas de categorias com função expressiva e simbólica (Douglas e Isherwood 1979; Bourdieu 1979a; Miller 1987; Slater 2002; Sahlins 1979).

O consumo revela-se como um fato social total e um amplo sistema classificatório capaz de produzir discursos sobre as relações sociais. Sua lógica permite criar distinções, hierarquizar, assemelhando-se a um grande sistema totêmico (Sahlins 1979). A diferenciação sistemática das qualidades objetivas dos bens leva a uma distinção constante de seus possuidores, como nas sociedades tradicionais em que o totemismo possibilita a superação da dicotomia entre natureza e cultura, agindo como um sistema classificatório que estabelece os status sociais e os modos de relacionamentos entre grupos através da “lógica do sensível” (Sahlins 1979: 236).

Para os fins do artigo, além da perspectiva do fenômeno do consumo como um amplo sistema classificatório, é importante ressaltar seus usos enquanto marcador social de hierarquias de classe. Nas práticas cotidianas, o consumo – e os estilos de vida a ele relacionados (Bourdieu 1979a) – expressa sentimentos de pertencimento e revela gostos atrelados a certas condições de existência, podendo ser percebidos como traços de união ou elementos de exclusão. O caso analisado envolve a observação de discursos classificatórios presentes no perfil @thallitaxavier, em que as questões de pertencimento à classe são centrais e colocam em disputa a constituição das fronteiras simbólicas entre grupos sociais, tendo o fenômeno do consumo – no caso, o alimentar – como elemento mediador.

No que tange à metodologia adotada, o estudo caracteriza-se como uma etnografia digital (Boellstorff 2012; Pink et al. 2015) e traz os resultados da primeira fase do trabalho⁵, que teve como foco a observação on-line (Skageby 2011; Hine 2015).

Foram analisadas publicações e comentários dos usuários no perfil @thallitaxavier no TikTok e Instagram⁶ acerca do veganismo, buscando-se compreender de que modo se articulam práticas de consumo, construções identitárias e mediação cultural. A escolha das duas mídias sociais⁷ deve-se ao fato de serem aquelas às quais a produtora de conteúdo⁸ mais se dedica, estando afinadas com suas estratégias de presença em plataformas digitais – o Instagram, por ser um espaço on-line consagrado para difusão de estilos de vida (Slater 2002), e o TikTok, pela sua

⁵ O artigo foi desenvolvido no âmbito da chamada CNPq/MCTI/FNDCT N° 40/2022 Pró-Humanidades, que contemplou o projeto da autora. As próximas fases da pesquisa preveem a realização de entrevistas individuais em profundidade com as influenciadoras digitais escolhidas no projeto, o aprofundamento da observação on-line participante e trabalho de campo off-line acompanhando momentos do cotidiano das interlocutoras.

⁶ Em 10 de janeiro de 2024, o perfil @thallitaxavier tinha 804.500 seguidores no TikTok e 701.000 no Instagram.

⁷ Em pesquisa de 2023 sobre as mídias sociais mais utilizadas no Brasil, o Instagram ocupou o terceiro lugar, com 113 milhões de usuários, e o TikTok o quinto, com 82 milhões. A liderança ficou com o WhatsApp, o segundo lugar com o Youtube e o quarto com o Facebook. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazil> Acesso em: 25 ago 2023.

⁸ Para fins do artigo, “influenciadora digital” e “produtora de conteúdo” são sinônimos.

grande e crescente penetração junto ao público jovem, incluindo o popular, configurando-se como uma importante mídia social para quem deseja se fazer presente junto a novas gerações.

A pesquisa se debruçou sobre todos os conteúdos publicados nas duas plataformas, registrando que a primeira publicação do perfil @thallitaxavier no Instagram foi feita em 24 de maio de 2015, e no TikTok, em 10 de julho de 2021. A observação on-line realizou-se no período de março a dezembro de 2023, acompanhando publicações e comentários nessas mídias sociais.

Sobre os procedimentos com os dados de campo, uma determinada publicação do perfil @thallitaxavier era catalogada com as seguintes informações, após a realização da captura de tela: data da publicação, resumo do conteúdo postado; registro dos comentários da interação – aspectos quantitativos (curtidas, comentários, republicação de vídeos) e qualitativos (conteúdo e tom dos comentários, como, por exemplo, adesões, elogios, conflitos, uso de emojis), contexto geral (informação extrapublicação, referente a alguma questão/assunto/acontecimento que poderia ter impactado a publicação em questão) e eventuais insights (indicando o que a publicação despertou em relação às questões da pesquisa, para aprofundamento posterior).

O caso analisado está relacionado a um contexto de realismo identitário (Ramos 2015), em que existe a expectativa de uma correspondência entre identidade dentro e fora da rede, o que faz com que as relações entre indivíduos transitem entre os dois domínios (Ramos 2015: 66). A identidade *offline* não é mais “autêntica” que a *online*, tratando-se apenas de contextos que podem existir de modo mais ou menos convergente, de acordo com a situação em questão (Miller e Slater 2004).

O perfil @thallitaxavier é entendido, assim, como a vivência digital da “identidade civil” da produtora de conteúdo Thallita Xavier, que procura expressar nas suas mídias sociais valores e visões de mundo que entende serem norteadores de sua trajetória. A pesquisa tem como foco sua atuação no ambiente on-line, buscando analisar as relações estruturais por trás dos significados tácitos em dados explícitos digitalmente.

O veganismo de periferia no perfil @thallitaxavier

Thallita Xavier (ou Thallita Flor) é uma chef de cozinha moradora da comunidade Morro do Caramujo, localizada na cidade de Niterói, Rio de Janeiro. Nascida nos subúrbios da cidade do Rio de Janeiro, mudou-se para Niterói no ano de 2015. Em seus perfis nas mídias sociais, apresenta-se como “Negra, Favelada e Antiespecista”, acrescido de “Palhaça, Atriz e Cozinheira”. Como artista, formou-se em artes cênicas na Unirio – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, e atua como palhaça e produtora na *Cia. Mala de Mão*, companhia de circo de rua. Adepta do veganismo, é dona do *Banana Buffet*, serviço voltado para oferecer essa opção alimentar em eventos e festas. Seus pais sempre trabalharam em eventos – o pai é DJ e a mãe, decoradora de festas –, o que, segundo ela, facilitou a atuação na área, pois desde pequena estava familiarizada com esse tipo de ambiente. Foi também uma das criadoras em 2014 do Movimento Afro Vegano (MAV)⁹, iniciativa formada por pessoas pretas que se

⁹ Para mais informações sobre o Movimento Afro Vegano, ver: <https://www.facebook.com/MovimentoAfroVegano> e movimentoafrovegano.blogspot.com

propõem a divulgar o veganismo na periferia¹⁰, além de ter publicado três livros de receitas, *Cozinhe seus vegetais I e II*, e *Receitas para celebrar*.

A chef tem presença marcante nas mídias sociais, com perfis no Instagram, TikTok, X11 e Facebook, tendo sido reconhecida como “influenciadora digital” graças ao aumento expressivo de número de seguidores e de parcerias comerciais formalizadas (publis) com empresas como Google Brasil, Shoptime e Kitano. Sua atuação, através do perfil @thallitaxavier, tem como foco as duas primeiras plataformas. Para fins do artigo, serão analisadas postagens nas redes TikTok, onde o foco são as receitas de culinária vegana, e Instagram, onde esse conteúdo também domina, compartilhando espaço com cenas da rotina da chef e eventuais participações em eventos.

A atuação de Thallita no ambiente digital começou em 2013, com o blog “Sim, sou vegana”, que depois passou a se chamar “Sim, sou vegana e feminista preta!” e, por último, “Meu corpo negro”. As mudanças no nome do blog já evidenciam como a questão racial é central em seu posicionamento enquanto produtora de conteúdo on-line; em suas palavras: “[o nome do blog, ‘Meu corpo negro’] representa de fato, tudo que sou nesse mundo”¹².

Em uma entrevista¹³, apresenta sua defesa de uma “gastronomia da favela” ressaltando que as duas palavras podem ser colocadas lado a lado, sem qualquer contradição. Comenta que a questão é complexa, pois questões de gênero, raça e renda se entrelaçam nesse contexto. A concepção de veganismo apresentada no perfil @thalliitaxavier compreende, assim, diversos aspectos articulados. Primeiro, o elemento que faz parte da definição mais geral de veganismo, a saber, a exclusão de todas as formas de exploração e crueldade contra os animais, seja na alimentação, vestuário, testes industriais, ou em qualquer outro campo. Os componentes ético e moral são muito importantes nesse contexto, expressos em uma visão de mundo que condena a superioridade existencial dos humanos frente aos animais, somado a uma preocupação ecológica com a preservação das espécies e da natureza em sociedades marcadas por atividades econômicas predatórias. No caso do “veganismo de periferia” defendido por Thallita Xavier, somam-se aspectos ligados à raça, à exclusão social e à visibilidade. Nesse sentido, a criadora de conteúdo se propõe a difundir uma “culinária afrodiáspórica”, que se coloca contra o apagamento histórico e cultural do continente africano. Diminuir a influência alimentar de tradição europeia e incorporar práticas alimentares de matrizes africanas envolve, nessa concepção, a escolha por alimentos específicos (como quiabo, pimentas), o aproveitamento integral dos alimentos (aproveitando cascas e restos de comida, que em outras práticas de consumo são desprezados), uma visão integrada com a natureza (como na observação dos ciclos alimentares) e um cuidado ético com os trabalhadores envolvidos nos processos de produção

¹⁰ A denominação “periferia” está sendo usada no artigo como categoria nativa. A influenciadora usa a palavra em suas entrevistas, como expressão que localiza o lugar de onde fala e para qual público destina, preferencialmente, o conteúdo on-line produzido. A imprensa, em meios de comunicação os mais variados, também privilegia o uso do termo no contexto de classes populares, como no caso de “som da periferia” ou “influenciadores digitais da periferia”.

¹¹Antigo Twitter.

¹² Disponível em: <https://www.purebreak.com.br/noticias/consciencia-negra-a-chef-de-cozinha-thallita-flor-explicar-o-que-e-o-veganismo-negro/91411> Acesso em: 5 mar 2023.

¹³ Disponível em: <https://www.uol.com.br/universa/noticias/redacao/2022/08/27/elas-fazem-conteudo-sobre-co-mida-acessivel-sem-desperdicio-de-alimento.amp.htm> Acesso em: 10 out 2022.

agrícola e distribuição de alimentos. A questão da exclusão social da população preta no país é central na sua concepção de “veganismo de periferia”, pois a motivação maior para atuar nesse campo foi enfrentar o que chama de “nutricídio” dessa população, sujeita a uma alimentação predominantemente industrializada, ultraprocessada, de origem animal e de baixa qualidade. Nas suas atuações on-line, busca também a visibilidade, no sentido de sair desse circuito de condicionamento alimentar devido à precariedade de recursos econômicos – em suas palavras, “é preciso mostrar que existem negros veganos, preocupados com uma alimentação saudável”¹⁴.

Thallita relata se sentir incomodada com o valor negativo agregado a ingredientes que não são bem-vistos pelas elites brasileiras, e, por isso, procura colocá-los sob um novo olhar. O movimento vegano foi adotado inicialmente por grupos de pessoas brancas e abastadas, e, por esse motivo, ter-se-ia cristalizado a ideia de ser voltado para poucos. Sua tarefa de propagá-lo nas periferias, onde a população negra é majoritária, passa por retirar seu caráter elitista, desconstruindo a ideia de que seja uma opção cara. Coloca-se, desse modo, como uma mediadora cultural (Velho e Kushnir 2001), promovendo o trânsito de significados entre dois mundos. A seu ver, o principal problema no processo de reeducação alimentar junto à população de baixa renda seria a pouca informação que tem sobre o veganismo. Pessoas na sua comunidade questionam se esse tipo de alimentação “sustenta”, achando que não teria os nutrientes necessários para o “correr” do dia a dia.

Figura 1: Post de divulgação do veganismo de periferia através de oficina



Fonte: Instagram, perfil Banana Buffet (@bananabuffet)

¹⁴ Disponível em: <https://www.purebreak.com.br/noticias/consciencia-negra-a-chef-de-cozinha-thallita-flor-explicar-o-que-e-o-veganismo-negro/91411> Acesso em: 5 mar 2023.

O mote “Mais um dia no barraco” (fig.2) abre quase todos os vídeos do TikTok e Instagram, que começam com uma imagem de Thallita do lado de fora da casa no Morro do Caramujo, passando em seguida para a cozinha. As filmagens mostram a chef fazendo as receitas, com narração feita por ela própria, sem que seja em tempo real.

Figura 2: Abertura dos vídeos com o mote: “Mais um dia no barraco”



Fonte: TikTok15

O passo a passo dos pratos veganos é narrado com humor nos vídeos, como nas interrupções bruscas da descrição das receitas para fazer algum comentário cômico. Um dos elementos mais acionados pela chef é a ironia, especialmente voltada ao esnobismo do gosto das classes mais abastadas, como mostram os bordões “orgââââânico” (“tudo orgââââânico”), “xiiiiiquê” (fig. 4 - “quando a sopa ficou succulenta, coloquei numa cerâmica xiiiiiquê”). Nesses casos, Thallita remete, por um lado, à elitização dos alimentos orgânicos no país, que possuem um valor muito alto para serem comprados por famílias de classes populares, e à classificação do gosto presente nas classes abastadas, quando rotulam o que é ou não considerado esteticamente “chique”. Por outro, os dois bordões expressam a proposta de criação da comida de “favela chique”, assim definida em um dos vídeos do TikTok: “Tudo orgââââânico, porque

¹⁵ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thallitaxavier/video/7126961313074515206?lang=pt-BR>
Acesso em: 2 mai 2023.

aqui o conceito é de ‘favela chique’, é sobre não ter dinheiro mas usar as coisas boas que as pessoas ricas pensam que é só pra elas”¹⁶. Thallita divulga frequentemente um parceiro comercial que distribui produtos orgânicos por ela utilizados nas receitas, incentivando a busca por alimentos com essa procedência. A limitação de recursos financeiros não leva ao determinismo de *ter que* consumir alimentos de baixo custo; ao contrário do pressuposto em uma lógica da “falta”, sobressai a perspectiva da escolha, que indica a opção por um estilo de vida norteador do consumo alimentar. Os alimentos “esquecidos” na geladeira e suas cascas não mais descartadas convivem com ingredientes de custo mais elevado, como alho negro e cogumelos.

Figura 4: *Xiiiquê*, um dos bordões mais populares



Fonte: TikTok¹⁷

O humor nos vídeos tem um forte componente de autoironia que a leva a fazer piadas com a própria atuação, como quando uma atitude preguiçosa faz com que use a panela que está à mão, e não a mais adequada para realizar a receita. A chef também dá “broncas” na audiência em outros momentos cômicos, ao imaginar o que o público estaria pensando durante a elaboração das receitas.

Esse tom de humor parece ser um forte elemento de atração para o público. Encontram-se no perfil muitos comentários de apreciação do modo pelo qual a chef narra as receitas, como: “eu amo as mudanças de entonação ksksksksk ❤️” e “Do nada ela me mete um francês 😊 no meio de uma farofa kkk não aguento vc. Queria mais vídeos, tô de férias”. Além disso, o público reage às publicações como ama bastante positiva, de um modo geral, seja elogiando sua atuação

¹⁶ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thallitaxavier/video/7011544337712434437?lang=pt-BR>
Acesso em: 8 mai 2023.

¹⁷ Disponível em:
https://www.tiktok.com/@thallitaxavier/video/7126961313074515206?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7218520247354377734 Acesso em: 7 jun 2023.

como criadora de conteúdo (“vc é top demais”, “seus vídeos são terapia pra mim 😊”), seja demonstrando entusiasmo com as receitas apresentadas (“ficou linda a salada uau”, “mulher dá pra sentir o cheiro dessa farofa daqui 😊 ameeei”). Torna-se difícil saber ao certo a origem socioeconômica dos que interagem no perfil apenas lendo os comentários. Em alguns momentos, no entanto, é possível ter pistas nesse sentido, como quando a pessoa afirma morar em uma comunidade de baixa renda, ou quando, ao contrário, se comunica mostrando distanciamento do contexto social mostrado no vídeo.

A vivência como criadora de conteúdo digital possibilita o trânsito por ambientes sociais tradicionalmente frequentados por membros das classes médias e altas, como é o caso do *Rio Gastronomia - 13ª edição*¹⁸ (fig. 5), promovido pelo Jornal O Globo na cidade do Rio de Janeiro. No evento, a chef ministrou a aula “A potência das cores na alimentação natural”, ocasião em que não se deu a habitual ênfase na sua cozinha como “gastronomia da favela”, mas sim na adesão ao estilo vegano, que, naquele contexto, minimizava o pertencimento de classe.

Figura 5: Participação de Thallita Xavier no evento Rio Gastronomia



Fonte: Instagram¹⁹

Comida e sistema classificatório

A comida se constitui num aspecto cultural fundamental da construção de identidades (Fishler 1992; Pulain 2004), como elemento classificador de hierarquias sociais e estilos de vida (Douglas, Isherwood 1979; Bourdieu 1979a). Barbosa e Gomes (2016) ressaltam que, nas últimas décadas, a alimentação adquiriu uma centralidade e visibilidade que antes lhe eram

¹⁸ Evento de gastronomia com aulas, palestras e degustação, realizado durante duas semanas de agosto no Jockey Club Brasileiro, localizado na Gávea, um dos bairros mais elitizados da cidade do Rio de Janeiro.

¹⁹ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CwIhxfKuBFy/?utm_source=ig_web_copy_link
Acesso em: 10 jun 2023.

estranhas. Nesse contexto, o “comer correto” se destaca, transitando por uma série de ideologias alimentares difundidas por diversos atores sociais, desde profissionais como médicos e nutricionistas, até criadores de conteúdo on-line. O que se come, a forma como se alimenta e o modo pelo qual a comida é produzida entram na pauta do dia através de uma grande circulação midiática que tematiza o impacto das escolhas cotidianas na estética e saúde individuais, bem como nas questões ambientais e éticas.

Um incidente relativo ao uso que Thallita Xavier faz das cascas de alimentos em suas receitas foi especialmente revelador nesse campo de embates. Em duas publicações (figs. 6 e 7), a chef se coloca em relação à polêmica surgida com uma receita de bolinho feito com sobras de alimentos, quando apareceu nos comentários de seu perfil uma associação desse tipo de comida à miséria. Começa, assim, questionando a classificação de “pobreza” atribuída a alimentos como a planta ora-pro-nóbis (tida como “carne dos pobres”) ou a casca de banana, afirmando que não devem ser consumidos por serem baratos ou habitualmente descartados. Argumenta que, ao contrário, o consumo de alimentos como esses deve-se a uma consciência – e não “carência” – alimentar, relacionada à cosmologia de sua ancestralidade africana que propõe evitar o desperdício através de um aproveitamento total do alimento.

Na explicação sobre o que seria um ambiente marcado pela “carência material”, faz-se uma associação automática entre “necessidades básicas”, “privações”, “escassez” e “luta pela sobrevivência”. O fato de que alguns grupos tenham recursos econômicos mais escassos não implica que sejam movidos segundo uma lógica prática, de sobrevivência, o que, se fosse verdade, resultaria numa desqualificação que faria deles menos humanos do que os outros.

Figura 6: Polêmica sobre associação de casca de banana à miséria



Fonte: Instagram²⁰

²⁰ Disponível em: https://www.instagram.com/p/CVLX6e3J1nI/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA. Acesso em: 3 ago 2023.

Logo, a argumentação de Thallita Xavier no diálogo com os comentários remete ao embate entre cultura e razão prática (Sahlins 1979), ou seja, a influenciadora faz uma afirmação da primeira (cultura) como elemento que indica algum nível de escolha – não no plano do indivíduo, mas de um elenco de possibilidades dentro de um quadro cultural específico –, rejeitando a lógica da sobrevivência presente na segunda (razão prática). Trata-se do simbólico-cultural, definidor do humano, impondo-se em seu discurso, versus o universo da “falta”, que coloca os indivíduos num nível infrassocial, visto que reféns de instintos de sobrevivência que determinariam obter o máximo com os menores recursos possíveis. Como em suas palavras, “...Eu não faço isso [se alimentar com receitas que têm sobras que habitualmente vão para o lixo, como cascas de banana] porque sou pobre, eu faço isso porque sou uma pessoa consciente do básico. O dia que eu ficar rica vou continuar fazendo as mesmas coisas, continuar tendo autonomia e consciência alimentar” (fig. 7).

Figura 7: Continuação da polêmica sobre associação alimentos com pobreza



Fonte: Instagram²¹

Embates do pertencimento à “periferia”

A construção da alteridade entre os universos da “periferia” e de setores abastados da sociedade chama atenção no perfil @thallitaxavier. O seu “lugar” na hierarquia de classes, bem como a importância do pertencimento – a geografia simbólica demarcando condições de vida específicas na perspectiva dos agentes, construídas nas dinâmicas relacionais entre diferentes segmentos sociais –, são acionados a todo momento através de localizações sociais como “favela”

²¹ Disponível em:

https://www.instagram.com/p/CYzBnSzl6QA/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA. Acesso em: 4 ago 2023.

ou “periferia”. Seja no cenário na comunidade onde os vídeos são filmados – o Morro do Caramujo –, seja na demonstração do modo de vida do “pobre” (também marcado em alguns momentos com ironia), as marcas identitárias de fazer parte de um grupo popular aparecem como um pressuposto de localização social nas atuações on-line.

O própanalisadoso blog de Thallita Xavier, “Sim, sou vegana e feminista preta!”, já remete a um confronto na construção da alteridade, com a resposta “sim” a um possível embate na elaboração identitária. No evento TikTok Awards de 2022, Thallita vestia um casaco (fig. 8) no qual se lia “FAVELA RESISTE”, entre outras palavras escritas.

Figura 8: Casaco com “Favela resiste” no TikTok Awards 2022



Fonte: TikTok²²

Embora a tônica nos comentários dos vídeos seja de reconhecimento do papel de Thalitta como representante “legítima” de grupos desprivilegiados economicamente, surgem também questionamentos acerca da “autenticidade” e fidelidade com sua condição de pertencimento à periferia. Um momento bastante revelador nesse sentido aconteceu em um vídeo que viralizou, no qual a chef, após se descrever como “favelada”, mostra irritação com comentários de vídeos anteriores de que ela não poderia usar ingredientes “refinados” em suas receitas, como o champignon:

Tô colocando cogumelo em tudo que eu posso porque sobrou do buffet e eu trago para casa. Tem uns engraçadinhos que querem testar o meu nível de pobreza e falam ‘ai, é mais um dia no barraco, mas usa cogumelo, damasco, tempero caro’ [fala em tom de deboche]. Uso mesmo, uso até trufa e alho negro se deixar. A pessoa nem sabe se eu roubei um banco e pedi emprestado pra comprar minhas coisas e fica reclamando. A gente que é favelado sempre vai atrás do nosso

²² Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thallitaxavier/video/7176701274480528645?lang=pt-BR>. Acesso em: 4 jul 2023.

corre, parcela o Iphone em 24 vezes, compra SmarTV no carnê das Casas Bahia. Aí, vem filhinho de papai na internet ainda achando que favelado não pode ter casa sem reboco com conforto dentro... ah, vá tomar no [interrompe a fala de modo irônico, e retorna à receita de bolinho de arroz com uma voz suave, que contrasta com o tom de irritação anterior], aí eu piquei salsinha...²³.

Nesse incidente, revela-se um modo de classificação de produtos/bens de consumo que seriam percebidos como sendo adequados a cada classe social. Aos grupos populares caberiam receitas com alimentos de baixo custo que remetessem a um universo de carência, como “arroz velho esquecido na geladeira” ou uso de ingredientes como cascas de legumes e de frutas, que frequentemente vão para o lixo – voltando ao ponto discutido anteriormente.

Como apontou Bourdieu (1979a), diferentes inserções na sociedade de consumo e seus estilos de vida revelam uma luta simbólica para a definição do que seja o mundo, suas divisões, seus grupos e características imaginadas. O conjunto de críticas acerca de ser ou não da periferia revela um sistema classificatório (Sahlins 1979) que estabelece um conjunto de bens e serviços que seriam condizentes com determinada condição social, e quais não seriam. Assim, percebe-se nos comentários uma demanda pela cristalização do “lugar” da influenciadora, revelando uma estrutura social muito reativa à mudança de posição na hierarquia de classes.

Considerações finais

O artigo teve como objetivo compreender os significados do “veganismo de periferia” presente no perfil @thallitaxavier e de que modo esse estilo de vida é disseminado no Instagram e TikTok. Nesse contexto, tornou-se importante observar a maneira pela qual o fenômeno do consumo aparece como palco de disputas identitárias e negociações acerca do que seja “ser periférico”, dentro de um fluxo de mediação cultural (Velho e Kuschnir 2001).

A perspectiva da mediação traz a possibilidade de pensar ambientes de confronto e/ou transformação social na circulação entre dois mundos, pois os indivíduos imersos no meio urbano estão expostos a uma grande diversidade de experiências, circulando por universos com valores e visões de mundo distintas e, às vezes, conflitantes, em que relações de poder também atuam.

Esse lugar de mediação cultural fica claro na análise do perfil @thallitaxavier²⁴, onde encontramos ressignificações de um estilo de vida mais consolidado junto aos setores mais abastados para o universo social da periferia. No caso estudado, o sentimento de pertencimento chama a atenção, sendo marcado logo na abertura dos vídeos com o mote “mais um dia no barraco”, tendo como cenários o quintal e a cozinha da sua casa no Morro do Caramujo.

²³ Disponível em: <https://www.tiktok.com/@thallitaxavier/video/7154744207020772614?lang=pt-BR>. Acesso em 7 abril 2023.

²⁴ Em um artigo anterior (Barros 2020), analisei outra influenciadora digital de periferia, a @blogueiradebaixarenda, também discutindo seu papel de mediadora cultural ao difundir junto a grupos de baixa renda o movimento minimalista, nascido nas classes mais abastadas. Nos dois casos, percebe-se uma notável ampliação de seu capital social (Bourdieu 1979b) e econômico em relação a gerações anteriores, entendido como o acesso estratégico dos agentes a círculos sociais de influência e apoio.

O “veganismo de periferia” defendido pela chef tem a difusão da cultura afrodiáspórica como uma preocupação central. O cenário socioeconômico de profunda exclusão no país da população preta motiva largamente a influenciadora digital, que elege a melhoria dos hábitos alimentares dessa população como foco de sua atuação. Trata-se de sair de uma postura de submissão – ter a alimentação dominada por produtos industrializados, ultraprocessados, de origem animal e de baixa qualidade nutricional – à, em suas próprias palavras, “autonomia alimentar” da periferia.

Poulain (2004) chama a atenção para o modo privilegiado pelo qual a alimentação expressa os valores de uma cultura, incluindo suas hierarquias sociais:

É sobre as práticas alimentares, vitalmente essenciais e cotidianas, que se constrói o sentimento de inclusão ou de diferença social. É pela cozinha ou maneiras à mesa que se produzem as aprendizagens sociais mais fundamentais, e que a sociedade transmite e permite a interiorização de seus valores. É pela alimentação que se tecem e se mantêm os vínculos sociais (Poulain 2004: 198).

Seguindo na linha de Poulain, Assunção (2006) apresentou, em uma etnografia de recepção de programas culinários na TV por mulheres de classes populares em Florianópolis, como a comida serve de modo de leitura do “outro”. O grupo pesquisado classificou como “comida de rico” receitas que não despertavam seu interesse nos programas. Essas comidas eram rejeitadas pelo modo de serem consumidas, pelo uso de ingredientes que normalmente não utilizam e por terem um paladar considerado distinto do seu. Assim, estabeleciam a dicotomia *comida de pobre x comida de rico* como um modo de elaboração da alteridade frente aos segmentos mais abastados. Enquanto no estudo de Assunção (2006) existia uma naturalização do que sejam as classes sociais e seus gostos (Bourdieu 1979a), no caso do perfil @thallitaxavier observa-se a percepção de uma sociedade economicamente desigual em sua estrutura, mas passível de partilhar os mesmos gostos. Em sua perspectiva, só não é vegano na comunidade quem não conhece o que seja esse modo de vida, devido à falta de acesso e à exclusão.

A ampliação de capital social e econômico permitida pelas atuações on-line como influenciadora digital se contrapõe em larga escala às vivências de gerações anteriores de grupos populares, considerando-se a baixíssima taxa de mobilidade social no país. No caso estudado, o capital social expandido se converte em capital econômico, graças a parcerias comerciais e relacionamentos de diversas ordens, estabelecidos não apenas com empresas voltadas ao público consumidor popular, mas também com outras ligadas a segmentos mais elitizados, como é o caso do citado evento *Rio Gastronomia*, promovido pelo Jornal O Globo.

O questionamento enfrentado por Thallita Xavier quanto à falta de “autenticidade” de sua identidade enquanto representante do universo da periferia revela parte das tensões e disputas em jogo, lembrando o aspecto de “horror à mudança social” descrito por DaMatta (2001) como característico do tradicional cenário hierarquizante da sociedade brasileira. Nas áreas de contato entre os dois universos, no campo da mediação cultural mais especificamente, as disputas aparecem de modo claro. Vale lembrar nesse ponto o que Bourdieu (1979a) chama de “princípio da conformidade”, em que os sujeitos de classes populares são monitorados para que permaneçam em seu lugar social, sendo julgados de modo negativo quando procuram

experimentalizar elementos do gosto de outros segmentos. Trata-se de expectativas e de controle dos grupos dominantes para que continuem com o monopólio dos “bens de classe”.

O controle da alimentação do *outro* em suas várias formas – seja demandando uma coerência com a “comida de pobre”, seja condenando o uso de ingredientes de “rico” – envolve uma forte dimensão moral. Na pesquisa etnográfica de Pinto (2016) sobre os usos que mulheres de uma comunidade de baixa renda na cidade do Rio de Janeiro fazem dos recursos do Programa Bolsa Família, é possível observar uma semelhante postura de vigilância na direção das práticas de consumo de grupos populares. Membros de segmentos elitizados condenavam certos gastos relacionados aos recursos do benefício que saíam do espectro de “necessidade” ou “básico”, como compras de eletrodomésticos ao invés de produtos alimentares. A crítica moral tinha como base a ideia de que as mulheres da comunidade não seriam capazes de realizar escolhas adequadas, remetendo, de algum modo, às críticas que Thallita Xavier recebeu pelo uso “irracional” de ingredientes mais caros e “sofisticados”. O julgamento do que deve ou não ser consumido pelos grupos populares vem das classes mais favorecidas economicamente, que desse modo mantêm sua tutela através da clássica distinção entre “necessidade” e “supérfluo”, tão criticada no campo da antropologia do consumo (Douglas e Isherwood 1979).

Em uma pesquisa sobre consumo de vestuário junto a grupos periféricos, Scalco e Pinheiro-Machado (2010) mostraram a importância da compra de produtos de marcas originais como meio de “positivação do self”, em contraponto à compra de produtos piratas. Os sujeitos procuravam em certas situações comprar coisas “boas de verdade”, reclamando que “*as pessoas acham que só porque eu sou pobre eu não posso gostar de coisa boa*” (Scalco e Pinheiro-Machado 2010: 350). Já em uma publicação no Instagram, Thalita comenta, a respeito do seu buffet vegano, que “não é porque a gente é favelado que não pode prestar serviço de qualidade”.

Aproximando os dois casos, podem ser reconhecidos elementos comuns na negociação das identidades via consumo: fugir das associações da pobreza com bens, qualidade de serviços ou práticas de consumo específicos (como consumir produtos piratas; utilizar cascas e alimentos vistos como “restos”; ser vegano por não ter dinheiro para comprar proteínas animais caras, como a carne bovina; oferecer serviços de baixa qualidade) e a reivindicação por poder consumir dentro da esfera da escolha e não da “carência material” (significando ser movido por “necessidades básicas”, tendo um consumo percebido como compatível aos recursos financeiros limitados).

No contexto estudado, as vivências on-line analisadas no perfil @thallitaxavier indicam ao mesmo tempo pertencimento e superação (no sentido de superar uma determinada condição social). O estilo de vida direcionado pelo perfil aos grupos populares traz uma forte dimensão de inclusão na sociedade abrangente: mesmo que não venha a ser adotado por parte do público ao qual se destina, representa “ter acesso”, com a ampliação de conhecimento acerca de práticas de consumo ligadas à alimentação.

Como bem nota Canclini (2001: 37), o consumo pode ser visto como um fenômeno de importante valor cognitivo, fornecendo respostas às perguntas que “interessam”, como “a que lugar pertença” e “como posso me informar” (ibid.). Sahlins (1979), por sua vez, argumenta que a lógica do consumo necessita de um tipo específico de coerência, a “possibilidade de apreender os outros, sua condição social, e, portanto, sua relação com o próprio sujeito à primeira vista”

(ibid.: 212). A adesão ao “veganismo de periferia” exposto no perfil @thallitaxavier proporciona uma inclusão no status de “consumidor” – capaz de fazer escolhas (Slater 2002), fora de determinismos socioeconômicos – e uma revitalização identitária, com a incorporação na alimentação das referências da cultura afrodiáspórica. A vitrine digital das mídias sociais, onde infinitos estilos de vida são apresentados e ressignificados através de práticas de consumo, configura-se como um importante terreno de disputas identitárias, tensões classificatórias, e buscas de visibilidade e reconhecimento.

Referências Bibliográficas

- ABIDIN, Crystal. 2015. “Communicative intimacies: Influencers and Perceived Interconnectedness”. *Ada: A Journal of Gender, New Media, and Technology*, issue n. 8: Gender, Globalization and the Digital.
- ASSUNÇÃO, Viviane Assunção. 2006. “Comida na TV: As relações entre práticas alimentares e audiência de programas de culinária”. *Anais da 25ª Reunião Brasileira de Antropologia*. Goiânia, vol. 01. CD-ROM.
- BARBOSA, Livia; GOMES, Laura Graziela. 2016. “Dossiê Mercados Contestados” (ed). *Revista Antropológica/UFF*, 41(2): 9-24.
- BARROS, Carla. 2020. “Not even the sky is the limit: the meanings of consumption and the dynamics of social mobility on the @blogueiradebaixarenda profile on Instagram and Youtube”. *Sociol. Antropol.*, 10 (3), sep-dec: 831-859.
- BOELLSTORFF, Tom; Nardi, Bonnie; PEARCE, Celia; TAYLOR, T.L. 2012. *Ethnography and Virtual Worlds: A Handbook of Method*. Princeton: Princeton University Press.
- BOURDIEU, Pierre. 1979a. *La distinction: critique sociale du jugement*. Paris: Minuit.
- BOURDIEU, Pierre. 1979b. “Les Trois États du capital culturel”. *Actes de la Recherche em Sciences Sociales*, 30: 3-6.
- DAMATTA, Roberto. 2001. *Carnavais, malandros e heróis: para uma sociologia do dilema brasileiro*. 3ª ed. Rio de Janeiro: Zahar.
- DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. 1979. *The world of goods: Towards an anthropology of consumption*. Middlesex: Penguin.
- DUARTE, Luiz Fernando Dias; GOMES, Edilaine. 2008. *Três famílias: identidades e trajetórias transgeracionais nas classes populares*. Rio de Janeiro: FGV.
- GARCIA CANCLINI, Nestor. 2001. *Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização*. 4ªed. Rio de Janeiro: UFRJ.
- HINE, Christine. 2015. *Ethnography for the Internet: embodied, embedded and everyday*. London: Bloomsbury Publishing.
- MILLER, Daniel. 1987. *Material Culture and Mass Consumption*. Oxford: Basil Blackwell.

- MILLER, Daniel; SLATER, Don. 2004. "Etnografia on e off-line: cibercafés em Trinidad". *Horizontes antropológicos*, 10(21): 41-65.
- PINK, Sarah; HORST, H.; POSTILL, John; HJORTH, L.; LEWIS, T.; TACCHI, Jo. 2015. *Digital ethnography: Principles and practices*. London: Sage.
- PINTO, Michele de Lavra. 2016. *Políticas públicas de transferência de renda: um estudo sobre o Programa Bolsa Família na favela do Pavão-Pavãozinho, Rio de Janeiro*. Tese de Doutorado em História, Política e Bens Culturais, CPDOC/FGV, Rio de Janeiro.
- POULAIN, Jean-Pierre. 2004. *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: UFSC.
- RAMOS, Jair Santos. 2015. "Subjetivação e poder no ciberespaço: da experimentação à convergência identitária na era das redes sociais". *Vivência: Revista de Antropologia*, n. 45: 57-76.
- RIBEIRO, Ana Elisa. 2017. "Letramento digital: um tema em gêneros efêmeros". *Revista da ABRALIN*, 8(1): 15-38.
- SAHLINS, Marshal. 1979. *Cultura e Razão Prática*. Rio de Janeiro: Zahar.
- SCALCO, Lucia; PINHEIRO-MACHADO, Rosana. 2010. "Os sentidos do real e do falso: o consumo popular em perspectiva etnográfica". *Revista de Antropologia*, São Paulo, USP, 53 (1): 321-359.
- SKAGEBY, Jorgen. 2011. "Online Ethnographic Methods: Towards a Qualitative Understanding of Virtual Community Practices". In: Ben Kei Daniel (org.), *Handbook of Research on Methods and Techniques for studying Virtual Communities: Paradigms and Phenomena Linköping*. Sweden: IGI Global. p. 410-428.
- SLATER, Don. 2002. *Cultura do consumo e modernidade*. São Paulo: Nobel.
- VELHO, Gilberto; KUSCHNIR, Karina. (Orgs.). 2001. *Mediação, Cultura e Política*. Rio de Janeiro: Aeroplano.

CONSUMO, SISTEMAS CLASSIFICATÓRIOS E DISPUTAS IDENTITÁRIAS NO “VEGANISMO DE PERIFERIA” DO PERFIL @THALLITAXAVIER NO TIKTOK E INSTAGRAM

Resumo

O artigo tem como objetivo compreender os significados do “veganismo de periferia” apresentado no perfil @thallitaxavier e de que modo esse estilo de vida é disseminado nas mídias sociais TikTok e Instagram. Nesse contexto, foi possível observar a maneira pela qual o fenômeno do consumo aparece como palco de disputas identitárias e negociações acerca do que seja “ser periférico”, dentro de um fluxo de mediação cultural. A partir de pesquisa etnográfica, foram analisados conteúdos elaborados pela “influenciadora digital” Thallita Xavier nas referidas mídias, observando-se também as interações com o público nos comentários. Entre os resultados, destacam-se a intenção de colocar o “veganismo de periferia” no contexto de uma cultura afrodiaspórica, a adoção desse estilo de vida como um meio de confrontação da exclusão social, e a afirmação do consumo enquanto “escolha” e não como resultado de uma inevitável “carência material”.

Palavras-chave

consumo; mediação cultural; influenciadores digitais; veganismo; classes populares.

CONSUMPTION, CLASSIFICATION SYSTEMS AND IDENTITY DISPUTES IN THE "VEGANISM OF THE PERIPHERY" OF THE PROFILE @THALLITAXAVIER ON TIKTOK AND INSTAGRAM

Abstract

The article aims to understand the meanings of the "veganism of the periphery" presented in the profile @thallitaxavier and how this lifestyle is disseminated on social media TikTok and Instagram. In this context, it was possible to observe the way in which the phenomenon of consumption appears as a place of identity disputes and negotiations about what is "to be peripheral", within a flow of cultural mediation. From ethnographic research, content prepared by the "digital influencer" Thallita Xavier in the mentioned media was analyzed, also observing interactions with the public in the comments. Among the results, it's possible to highlight the intention of placing "veganism of the periphery" in the context of an afrodiasporic culture, the adoption of this lifestyle as a means of confronting social exclusion, and the affirmation of consumption as "choice", and not as a result of an inevitable "material deprivation".

Keywords

consumption; cultural mediation; veganism; digital influencers; low income groups.