



**CIÊNCIAS
EMPRESARIAIS**

ESCOLA SUPERIOR
POLITÉCNICO SETÚBAL

FELIPE DUARTE
BARBOSA

**STORYTELLING NO INSTAGRAM:
EFICÁCIA DOS INFLUENCIADORES
DIGITAIS NA ADOÇÃO DA DIETA
VEGETARIANA**

Relatório de Dissertação de Mestrado em
Gestão de Marketing

Orientador

Prof. Adjunto Doutor João Paixão

Novembro/2024

FELIPE DUARTE
BARBOSA

**STORYTELLING NO INSTAGRAM:
EFICÁCIA DOS INFLUENCIADORES
DIGITAIS NA ADOÇÃO DA DIETA
VEGETARIANA**

JÚRI

Presidente: Prof. Coordenador Paulo Duarte Valente
Almeida da Silveira

Orientador: Prof. Adjunto Convidado João António
Pereira Paixão

Vogal Arguente: Prof.^a Adjunta Karla Karina de
Oliveira Menezes

Novembro/2024

AGRADECIMENTOS

Agradeço ao meu orientador, Professor Doutor João Paixão, por ter aceitado o projeto e por partilhar o seu conhecimento ao longo desta investigação.

À minha mãe, ao meu pai e às minhas duas irmãs que, mesmo à distância, sempre me incentivaram e me apoiaram incondicionalmente.

Aos meus amigos, pela paciência e constante apoio durante o Mestrado.

E a todas as pessoas que disponibilizaram o seu tempo para participar nas entrevistas.

RESUMO

O storytelling é uma ferramenta relevante no marketing e é utilizado por marcas e influenciadores no mundo digital para fortalecer a interação e conexão com os seguidores, além de promover a mudança de atitude entre os consumidores.

Num contexto em que a alimentação vegetariana tem conquistado mais adeptos nos últimos anos e em que se têm discutido os benefícios que esta dieta pode trazer para a saúde e bem-estar, além da sua relevância para questões globais como a preservação do meio ambiente e a defesa dos direitos dos animais, este estudo investigou a eficácia do storytelling de influenciadores digitais no Instagram para promover a adoção da dieta vegetariana entre os consumidores portugueses que ainda não possuem este estilo de vida.

Foi conduzido um estudo de cariz exploratória e metodologia qualitativa com recolha de dados feita através de entrevistas em profundidade com 13 portugueses que, à data, não são vegetarianos, bem como uma análise do conteúdo das publicações de quatro influenciadores no Instagram. Estes influenciadores utilizam abordagens distintas sobre a alimentação vegetariana, partilhando a sua história pessoal no processo de transição para a dieta, os benefícios para a saúde, o impacto no meio ambiente e defesa dos direitos dos animais.

Os resultados indicam que o storytelling tem uma eficácia limitada para conseguir com que consumidores não vegetarianos adotem as dietas. As publicações provocam reflexões, mas não se mostraram suficientes para convencer os inquiridos a mudar de atitude e adotar esta dieta. Tradições culturais, familiares e preferências pessoais são algumas das barreiras que dificultam esta mudança.

Palavras-Chave: Storytelling, Influenciadores, Instagram, Alimentação Vegetariana

ABSTRACT

Storytelling is a relevant tool in marketing and is used by brands and influencers in the digital world to strengthen interaction and connection with followers, as well as promoting attitude change among consumers.

In a context where vegetarianism has gained more followers in recent years, and the benefits of this diet for their health and well-being, and its relevance to global issues such as preserving the environment and defending animal rights are being widely discussed. This study investigated the effectiveness of digital influencers' storytelling on Instagram in promoting the adoption of a vegetarian diet among Portuguese consumers who have not yet embraced this lifestyle.

This exploratory study employs a qualitative methodology, with data collected through in-depth interviews with 13 Portuguese individuals who are not currently vegetarians, and a content analysis of the posts from four influencers on Instagram. These influencers use different approaches to discuss vegetarianism, sharing their personal stories about transitioning to this diet, the health benefits, impact on the environment and advocacy for animal rights.

The findings indicate that storytelling has limited effectiveness in encouraging non-vegetarian consumers to adopt a vegetarian diet. While the posts provoke thought, they were not sufficient to persuade the participants to change their attitude and adopt this diet. Cultural traditions, family influences and personal preferences are some of the barriers that hinder this change.

Keywords: Storytelling, Influencers, Instagram, Vegetarian Diet

ÍNDICE GERAL

INTRODUÇÃO	1
1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	3
1.1 Storytelling	3
1.1.2 Storytelling nas redes sociais	5
2.2 Redes Sociais	6
2.2.1 Instagram	9
2.2.2 Influenciadores digitais.....	11
2.3 Alimentação Vegetariana	13
2.3.1 Alimentação Vegetariana em Portugal.....	16
2.4 Comportamento do consumidor	17
2.5 Exemplos de estudos prévios	19
2. OBJETIVOS DO ESTUDO E METODOLOGIA	23
2.1 Objetivos e Pergunta de Investigação	23
2.2 Metodologia	23
2.3 Instrumentos de recolha.....	25
2.3.1 Entrevista em profundidade	25
2.3.2 Análise do conteúdo	26
2.3.3 Estímulos	27
3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	34
3.1 Análise das entrevistas.....	34
3.1.1 Barreiras para adoção da dieta vegetariana	34
3.1.2 Impacto dos storytelling	36
3.2 Análise das publicações.....	40
3.2.1 Experiência Pessoal: Transição para a dieta vegetariana.....	40
3.2.2 Saúde: Alimentação Vegetariana pode aumentar expectativa de vida	41
3.2.3 Bem-estar animal: Abordagem crítica e sarcástica	41
3.2.4 Alimentação Vegetariana e o impacto positivo na Sustentabilidade.....	42
3.2.5 Elementos eficazes no storytelling	42

4. CONCLUSÃO	44
5. LIMITAÇÃO DA PESQUISA E ESTUDOS FUTUROS	45
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	46
APÊNDICES	55
Apêndice 1. Guião da Entrevista: Versão Aplicada do Participante 1 ao 7	55
Apêndice 2. Guião da Entrevista – Versão aplicada a partir do Participante 8	56
Apêndice 3. Transcrição Entrevistas	58

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Visão geral da utilização das redes sociais em Portugal	8
Figura 2: Tipos de Influenciadores Digitais	12
Figura 3: Perfil da influenciadora Vânia Ribeiro	28
Figura 4: Post Receio de alimentação sem sabor	29
Figura 5: Perfil da influenciadora Maria Julia Rosa	30
Figura 6: Post Alimentação Vegetariana pode aumentar a expectativa de vida	30
Figura 7: Perfil do influenciador Luís Sousa	31
Figura 8: Post Bem-estar animal	32
Figura 9: Perfil do influenciador Tiago Lagoa	32
Figura 10: Post Alimentação Vegetariana e o impacto no meio ambiente	33

ÍNDICE DE TABELAS E GRÁFICOS

Tabela 1: Estudos prévios.....	19
Tabela 2: Técnicas de recolha e objetivos	24
Gráfico 1: Redes sociais favoritas em Portugal	8
Gráfico 2: Utilizadores do Instagram em Portugal em janeiro de 2024	11

INTRODUÇÃO

No ambiente digital contemporâneo, as técnicas de storytelling têm sido uma ferramenta importante no desenvolvimento de conteúdos de marcas e influenciadores para as redes sociais. Estas narrativas podem apresentar-se através de textos, imagens, vídeos e sons e são desenvolvidas com o objetivo de persuadir e promover a interação com as pessoas (Schneider & Pereira, 2018). Um storytelling eficaz transforma ouvintes ou leitores passivos em participantes envolvidos na história, o que pode ser alcançado através da utilização de diversas emoções humanas, como a revolta, empatia, humor, entre outras (Santos & Bichaco, 2018).

Os influenciadores digitais têm assumido um papel relevante no marketing moderno, especialmente em redes sociais como o Instagram. Eles promovem produtos e estilos de vida e procuram influenciar o comportamento, consumo e a atitude dos consumidores.

Neste contexto, o presente estudo propõe-se a analisar a eficácia do uso do storytelling de influenciadores digitais no Instagram para promover a adoção da dieta vegetariana entre não vegetarianos. Esta investigação visa compreender como as narrativas criadas por estes influenciadores, utilizando diferentes abordagens, pode modificar as atitudes dos consumidores que atualmente não seguem uma dieta vegetariana.

O vegetarianismo tem obtido adeptos nos últimos anos globalmente, incluindo em Portugal, e impulsionado por diversos fatores, como uma maior consciencialização sobre os benefícios desse modelo de dieta para a saúde, a defesa dos direitos dos animais e as preocupações ambientais. Atualmente, 10,4% dos adultos em Portugal seguem uma dieta veggie, segundo estudo realizado pela Lantern (2023).

O estudo tem como pergunta de investigação: Qual a eficácia do storytelling de influenciadores no Instagram para a adoção da dieta vegetariana? E os objetivos específicos são: Avaliar se a exposição ao storytelling de influenciadores digitais no Instagram modifica as atitudes dos consumidores para a adoção da dieta vegetariana; e avaliar se as distintas abordagens feitas pelos influenciadores digitais no Instagram para promover a dieta vegetariana podem produzir resultados diferentes.

Para responder à pergunta e aos objetivos foram realizadas entrevistas semiestruturadas com 13 portugueses não vegetarianos e apresentados quatro storytelling de quatro influenciadores que abordam o vegetarianismo no Instagram por diferentes perspetivas.

A dissertação está organizada em 5 capítulos: Enquadramento Teórico, Metodologia, Análise e Discussão de Resultados, Conclusão, Limitações da Pesquisa e Estudos Futuros.

1. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

1.1 Storytelling

O storytelling é uma técnica de comunicação que envolve a criação de narrativas para relatar eventos do dia a dia (Fog, Budtz & Yakaboylu, 2005). Para Schneider e Pereira (2018), o storytelling baseia-se na narrativa de eventos sequenciais, com o propósito de despertar os sentidos e as emoções do público-alvo.

A prática de contar histórias é uma parte natural da vida para transmitir conhecimento, entreter, promover mudanças de comportamento ou emoções específicas (Seyfi, 2017). Dentro de uma narrativa, os acontecimentos desenrolam-se de maneira sequencial no espaço e no tempo e quando se incorpora um estilo expressivo esta narrativa passa a ser caracterizada como storytelling, destacando a habilidade de contar histórias de forma mais envolvente (Seyfi, 2017).

O storytelling remonta a tempos ancestrais, em que os nossos antepassados tinham o hábito de se reunir ao redor de fogueiras ao final de cada dia para partilhar as suas jornadas de caça e as suas conquistas (McSill, 2013). Esta prática servia não apenas para legitimar a liderança por meio de referências, mas também desempenhava um papel crucial na preservação de práticas e conhecimentos enraizados nas suas culturas, fundamentais para a sobrevivência dos grupos. Os líderes transmitiam essas informações vitais por meio das suas narrativas (McSill, 2013).

A prática de contar histórias é fundamental na preservação e disseminação das tradições e culturas dos povos antigos. Por meio de lendas, contos e relatos, essas histórias foram registadas e transmitidas em diversas formas narrativas, como pinturas, escrituras, canções, entre outros. Esses registos foram fundamentais para preservar e divulgar as narrativas, bem como para manter viva a riqueza cultural desses povos (Santos, 2016).

Com o avanço do mundo e a criação constante de novas tecnologias, o poder da narrativa adquiriu uma nova dimensão e o ato de contar histórias precisou de se adaptar para atender a essa nova realidade em que as pessoas estabelecem relacionamentos interpessoais compartilhando as suas próprias histórias com apenas um clique (Machado, 2015). Nunca tivemos tantas histórias contadas para um número tão grande de indivíduos,

nem se teve acesso a tanto conhecimento sobre as histórias de vida de outras pessoas como o disponível devido à Internet (Domingos, 2008).

Atualmente, o termo storytelling é empregado para descrever as narrativas visuais estratégicas contadas por meio das tecnologias de comunicação contemporâneas e das novas formas de interação social (Ferreira et al., 2021).

O storytelling possui o poder de moldar pensamentos, é uma linguagem persuasiva no campo da comunicação (Salmon, 2007). Através das experiências, percepções e ideais da empresa, o storytelling tem o poder de contar uma história persuasiva e impactante para capturar a atenção do público-alvo (Magnolo & Moreira, 2020). O storytelling não se resume simplesmente a contar uma história, como fazemos para entreter os miúdos, é uma forma sutil de impor ideias (Domingos, 2008).

O storytelling envolve a utilização de elementos narrativos para guiar o desenvolvimento e a implementação das estratégias de comunicação e marketing, estabelecendo papéis e guilões claros para os personagens envolvidos (Carrilho & Markus, 2014). Neste contexto, marcas, produtos, empresas e diferentes públicos desempenham papéis interativos com o objetivo de resolver conflitos ou alcançar um desfecho na história em questão (Carrilho & Markus, 2014).

Segundo Santos e Bichaco (2018), as empresas estão adotando cada vez mais estratégias de marketing emocional e o uso de personagens para criar conexões significativas com o consumidor. Com boas histórias, é possível despertar a atenção e o interesse das pessoas, alcançar o coração e a mente do público. Desta forma, o storytelling revela-se como a abordagem ideal para transmitir mensagens impactantes e criar significados duradouros (Santos e Bichaco, 2018).

O storytelling representa mais do que uma simples técnica. Trata-se de uma forma de narrativa que pode manifestar-se através de imagens, sons, palavras, vídeos e fotos, além de ter como objetivo transmitir conceitos, ideias ou emoções. Por conseguinte, as equipas de marketing das empresas têm utilizado esta abordagem como uma maneira de promover a marca (Schneider & Pereira, 2018).

Antes de começar a criar uma narrativa, é primordial identificar quais são os elementos essenciais, o público-alvo e o conteúdo da história. Ela deve ser interativa, visual e ter um clímax, além de ser capaz de despertar sentidos e emoções, apresentar diálogos realistas,

um personagem com o qual o público se possa identificar e um conflito facilmente reconhecível e resolvido (Machado, 2015).

Produzir um storytelling de qualidade requer atenção a uma série de detalhes para garantir uma história envolvente e cativante, sendo fundamentais neste processo elementos como o cenário, o protagonista e o guião (Santos, 2016). Um cenário bem elaborado facilita a imersão do recetor na história para que ele se envolva com o ambiente narrativo, enquanto o personagem principal, que pode ser real ou fictício, tem o papel de criar uma identificação com o público-alvo e é essencial para o sucesso do storytelling, pois ajuda a estabelecer um vínculo emocional (Santos, 2016). O autor referido também destaca que a elaboração de um bom guião vai determinar a qualidade e o sucesso da comunicação pretendida pela marca, precisando de ser coerente para as pessoas não se perderem no sentido da história.

A divulgação das narrativas pode ocorrer em diferentes canais de comunicação, como o website da marca e as redes sociais. Além disso, as histórias podem ser vivenciadas pelo público em ações diretas, proporcionando uma experiência imersiva (Szabluck, Linden & Bernardes, 2015).

Os consumidores são incentivados a adquirir os produtos para se envolverem com as histórias narradas, sendo o próprio produto o veículo que lhes permite desfrutar das narrativas transmitidas pela marca. Com o avanço das tecnologias, o storytelling possibilita que as histórias se desenvolvam neste contexto, explorando diferentes meios e proporcionando uma experiência envolvente (Szabluck, Linden & Bernardes, 2015)

O uso desta ferramenta tem se consolidado como uma estratégia indispensável na persuasão dos consumidores, desempenhando um papel fundamental na comunicação e branding (Ballester & Sabiote, 2016). No entanto, ainda são limitadas as evidências empíricas que abordam o impacto das narrativas nas respostas do consumidor (Lundqvist et al., 2013).

1.1.2 Storytelling nas redes sociais

Destacar-se nas redes sociais está a tornar-se cada vez mais desafiante devido à enorme quantidade de conteúdo publicado diariamente por pessoas e marcas e, neste contexto, o storytelling pode ser uma ferramenta poderosa e com capacidade para ter um impacto positivo na estratégia de comunicação (Assis, 2022). Entretanto, é preciso ir além de

apenas contar factos; uma boa história é cativante e conecta-se com as pessoas de diferentes maneiras (Schneider & Pereira, 2018).

O storytelling transmite as histórias através da emoção, o que pode motivar as pessoas a envolverem-se mais e a sentirem a vontade de agir para mudar o que as rodeia (Atiq et al., 2022). Como há muitas pessoas, marcas e influenciadores a contar histórias nas redes sociais para ganhar atenção, é o apelo das suas histórias que gera influência (Lund, Cohen & Scarles, 2018). Mais do que se comunicar com o público, uma boa história contada nestas mídias precisa de envolver as pessoas, tirando-as do estado de meros espectadores e transformando-as em agentes ativos (Assis, 2022).

A evolução da comunicação e da tecnologia viabilizaram uma conexão mais profunda com o público, promovendo o envolvimento e uma troca de informações e ideias (Assis, 2022). Por meio de interações em plataformas digitais, as pessoas não apenas acompanham a história, mas também contribuem ativamente para o seu desenvolvimento, enriquecendo a experiência de forma dinâmica e envolvente (Assis, 2022).

Embora a qualidade da história seja importante, é necessário considerar também a forma como ela é apresentada. As redes sociais requerem uma abordagem cuidadosa e personalizada na construção das narrativas, uma vez que os seus utilizadores não esperam consumir histórias longas de uma só vez, mas sim conteúdos mais curtos e de fácil absorção (Weber & Grauer, 2019).

No contexto do Instagram, as narrativas assumem a forma de histórias através dos seus símbolos, rituais, heróis e valores, uma transformação que resulta numa memória singular (Seyfi, 2017). A plataforma permite que o conteúdo seja enriquecido por diversos elementos visuais, como fotos, vídeos, memes, emojis, filtros, entre outros (Assis, 2022).

1.2 Redes Sociais

As redes sociais são plataformas online que permitem a interação entre pessoas e organizações, possibilita a partilha de informações, conhecimentos e a realização de interações através de publicações de textos, vídeos e áudios, segundo a definição do dicionário Infopédia.

Kietzmann et al. (2011) definem as redes sociais como uma estrutura complexa composta por sete blocos funcionais essenciais: identidade, conversas, partilha, presença, relações, reputação e grupos. Os autores ressaltam que, embora algumas plataformas possam se

concentrar mais na identidade, outras na partilha, atualmente nenhuma das principais redes se limita exclusivamente a um único bloco.

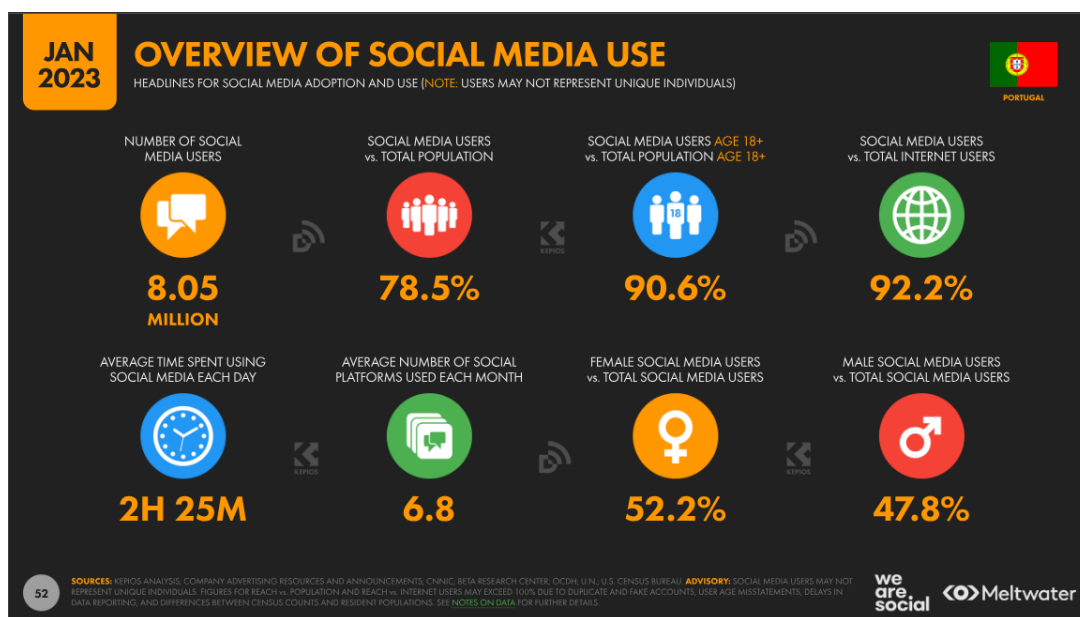
Além do seu papel como meios de entretenimento e partilha de conteúdo pessoal, as redes sociais democratizam e possibilitam um rápido acesso a informações e oportunidades de aprendizagem (Tomaél, Alcará & Di Chiara, 2005). As diversas interações que ocorrem nessas plataformas permitem que os utilizadores ampliem o conhecimento adquirido através das suas trocas, conforme destacado por Tomaél, Alcará & Di Chiara (2005).

A constante expansão das redes sociais também é influenciada, em parte, pela facilidade de acesso e utilização, uma vez que mesmo indivíduos com recursos financeiros mais limitados e empresas de menor porte podem usufruir dessas plataformas devido aos custos reduzidos (Baruah, 2012). É possível ter acesso a oportunidades em diversos aspetos da vida, impactando o anseio de permanecer online, o qual foi ainda mais amplificado pelo crescente uso dos smartphones (Karadağ et al., 2015)

As redes sociais tornaram-se parte do dia a dia das pessoas que passaram a dedicar grande parte do seu tempo online. De acordo com o *Digital 2023 October Global Statshot Report* (2023), análise publicada pelo *Data Reportal*, no início de outubro de 2023 havia 4.95 milhões de utilizadores ativos nas redes sociais, o que representa 61.4% do total da população mundial. Este número representa um aumento de 4.5% em relação ao mesmo período de 2022, com a entrada de cerca de 215 milhões de novos utilizadores (Kemp, 2023a). A pesquisa ainda revelou que as pessoas entre 16 e 64 anos passam cerca de 6 horas e 41 minutos online por dia, sendo que 2 horas e 24 minutos deste tempo são dedicadas às redes sociais (Kemp, 2023a).

Em Portugal, dados do estudo mostram que em janeiro de 2023 o país registava 8.73 milhões de utilizadores na internet e 8.05 milhões de pessoas nas redes sociais, o equivalente a 78,5% da população (Kemp, 2023b). Comparado aos dados globais, os números em relação ao tempo gasto por dia online são superiores. A população portuguesa passa 7 horas e 37 minutos conectados à internet, sendo que despendem 2 horas e 25 minutos por dia nas redes sociais (Kemp, 2023b).

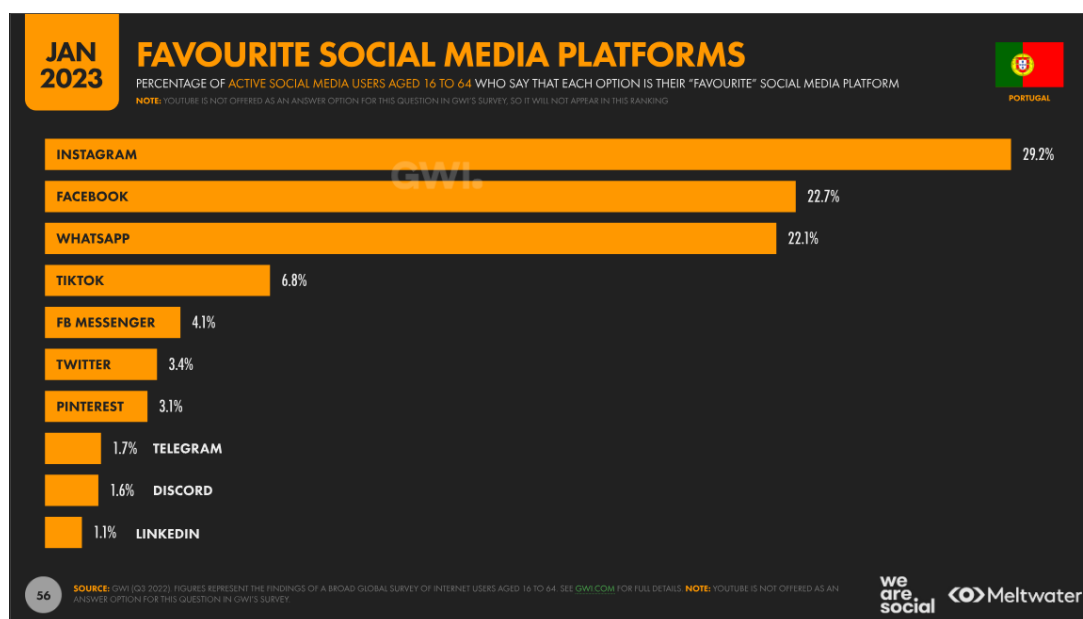
Figura 1: Visão geral da utilização das redes sociais em Portugal



Fonte: Data Reportal

O Facebook ainda é a rede social mais utilizada ao redor do mundo com 3.030 milhões de utilizadores por mês, embora WhatsApp e Instagram sejam, respetivamente, as redes sociais favoritas, segundo o relatório. Em Portugal, o gráfico 1 mostra que o Instagram foi considerado a rede favorita do país em janeiro de 2023.

Gráfico 1: Redes sociais favoritas em Portugal



Fonte: Data Reportal

As redes sociais também são cada dia mais relevantes para profissionais de marketing e marcas, proporcionando uma comunicação fácil, ágil e eficaz com o público-alvo (Murdough, 2009). Aproximadamente 60% dos cidadãos portugueses ativos nas redes sociais demonstram o hábito de seguir as páginas de marcas e empresas, revelam os dados apresentados no estudo "Os Portugueses e as Redes Sociais", conduzido pela Marktest (2023).

Ademais, o referido estudo destaca que esses indivíduos seguem, em média, cerca de 15 empresas, entidades e instituições do seu interesse. As áreas de preferência são restauração e culinária, com expressivos 47% das referências, seguidas por setores como moda, desporto e tecnologia. A rede social mais utilizada para seguir as marcas é o Instagram (Marktest, 2023).

1.2.1 Instagram

Lançado em outubro de 2010, o Instagram foi criado por Kevin Systrom e Mike Krieger e teve sua origem enquanto plataforma gratuita destinada à partilha de fotos, mas ao longo dos anos expandiu consideravelmente as suas funcionalidades, integrando a capacidade de publicação de vídeos e fotos em diferentes formatos e filtros, a introdução de recursos como o Stories (conteúdos visíveis por 24 horas), Reels, a possibilidade de inserir música nas publicações, realizar transmissões em direto, entre outras inovações (Instagram, Sd).

O Instagram oferece uma experiência completa, pois permite que o utilizador capte, edite e publique de forma instantânea fotos e vídeos para outras pessoas, além de possibilitar a pesquisa por hashtags e temas específicos (Manovich, 2017). Na aplicação, os indivíduos e marcas conseguem interagir uns com os outros através de comentários, mensagens por direct (mensagens privadas), além de reagir às publicações e partilhar simultaneamente os conteúdos noutras redes sociais.

A plataforma proporciona aos utilizadores a oportunidade de estabelecer conexões interpessoais, expressar a sua identidade e estilo de vida através da partilha de conteúdo, refletindo sobre os valores sociais, culturais e estéticos de diferentes partes do mundo (Manovich, 2017). No contexto de marcas, os conteúdos produzidos no Instagram assumem um papel crucial na comunicação da identidade visual, valores e estilo de vida que as marcas desejam associar à sua imagem (Manovich, 2017).

Esta rede social configura-se como um poderoso meio de comunicação de massa, exigindo uma análise do poder de influência que os seus utilizadores exercem entre si através das

publicações. Essa dinâmica é explorada por marcas, entidades públicas e indivíduos em geral e objetiva influenciar comportamentos e percepções (Erragcha & Romdhane, 2014).

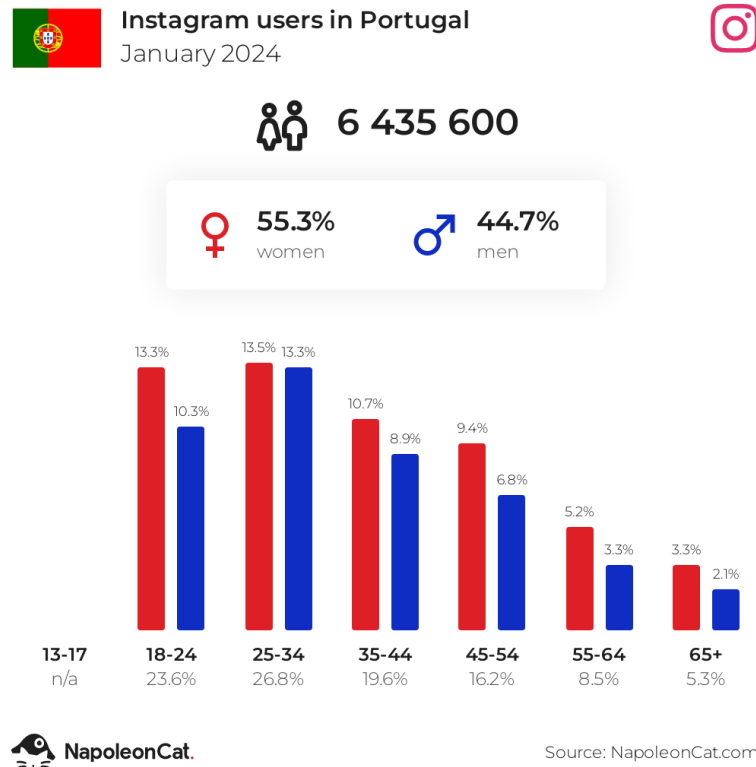
Mancuso e Stuth (2015) defendem que o Instagram é uma plataforma eficaz de narração de histórias através de imagens, graças a uma variedade de recursos disponibilizados, tais como as hashtags, as ferramentas de edição de fotos, a capacidade de adicionar informações de localização geográfica, a opção de partilhar simultaneamente noutras redes sociais, como o Facebook, entre outras características.

O carácter visual do Instagram concede às marcas uma vantagem singular: a capacidade de despertar emoções nos seus seguidores, impulsionando-os a tomar as ações desejadas em relação ao conteúdo visual publicado (Zolkepli, Hasno & Mukhiar, 2015).

O Instagram teve um crescimento exponencial no seu número de utilizadores ao longo dos anos, passando de 10 milhões em 2011 para mais de 2 bilhões em janeiro de 2023 (Instagram, s.d; Statista, 2023). Em Portugal, a plataforma consolidou-se como uma das principais redes sociais e registou o maior crescimento entre essas mídias nos últimos 8 anos (2015 – 2023), de acordo com o relatório Retrato Digital de Portugal, elaborado pelo Observatório da Comunicação (2023). Em 2015, apenas 12,2% dos portugueses utilizavam a plataforma. Já em 2023, esse número saltou para 53,8%, um aumento de 41,6 pontos percentuais.

São mais de 6 milhões e 400 mil portugueses com contas ativas no Instagram (gráfico 2), segundo dados de janeiro de 2024 divulgados pela *Napoleoncat*, sendo que 53% são mulheres. Pessoas com idades entre 25 e 34 anos formam o maior grupo de utilizadores da plataforma no país, com 1.723.400 pessoas (Napoleoncat, 2024).

Gráfico 2: Utilizadores do Instagram em Portugal em janeiro de 2024



Fonte: Napoleoncat, 2024

1.2.2 Influenciadores digitais

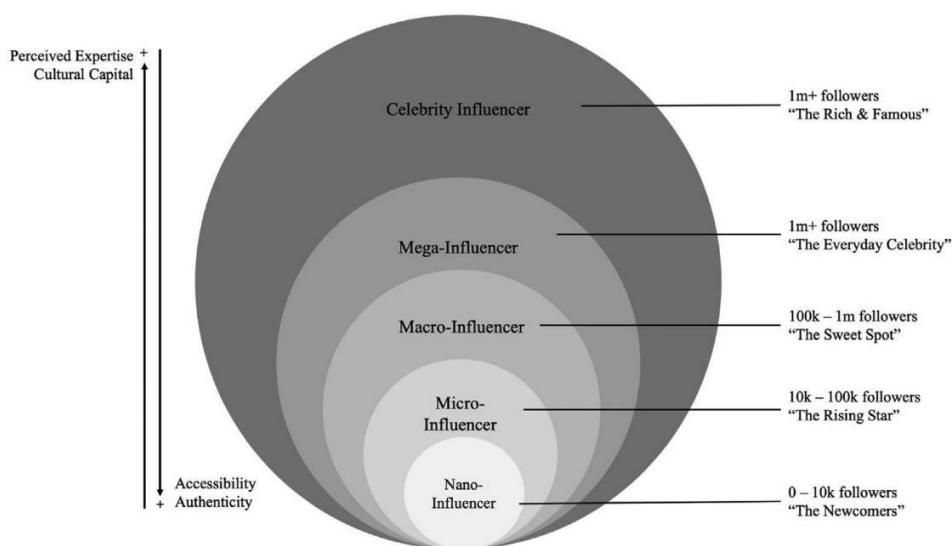
As redes sociais impulsionam as mudanças nas práticas de consumo e, à medida que isto acontece, as técnicas de marketing também evoluem para conseguir atingir o público de maneira mais eficiente (Yalcin et al, 2020). Nestas plataformas, os consumidores tornam-se influenciadores digitais através da partilha de diversos tipos de informações e possuem um certo potencial para influenciar o estilo de vida, consumo e comportamento de outras pessoas (Yalcin et al, 2020).

Para a *Word of Mouth Marketing Association (WOMMA)* (2017), influência é a capacidade de fazer com que um indivíduo altere a sua opinião ou comportamento e o influenciador, portanto, é a pessoa que tem um potencial acima da média para provocar essas transformações. Embora os influenciadores possam até ter um alcance menor que celebridades tradicionais, como artistas e atletas, eles são vistos pelos seus seguidores como fontes fiáveis de informação, uma perceção que os estabelece como líderes de opinião com o poder de impactar o comportamento de outras pessoas, incluindo decisões de compra e estilo de vida (Morton, 2020).

Os influenciadores compartilham frequentemente as suas rotinas nas redes sociais e elevam a sua relevância através do conteúdo que publicam (Morton, 2020). Com o objetivo de transmitir informação, educar ou proporcionar entretenimento aos seguidores, eles compartilham conteúdo tanto orgânico como patrocinado por marcas (Yalcin et al, 2020). Os influenciadores digitais conseguem atingir grupos de pessoas com interesses específicos e nichos com as suas publicações nas redes sociais, onde um grande número de pessoas pode ter rapidamente acesso ao conteúdo (Pais, 2021).

Segundo a perspectiva de Campbell & Farrell (2020), existem 5 tipos de influenciadores que são definidos de acordo com o número de seguidores nas redes sociais: Nano Influenciador, Micro Influenciador, Macro Influenciador, Mega Influenciador e a Celebridade Influenciadora, como mostra a figura 2.

Figura 2: Tipos de Influenciadores Digitais



Fonte: Campbell & Farrell (2020)

Os nanos influenciadores, com uma base de no máximo 10.000 seguidores, ainda estão no estágio inicial das suas carreiras no marketing de influência. Já os micro influenciadores têm entre 10.000 e 100.000 seguidores nas redes sociais e destacam-se pela sua autenticidade e conexão genuína com o seu público, tornando as suas recomendações mais fiáveis do que as feitas por grandes celebridades (Campbell & Farrell, 2020).

Os macros influenciadores, por sua vez, possuem entre 100.000 e 1 milhão de seguidores e são especialistas nos temas que abordam (viagens, comida, música, entre outros) e as

suas audiências aspiram frequentemente a ser como eles (Campbell & Farrell, 2020). Enquanto isso, os mega influenciadores, com mais de 1 milhão de seguidores, frequentemente alcançam este status de fama através da internet, ao contrário das celebridades influenciadoras (por exemplo, artistas de TV, jogadores de futebol), que já têm o reconhecimento de um grande público antes de se tornarem também influenciadores digitais (Campbell & Farrell, 2020).

Embora os influenciadores sejam categorizados de acordo com o número de seguidores nas suas redes sociais, Weinswing (2016) ressalta que o verdadeiro poder desses influenciadores não reside estritamente na quantidade de seguidores, mas sim na sua capacidade de influenciar através da autenticidade do seu conteúdo.

De acordo com Ryu e Han (2021), há quatro fatores fundamentais que determinam a reputação dos influenciadores digitais. Em primeiro lugar está a habilidade de comunicação como o fator mais preponderante, pois essa capacidade vai além de apenas transmitir informações de forma clara, como inclui também o facto de conseguir expressar com assertividade os seus sentimentos, pensamentos e conhecimentos. O segundo aspeto é a influência, no qual as opiniões e avaliações partilhadas pelos influenciadores sobre determinado assunto, produto, serviço ou marca afetam o comportamento dos seguidores (Ryu e Han, 2021). Em terceiro lugar, os autores destacam a autenticidade, uma vez que os seguidores atribuem grande valor à honestidade e a informação partilhada pelos influenciadores é vista como genuína. Por último, temos a especialização, pois a sua credibilidade é reforçada pelo domínio que ele exerce sobre o tema que aborda no seu conteúdo, o que pode ter um grande impacto nas decisões dos consumidores (Ryu e Han, 2021).

1.3 Alimentação Vegetariana

A escolha alimentar, embora à primeira vista possa parecer um ato corriqueiro, na verdade revela-se um comportamento complexo moldado por diversos fatores que estão interligados entre si (Köster, 2009). Para Silva (2021), podemos categorizar esses fatores em três grupos: as características individuais, os ligados ao ambiente e contexto em que o indivíduo se encontra, e, por último, os que se referem ao próprio alimento.

Os elementos individuais, inerentes a cada pessoa, compreendem fatores como a genética, emoções, ideologia, identidade, saúde, rotina, entre outros (Silva, 2021). Por outro lado, os aspetos ambientais envolvem o ambiente e incluem influências familiares,

sociais e culturais, enquanto que os atributos dos alimentos dizem respeito à sua qualidade nutricional, custo e disponibilidade (Silva, 2021).

Ao longo das últimas duas décadas, tem havido uma significativa mudança nos padrões de consumo de alimentos, evidenciando uma crescente busca por dietas mais saudáveis e uma maior preocupação com o impacto ambiental das atividades produtivas (Moori, Sato & Lombardi, 2003). Especialmente nos países desenvolvidos, desde meados do século passado, têm ocorrido transformações nos hábitos de consumo impulsionadas pelas novas preocupações dos consumidores em relação à saúde, qualidade de vida e sustentabilidade ambiental (Moori, Sato & Lombardi, 2003).

De acordo com a definição da Associação Portuguesa Vegetariana (AVP), o vegetarianismo é um estilo de alimentação que se baseia em alimentos de origem vegetal e exclui todos os tipos de carne animal, incluindo carnes vermelhas, aves, peixes e frutos do mar. No entanto, a inclusão ou exclusão de derivados de origem animal, como leite, ovos e outros produtos, pode variar dependendo do tipo específico de vegetarianismo adotado.

As práticas vegetarianas revelam-se bastante diversas, e não se restringem unicamente à abstenção do consumo de determinados produtos, mas também envolvem o estímulo ao consumo de outros (Abonizio, 2016). Além da questão alimentar, o vegetarianismo engloba uma cultura que busca estabelecer uma relação harmoniosa entre os seres humanos e a natureza. Essa prática é vista como um estilo de vida no qual o indivíduo prioriza o bem-estar dos animais (Hoek et al., 2004).

No quotidiano, a vivência do vegetarianismo frequentemente implica enfrentar conflitos e negociações contínuas, abrangendo a tomada de decisões, recusas, escolhas de consumo e a necessidade de estabelecer aproximação ou distanciamento em relação às pessoas com as quais se convive (Abonizio, 2016).

Embora não se possa determinar com precisão quando o vegetarianismo começou a ser praticado, há relatos que remontam a 3200 a.C. no Egito Antigo, onde a abstinência voluntária de carne era motivada por questões religiosas (Beig, 2008). Acredita-se que essa prática era associada à facilitação do processo de reencarnação, uma crença comum na época (Beig, 2008).

Outra região importante na história do vegetarianismo é a Índia, onde a prática também estava ligada a questões religiosas. O hinduísmo é uma das principais religiões no país e fundamenta-se em princípios como o *ahimsa*, que significa não violência, estendendo-se tanto a seres humanos quanto a outros animais. Além disso, a vaca é reverenciada como um animal sagrado na tradição hindu (Alsdorf, 2010).

Houve mudanças significativas no vegetarianismo nos últimos tempos, com um renovado interesse por questões relacionadas ao bem-estar animal, pacifismo, princípios socioambientais e temas de gênero. Essas transformações têm levado à percepção de que adotar uma dieta vegetariana está associado a atitudes de amizade e respeito pelos seres vivos, bem como por padrões de vida saudáveis (Azevedo, 2013).

Conforme Rivera & Shani (2013) apontam, é incorreto generalizar os vegetarianos como um grupo homogêneo, pois há diferentes formas e tipos de vegetarianismo. Os autores referidos destacam que os vegetarianos diferem tanto nas escolhas alimentares que fazem, incluindo ou excluindo certos alimentos das suas dietas, quanto nas motivações que os levam a adotar o vegetarianismo. É importante ressaltar que a maioria das justificações para o vegetarianismo está relacionada a uma combinação de benefícios para a saúde, motivos éticos, bem-estar animal, sustentabilidade e religião (Doneda et al., 2020).

Os diferentes tipos de dietas vegetarianas variam em termos de exclusão de alimentos de origem animal. Essas variações incluem a dieta ovo-lacto-vegetariana, que exclui apenas a carne, mas permite o consumo de ovos e laticínios; a dieta ovo-vegetariana, que exclui carne e laticínios, mas permite o consumo de ovos; a dieta lactovegetariana, que exclui carne e ovos, mas permite o consumo de laticínios; e a dieta vegetariana estrita, que exclui todos os alimentos de origem animal (De Boer, Schösler & Aiking, 2017).

Recentemente surgiu um novo conceito no contexto das dietas vegetarianas, chamado flexitarianismo. Nessa abordagem, as pessoas adotam uma base vegetariana na sua alimentação, permitindo, porém, o consumo ocasional de carne em situações especiais, como eventos sociais, fins de semana e quando existe uma conexão emocional com certos alimentos (Derbyshire, 2017).

Além disso, há também os veganos, que adotam uma dieta vegetariana estrita. No entanto, o seu compromisso em evitar a exploração animal vai além da alimentação, abrangendo também outros aspectos do cotidiano, como vestuário e outros produtos, conforme apontam Elorinne, Kantola, Voutilainen & Laakso (2016). Os veganos buscam consumir apenas produtos que sejam livres de ingredientes de origem animal e que não tenham sido testados em animais e, desta forma, procuram garantir que as suas escolhas de consumo

estejam alinhadas com os seus valores éticos, promovendo um estilo de vida que respeita a vida animal em todas as suas formas (Elorinne, Kantola, Voutilainen & Laakso, 2016).

A diversidade de perspetivas no vegetarianismo revela a ampla variedade de motivações e estilos de vida presentes nessa escolha alimentar. Cada indivíduo pode ter uma combinação única de razões para adotar o vegetarianismo, refletindo as suas próprias prioridades e valores pessoais. Essa abordagem flexível e individualizada permite que as pessoas encontrem o seu próprio caminho dentro do vegetarianismo, adequando-o às suas necessidades e convicções específicas. Dessa forma, o vegetarianismo se torna uma expressão pessoal de escolhas conscientes e responsáveis em relação à alimentação e ao bem-estar animal.

1.3.1 Alimentação Vegetariana em Portugal

O vegetarianismo em Portugal tem uma história que remonta a mais de um século. A primeira referência conhecida da divulgação do vegetarianismo no país data do início do século XX, com a fundação da Sociedade Vegetariana de Portugal na cidade do Porto, pelo Dr. Amílcar de Sousa (Centro Vegetariano, 2015).

Apesar deste estilo de vida ter perdido forças durante o Estado Novo em Portugal, período de regime político ditatorial entre os anos 1933 e 1974, a primeira Associação Vegetariana Portuguesa foi inaugurada na década de 60 (Associação Vegetariana Portuguesa, 2021).

O final do século XX e início do XXI marcaram a segunda revolução vegetariana no país, impulsionada pela crescente consciência ambiental, social e de defesa dos animais, além da facilidade ao acesso da informação através da internet, que possibilitou aos indivíduos obterem mais conhecimento sobre benefícios da dieta vegetariana para a saúde, bem-estar animal e o planeta (Associação Vegetariana Portuguesa, 2021).

Segundo a AVP (2021), o país registava cerca de 3000 vegetarianos há 100 anos e, de acordo com um estudo da consultora Lantern (2023), intitulado "The Green Revolution Portugal 2023", o movimento veggie atualmente abrange 10,4% da população adulta em Portugal, o que representa 910 mil pessoas. Isso configura um aumento de 1,4% em relação a 2019. O estudo também destaca que os consumidores veggies não estão concentrados apenas nas grandes cidades, mas sim distribuídos por todo o país.

Além disso, os dados do estudo referido revelam que a faixa etária entre os 25 e 34 anos é particularmente representativa nesse movimento, com 16% das pessoas que adotaram esse modelo de alimentação pertencendo a este grupo (Lantern, 2023). O relatório ainda indica que, entre as pessoas que não seguem dietas veggies e foram classificadas no

estudo como “super carnívoras”, destaca-se a presença de jovens com menos de 25 anos, que representam 32% (Lantern, 2023).

O estudo da Lantern (2023) ainda destaca que a transição para esse estilo de vida alimentar teve uma tendência de crescimento entre 2019 e 2021, uma vez que muitos dos participantes do estudo afirmaram ter adotado a dieta vegetariana neste período e o país alcançou a marca de mais de 1 milhão de vegetarianos. Entretanto, entre 2021 e 2023, houve uma queda de 1,5% no número de pessoas que seguiam a dieta veggie, cerca de 90 mil consumidores perdidos.

1.4 Comportamento do consumidor

Kotler (2000) descreve o comportamento do consumidor como o campo de estudo que analisa como pessoas, grupos e organizações tomam decisões relacionadas à seleção, compra, uso e descarte de produtos, serviços, ideias ou experiências para satisfazer as suas necessidades e desejos.

O comportamento do consumidor é influenciado por uma ampla gama de fatores e características, incluindo fatores psicológicos, sociais, culturais, económicos e pessoais (Ramya & Mohamed Ali, 2016). Os fatores psicológicos desempenham um papel importante na forma como os consumidores tomam as suas decisões.

Além disso, os fatores sociais, como influências familiares, assim como os fatores culturais, como classe social, também têm impacto significativo. Os aspetos económicos, como o orçamento pessoal, orçamento familiar e património, bem como os fatores pessoais, como idade e estilo de vida, são igualmente relevantes na compreensão do comportamento do consumidor (Ramya & Mohamed Ali, 2016).

De acordo com Maldonado e Silva (2015), o comportamento do consumidor é frequentemente guiado pela conveniência e busca por decisões que exijam o mínimo de esforço, caracterizando o processo como uma decisão rotineira. Nesses casos, os consumidores adquirem produtos regularmente, levando em consideração as suas necessidades imediatas. No entanto, esse padrão não se aplica ao consumo de produtos vegetarianos.

Maldonado e Silva (2015) reforçam que os consumidores vegetarianos não consideram apenas as suas necessidades, mas também se preocupam com o processo pelo qual o produto passou, levando em conta os seus valores éticos em relação aos animais. Dessa forma, o consumo de produtos vegetarianos é diferenciado pelo envolvimento desses consumidores nas considerações éticas relacionadas aos animais.

Tanto os fatores sociais quanto os culturais desempenham um papel fundamental ao facilitar e motivar o consumo tanto vegano quanto vegetariano. Os consumidores veganos e vegetarianos adotam práticas de consumo específicas, possuem identidades que moldam a sua forma de consumir e fazem parte de um movimento cultural em constante crescimento (Fuller, 2016). Esses fatores sociais e culturais influenciam as escolhas alimentares e de estilo de vida desses consumidores, promovendo uma maior consciencialização sobre a ética animal e sustentabilidade.

Teixeira (2010) afirma que os fatores culturais estão intrinsecamente ligados à cultura da sociedade em que o consumidor está inserido. Esses fatores abrangem tradições, costumes e práticas relacionadas a diversos aspectos da vida, como alimentação, vestuário, comportamento e linguagem. Desde o nascimento, o consumidor absorve esses elementos culturais por meio da transmissão de valores que estabelecem os conceitos de certo e errado.

Nos fatores sociais temos o papel da família, escolas, igrejas e outros grupos sociais dos quais o indivíduo faz parte. Adicionalmente, amigos, colegas de trabalho e outros grupos sociais podem ser considerados nesse contexto (Teixeira, 2010). A família é identificada como o principal grupo de referência, exercendo uma influência significativa, afirmam Kotler e Keller (2006).

Para a mudança de hábitos alimentares, Tobler et al (2011) afirmam que a preocupação com saúde, preço dos produtos, facilidade de preparo e disponibilidade para encontrar as refeições e ingredientes são fatores relevantes na decisão das pessoas de aderir a novos hábitos alimentares.

Graça, Oliveira e Calheiros (2015) apontam no seu estudo que os obstáculos enfrentados na mudança de hábitos alimentares incluem a falta de conhecimento sobre a dieta, falta de motivação para promover a mudança, preocupações com a saúde e opções limitadas ao comer fora de casa. Segundo os autores, o status que a carne possui e o facto de ela ter um papel central em muitas refeições dificultam uma mudança generalizada para uma dieta mais à base de vegetal. Entretanto, quando se observa ao nível individual, a importância atribuída à carne varia de acordo com a opinião e cultura de cada indivíduo.

A apreciação pelo sabor da carne é uma das barreiras encontradas para promover a mudança de atitude do consumidor para adotar uma dieta vegetariana, além das rotinas de consumo alimentar em casa e a falta de conhecimento sobre o preparo de refeições vegetarianas, afirmam Pohjolainen, Vinnari, & Jokinen (2015). Os autores ainda destacam que fatores sociodemográficos, frequência do consumo de carne, ausência de um amigo

ou familiar vegetariano e valorização de tradições locais são outros impedimentos para a mudança de hábito alimentar.

Compreender o comportamento do consumidor é uma tarefa desafiadora devido à diversidade e complexidade inerentes a cada indivíduo. É preciso reconhecer que cada pessoa tem motivações e comportamentos diferentes e a capacidade de mudar hábitos também varia de indivíduo para indivíduo, então compreender os mecanismos por trás do comportamento humano é um dos grandes desafios para conseguir influenciar as suas atitudes (Simões, 2019).

Esse campo de estudo requer a integração de várias disciplinas, como psicologia, sociologia, religião, entre outras. Analisar os inúmeros fatores que influenciam as decisões de compra das pessoas representa um desafio constante para os profissionais de marketing (Samara & Morsch, 2005).

As empresas perceberam que a adoção de estratégias centradas exclusivamente nos seus próprios interesses já não é satisfatória para os consumidores. Diante disso, elas enfrentam o desafio cada vez maior de estar atualizadas e compreender profundamente o que os clientes desejam e o que os influencia - incluindo o acesso a informações em larga escala, tendências, inovações e crenças pessoais - no momento da decisão de compra (Paixão, 2012).

1.5 Exemplos de estudos prévios

Abaixo, apresenta-se a tabela 1 com alguns estudos prévios sobre o tema da dissertação.

Tabela 1: Estudos prévios

Autores	Objetivo do estudo	Metodologia	Conclusões
Oliveira, A. (2020)	Compreender como o storytelling audiovisual influencia nas práticas de consumo e comportamento dos estudantes do Ensino Superior.	Inquérito por questionário para alunos de 3 licenciaturas do Instituto Politécnico de Viseu.	O storytelling é influente de forma positiva no consumo dos jovens, mas não é determinante na decisão de compra.
Vasconcelos, R. (2019)	Entender como o storytelling pode criar envolvimento entre organizações e o seu	Entrevista semiestruturada com 5 especialistas e grupos focais com 20	Embora não seja um fator decisivo na tomada de decisão de compra, o

	público, levando a resultados desejados, como compra, adesão ou outros indicadores de sucesso.	consumidores, sendo 10 entre os 20 e 39 anos e os outros 10 com faixa etária entre os 55 e 74 anos.	storytelling tem o poder de criar identificação, confiança e notoriedade para uma marca. Os elementos emotivos são os mais relevantes na construção da narrativa.
Barreto, M. (2019)	Verificar se o uso do storytelling tem o potencial de influenciar um público mais amplo e aumentar o seu consumo de produtos e serviços.	Entrevistas semiestruturadas online com 53 pessoas com faixa etária entre os 18 e 65 anos.	O uso do storytelling tem o poder de influenciar o consumo de produtos e serviços, gerando maior envolvimento e empatia por meio das histórias contadas.
Ferreira, M. (2019)	Investigar como as campanhas de storytelling podem afetar a avaliação positiva de um indivíduo em relação à sua atitude e à sua intenção de compra.	Estudo comparativo numa amostra não probabilística. Dois tipos de questionários, sendo que 66 pessoas responderam ao inquérito sem elementos de storytelling e 64 com os elementos. 130 pessoas no total.	Os resultados confirmaram que as estratégias de storytelling exercem uma influência positiva sobre a atitude dos indivíduos, e também influenciam positivamente a intenção de compra.
Simões, D. (2019).	Compreender os fatores que influenciam a mudança de comportamento	Inquérito online Google Forms respondido por 699 pessoas da Universidade do Minho.	Os fatores que mais influenciam foram a preocupação com o meio ambiente, o

	alimentar dos portugueses, especialmente em relação à adoção de opções vegetarianas em restaurantes.	Foi utilizada uma amostra não probabilística.	apoio aos direitos dos animais, considerações de saúde, valores morais ou religiosos e a influência de outras pessoas.
Hölzer, M. (2018)	Analisar o impacto do marketing e das marcas na tomada de decisão de consumidores que optam por uma dieta à base de vegetais.	11 entrevistas com pessoas que seguem dietas à base de vegetal. Além disso, foi realizado 4 grupos de discussão, sendo 2 com simpatizantes desse tipo de dietas e 2 com pessoas adeptas das dietas à base de vegetal.	Marcas que atendem às necessidades dos consumidores de base vegetal, com comunicação fiável e envolvimento nas redes sociais têm grandes chances de sucesso no mercado. Outro ponto interessante é o facto de apenas os simpatizantes terem mencionado o impacto das redes sociais como influência numa dieta de base vegetal.
Leal, F. (2018)	Investigar o impacto das campanhas de storytelling nas redes sociais no comportamento dos <i>millennials</i> em relação à perceção da marca, confiança, fidelidade e experiência.	Grupos focais com portugueses pertencentes à geração dos <i>millennials</i> , com idades compreendidas entre os 18 e 37 anos, de ambos os sexos e que fazem uso das redes sociais.	Os <i>Millennials</i> tendem a identificar-se mais com campanhas de storytelling que retratam situações semelhantes às vivenciadas por eles próprios, amigos ou

			familiares. Temáticas distantes da sua realidade têm menos impacto na percepção da marca e na captação de atenção.
Nie et al. (2017)	Explorar a influência do storytelling sobre alimentos orgânicos na resposta do consumidor	Metodologia em 3 etapas. 1º etapa foi a entrevista com 8 gerentes de estabelecimentos de alimentos orgânicos. Na 2ª etapa, 20 consumidores com pelo menos 3 anos de experiência em compra de alimentos orgânicos analisam a racionalidade das narrativas de alimentos orgânicos. E na 3ª etapa foram distribuídos 300 questionários em 10 lojas de alimentos orgânicos em Taipei, Taichung e Kaohsiung.	O uso do storytelling pode influenciar a preferência do consumidor por alimentos naturais e a sua atitude em relação aos alimentos orgânicos.

Fonte: Elaboração própria

2. OBJETIVOS DO ESTUDO E METODOLOGIA

Neste capítulo, são apresentados os objetivos do estudo e a metodologia adotada para analisar o conteúdo de storytelling de influenciadores digitais no Instagram, com o intuito de avaliar se o uso desta ferramenta tem potencial para promover a adoção da alimentação vegetariana. Este estudo é realizado através de uma abordagem exploratória e qualitativa.

Os sujeitos de investigação são os não vegetarianos residentes em Portugal com idades entre 18 e 34 anos, sendo esta a faixa etária onde tem sido registado um aumento significativo no número de pessoas que adotam as dietas vegetarianas, de acordo com estudo da Lantern (2021).

2.1 Objetivos e Pergunta de Investigação

O objetivo geral deste estudo é analisar o conteúdo de storytelling de influenciadores digitais no Instagram, com o propósito de avaliar o seu impacto na decisão de adotar a dieta vegetariana por pessoas que ainda não possuem este estilo de vida.

A investigação tem como questão de partida: Qual a eficácia do storytelling de influenciadores no Instagram para a adoção da dieta vegetariana? Na sequência deste questionamento foram definidos dois objetivos específicos:

1. Avaliar se a exposição ao storytelling de influenciadores digitais no Instagram modifica as atitudes dos consumidores para a adoção da dieta vegetariana;
2. Avaliar se as distintas abordagens feitas pelos influenciadores digitais no Instagram para promover a dieta vegetariana podem produzir resultados diferentes;

2.2 Metodologia

Com base na definição da questão de partida e dos objetivos acima mencionados, o procedimento metodológico escolhido foi a pesquisa exploratória cuja principal característica, segundo Gil (2008), é oferecer uma compreensão geral de determinado facto. Ela busca entender as motivações que estão por trás de certos comportamentos das pessoas (Révillion, 2015).

Para Reiter (2017), este modelo de estudo é uma forma de examinar e compreender um segmento específico da realidade. O autor sugere que a pesquisa exploratória procura novos caminhos, ideias e explicações para oferecer novas perspetivas de como este

aspecto da realidade funciona, podendo apresentar novos métodos, ângulos e uma abordagem alternativa para interpretar a realidade (Reiter, 2017).

A investigação adota a abordagem qualitativa, método que tem o objetivo de adquirir um entendimento mais aprofundado sobre certos fenómenos, utilizando dados qualitativos, através da perceção dos diferentes atores sociais envolvidos (Cervo & Bervian, 2002). De acordo com Creswell (2007), a pesquisa qualitativa destaca-se por construir conhecimento a partir da visão dos participantes, priorizando as suas experiências, dos sentidos sociais e construção histórica. A pesquisa qualitativa demonstra ter um papel relevante no apoio às decisões de marketing, especialmente num estudo exploratório (Malhotra & Birks, 2006).

A metodologia qualitativa procura compreender aspetos complexos com a análise dos fenómenos dentro do contexto em que eles ocorrem, pois a realidade não pode ser apenas fragmentada em duas partes, uma vez que também existe a sinergia (Gummesson, 2005). Este modelo caracteriza-se pela análise, interpretação e criação de dados simultâneos, com conclusões provisórias tiradas durante o trabalho de campo e a leitura de arquivos (Gummesson, 2005).

A opção pela abordagem metodológica qualitativa para este estudo é justificada pela necessidade de avaliar indicadores como opiniões, perceções e atitudes de pessoas que são afetadas pelas narrativas de storytelling no Instagram.

Diante do método definido, as técnicas para recolher os dados qualitativos foram a realização de entrevistas de profundidade com não vegetarianos com idades entre 18 e 34 anos residentes em Portugal, além da análise do conteúdo (tabela 2).

Tabela 2: Técnicas de recolha e objetivos

Objetivos	Método de recolha	Implementação	Análise de Dados
Avaliar se a exposição ao storytelling de influenciadores digitais no Instagram modifica as atitudes dos consumidores para	Entrevistas em profundidade semiestruturadas	Entrevistas individuais com consumidores não-vegetarianos ativos no Instagram com idades entre 18 e 34 anos para explorar as suas	Análise das entrevistas para identificar padrões e temas sobre como o storytelling dos influenciadores impacta as decisões para

a adoção da dieta vegetariana		perceções em relação ao storytelling de influenciadores digitais que promovem a alimentação vegetariana	adotar o vegetarianismo
Avaliar se as distintas abordagens feitas pelos influenciadores digitais no Instagram para promover a dieta vegetariana podem produzir resultados diferentes	Análise da narrativa e entrevistas em profundidade semiestruturadas	Identificação de publicações no Instagram de influenciadores digitais que promovem o vegetarianismo e análise do conteúdo de storytelling destas publicações, incluindo abordagens e elementos narrativos	Análise interpretativa do conteúdo e das entrevistas

Fonte: Adaptado de Vasconcelos (2019)

2.3 Instrumentos de recolha

2.3.1 Entrevista em profundidade

A entrevista em profundidade é um método utilizado para obter informações que ajudem a analisar uma situação ou a estrutura de um problema, sendo especialmente interessante em pesquisas que visam compreender perceções, conceitos e visões em profundidade sobre um fenómeno específico (Duarte, 2005).

Estas podem ser classificadas em diferentes tipos, como abertas, semiabertas e fechadas, e estão associadas aos estilos de questões: não estruturadas, semiestruturadas e fechadas, respetivamente (Duarte, 2005).

Na entrevista aberta, o investigador não possui uma sequência predefinida de questões, introduz um tema amplo e permite que a conversa flua livremente, o que possibilita o aprofundamento de determinados aspetos durante a entrevista (Duarte, 2005). Portanto, ela é mais flexível e permite que o entrevistado tenha mais liberdade para responder às perguntas de acordo com os seus próprios termos, baseando-se nas suas experiências de vida, conhecimentos e percepções (Duarte, 2005).

Por outro lado, a entrevista semiaberta utiliza um guião de perguntas formulado conforme o objetivo da pesquisa e abrangendo os tópicos de interesse, embora as questões possam ser adaptadas no decorrer da entrevista. Uma vantagem dessa técnica é o estabelecimento de uma estrutura para comparação de respostas (Duarte, 2005).

Para esta investigação foi adotada a entrevista em profundidade semiestruturada, cujo um dos seus pontos fortes está na capacidade de aprofundar e procurar compreender determinados comportamentos e opiniões específicas, uma característica que outros métodos, como a observação e questionários fechados, não oferecem (Longhurst, 2009).

As entrevistas são realizadas com 13 consumidores não vegetarianos que são utilizadores ativos do Instagram para investigar se o storytelling dos influenciadores que abordam o vegetarianismo tem o poder de influenciar a mudança nas atitudes das pessoas e se elas passam a considerar adotar essa dieta devido a esse tipo de conteúdo.

2.3.2 Análise do conteúdo

A narrativa é definida como o processo de contar histórias em contextos que abrangem desde o quotidiano até entrevistas utilizadas em pesquisas sociais, podendo surgir de maneira espontânea ou serem estruturadas conscientemente (Bastos & Biar, 2015). Como forma de complementar a entrevista em profundidade também é realizado a análise da narrativa do storytelling de 4 posts de influenciadores digitais publicados no Instagram.

A narrativa é a ferramenta pela qual o investigador pode compreender o consumo e ela vai além de simplesmente contar uma história ao longo do tempo, pois até mesmo uma imagem conta uma história (Pace, 2008). Além disso, encontra-se com certa regularidade a utilização da narrativa em estratégias de marketing, publicidade e comunicação em geral, onde muitas campanhas seguem a estrutura semelhante à de um conto, onde o problema é apresentado e, eventualmente, resolvido pelo “herói”, que pode ser o produto ou marca (Pace, 2008).

2.3.3 Estímulos

Os estímulos apresentados aos entrevistados foram páginas no Instagram de influenciadores que abordam a alimentação vegetariana em Portugal. Reconhecidos como líderes de opinião, os influenciadores digitais são pessoas que possuem reputação e habilidade para influenciar a sua audiência a tomar determinadas atitudes e decisões com base nas suas recomendações (Casaló et al., 2020).

Além de apresentarem reputação e habilidade para influenciar os seus seguidores, os influenciadores digitais escolhidos para este estudo foram selecionados com base nas suas abordagens sobre o vegetarianismo em diferentes perspetivas, bem como no seu uso da técnica de storytelling para criar os seus conteúdos.

Uma influenciadora adotou a dieta vegetariana devido a um problema de saúde e partilha a sua jornada pessoal, enquanto que outra é nutricionista e oferece uma visão profissional da dieta com conteúdos sobre as várias formas pela quais esse modelo de alimentação pode contribuir para uma vida saudável. Dos influenciadores desta investigação, também se integra um ativista focado na ética e nos direitos dos animais, além de um engenheiro do ambiente que publica conteúdos sobre a importância da dieta vegetariana para a sustentabilidade.

Entre os 4 influenciadores selecionados, um deles está classificado como macro influenciador, a Vânia Ribeiro, com cerca de 109 mil seguidores. Dois deles são identificados como micro influenciadores, Maria Júlia Rosa e Tiago Lagoa, com aproximadamente 32 mil e 21,9 mil seguidores, respetivamente. Ainda temos o Luís Sousa, que entra no grupo dos nanos influenciadores, com cerca de 1.430 seguidores.

Vânia Ribeiro, com o perfil no Instagram @Madebychoices (figura 3), é uma influenciadora que adotou gradativamente uma dieta vegetariana a partir de 2014, após ser diagnosticada com Síndrome do Ovário Poliquístico. Segundo Ribeiro (s/d), o problema de saúde fê-la perceber que a mudança no seu estilo de vida e alimentação seriam de grande importância na melhoria dos sintomas, motivando-a a reduzir o consumo de carne, peixe, entre outros alimentos.

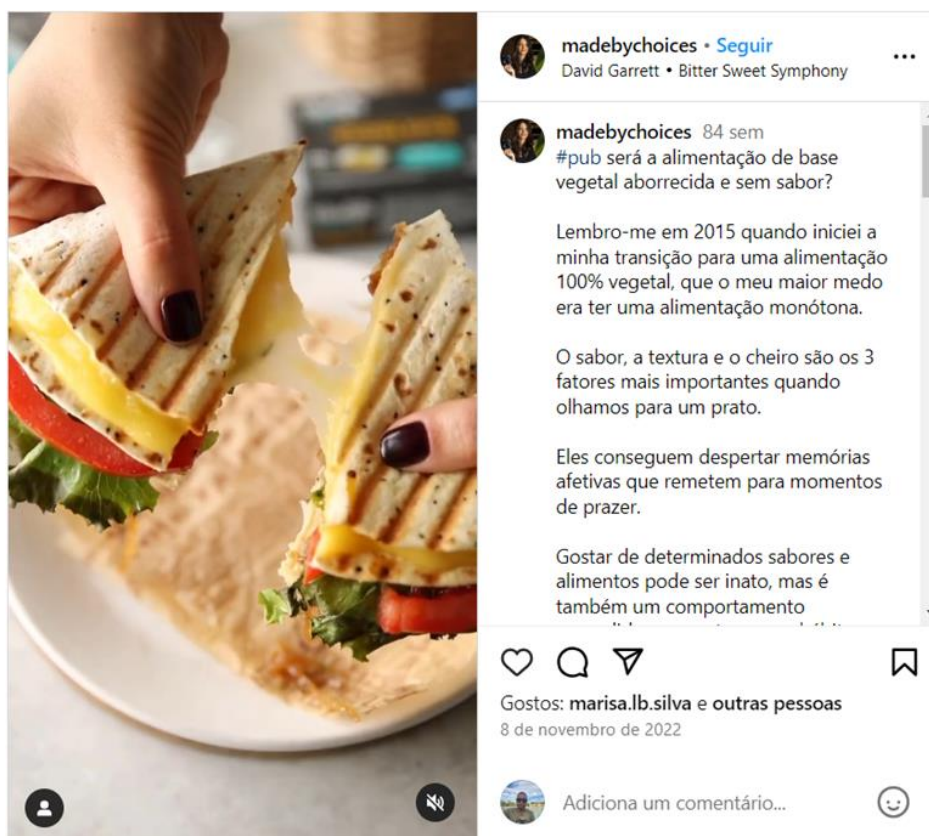
Figura 3: Perfil da influenciadora Vânia Ribeiro



Fonte: Instagram

Além de partilhar receitas vegetarianas saudáveis, muitas vezes acompanhadas de vídeos, a influenciadora utiliza o seu perfil no Instagram para promover conteúdos com foco na saúde e bem-estar, sendo ela própria a responsável pela criação dos conteúdos, incluindo fotos e textos. Uma das técnicas utilizadas por ela é o uso do storytelling, como exemplificado no post patrocinado que será analisado nesta investigação com o tema “Será a alimentação vegetal aborrecida e sem sabor” (figura 4), onde partilha uma experiência pessoal sobre a transição para a dieta vegetariana para criar uma conexão emocional com os seus seguidores e promover produtos da marca *Violife*.

Figura 4: Post Receio de alimentação sem sabor



Fonte: Instagram

A segunda influenciadora, de nacionalidade brasileira e vive em Portugal, é a Maria Júlia Rosa, que publica no perfil @anutrivegana (figura 5). O veganismo foi adotado como o seu estilo de vida há 9 anos, uma decisão influenciada diretamente pelo documentário norte-americano “Terráqueos”, que expõe as práticas das indústrias que utilizam animais nos seus processos de produção e pesquisa (Rosa, 2023). Na altura, era proprietária de um restaurante que servia carne e decidiu promover uma mudança radical na sua vida por motivos éticos, mudou o seu tipo de alimentação, abriu um restaurante vegano e decidiu tirar a licenciatura em nutrição (Rosa, 2023).

Figura 5: Perfil da influenciadora Maria Júlia Rosa



Fonte: Instagram

Maria criou este perfil no Instagram há 5 anos para divulgar e promover a nutrição e o veganismo. Para atingir o seu objetivo, ela interage com seus seguidores através de vídeos e fotos acompanhadas de textos, também utilizando a técnica de storytelling em diversas publicações. O post que será analisado é sobre “Como aumentar a sua expectativa de vida em 10 anos” (Figura 6), onde ela combina um vídeo com um texto, explicando como a dieta a base de plantas pode contribuir para uma vida mais longa e saudável.

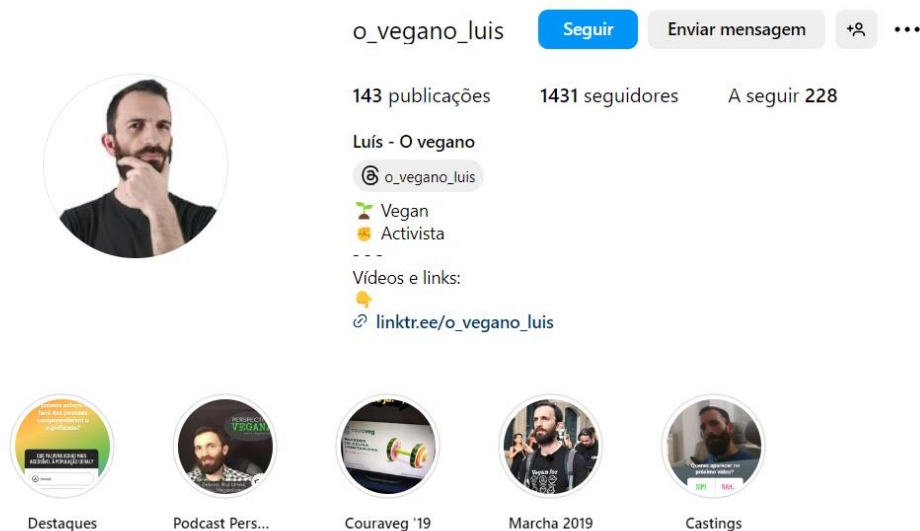
Figura 6: Post Alimentação Vegetariana pode aumentar a expectativa de vida



Fonte: Instagram

O terceiro influenciador selecionado para este estudo é o Luís Sousa, responsável pelo perfil `_o_vegano_luis` (figura 7) no Instagram, onde partilha conteúdos dedicados ao veganismo, que é o vegetariano com a dieta estrita, e à defesa dos direitos dos animais. Desde que se tornou vegano e ativista pela causa animal em 2017, Luís destaca-se principalmente pelos seus vídeos no Instagram.

Figura 7: Perfil do influenciador Luís Sousa



Fonte: Instagram

Luís utiliza o storytelling e adota uma abordagem de humor e educação para transmitir as suas informações e ideias sobre esses temas. O post do influenciador analisado neste trabalho é o vídeo sobre o “Dia Mundial sem Carne” (Figura 8), em que o influenciador aborda o bem-estar animal através de um tom sarcástico para falar sobre as pessoas que não abandonam o consumo de carne, mas gostam dos animais.

Figura 8: Post Bem-estar animal



Fonte: Instagram

Tiago Lagoa é o criador do perfil tiagolagoaa (figura 9) e o quarto influenciador selecionado neste estudo. Influenciado por uma grande conexão com a natureza, ele começou a sua jornada em prol do meio ambiente desde cedo e tornou-se engenheiro do ambiente. Preocupado com as alterações climáticas, Tiago decidiu usar o seu espaço nas redes sociais para partilhar informações e dicas de práticas ambientalmente conscientes.

Figura 9: Perfil do influenciador Tiago Lagoa



Fonte: Instagram

No seu perfil, ele não partilha apenas informações técnicas, mas incentiva e explica aos seus seguidores como a adoção de hábitos sustentáveis, como o vegetarianismo, afeta positivamente o meio ambiente. A publicação do seu perfil que será analisada é sobre como uma alimentação vegetariana proporciona benefícios para o meio ambiente e pode contribuir para a melhoria do planeta (Figura 10).

Figura 10: Post Alimentação Vegetariana e o impacto no meio ambiente



Fonte: Instagram

3. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

O presente capítulo visa apresentar a análise e discussão dos resultados para responder à pergunta de investigação sobre a eficácia do storytelling de influenciadores no Instagram na adoção da dieta vegetariana e verificar se os objetivos específicos propostos foram alcançados através dos métodos aplicados. Após a realização de 7 entrevistas com portugueses não vegetarianos com idades entre 18 e 34 anos, foi feita uma adaptação no guião da entrevista semiestruturada com o objetivo de ser mais assertivo na obtenção das respostas dos participantes e dessa forma obter mais elementos para responder à pergunta de investigação. Ao todo, foram entrevistadas 13 pessoas e a análise das entrevistas foi realizada com a utilização do software Atlas.ti para codificar e categorizar os dados qualitativos. Este processo permitiu identificar temas e padrões recorrentes nas respostas dos participantes. Neste capítulo também é apresentada a análise dos storytelling dos influenciadores que foram apresentados aos participantes durante as entrevistas.

3.1 Análise das entrevistas

3.1.1 Barreiras para adoção da dieta vegetariana

Este subcapítulo tem como objetivo analisar e discutir os principais obstáculos enfrentados para a adoção da dieta vegetariana identificados pelos participantes deste estudo. A análise indica uma diversidade de barreiras e motivos pelo quais os inquiridos não são vegetarianos no momento.

A preferência pelo sabor e textura dos pratos de carne e peixe foi apontada como um dos impedimentos.

“Gosto de carne e de peixe. Eu nunca seria vegetariana por princípio, no sentido em que sim, eu tenho alguma consciência da parte do bem-estar animal e da parte que tem a ver com esse paradigma, com esse dogma. No entanto, eu sou aqui um bocadinho mais prática.” (Participante 12)

“Eu gosto bastante de carne e porque eu geralmente não gosto muito de vegetais. Para mim seria difícil virar vegetariana e não estar sempre a comer a mesma coisa porque eu sinto que iria gostar muito pouco das coisas, e não que não exista muita opção porque existe bastante, mas o problema é mesmo meu com os ingredientes.” (Participante 3)

“Para já nessa refeição vegetariana não gostei muito do sabor, não sei se a receita não era grande coisa ou outras coisas, mas acho que era mais mesmo o sabor e às vezes a textura, queria provar coisas de soja que não eram assim tão saborosas em termos de textura.” (Participante 9)

“A nível de sabor eu não sou uma pessoa que tendencialmente goste logo de coisas com muitos legumes ou muito alternativas.” (Participante 13)

A falta de conhecimento sobre os alimentos que possam substituir a carne sem causar deficiência de proteínas ou vitaminas também é um fator levado em consideração pelos participantes, assim como o preço e a disponibilidade de encontrar produtos e refeições vegetarianas.

“Não tenho conhecimento do que é que dentro do vegetarianismo pode substituir a proteína da carne e não tenho esse conhecimento de como é que eu posso ter uma alimentação completa e variada na mesma e que tenha todos os nutrientes necessários sendo só com vegetais, sem a carne, sem o peixe.” (Participante 2)

“A barreira é mesmo o facilitismo de encontrar a comida e de ter esse nível energético bem mais preenchido com a carne.” (Participante 1)

“Eu acho que são a fraca oferta e talvez alguns produtos que não são tão fáceis de confeccionar ou mesmo o preço deles que são um pouco elevados comparado com os outros artigos normais.” (Participante 6)

“É o preço desses produtos alimentares que para do género ser parecido à carne, são bastante caros, aqueles que sabem mesmo a carne.” (Participante 5)

Outro ponto relevante é a dinâmica e tradições familiares, além da cultura local em que os indivíduos estão inseridos e que influenciam os seus hábitos alimentares.

“Como vivo com outras pessoas, não quero fazer com que elas tenham a mesma refeição que eu só porque eu decido ser vegetariana. Eu sinto que se vivesse sozinha e decidisse cozinhar para mim, provavelmente seria mais fácil ser vegetariana do que, como vivo com outras pessoas, estar a cozinhar uma refeição diferente só para mim.” (Participante 8)

“A minha família é do interior, ou seja, muitas quintas, muita criação de animal local, isso sempre me influenciou. Por exemplo, existe um evento da matança do porco, que é muito comum em certas zonas em Portugal, então eu cresci neste ambiente de consumo animal local, de pratos sempre à base de carne e desses animais,

então é mais difícil quebrar quando uma pessoa cresce nesse ambiente de consumo.” (Participante 1)

“A malta portuguesa gosta bastante de carne e eu venho de uma família alentejana e aquilo é tudo à base de porco e banha de porco desde que somos pequenos. Eles também têm pratos não tão pesados assim, vegetarianos, alguns até vegan, mas come-se isso no verão e é raro.” (Participante 5)

“Eu acho que a nível financeiro também impacta um bocadinho, mas no fundo já vem da minha família ter esta alimentação variada e com carne e por isso eu também segui essas pisadas.” (Participante 6)

Os resultados sugerem que a adoção da dieta vegetariana enfrenta diversas barreiras interligadas. As preferências pessoais, que envolvem o gosto pelo sabor e textura das refeições com carne, surgem como impeditivo. Essas preferências, muitas vezes formadas durante a infância e reforçadas ao longo da vida, tornam a mudança dos hábitos alimentares um desafio. Esse aspeto também pode estar ligado às tradições familiares e cultura local, que ajudam a moldar as preferências alimentares desde a infância e muitas vezes valorizam o consumo da carne. Além disso, o facto de morar com outras pessoas e a rotina de consumo da casa podem interferir nas escolhas alimentares.

A falta de conhecimento nutricional da alimentação vegetariana para ter uma alimentação variada e com os nutrientes necessários, além da perceção de que os produtos vegetarianos são mais caros e menos acessíveis, também são barreiras importantes.

O estudo realizado por Pohjolainen, Vinnari, & Jokinen (2015) indicou o gosto pela carne, rotinas alimentares, além de influências familiares como algumas das barreiras para a adoção da dieta vegetariana. Os autores também afirmam que essas dificuldades estão correlacionadas e as pessoas podem não fazer uma distinção separadas entre elas. Isso significa que as barreiras são vistas como um conjunto integrado de desafios, sem uma separação clara entre os diferentes obstáculos.

3.1.2 Impacto dos storytelling

Após discutir as barreiras para promover mudança nos hábitos alimentares, foram explorados como o storytelling dos influenciadores digitais no Instagram pode ser eficaz para mudar as atitudes dos consumidores e ajudar a superar as barreiras existentes.

Em geral, os entrevistados não visitam habitualmente páginas de influenciadores de dieta vegetariana, o que sugere que provavelmente os seguidores dessas páginas são pessoas

que já adotaram esta dieta. As pessoas tendem a visitar páginas de temas para os quais se sintam motivadas, que estão de acordo com as suas atitudes e visão de mundo e que reforcem as suas opiniões ao invés de desafiá-las, além da exposição seletiva que é feita pelos algoritmos do Instagram, que as expõe aos conteúdos, tendo em consideração as suas preferências (Parmelee & Roman, 2020).

Aos serem expostos a quatro storytelling de influenciadores vegetarianos, os participantes relataram que as histórias partilhadas despertam um interesse em procurar mais informações e promovem uma maior consciencialização sobre a dieta vegetariana. No entanto, as respostas sugerem que esse impacto tende a ser limitado, mais voltado para a reflexão sobre o tema do que resultar numa mudança imediata e de longo prazo nos hábitos alimentares.

“Acho que são capazes de incentivar; um post não muda a forma de pensar. Acho que podes, aos poucos, começar a ser incentivado a experimentar, e depois, gostando, podes ser então incentivado a mudar. Acho que o post em si não muda a tua perspetiva. Se tiveres uma abertura mental suficiente, e eu tenho, vais utilizá-los como ponte, como degrau para conseguires experimentar as coisas e ter mais noção da parte sustentável.” (Participante 12)

“De certa forma desperta algum tipo de reflexão sobre ter hábitos mais saudáveis e procurar conhecer algumas alternativas para a minha alimentação.” (Participante 9)

Alguns participantes destacaram que, embora estejam inclinados a incluir mais vegetais nas suas refeições diárias, ainda não pretendem abandonar o consumo de carne e peixe.

“Talvez para ter mais vegetal, mas sem tirar a carne.” (Participante 4)

“Quero eventualmente pôr ainda mais alternativas vegetarianas na minha alimentação. Já tinha essa abertura, mas não diria que é algo que eu agora vou trocar tudo, vou passar para o vegetarianismo, não chegou a esse ponto.” (Participante 1)

Já o participante 11 explicou que os storytelling podem ser um incentivo, mas que a adoção de uma dieta vegetariana requer um planeamento progressivo e consciente.

“Sim, no sentido de puxar a ter uma dieta mais vegetal, mas se dissermos sobre querer mudar por completo, fazer um 180 e encaminhar-me apenas para uma dieta 100% vegetal, acho que não. É um choque muito grande de mudança de estilo de vida, de um momento para o outro, acho que tem que ser uma decisão consciente, uma mudança progressiva, porque mudar simplesmente da noite para o dia de uma

dieta para a outra, não só o nosso corpo podia não se adaptar a 100% a esta mudança toda que são os nutrientes que nos dão umas coisas e outras e a forma equilibrada com que se calhar teríamos de repensar toda uma dieta.” (Participante 11)

Outros inquiridos expressaram perceções similares, como é o caso do participante 2.

“Se calhar podem ajudar as pessoas que não tenham tanto conhecimento a perceberem as consequências positivas do facto de adotarem uma alimentação vegetariana ou uma alimentação com menos proteína animal, tem de ser aos bocadinhos.” (Participante 2)

“Ainda preciso perceber melhor a praticidade. Ver se não são coisas que me obrigue a ir a uma loja específica, a 10 km ou a 20 km.” (Participante 10)

Além disso, os diferentes temas abordados pelos influenciadores para promover a dieta vegetariana também podem desempenhar um papel fundamental na eficácia do storytelling. A maioria das motivações para o vegetarianismo envolve a saúde, motivos éticos, bem-estar animal, sustentabilidade e religião (Doneda et al., 2020).

Nas entrevistas, foram exibidos storytelling que envolviam o bem-estar animal, a saúde, a sustentabilidade, além de uma experiência pessoal de um influenciador sobre o processo de transição. Quando perguntados sobre que partes específicas dos storytelling o fizeram refletir sobre os hábitos alimentares, o tema da sustentabilidade foi mencionado.

“A última mesmo (Influenciador Tiago Lagoa) quando ele falou da parte mais técnica da agricultura, dos solos, do projeto Proteína Verde que estão a fazer na Associação. Essas partes fizeram-me refletir um pouco mais sobre o tema.” (Participante 13)

“Mais em relação ao último (Post do influenciador Tiago Lagoa) quando fala das questões da camada de azoto e os benefícios da prática alimentar vegetariana para o meio ambiente.” (Participante 1).

“O post do Tiago na parte que ele fala da questão das águas e retenção do carbono, isso é importante.” (Participante 4).

“Foi no último post, estas duas coisas de ter o impacto ambiental, o facto de nós comermos animais também e ser algo intensivo tanto na pecuária como nos animais.” (Participante 8)

A saúde e o bem-estar animal também são temas que geraram reflexão nos participantes.

“Foi a parte do aumento da expectativa de vida (Post Influenciadora Maria Júlia Rosa). Nós começamos a pensar: será que se eu comer mais coisas vegetarianas a minha esperança média de vida vai aumentar com a alimentação? Esse vídeo foi o que gerou mais pensamentos.” (Participante 6).

“É interessante perceber que com o facto de retirarmos a alimentação animal, ou melhor, de reforçarmos a nossa alimentação com as leguminosas, nos traz benefícios ao ponto de conseguirmos ter mais saúde para podermos viver mais tempo.” (Participante 2)

“Aquele de ganhar anos de vida (Influenciadora Maria Júlia). Porque acho que qualquer pessoa que olhe para isso e pense genuinamente que pode ganhar anos de vida se passar a comer numa base um bocadinho mais vegetariana, inclusive é mais saudável, se calhar tem uma motivação maior.” (Participante 12)

“Eu acho que talvez a parte mais irónica do gato, eu acho que causa mais choque, por assim dizer, e acaba por desafiar mais aquilo que é a nossa mentalidade comum. (Participante 11)

Mostrar alternativas do que pode ser feito para ter uma alimentação variada e equilibrada sem carne e peixe também chamou à atenção dos inquiridos.

“O primeiro (Influenciadora Vânia Ribeiro), em que ela estava a dizer que uma dieta vegetariana não precisava de ser monótona, porque realmente eu penso em legumes e eu penso, o que é que eu faço com os legumes? Não faço quase nada, especialmente eu que não cozinho. Mas se uma pessoa realmente aprender a cozinhar, vê que há muitas coisas para fazer com legumes, porque também há muitos que eu desconheço e que não utilizo e que eu poderia utilizar e realmente faz um leque bastante grande de refeições, eu não conhecia.” (Participante 9).

“O primeiro (influenciadora Vânia Ribeiro) que nos dava aqui alternativas de não ser chato alterar aqui o regime alimentar porque o queijinho derretido, que toda a gente gosta hoje em dia, também é preciso, não é? E é necessário, porque se nós estivermos num jantar e nossos colegas estiverem a comer pizza e nós estivermos naquele regime alimentar a comer alface, vai custar, mas se houver essas alternativas, se calhar já não custa porque o olhar está sempre a comunicar com o nosso cérebro, não é? Toda a gente diz que os olhos também comem.” (Participante 10).

Em resposta à pergunta de investigação, os resultados sugerem que o storytelling dos influenciadores no Instagram tem eficácia limitada para promover a adoção da dieta vegetariana. Mesmo quando expostos aos storytelling publicados pelos influenciadores, os consumidores parecem não ter intenção de mudar os seus hábitos alimentares e adotarem a dieta vegetariana. A visualização dos posts parece ter suscitado algum interesse, despertado reflexão sobre o tema e até mesmo alguma reação emocional, mas, apesar disso, não indica ter gerado alterações comportamentais e nem mesmo mudanças atitudinais. Isto sugere que os motivos a favor da adoção do vegetarianismo são entendidos como menos fortes do que os motivos contra. A implicação para que estes influenciadores possam ser mais eficazes na conversão, uma vez atraídos os visitantes, é a de saber como é que poderão aumentar a valorização dos fatores positivos, conducentes à conversão, e diminuir a valorização dos fatores negativos, que são impeditivos da conversão.

Uma vez que as pessoas não têm as mesmas motivações para fazer uma mudança desse nível no seu hábito alimentar e estilo de vida, os distintos temas abordados na promoção desta dieta é uma forma de expor as diferentes perspetivas e consequências positivas que a dieta vegetariana pode trazer para a vida pessoal, como saúde, mas também num contexto global como é o caso da sustentabilidade e do bem-estar animal, temas que foram mencionados como influentes nas respostas. Por outro lado, também é preciso ultrapassar as barreiras práticas e culturais para eliminar alguns receios sobre a possibilidade de ter uma alimentação monótona e sem variedade e levar as pessoas a considerarem fazer a transição para o vegetarianismo.

3.2 Análise das publicações

O storytelling é uma ferramenta poderosa no contexto da comunicação e pode ser usado em narrativas sobre mudanças de estilo de vida. As publicações escolhidas para este estudo abordam as vantagens de aderir à dieta vegetariana em diferentes aspetos.

3.2.1 Experiência Pessoal: Transição para a dieta vegetariana

O primeiro storytelling apresentado aos participantes foi a da Influenciadora Vânia Ribeiro, do perfil *Madebychoices*. Ela utilizou um vídeo com transição de imagens de pratos feitos com produtos da *Violife*, um post patrocinado, e no texto destacou a sua experiência pessoal para a mudança do hábito alimentar. Na narrativa, a influenciadora aborda um tema que pode ser comum entre as pessoas que consideram iniciar a transição para uma dieta vegetariana: o medo de ter uma alimentação monótona.

O post também destaca também um desafio comum ao falar sobre como o sabor, a textura e o cheiro são importantes numa refeição. Como foi observado nas respostas dos participantes deste estudo, o gosto pelo sabor e a textura da carne é um dos impeditivos para adotar a dieta vegetariana e ao reconhecer e partilhar que a exploração de novos sabores pode ser um caminho para superar esse desafio, a influenciadora pode criar empatia com o público e construir confiança.

Além disso, a história da influenciadora menciona que certos alimentos, como o queijo derretido, despertam uma memória afetiva, que é outra técnica que pode surtir efeitos positivos com as pessoas impactadas.

Segundo Escalas (2004), as pessoas tentam frequentemente associar as narrativas recebidas com histórias e experiências que já possuem na memória, criando um vínculo. As histórias conseguem fascinar as pessoas e ser lembradas com mais facilidade do que os factos (Atiq et al., 2022).

3.2.2 Saúde: Alimentação Vegetariana pode aumentar expectativa de vida

O segundo storytelling apresentado aos participantes foi o vídeo da influenciadora Maria Júlia sobre os benefícios para a saúde ao adotar uma dieta vegetariana, com ênfase no aumento da expectativa de vida para homens e mulheres. Este aspeto da narrativa pode ser motivador para as pessoas, especialmente aquelas que consideram a saúde como um fator determinante para promover uma mudança de hábitos alimentares.

O vídeo contrasta dois padrões alimentares: a dieta ocidental, apontada como menos saudável, e uma dieta baseada em vegetais. Este ponto cria um conflito e a solução é dada com a inclusão de dados ao afirmar que estudos indicam que a dieta vegetal pode proporcionar uma vida mais longa e saudável.

Para finalizar, Maria Júlia incentiva as pessoas a lerem o texto de apoio, partilhar o conteúdo e comentar. Uma chamada para a ação que pode ajudar no entendimento e disseminação da mensagem. É uma narrativa informativa e construída para promover a interação.

3.2.3 Bem-estar animal: Abordagem crítica e sarcástica

Este storytelling foi construído com uma abordagem diferente dos dois primeiros. O influenciador Luís Sousa utiliza o ambiente da sua casa e utiliza o seu gato como elemento central para combinar sarcasmo, humor e crítica num vídeo de 49 segundos.

A escolha de um cenário doméstico e de um animal de estimação tende a tornar o vídeo mais pessoal. Ao mencionar, ironicamente, que vai comer carne porque está no topo da cadeia alimentar, o influenciador propõe uma reflexão sobre uma das justificações comuns para continuar a consumir carne. A narrativa incentiva as pessoas a pensarem criticamente sobre esses argumentos e talvez considerar uma mudança nos hábitos alimentares.

A utilização de um gato, um animal que muitas pessoas podem considerar como parte da família, é uma tática controversa. Pode ser eficaz e provocar um choque, como também pode ser considerado um exagero.

3.2.4 Alimentação Vegetariana e o impacto positivo na Sustentabilidade

O storytelling do influenciador Tiago Lagoa estabelece um ponto de partida polêmico ao falar de política, e ao longo da história foca os seus argumentos nas questões do meio ambiente.

A narrativa estabelece contrastes e comparações de como a pecuária intensiva é prejudicial e, por outro lado, como a integração de leguminosas na dieta é mais sustentável. Ele serve-se de dados para tentar estabelecer confiança e transmite uma sensação de urgência na mudança das atitudes das pessoas ao relatar os problemas ambientais enfrentados em Portugal, como a degradação dos solos e a crise hídrica.

A história também incentiva o público a tomar atitudes, combater a desinformação e adotar uma dieta mais sustentável. Conforme apontado no subcapítulo dos elementos eficazes do storytelling, o estilo da narrativa do Tiago e a forma dinâmica do influenciador argumentar foi um destaque entre os participantes deste estudo. As respostas demonstraram que esses fatores podem ser fundamentais para que as pessoas prestem atenção ao conteúdo, podendo gerar alguma ação efetiva posteriormente.

3.2.5 Elementos eficazes no storytelling

Além da relevância do assunto abordado, os elementos utilizados no storytelling no Instagram podem ser determinantes para que o conteúdo seja eficaz e atinja o seu objetivo. Quando perguntados sobre que elementos acharam mais atrativos, as respostas apontam para o estilo da história e narrativa, com destaques para o post do influenciador Tiago Lago e o da influenciadora Maria Júlia.

“Foi a narrativa, a forma como falou das questões ambientais e como a alimentação vegetariana pode ajudar. A forma de comunicar dele é atrativa e que faz com preste atenção no vídeo.” (Participante 13)

“Acho que foi mais a narrativa, porque é o que nos dá a informação. Sinto que visualmente é simples, que é o que é preciso para passar a mensagem.” (Participante 8).

“O estilo da história do post do Tiago. Os elementos que ele usou na narrativa, falou de informações além da alimentação, tinha bons argumentos para transmitir a mensagem e era dinâmico ao falar.” (Participante 4)

“Eu gostei da pessoa falar porque eu acho que quando se trata destas coisas, se for uma pessoa de confiança, porque não é uma influencer qualquer que eu vou confiar. Prefiro isso do que ver, por exemplo, as imagens da comida, porque isso para mim diz-me muito pouco. Porque a pessoa sempre explica um bocadinho pelas suas palavras aquilo que leu e aquilo que é possível. É bom que os textos complementem a mensagem, porque nem toda a gente tem paciência para ver os vídeos, portanto é bom que os textos tenham informação suficiente para complementar.” (Participante 12)

“A narrativa, em termos de como ele estava a expressar as coisas, via-se o ponto dele, mas via-se também o ponto geral.” (Participante 9)

“O estilo da narração. Eu, por exemplo, gostei muito do estilo do Tiago Lagoa, da forma como ele partilha a informação. Primeiro porque tem o texto e depois porque ele é muito dinâmico a falar e expressa-se bem nas partes mais positivas ou negativas, então eu gosto desse tipo de história, acho que é mais chamativo.” (Participante 2)

Os elementos dos storytelling destacados pelos participantes do estudo incluem a narrativa envolvente, clareza na comunicação e a confiança que o influenciador transmite através do seu conhecimento. Embora as diversas abordagens suscitaram percepções diferentes nos entrevistados, nenhuma delas se mostrou suficientemente eficaz na capacidade de converter os céticos. Ainda é um desafio para os influenciadores compreender de que modo específico (seja através dos argumentos, narração, estilo, etc) poderão aumentar a sua eficácia para a adoção da dieta vegetariana.

A forma como o influenciador narra a história é importante, pois a sua capacidade de comunicar de maneira clara e dinâmica ajuda a manter o indivíduo até o final do conteúdo. Além disso, a confiança e autenticidade transmitida na sua narrativa ao demonstrar que tem profundo conhecimento do tema que está a falar, com a utilização de argumentos que são reforçados por dados, pode aumentar a probabilidade de gerar mudanças de atitudes nos consumidores.

4. CONCLUSÃO

Os dados recolhidos neste estudo sugerem que a eficácia do storytelling para a adoção da dieta vegetariana é limitada. Embora possam incentivar a reflexão sobre a alimentação vegetariana e motivar a procura de mais informações, o seu impacto é geralmente insuficiente para promover mudanças significativas nas atitudes dos consumidores para a adoção desta dieta. As narrativas podem até, ocasionalmente, encorajar mudanças iniciais, como a inclusão de mais vegetais nas refeições diárias, mas não indicaram ser eficazes em persuadir os inquiridos a abandonarem o consumo de carne.

O estudo também identificou que o storytelling pode ter um impacto positivo ao despertar o interesse sobre os benefícios da dieta vegetariana, principalmente relacionados à saúde e ao meio ambiente. Entretanto, parece que ele não consegue, por si só, superar as barreiras culturais, familiares e práticas que dificultam a adoção desta dieta. A decisão de mudar os hábitos alimentares e de começar a ter um estilo de vida vegetariano envolve enfrentar desafios diários que vão além do impacto da narrativa.

Como o estudo sugere, geralmente os não vegetarianos não visitam as páginas de influenciadores focados neste tema, assim sendo uma questão fundamental para aumentar a eficácia destes storytelling é: como converter alguém que não foi alcançado? Para que os influenciadores possam influenciar as atitudes dos não convertidos, é preciso que, antes de mais nada, consigam atraí-los. A atração pode ser feita através de conteúdos que ressoem com as experiências e preocupações quotidianas dos consumidores, com uma diversidade de narrativas e ações práticas que demonstrem como é possível adotar a dieta de forma acessível e realista.

Além disso, a avaliação das distintas abordagens feitas pelos influenciadores sugeriu que histórias apoiadas por dados concretos e narradas de forma envolvente têm mais potencial de captar a atenção e motivar os consumidores. Narrativas que combinam um tom crítico com dados e evidências sobre as implicações ambientais e éticas sobre o consumo de carne podem provocar reflexões mais profundas. No entanto, ainda é necessário conseguir traduzir a consciencialização provocada por esses elementos numa mudança de atitude dos hábitos alimentares.

As implicações deste estudo para os profissionais de marketing e influenciadores apontam que o storytelling, embora possa não alterar diretamente os comportamentos, tem o potencial de influenciar as intenções das pessoas. No contexto da dieta vegetariana, esta ferramenta pode abrir o caminho para a aplicação de outras iniciativas de marketing

orientadas para a transformação sustentada das atitudes. Além disso, os resultados também sublinham a relevância de adotar uma linguagem adequada ao público-alvo, com a criação de narrativas que reflitam os interesses, necessidades e desafios específicos deste público.

5. LIMITAÇÃO DA PESQUISA E ESTUDOS FUTUROS

Uma limitação deste estudo está relacionada ao facto de alguns inquiridos terem demonstrado dificuldades em responder a perguntas mais específicas sobre o storytelling e seus elementos, o que pode ter resultado em respostas menos assertivas.

Embora a metodologia qualitativa tenha sido adequada para o objetivo deste estudo, futuras pesquisas podem combinar métodos qualitativos e quantitativos, como entrevistas em profundidade complementadas com questionários em larga escala. Incluir uma amostra maior pode proporcionar uma visão mais abrangente da eficácia dos influenciadores digitais para a adoção da dieta vegetariana.

Seria interessante também realizar um estudo longitudinal para avaliar se as atitudes dos consumidores não vegetarianos mudam ao longo do tempo após a exposição contínua ao storytelling dos influenciadores digitais.

Outra sugestão é conduzir o estudo utilizando outras plataformas digitais, como o TikTok e Youtube, uma vez que diferentes redes sociais possuem públicos distintos e formatos variados de conteúdo. Os resultados podem mostrar se os storytelling dos influenciadores são mais eficazes noutras redes sociais.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abonizio, J. (2016). Conflitos à Mesa: Vegetarianos, Consumo e Identidade. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, Vol 31, nº 90. <https://doi.org/10.17666/3190115-136/2016>
- Alsdorf, L. (2010). *The History of Vegetarianism and Cow-veneration in India*. Wiesbaden: Routledge.
- Assis, P. M. C. (2022). O uso de Storytelling como estratégia de comunicação no recurso Stories do Instagram. (Dissertação de Mestrado, Universidade Lusófona). Repositório Científico Lusófona. <http://hdl.handle.net/10437/13343>
- Associação Vegetariana Portuguesa. (2021). A História do Vegetarianismo em Portugal: de 1908 ao presente. <https://www.avp.org.pt/historia-do-vegetarianismo-em-portugal-1908-presente/>
- Associação Vegetariana Portuguesa. (S.d) O que é Vegetarianismo? <https://www.avp.org.pt/o-que-e-o-vegetarianismo/>
- Atiq, M.; Abid, G.; Anwar, A.; Ijaz, M.F. (2022). Influencer Marketing on Instagram: A Sequential Mediation Model of Storytelling Content and Audience Engagement via Relatability and Trust. <https://doi.org/10.3390/info13070345>
- Azevedo, E. (2013). Vegetarianismo. <https://doi.org/10.12957/demetra.2013.6609>
- Ballester, E. D, E; Sabote F. (2016) "Once upon a brand": Storytelling practices by spanish brands. *Spanish Journal of Marketing*, V 20, 115-131.
- Bastos, L. C., & Biar, L. de A. (2015). Análise de narrativa e práticas de entendimento da vida social. *DELTA: Documentação de Estudos Em Linguística Teórica e Aplicada*, 31(spe), 97–126. <https://doi.org/10.1590/0102-445083363903760077>
- Beig, B. B. (2008). *A Prática Vegetariana em Rio Claro: Corpo, Espírito e Natureza*. (Dissertação de Mestrado, Universidade Estadual Paulista). Repositório Institucional Unesp. <http://hdl.handle.net/11449/96056>
- Campbell, C., & Farrell, J. R. (2020). More than meets the eye: The functional components underlying influencer marketing. *Business Horizons*, 63(4), 469-479.

- Carrilho, K., & Markus, K. (2014). Narrativas na construção de marcas: storytelling e a comunicação de marketing. *Organicom*, 11(20), 128-136. <https://doi.org/10.11606/issn.2238-2593.organicom.2014.139224>
- Casaló, L. V., Flavián, C. & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion leadership. *Journal of Business Research*, 117, 510-519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Centro Vegetariano. (2015). Vegetarianismo em Portugal: Um século de história. <https://www.centrovegetariano.org/Article-439-Vegetarianismo-em-Portugal-um-seculo-de-historia.html>
- Cervo, A. L., & Bervian, P. A. (2002). *Metodologia científica*. Prentice Hall.
- Creswell, J. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- De Boer J., Schösler H. & Aiking H. (2017). Towards a reduced meat diet: Mindset and motivation of young vegetarians, low, medium and high meat-eaters, *Appetite*. doi:10.1016/j.appet.2017.03.007.
- Derbyshire, E. J. (2017). Flexitarian Diets and Health: A Review of the Evidence-Based Literature. *Frontiers in Nutrition*, 3(55), 1-8
- Domingos, A. A. (2008). Storytelling: fenómeno da era da liquidez. *Signum: Estudos da Linguagem*. 93-109. <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/signum/article/view/3085/2618>
- Doneda, D., Soares, C. H., Zanini, M. C. C. & da Silva, V. L. (2020). Vegetarianismo muito além do prato: ética, saúde, estilos de vida e processos de identificação em diálogo. *Revista Ingesta*, 2(1), 176-199. <https://www.revistas.usp.br/revistaingesta/article/download/167795/163591/437403>
- Duarte, J. (2005). Entrevista em profundidade. *Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação*. Atlas, 1, 62-83.
- Elorinne, A.-L., Kantola, M., Voutilainen, S., & Laakso, J. (2016). Veganism as a choice: Experiences and food strategies in transitioning to a vegan diet. *Food Futures: Ethics, Science and Culture*, 15, 421-426. 10.3920/978-90-8686-834-6_64

- Erragcha, N., & Romdhane, R. (2014). Social Networks as Marketing Tools. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 19(1), 1–13.
- Escalas, J. E. (2004). Narrative Processing Building Consumer Connections to Brands. *Journal of Consumer Psychology*, Vol. 14, No. 12, pp. 168-180.
- Ferreira, M. J. M. (2019). Once Upon a Digital Time: a influência das estratégias de storytelling na atitude e na intenção de compra. (Dissertação de Mestrado, Universidade Europeia). Repositório Comum. <http://hdl.handle.net/10400.26/30819>
- Ferreira, S., Santos, S., & Santo, P. E. (2021). Social Media Engagement Through Video Advertising: Informativeness and Self Brand Connection as Predictors. In T. Antipova. *Advances in Digital Science* (pp. 249-260). Springer International Publishing.
- Fog, K., Budtz, C., and Yakaboylu, B., (2005). *Storytelling: Branding in Practice*. First edition, Springer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Fuller, J. (2016). The cultural creation of affect amongst vegan consumers: An ethnographic analysis of online consumption communities. Department of Service Management and ServiceStudies. Lund University.
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social* (6ª edição). Editora Atlas.
- Graça, J., Oliveira, A., & Calheiros, M. M. (2015). Meat, beyond the plate. Data-driven hypotheses for understanding consumer willingness to adopt a more plant-based diet. *Appetite*, 90, 80–90. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.02.037>
- Gummesson, E. (2005). Qualitative research in marketing: Road-map for a wilderness of complexity and unpredictability. *European Journal of Marketing*, 39 (3/4), 309-327. <https://doi.org/10.1108/03090560510581791>
- Hoek, A. C., Luning, P. A., Stafleu, A., & de Graaf, C. (2004). Food-related lifestyle and health attitudes of Dutch vegetarians, non-vegetarian consumers of meat substitutes, and meat consumers. *Appetite*, 42, 265-272.
- Hölzer, M. B. (2018). Impacto do marketing e das marcas no processo de decisão de compra de alimentos para uma dieta de base vegetal. (Dissertação de Mestrado,

Instituto Politécnico do Porto). Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto. <http://hdl.handle.net/10400.22/13999>

Instagram. (S.d). Product Evolution: Celebrating 10 years of Instagram.

Karadağ, E., Tosuntaş, Ş. B., Erzen, E., Duru, P., Bostan, N., Şahin, B. M., & Babadağ, B. (2015). Determinants of phubbing, which is the sum of many virtual addictions: A structural equation model. *Journal of Behavioral Addictions*, 4(2), 60-74.

Kemp, S. (2023a). Digital 2023 October Global Statshot Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-october-global-statshot>

Kemp, S. (2023b). Digital 2023: Portugal. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-portugal>

Kidd, P. S., & Parshall, M. B. (2000). Getting the focus and the group: Enhancing analytical rigor in focus group research. *Qualitative Health Research*, 10(3), 293–308. <https://doi.org/10.1177/104973200129118453>

Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I., & Silvestre, B. (2011). Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons*, 54, 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Kotler, P. (2000). *Administração de Marketing – A Edição do Milênio* (10ª ed.). Pearson Prentice Hall.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Administração de marketing* (12ª ed.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.

Lantern Innovation SL. (2023). *O Relatório de Análise The Green Revolution Portugal 2023*.

Leal, F. M.G (2018). *Impacto de campanhas storytelling nas redes sociais no comportamento dos consumidores millennials*. (Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro). Repositório da Universidade de Aveiro. <http://hdl.handle.net/10773/24886>

Longhurst, R. (2009). Interviews: In-Depth, Semi-Structured. In *International Encyclopedia of Human Geography* (580–584). Elsevier. <https://doi.org/10.1016/B978-008044910-4.00458-2>

- Lund, N.F., Cohen, S.A. & Scarles, C. (2018). The power of social media storytelling in destination branding. *Journal of Destination Marketing & Management*, 8, pp. 271-280
- Lundqvist, A., Liljander, V., Gummerus, J., & Van Riel, A. (2013). The impact of storytelling on the consumer brand experience: The case of a firm-originated story. *Journal of Brand Management*, 20(4), 283–297. 10.1057/bm.2012.15
- Machado, A. C. R. (2015). *Digital Storytelling: Um olhar sobre os caminhos da arte de contar histórias no século XXI*. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho). Repositório da Universidade do Minho. <http://hdl.handle.net/1822/59563>
- Magnolo, T. S., & Moreira, M. C. O. (2020). Storytelling in creating brand positioning: a game-changing Apple advertisement. *Brazilian Journal of Development*, 6(7), 43666–43678. <https://doi.org/10.34117/bjdv6n7-109>
- Maldonado, T. V., & Silva, J. C. G. (2015). Parem os testes! Percepções sobre o comportamento e motivação de consumo de consumidores de produtos cruelty free. XI Congresso Nacional de Excelência em Gestão.
- Malhotra, N.K. and Birks, D. (2006) *Marketing Research: An Applied Approach*. 3rd Edition, Prentice Hall.
- Manovich, Lev. (2017). *Instagram and Contemporary Image*. Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike license (CC BY-NC-SA). Consultado em 4 de janeiro de 2023. Disponível em: <http://manovich.net/index.php/projects/instagram-and-contemporary-image>
- Marktest Consulting. (2023). *Os Portugueses e as redes sociais*.
- McSill, J. (2013). *5 lições de storytelling: fatos, ficção e fantasia*. São Paulo, SP: DVS Editora.
- Moita, R.J.C (2017). *A influência do storytelling (estrutura da narrativa) nas percepções, atitudes e comportamento dos consumidores* (Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria). Repositório do Instituto Politécnico de Leiria. <http://hdl.handle.net/10400.8/2956>
- Moori, R. G.; Sato, G. S.; Lombardi, M. F. S. (2003). Um estudo comparativo da percepção dos consumidores sobre produtos orgânicos e transgênicos. In: *International Conference of Ibero American Academy of Management. Proceedings*. FGV.

- Morgan, D. L. (1997). Focus groups as qualitative research. Sage Publications, Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412984287>
- Morton, F. (2020). Influencer marketing: An exploratory study on the motivations of young adults to follow social media influencers. *Journal of Digital & Social Media Marketing*, 8(2) 156–16.
- Mowen, J.C., & Minor, M.S. (2003). O comportamento do consumidor (1ª Edição). Prentice Hall.
- Murdough, C. (2009). Social Media Measurement. *Journal of Interactive Advertising*, 10(1), 94-99.
- Napoleoncat. (2024). Instagram users in Portugal. <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-portugal/2024/01/>
- Nie, Y., Liang, A. & Chen, D. (2017). Assessing the effect of organic-food short storytelling on consumer response. *The Service Industries Journal*, 37(15-16), 968–985. 10.1080/02642069.2017.1371143
- Observatório da Comunicação. (2023). Retrato Digital de Portugal. Caracterização e tendências de utilização das redes sociais – 2015 a 2023.
- Oliveira, A. C.M (2020). Influência do storytelling nas práticas de consumo de estudantes do Ensino Superior e nas suas perceções face à notoriedade das marcas. (Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Viseu). Repositório Científico do Instituto Politécnico de Viseu. <http://hdl.handle.net/10400.19/6769>
- Pace, S. (2008). YouTube: an opportunity for consumer narrative analysis?", *Qualitative Market Research*, 11(2), 213-226. <https://doi.org/10.1108/13522750810864459>
- Pais, S. B. (2021). Influência do Instagram nos Hábitos Alimentares. (Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Viseu). Repositório Científico do Instituto Politécnico de Viseu. <http://hdl.handle.net/10400.19/7046>
- Paixão, M. (2012). A Influência Do Consumidor Nas Decisões De Marketing (1st ed.). Editora IBPEX
- Parmelee, J.H., Roman, N. (2020) Insta-echoes: Selective exposure and selective avoidance on Instagram. *Telematics and Informatics*, 52, 101432. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101432>.

- Pohjolainen, P., Vinnari, M., & Jokinen, P. (2015). Consumers' perceived barriers to following a plant-based diet. *British Food Journal*, Vol.117, 1150–1167. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2013-0252>
- Ramya, N., & Ali, M. (2016). Factors Affecting Buying Behavior. *International Journal of Applied Research*, 2, 76-80.
- Reiter, B. (2017). *Theory and Methodology of Exploratory Social Science Research*. Government and International Affairs Faculty Publications, 132.
- Révillion, A. S. P. (2015). A Utilização de Pesquisas Exploratórias na Área de Marketing. *Revista Interdisciplinar De Marketing*, 2(2), 21-37. <https://doi.org/10.4025/rimar.v2i2.26692>
- Ribeiro, V. (s/d). Sobre Mim. <https://madebychoices.pt/sobre-mim/>
- Richardson, R. J. (1989). *Pesquisa social: Métodos e técnicas*. Atlas
- Rivera, M., & Shani, A. (2013). Attitudes and orientation toward vegetarian food in the restaurant industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(7), 1049–1065. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-07-2012-0116>
- Rosa, M. J. (2023). Sobre Mim (Destaques dos Stories). <https://www.instagram.com/stories/highlights/17942094457942144/>. Acedido em 30 de março de 2024.
- Samara, B. S., & Morsch, M. A. (2005). *Comportamento do consumidor*. Pearson.
- Santos, E. & Bichaco, J. (2018). "Storytelling: a persuasão das histórias na publicidade". Fundação de Ensino e Pesquisa do Sul de Minas. IV Simpósio mineiro de gestão, educação, comunicação e tecnologia da informação. Grupo Educacional Unis.
- Santos, L. S. D. (2016). *Storytelling: O poder da narrativa estratégica dentro do branding e marketing*. (Artigo MBA, Centro Universitário Univates). <http://hdl.handle.net/10737/1629>
- Salmon, C. (2007). *Storytelling: la machine à fabriquer des histoires et à formater lês esprits*. Paris: La Decouverte
- Schneider, T., & Pereira, L. P. (2018). Storytelling e Identidade de Marca: estudo de caso da marca portuguesa Josefina. *Modapalavra E-periódico*, 11(22), 363–380. <https://doi.org/10.5965/1982615x11222018363>

- Seyfi, M. (2017). Instagram stories from the perspective of narrative transportation theory. *The Turkish Online Journal of Design, Art and Communication*. 7. 10.7456/10701100/005.
- Silva, A.S.P.A.P. (2021). A influência do Instagram nas escolhas alimentares. (Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Lisboa). Repositório Científico. <http://hdl.handle.net/10400.21/13901>
- Simões, D. F. R. (2019). Fatores influenciadores para a mudança dos comportamentos alimentares do consumidor português: o caso do vegetarianismo. (Dissertação de Mestrado, Universidade do Minho). Repositório Universidade do Minho. <https://hdl.handle.net/1822/60278>
- Statista. (2023). Instagram – Statistics & Facts. <https://www.statista.com/topics/1882/instagram/#topicOverview>
- Szabluck, D., Linden, J. C. S. V. D., & Bernardes, M. M. S. (2015). A Narrativa Da Marca: O Storytelling Como Face Da Autenticidade. *Educação Gráfica*, 19(2).
- Tomaél, M. I., Alcará, A. R., & Di Chiara, I. G. (2005). Das redes sociais à inovação. *Ciência da Informação*, 34(2), 93-104.
- Teixeira, J. C. I. (2010) Fatores que influenciam o comportamento do consumidor. (Monografia, Universidade Cândido Mendes). Instituto A vez do Mestre. http://www.avm.edu.br/docpdf/monografias_publicadas/k212800.pdf
- Tobler, C., Visschers, V. H. M., & Siegrist, M. (2011). Eating green. Consumers' willingness to adopt ecological food consumption behaviors. *Appetite*, 57(3), 674–682. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2011.08.010>
- Vasconcelos, R. C.F (2019). O Storytelling na Comunicação Estratégica: o uso de histórias como técnica de engajamento entre organizações e seus públicos. (Dissertação de Mestrado, Universidade de Lisboa). Repositório da Universidade de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.5/19105>
- Zolkepli, I. A., Hasno, H. & Mukhiar, S. N. S (2015). Online Social Network Citizen Engagement on Instagram Crowdsourcing: A Conceptual Framework. *International Journal of Knowledge Management*. 13. 283-292.

Weber, P. & Grauer, Y. (2019). The Effectiveness of Social Media Storytelling in Strategic Innovation Communication: Narrative Form Matters. *International Journal of Strategic Communication*. 13. 142-166. 10.1080/1553118X.2019.1589475

Weinswing, D. (2016). Influencers are the new brands. <https://www.forbes.com/sites/deborahweinswig/2016/10/05/influencers-are-the-new-brands/>

WOMMA (2017) 'The WOMMA Guide to Influencer Marketing'. <https://painepublishing.com/wp-content/uploads/2015/06/Influencer-Handbook-v4-2.pdf> (acessado em 22 de Março, 2024).

APÊNDICES

Apêndice 1. Guião da Entrevista: Versão Aplicada do Participante 1 ao 7

Este guião de entrevista semiestruturada em profundidade foi desenvolvido no âmbito da Dissertação de Mestrado em Gestão de Marketing, do Instituto Politécnico de Setúbal, com o tema “Storytelling de Influenciadores no Instagram: Impacto na adoção da dieta vegetariana”. A entrevista destina-se a pessoas não vegetarianas com idades entre 18 e 34 anos. O objetivo é compreender se, após a exposição ao conteúdo de storytelling dos influenciadores, essas pessoas consideram a possibilidade de adotar a dieta vegetariana.

Bloco 1: Barreiras e perceções sobre a dieta vegetariana

1 - Que idade tens?

2 - Por que não és vegetariano(a) no momento?

3 - Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

4 - Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

5 - Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado?

- Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como é que isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

6 - Qual é a tua perceção geral sobre a alimentação vegetariana?

7 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma?

- Se sim, quais influenciadores e em que plataformas?

8 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Neste momento fazemos uma pausa nas perguntas para apresentar 4 posts de influenciadores digitais que abordam a dieta vegetariana de maneiras diferentes no Instagram. Todos eles utilizam técnicas de storytelling. Depois de visualizares estas publicações, continuaremos com a segunda parte da entrevista.

- Post Influenciadora Vânia Ribeiro (@madebychoices):
<https://www.instagram.com/p/Cks2mlgoadP/>

- Post Influenciadora Maria Júlia Rosa (@anutrivegana):

<https://www.instagram.com/p/C2woZ6sAjOM/>

- Post Influenciador Luís Sousa (@o_vegano_luis):

<https://www.instagram.com/p/C4vQw35sLrr/>

- Post Influenciador Tiago Lagoa (@tiagolagoaa):

<https://www.instagram.com/p/C3OMJW1syyd/>

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

9 - Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

10 - Como as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

11 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

12 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

13 - Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

14 - Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

Apêndice 2. Guião da Entrevista – Versão aplicada a partir do Participante 8

Este guião de entrevista semiestruturada em profundidade foi desenvolvido no âmbito da Dissertação de Mestrado em Gestão de Marketing, do Instituto Politécnico de Setúbal, com o tema “Storytelling de Influenciadores no Instagram: Impacto na adoção da dieta veggie”. A entrevista destina-se a pessoas não vegetarianas com idades entre 18 e 34 anos. O objetivo é compreender se, após a exposição ao conteúdo de storytelling dos influenciadores, essas pessoas consideram a possibilidade de adotar a dieta vegetariana.

Bloco 1: Barreiras e perceções sobre a dieta vegetariana

1 - Que idade tens?

2 - Preocupas-te com a tua saúde e bem-estar?

3 - Tens prazer em comer ou comes apenas por necessidade?

4 - O que é para ti uma boa refeição?

5 - Em que medida é que tens cuidado com a tua alimentação?

6 - Até que ponto o meio em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

7 - Como descreverias a dieta vegetariana? Consideras-te suficientemente informado? Quais são as tuas principais fontes de informação?

8 - Já alguma vez experimentaste uma refeição vegetariana?

- Se sim, como é que isso aconteceu? A decisão de experimentar foi tua?
- Se sim, do que é que gostaste e não gostaste?

9 - O que é que te impede de ser vegetariano? O que é que te levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana?

10 - Até que ponto o bem-estar animal é importante para ti?

- Se sim, que ligação fazes entre consumo alimentar e bem-estar animal?

11 - Até que ponto te preocupas com a degradação do ambiente e do clima?

- Se sim, que ligação fazes entre regime alimentar e degradação ambiental?

12 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma?

- Se sim, lembras-te de quais influenciadores e em que plataformas?

13 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Neste momento fazemos uma pausa nas perguntas para apresentar 4 posts de influenciadores digitais que abordam a dieta vegetariana de maneiras diferentes no Instagram. Todos eles utilizam técnicas de storytelling. Depois de visualizares estas publicações, continuaremos com a segunda parte da entrevista.

- Post Influenciadora Vânia Ribeiro (@madebychoices):
<https://www.instagram.com/p/Cks2mlgoadP/>

- Post Influenciadora Maria Júlia Rosa (@anutrivegana):
<https://www.instagram.com/p/C2woZ6sAjOM/>
- Post Influenciador Luís Sousa (@o_vegano_luis):
<https://www.instagram.com/p/C4vQw35sLrr/>
- Post Influenciador Tiago Lagoa (@tiagolagoaa):
<https://www.instagram.com/p/C3OMJW1syd/>

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

14 - Qual das publicações dos influenciadores (histórias) mais te impressionou? Porquê?

15 - Quais elementos da história achaste mais atrativos? O estilo, a narrativa, os elementos visuais...? Porquê? E menos atrativos? Porquê?

16 - Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

17 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

18 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Porquê? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Apêndice 3. Transcrição Entrevistas

Entrevista – Participante 1

Que idade tens?

22 anos

Por que não és vegetariano(a) no momento?

De momento é um pouco por facilitismo de acesso à comida no geral, não ter que me preocupar tanto em procurar boas opções só vegetarianas e também devido simplesmente à parte energética da comida, ou seja, é muito mais fácil eu conseguir ter mais energia com opções carnívoras do que substituindo por opções vegetarianas no momento devido ao metabolismo e questões mais particulares de saúde.

Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

Teve um pouco da disponibilidade de procurar e estudar opções alternativas. Apesar de que eu tento reduzir às vezes o consumo de carne e também consumo algumas opções vegetarianas, mas a barreira é mesmo o facilitismo de encontrar a comida e de ter esse nível energético bem mais preenchido com a carne.

Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Um bocado! A minha família é do interior, ou seja, muitas quintas, muita criação de animal local, isso sempre me influenciou. Por exemplo, existe um evento da matança do porco, que é muito comum em certas zonas em Portugal, então eu cresci neste ambiente de consumo animal local, de pratos sempre à base de carne e desses animais, então é mais difícil quebrar quando uma pessoa cresce nesse ambiente de consumo.

Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como é que isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

Não diria muito significativas, mas a redução de consumo de algumas carnes. Por exemplo, pato tento comer menos vezes, ter o cuidado com carne vermelha também devido à indústria no geral, mas não há um ponto em que eu consuma mais vegetariano do que carne e sim num ponto de redução das doses.

Uma parte em termos de sabor e textura, porque nem sempre é fácil replicar a nível vegetal a textura de uma carne. E quando consumo carne gosto daquela mais mal passada e não é muito possível com opções vegetarianas porque não há bem passado nem mal passado, há só uma maneira mais ou menos de tentar substituir. Então essa dificuldade mais de paladar para uma pessoa que está tão habituada acaba por ser também o maior desafio em tentar encontrar substituição.

Qual é a tua perceção geral sobre a alimentação vegetariana?

Positiva! Diria que é um passo que devíamos lentamente tentar tomar. Não diria que agora toda a humanidade devia chegar a um ponto em que toda a gente deveria ser vegetariana. Mas há um ponto de um consumo muito mais sustentável porque, apesar de tudo, os humanos consomem a carne porque foi a cadeia alimentar que surgiu nos primórdios e foi a maneira como fomos subsistindo. Eu acredito que também nunca vai desaparecer essa cadeia devido às populações mais isoladas que dependem simplesmente de tudo que interagem e da criação desses animais. Mas sinto que devíamos pelo menos aos poucos tentar reduzir a indústria massiva da criação de gado. Pelo menos chegar a um ponto em

que seja mais sustentável e a partir daí perceber se realmente devíamos insistir ainda mais em toda a gente ser vegetariana ou encontrar aquele balanço entre vegetariano e omnívoros.

Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, quais influenciadores e em que plataformas?

Que eu tenha memória, não.

Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Página de influenciadores especificamente, não. Mas filmes eu lembro-me de ver documentários sobre essas coisas e aí sim já teve um pouco mais de influência.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

Diria mesmo o último, do Tiago Lagoa, pela questão como a informação foi apresentada. O segundo (*Post* Influenciadora Maria Júlia Rosa) também tinha a sua informação e até deixou o link das fontes, mas eu gostei mais do buscar comentários atuais, como foi o caso do comentário do Vice-Presidente do Chega, buscar dados, percentagens e medidas que realmente estão a ser postas em prática. E sinto que foi uma mensagem muito mais impactante comparativamente às outras publicações.

Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Diria se calhar com um pouco mais de vontade para procurar soluções. Não diria tanto assim uma grande inspiração porque também já tinha essa abertura, não foi necessariamente um abre olhos enorme. Mas foi mais na questão de possivelmente ir atrás de mais conteúdos e mais informações sobre a alimentação vegetariana.

Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Talvez mais em relação ao último (*Post* do influenciador Tiago Lagoa) quando fala das questões da camada de azoto e os benefícios da prática alimentar vegetariana para o meio ambiente. A segunda publicação (*Post* Influenciadora Maria Júlia Rosa) também fala um

pouco da expectativa de vida, mas essa normalmente não me toca tanto porque por várias questões também nunca fui propriamente uma pessoa saudável, independentemente da minha alimentação. Portanto, é algo que eu sei que não tenho tanta influência quanto se calhar o ajudar o ambiente que influencia muito mais pessoas.

Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

É só o reafirmar que é um caminho que eu quero traçar e quero eventualmente pôr ainda mais alternativas vegetarianas na minha alimentação. Já tinha essa abertura, mas não diria que é algo que eu agora vou trocar tudo, vou passar para o vegetarianismo, não chegou a esse ponto. Diria só que reafirmou a crença que eu já tinha e queria passar nessa transição.

Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

Uma mistura entre o visual e a apresentação da informação, no sentido de mostrar os dados, as informações, a maneira como a mensagem em si foi passada do que necessariamente a narrativa que podiam criar só para adocicar a mensagem. Foi mesmo a apresentação de coisas mais concretas, números, percentagens, vantagens em concreto.

Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

Se calhar os influenciadores conseguirem mostrar um choque de realidade sem terem de ser demasiado na cara das pessoas, porque há pessoas que entram na defensiva. Não falo por mim, sou mais aberto a esse tipo de conteúdos. Mas se quiserem passar uma mensagem maior, não podem ser demasiado na cara das pessoas a nível visual, mas sim em termos narrativos, mostrar o contraste das opções e daquilo que querem apresentar.

Entrevista – Participante 2

Que idade tens?

28 anos

Por que não és vegetariano(a) no momento?

Eu gostava de tentar ser vegetariana, mas é difícil porque não tenho conhecimento do que é que dentro do vegetarianismo pode substituir a proteína da carne e não tenho esse conhecimento de como é que eu posso ter uma alimentação completa e variada na mesma e que tenha todos os nutrientes necessários sendo só com vegetais, sem a carne, sem o peixe. É por isso que eu não consigo ainda ter uma alimentação 100% vegetariana.

Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

É a falta de conhecimento daquilo que pode ser substituído da carne e do peixe e do que é animal.

Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Influencia um bocadinho. Não sou influenciável pelo que as outras pessoas comem, mas se calhar vivendo com outra pessoa é mais difícil de conseguir ter uma alimentação só com aquilo que eu quero porque é feito tudo não só para mim, para outra pessoa também e às vezes é complicado de conseguir gerir duas refeições.

Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como é que isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

Sim, já tentei, já tive de fazer uma restrição alimentar e foram alguns meses duros, entretanto voltei tudo outra vez porque nem sempre é fácil retirar certo tipo de alimentos, mas eu vou tentando.

Quando eu tive de fazer essa restrição, eu tive de tirar tudo o que era industrializado. E sabemos que os industrializados e os doces são muito viciantes, não é? Então foi um bocadinho difícil na altura, mas teve de ser e então foi de uma vez. Mas, entretanto, uma pessoa começa a comer uma coisinha aqui, outra coisinha ali outra vez e então o vício e a necessidade de comer essas coisas acabam por ser maiores. E daí a dificuldade agora se eu quiser voltar a fazer esta restrição e retirar essas coisas, acaba ter de ser um trabalho muito mental, de força de vontade e de motivação.

Qual é a tua perceção geral sobre a alimentação vegetariana?

Não consigo ter uma opinião muito certa sobre isso, consigo perceber que possa fazer sentido nos dias de hoje tentarmos, se calhar não ser 100% vegetariano, mas reduzir o consumo de carne e de peixe. Mas também consigo ver o outro lado que é uma cadeia

alimentar e nós desde a escola que estudamos a cadeia alimentar e sabemos que é assim desde sempre, que os animais se matam uns aos outros para se alimentarem.

Eu consigo perceber os 2 lados e daí, se calhar, eu não sentir essa pressão para ter uma alimentação vegetariana. Mas eu tento por vezes reduzir o consumo de carne, até porque acho que nem consumo assim tanta carne. É dessa forma que eu vejo, faz sentido sim quem consegue e tem essa possibilidade de ser vegetariano e não comer carne nem peixe, nem nada dessas coisas, mas também consigo perceber que nem toda a gente vai conseguir fazer isso porque faz parte da cadeia alimentar e vem da história.

Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, quais influenciadores e em que plataformas?

Sim, eu por vezes costumo ver receitas vegetarianas no Instagram e Youtube. Não me lembro exatamente de nomes, vejo mais aleatoriamente.

Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não, mas às vezes eu gosto de experimentar, fazer umas receitas daquelas que vejo porque têm bom aspeto e quero provar também aquelas coisas.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

O post sobre a expectativa de vida (Post da Influenciadora Maria Júlia Rosa), porque é interessante perceber que com o facto de retirarmos a alimentação animal, ou melhor, de reforçarmos a nossa alimentação com as leguminosas, nos traz benefícios ao ponto de conseguirmos ter mais saúde para podermos viver mais tempo.

Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Os storytelling provocam sempre algum tipo de emoção, até porque há certos conteúdos, aqueles vídeos mais extremistas dos animais, fazem mesmo muita impressão de ver, tanto que eu quase já não consigo comer frango por causa dessas coisas. Então, afeta muito, mas é difícil e eu pessoalmente tenho algumas restrições; há certos vegetais que eu não posso comer. Tenho dificuldade em conseguir tirar tudo o que é proteína animal e pôr

proteína vegetal porque há coisas que eu não consigo comer e então como é que eu depois vou ter saúde, não é? Tenho de balancear as 2 coisas, mas em todo o caso estes vídeos influenciam sempre as emoções de uma pessoa. Quando vejo, fico a pensar: se calhar devia diminuir. E às vezes é possível e outras vezes nem tanto.

Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

O que me fez mais impressão foi o do gato. Faz sempre impressão ver esse tipo de imagens.

Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Sim, eu acho que são capazes, não totalmente, mas se calhar podem ajudar as pessoas que não tenham tanto conhecimento a perceberem as consequências positivas do facto de adotarem uma alimentação vegetariana ou uma alimentação com menos proteína animal, tem de ser aos bocadinhos.

Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

O estilo da narração. Eu, por exemplo, gostei muito do estilo do Tiago Lagoa, da forma como ele partilha a informação. Primeiro porque tem o texto e depois porque ele é muito dinâmico a falar e expressa-se bem nas partes mais positivas ou negativas, então eu gosto desse tipo de história, acho que é mais chamativo.

Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

Sim, a comunicação de textos informativos com vídeos dinâmicos, como o do Tiago que expressa bem as ideias.

Entrevista – Participante 3

Que idade tens?

22 anos

Por que não és vegetariano(a) no momento?

Eu não sou vegetariana no momento porque eu gosto bastante de carne e porque eu geralmente não gosto muito de vegetais, nem de coisas que não são carne. Também porque acredito que da maneira que eu incluo a carne na minha alimentação é saudável.

Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

São os ingredientes, o facto de eu não gostar de quase nenhum dos vegetais. Também não sou grande fã de soja no geral, então tudo o que seja substituto derivados da soja eu não consigo também comer. Para mim seria difícil virar vegetariana e não estar sempre a comer a mesma coisa porque eu sinto que iria gostar muito pouco das coisas e, não que não exista muita opção porque existe bastante, mas o problema é mesmo meu com os ingredientes.

Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Eu desde pequenina que há coisas que eu nunca consegui gostar, sempre tive muitos problemas em comer vegetais. Nem é uma questão só de sabor, é também de textura. Às vezes, o sabor até nem sabe assim grande coisa, mas pela textura não consigo comer. Se calhar se eu tivesse nascido noutra sítio, onde predominantemente só pudesse comer aquilo, eu eventualmente iria comer mais do que agora, iria me habituar a gostar. Mas sendo que eu cresci num sítio onde eu pude comer toda a carne que eu queria, eu acredito que isso tem uma influência, mas ao mesmo tempo eu sinto que eu também sempre fui assim. Portanto, é metade influência, metade também o meu jeito já natural de gostar ou não das coisas.

Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

Eu já tentei fazer a dieta paleolítica, mas não consigo porque eu preciso de haver mais variedade, também não pode ser só a carne e os vegetais. Eu preciso da massa, dessas coisas mais processadas e já não se enquadram nessa dieta. Houve aquela altura que se começou a falar muito do veganismo e eu vi muito daqueles documentários sobre os animais e como é que eles tratavam. Obviamente, quando vi eu fiquei bastante sensibilizada. Pensei: se calhar devia de ser vegetariano ou vegan, devia de mudar completamente o meu estilo de vida, mas depois eu penso, mas eu vou comer o quê? Eu não gosto de nada.

Eu descobri que existem outras maneiras de conseguir ajudar os animais, não contribuir tanto para essa indústria e não deixar de comer carne porque também acaba por fazer parte da nossa dieta enquanto seres omnívoros, não é? Quando posso, não faço isto sempre porque infelizmente a economia não me permite, mas eu prefiro comprar carne de animais biológica ou que são criados ao ar livre, que são criados com condições diferentes, que são tratados com outro respeito. Não são como estes que são mortos de qualquer forma e não têm qualquer compaixão. Obviamente que infelizmente não consigo fazer isto todas as vezes, mas sempre que eu consigo eu opto por uma carne que é mais *friendly* para o animal.

Qual é a tua perceção geral sobre a alimentação vegetariana?

Eu acho que há pessoas que levam isso super bem, que acaba por realmente ser melhor para elas e mais saudável. Conheço muita gente que não pode comer carne por motivos de saúde, portanto eu respeito as coisas de toda a gente, só não gosto é quando alguém vem e me diz que a maneira como eu decido viver a minha vida está errada porque ela decidiu fazer diferente. Não acredito que nos devemos dividir em mais grupos ainda só por causa da nossa alimentação. Temos todos o direito à escolha.

Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, quais influenciadores e em que plataformas?

Sim, mas é estranho. Era uma senhora da *Vegan Teacher*, ela era uma professora que fazia vídeos a responder a toda a gente e basicamente a explicar por que não devíamos comer carne e agora ela é completamente o oposto. Ela virou uma influencer a apoiar a carne. Mas eu conheço bastantes influenciadores que são vegetarianos, mas não fazem disso o perfil deles no Instagram. Eu acho que é por isso que eu consigo segui-los. Se a pessoa só vai falar de uma coisa e eu não cumpro isso na minha vida acaba por haver aquele distanciamento entre o criador de conteúdo e o consumidor. Acho que se eu não me relacionar com o conteúdo, porque é que eu vou consumir?

Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Eu devo admitir que sim. Tenho redes sociais desde a minha pré-adolescência, portanto são muitos anos a crescer nesse ambiente. Agora estou muito mais preparada para estar na Internet do que antes, sinto que eu era muito impressionável e quando eu via uma coisa que me chocava eu queria agir. Porém não era o mais indicado para mim e acaba por me fazer sentir um bocadinho pior. Por exemplo, eu quando era mais nova, estava muito na moda ser vegetariana e vegan, virou aquela cena toda das redes sociais, da saúde e do

fitness, e se tu não comeres assim, não estás a comer bem. Então por causa disso tudo senti-me um bocadinho influenciada. Mas eu como 3 coisas diferentes, se virar vegetariana como uma. Então já houve vezes em que sim, mas foi porque eu me senti pressionada a querer porque a sociedade estava a mover-se nessa direção e eu não conseguia ainda pensar por mim e seguia o que eu via à minha volta, as grandes multidões.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

Aquele que mais marcou foi o post do homem que iria cozinhar o gato (Post Influenciador Luís Sousa) porque a linguagem é completamente diferente. Enquanto nos outros as pessoas estão com o intuito de educar, esse é mais de gozar com a situação, então acaba por nos prender um bocadinho, mas não na positiva. É que fica mais na cabeça porque é aquele sentimento mais negativo e as pessoas têm geralmente mais facilidade em guardar o negativo do que o positivo, em vez de pensarmos no quão simpáticos a informação foi disponibilizada nos outros vídeos. Mas é uma cena que eu iria ver, só que passava ao lado.

Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Nesta fase da minha vida, e é uma coisa que temos de ter em consideração porque isto sou eu agora e não quer dizer que eu daqui a meses não pense diferente, não sinto que seria o conteúdo a influenciar uma decisão dessas em mim. Acho que se eu fosse mudar a minha dieta ou meu estilo de vida teria de ser algo que eu mesma pensasse ou então por razões como saúde. Eu sinto-me bem a comer o que eu estou a comer, não estou a consumir carne absurdamente, estou a fazer de uma forma saudável. E também eu já não me deixo influenciar como antes, agora vejo esses influencers, mas consigo separar quem eu sou, o que eu acredito e o que eu estou a ver.

Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Não, mas às vezes é difícil não me sentir um bocadinho culpado com tudo o que nós vemos à frente e toda a informação. Não tenho nada contra esse tipo de conteúdo, até acho bastante interessante e importante a gente mostrar às pessoas como é que podemos fazer coisas diferentes que não tenham necessariamente carne ou que sejam fora da nossa zona

de conforto. Eu gosto de algumas comidas vegetarianas ou vegans, mas não é o suficiente para eu fazer disso a minha dieta.

Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Em mim especificamente não, mas acho que podem despertar uma reflexão nas pessoas em geral. Acho que é muito bom ver exemplos diferentes porque a gente não pode só viver na nossa bolha. Temos de perceber um bocadinho como é que o mundo funciona, como é que são as outras pessoas. Mesmo que o foco não seja influenciar necessariamente as pessoas a mudarem a vida delas, mas se calhar influenciá-las a aceitar um bocadinho uma coisa que para elas não era normal no dia a dia.

Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

Eu pessoalmente preciso de um vídeo e de uma narração que me prenda. Desses quatro, o primeiro (Post Influenciadora Vânia Ribeiro), é o mais parecido com o tipo de conteúdo que geralmente me prende mais. Eu gostei das imagens, mas ao mesmo tempo achei que eram demasiadas imagens diferentes, ia passar muito rápido. Eu acho que tinha de ser um bocadinho mais linear.

Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

O visual tem de ser uma coisa que não seja muito aborrecida. Por exemplo, se tiver uma pessoa a olhar para a câmara o vídeo inteiro, eu não vou prestar tanta atenção como se eu tiver uma comida a ser feita à minha frente ou coisas a movimentarem. É preciso um conteúdo mais visual, mas com uma boa narração que prenda e uma forma mais amigável de se relacionar com quem estiver a ver. Acho que é a melhor maneira de passar esse tipo de mensagem, como as pessoas podem ser muito mente fechada com vegetarianismo e veganismo, é de uma forma simpática, sem julgamento.

Entrevista – Participante 4

Que idade tens?

33 anos

Por que não és vegetariano(a) no momento?

Porque nunca me despertou interesse por deixar de comer carne e peixe, mas eu até percebo que haja uma grande exploração do setor da pecuária e da pesca.

Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

Em restaurantes ainda não há um menu vegetariano, às vezes tens um ou 2 pratos vegetarianos, mas que é só mesmo para dizer que há e não é por isso que é de qualidade ou que é uma refeição completa. E também acho que nos supermercados não há uma alimentação vegetariana acessível, ainda há pouca variedade.

Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Muito. Eu não tenho ninguém na minha família que seja vegetariana, conheço algumas pessoas, mas não são do meu seio familiar.

Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

Já tentei por causas de alguns problemas de saúde, mas não para vegetariana. Apesar de ter sido um desafio, até porque não foi uma escolha, isso não influencia minha decisão agora, apenas não considero ser vegetariana.

Qual é a tua percepção geral sobre a alimentação vegetariana?

Na cadeia alimentar os animais comem animais e nós somos animais enquanto humanos. Claro que podemos fazer sofrer o mínimo possível o animal que vai ser abatido para nós comermos, eu acho que é aí que a nossa indústria peca muito porque muito dos animais são criados em condições miseráveis e depois são abatidos com sofrimento ou não têm um fim de vida digno.

Por outro lado, não quero saber, eu compro os bifes no talho, eu não compro animal. Se eu pensar por este lado do sofrimento do animal, mexe comigo. Eu já vi uma matança de um porco e a seguir fui comer carne do porco e não estava a achar muita piada ao que tinha visto durante o animal estar a ser abatido. Mesmo assim, ainda não estou consciencializada para ter uma alimentação vegetariana. Talvez para consumir mais animais provenientes de uma agricultura de uma criação biológica, ou seja, comprar o

porco que é o vizinho do lado que cria e que mata do que ir ao supermercado ou comprar um frango do campo, que é a vizinha que vende, embora eu saiba que não tem tanto controlo, mas também não são ejetados antibióticos para o animal crescer, tem também uma morte mais digna porque não andam ali a sofrer e quando se vê que o animal não está bem abate. Eu sei que nesse sentido, os animais são mais salvaguardados e aqueles são criados para uma alimentação e não é para fazer dinheiro, é mesmo para nos alimentar.

Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, quais influenciadores e em que plataformas?

Eu já visitei por curiosidade no Instagram, mas não me lembro de nomes porque não foi com o intuito de seguir a página.

Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

O último (Post Influenciador Tiago Lagoa), porque ele fala não só da questão da alimentação, mas também dos solos e os lençóis freáticos. Isso é importante para todos, independentemente de ser vegetarianos ou não.

Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Não afetaram os meus sentimentos e também não me senti motivada.

Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

O post do Tiago (Lagoa), na parte que ele fala da questão das águas e retenção do carbono, isso é importante.

Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Talvez para ter mais vegetal, mas sem tirar a carne.

Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

O estilo da história do post do Tiago (Lagoa). Os elementos que ele usou na narrativa, falou de informações além da alimentação, tinha bons argumentos para transmitir a mensagem e era dinâmico a falar.

Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

Os elementos visuais são importantes porque chamam atenção, mas não são suficientes sozinhos. É preciso ter uma narrativa atraente. O post do Tiago tinha o vídeo que era só ele a falar, mas acabava por lhe chamar a atenção.

Entrevista – Participante 5

Que idade tens?

22 anos

Por que não és vegetariano(a) no momento?

Porque gosto bastante do sabor de carne. Mas, por exemplo, há uma companhia que é *Impossible Foods* que faz, por exemplo, o Whopper do Burger King, que eles têm a parte vegetal e isso não se nota completamente a diferença. O problema é que não há cá em Portugal essa facilidade de encontrar esse tipo de matérias vegetais que sejam muito parecidas à carne, porque se houvesse, muito possivelmente iria ser vegetariano.

Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

É o preço desses produtos alimentares que para do género ser parecido à carne, são bastante caros, aqueles que sabem mesmo a carne.

Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Bastante, especialmente porque a malta portuguesa gosta bastante de carne e eu venho de uma família alentejana e aquilo é tudo à base de porco e banha de porco desde que somos pequenos. Eles também têm pratos não tão pesados assim, vegetarianos, alguns até vegan, mas come-se isso no verão e é raro.

Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

Já, eu fazia sempre um, dois meses por ano de só vegetariano e nesses dois meses, uma semana era vegano. Mas depois deixei de ter assim tanto tempo para cozinhar porque sou o único que cozinha aqui em casa. Era mais rápido que eram dois bifes de frango, carbonara ou massa à bolonhesa. Acho que foi mesmo mais a falta de tempo porque o que eu fazia bastante eram alguns salteados com arroz ou com massa, isso é bastante simples. Mas comer isso todos os dias não é comida. Coisas assim mais puxadas não dá. E também há uma coisa que é a Seitan, isso é puro glúten e não consigo comer, eu passo muito mal. E a seitan é muito bom porque, por exemplo, tem frango com algumas especiarias que parece totalmente frango, mas eu só não consigo comer.

Qual é a tua perceção geral sobre a alimentação vegetariana?

É bastante boa, eles têm comidas muito boas. Há muitas pessoas que fazem a piada que eles só comem legumes ou relva, mas é na brincadeira, óbvio. Tenho amigos meus que são vegetarianos, eles têm uma alimentação muito boa e muitos deles até ganharam peso com isso, porque muitos pensam pelo contrário. Ah, ser vegetariano ou vegan vai perder peso, mas não.

Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, quais influenciadores e em que plataformas?

Não. Eu seguia uma minha colega que tentou começar a ser uma influencer no Instagram, mas desistiu com pouco tempo.

Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

O último (Post Influenciador Tiago Lagoa), porque acho que era o que apresentava mais factos. Por muito que se eu fosse pesquisar coisas rápidas, eu acho que até nesse vídeo iria mostrar logo as primeiras pesquisas dos estudos.

Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Não afetaram meus pensamentos e nem me senti motivado.

Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Não.

Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

No meu caso não.

Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

Eu gostei mais do último (Post Influenciador Tiago Lagoa), que foi simples, as coisas importantes eram destacadas em texto no vídeo, e isso acho que capta muito a atenção.

Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

Acho que é um mix dos dois. Há pessoas que se calhar não têm paciência para ver o vídeo, ou por exemplo não o conseguem ouvir, então acho sempre importante tudo o que eles falarem estar resumido ou então metido no outro lado. Também acho eficaz mostrar mesmo o que acontece na pecuária e maus-tratos, imagens realistas que mostram realmente o que acontece e estudos. Eu acho que muitas pessoas mudariam com essa facilidade.

Entrevista – Participante 6

Que idade tens?

32 anos

Por que não és vegetariano(a) no momento?

Eu atualmente não sou vegetariana porque gosto de comer um pouco de tudo, diversificar a minha alimentação, comer carne, peixe, vegetais, porque também tem nutrientes e são essenciais para o nosso corpo e para o nosso organismo.

Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

Eu acho que são a fraca oferta e talvez alguns produtos que não são tão fáceis de confeccionar ou mesmo o preço deles, que são um pouco elevados comparado com os outros artigos normais.

Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Sim, eu acho que a nível financeiro também impacta um bocadinho, mas no fundo já vem da minha família ter esta alimentação variada e com carne e por isso eu também segui essas pisadas.

Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

Sim, tentar comer mais vegetais, porque às vezes o fast food é muito apelativo, é fácil e barato e temos de contrariar essa alimentação e tentar comer mais coisas que façam bem à saúde, frutas, legumes, etc. Acho que essas cadeias de fast food implicam muito o estilo de vida da pessoa e hoje em dia e com a inflação que nós temos atualmente as pessoas acabam por optar por essas comidas mais rápidas e baratas e isso também é um pouco mau para a sociedade.

Qual é a tua perceção geral sobre a alimentação vegetariana?

Eu acho que já há algumas opções muito boas e algumas já são práticas também, são fáceis de fazer, mas a nível do preço ainda são muito elevadas. Também há muitas coisas que dizem que são vegetarianas e às vezes não são, ou dizem que são biológicas, mas a cultura delas não são. Acho que tem de haver um pouco mais de educação alimentar,

deve-se começar nas escolas para as crianças, que explicasse um bocadinho melhor as diferenças vegetarianas.

Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma?

Não. O que eu às vezes vejo são influencers que fazem de vez em quando um prato ou outro vegetariano, mas não são vegetarianas.

Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

O do gato (Post Influenciador Luís Sousa) chamou atenção porque era um bocado humorístico, mas acho que o último teve mais impacto (Post Influenciador Tiago Lagoa) por causa da explicação sobre a proteína verde e de ter parceria com a Associação Vegetariana, era uma coisa mais credível.

Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

A segunda história (Post Influenciadora Maria Júlia Rosa) fez-me sentir um pouco motivada por causa de vivermos mais anos.

Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Foi a parte do aumento da expectativa de vida (Post Influenciadora Maria Júlia Rosa). Nós começamos a pensar: será que se eu comer mais coisas vegetarianas a minha esperança média de vida vai aumentar com a alimentação? Esse vídeo foi o que gerou mais pensamentos.

Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Sim, acho que todos essas histórias têm um bocadinho de passar essa mensagem de comer mais vegetais é sempre bom para a saúde, melhora a nossa qualidade de vida. E percebi que isso não quer dizer que tenha falta de nutrientes, que não vamos ter uma alimentação rica, pelo contrário.

Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

Todos são diferentes e têm as suas particularidades, mas gostei do estilo da história do último (Post Influenciador Tiago Lagoa) por causa da forma como ele narra e também destaca textos no vídeo. Se a pessoa não perceber alguma coisa, pelo menos está escrito nos vídeos algumas partes principais.

Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

O tema é forte e eu acho que o sítio que em que tu gravas impacta muito porque pode ter coisas que tirem atenção do tema. A narrativa precisa ser boa, mas tem de ter elementos visuais indicativos do tema.

Entrevista – Participante 7

Que idade tens?

31 anos

Por que não és vegetariano(a) no momento?

Porque gosto de comer de tudo um pouco. Em casa até não como muita carne, é mais peixe, mas como carne se for jantar ou almoçar fora, por exemplo.

Quais são as principais barreiras que identificas em relação à adoção de uma dieta vegetariana?

Essa é mais uma questão de não querer mudar totalmente a minha alimentação.

Até que ponto o ambiente em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Um pouco, porque a minha companheira é vegetariana. Ela não come carne desde os 7 anos de idade por escolha própria, então depois que nós nos juntámos para morar juntos nem sempre quero fazer dois pratos de comida diferentes e normalmente sou eu a cozinhar

cá em casa. Não vou fazer dois pratos diferentes, então acompanho-a muitas vezes. Mas continuo a comer carne porque apetece-me. Mas o ambiente, cá em casa pelo menos, promove uma alimentação vegetariana.

Já tentaste fazer mudanças significativas nos teus hábitos alimentares no passado? Se sim, quais foram os desafios enfrentados e como isso influencia a tua disposição em considerar uma dieta vegetariana?

Nunca tentei. Se calhar com a influência que eu tenho agora, eu sinto uma grande vontade de manter uma dieta mediterrânea do que não provo, mas quero manter o peixe e a carne típica daqui. A cozinha tradicional do Algarve, por exemplo, é uma cozinha tradicional que eu gosto de manter e não quero mudar assim tanto também talvez por causa disso.

Qual é a tua perceção geral sobre a alimentação vegetariana?

Acho que é uma comida mais fresca e dentro disso afasta-nos daqueles alimentos processados.

Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, quais influenciadores e em que plataformas?

Nunca tive o impulso de ir visitar.

Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

Qual dos storytelling dos influenciadores (histórias) mais te chamou à atenção? Porquê?

Gostei mais do segundo (Post Influenciadora Maria Júlia Rosa), porque além da narrativa, tinha a fonte onde ela buscou a informação, a confiança de há aqui um sítio onde podemos encontrar isto de que eu estou a falar.

Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Não afetaram os meus pensamentos e também não me senti mais motivado. Eu preciso da experiência. Por exemplo, a minha companheira levou-me a um restaurante vegan aqui

em Castelo Branco, o Fast Vegan. Lá tinha uma experiência, experimentei sabores que não conhecia e aquilo me fez pensar e gostei do que eu comi lá. Ainda como carne com frequência, mas acho que é por teimosia só porque se eu for ali ao restaurante, se eu soubesse cozinhar como eles cozinham, de certeza que comeria aquilo todos os dias.

Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Não.

Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Não. Sou um bocado avesso a este tipo de comunicação que é tipográfica ou esquemática e uma ideia chave que é um pouco contraditória, mas é típico daqueles vídeos curtos, não há assim muito espaço no Instagram.

Quais elementos do storytelling achaste mais atrativo? O estilo da história, os elementos visuais...?

Por exemplo, o do gato é crítico (Post Influenciador Luís Sousa), mas é só emocional quase, então tira pouco de conteúdo daquilo. O estilo da narrativa do segundo é melhor (Post Influenciadora Maria Júlia Rosa), principalmente por ter uma fonte, isso me deixa mais seguro.

Existem elementos visuais ou narrativos específicos que consideras mais eficazes na comunicação do estilo de vida vegetariano através do storytelling de influenciadores no Instagram?

Temos de ter uma narrativa informativa, mas com imagens que suportem tudo. Por exemplo, se falar sobre acabarmos com a agropecuária tão intensiva como acontece agora, deve ter a imagem paralela da consequência positiva que acontece. A informação e a consequência positiva podiam ajudar a relacionar-me com o conteúdo. Se for só este tipo de discurso pausado, sensacionalista, de imagem a aproximar, a sair, as legendas e as emoções ali misturadas no meio do texto, pelo menos a mim, afasta-me logo do que é que me estão a dizer.

Entrevista – Participante 8

Bloco 1: Barreiras e perceções sobre a dieta vegetariana

1 - Que idade tens?

22 anos

2 - Preocupas-te com a tua saúde e bem-estar?

Sim, minimamente. Sei que não tenho apenas hábitos saudáveis, mas preocupo-me com a minha saúde. Não como só coisas boas, mas sinto que tenho uma alimentação equilibrada.

3 - Tens prazer em comer ou comes apenas por necessidade?

Tenho prazer por comer, gosto do sabor da comida.

4 – O que é para ti uma boa refeição?

Uma boa refeição para mim é ser equilibrada entre sabor, ter uma textura boa e os ingredientes equilibrados entre si.

5 - Em que medida é que tens cuidado com a tua alimentação?

Eu tento ter cuidado, mas sinto que não como exemplarmente bem. Como mais coisas boas do que coisas más e todos os dias tento fazer todas as refeições do dia e de forma equilibrada e não em excesso, ou seja, comer muito uma coisa só, tento sempre ir variando.

6 - Até que ponto o meio em que vives e a cultura ao teu redor influenciam tuas escolhas alimentares?

Metade da minha família vem do Norte, ou seja, comem comidas pesadonas, tipo feijões e coisas assim e muitos legumes. Por isso eu sinto que como muitos legumes e frutas, que é uma coisa boa. Depois, diariamente, sinto que como não há tanto tempo para fazer comida, comemos coisas mais rápidas, tipo arroz e massas com carne.

Sinto que agora ando a reduzir um bocado a carne e a equilibrar com outras coisas. Como é a minha mãe que cozinha a maior parte das vezes, sou muito influenciada pelo que ela cozinha e ela cozinha sempre coisas diferentes todos os dias. E sempre que vou comer com os meus avós ou com a minha família, sempre me ensinaram a ter a tal refeição equilibrada e variada. É daí que eu aprendi a ter essa alimentação.

7 - Como descreverias a dieta vegetariana? Consideras-te suficientemente informado? Quais são as tuas principais fontes de informação?

A dieta vegetariana é não comer nada de animais, nem seres vivos. Eu sinto que eu só não sou vegetariana porque não sei substituir 100% a proteína. Ou seja, eu sinto que é uma coisa atualmente muito falada e há muitos mais produtos em que podemos adquirir para ser vegetarianos, como seitan, tofu e todas essas coisas. No entanto, não estou mega informada da variedade de coisas que posso fazer numa refeição vegetariana e se eu tenho todas as vitaminas e proteínas e tudo o que é necessário numa refeição vegetariana.

Eu vejo muitas coisas de alimentação no Instagram e nós temos há pouco tempo uma Bimby, então eu passo muitas vezes a ver as receitas que existem lá. De resto, também na internet pesquiso receitas quando me apetece cozinhar ou fazer uma coisa diferente e pesquiso maneiras diferentes de cozinhar, seja na internet, Instagram e no TikTok também aparecem algumas coisas, mas não muito.

8 - Já alguma vez experimentaste uma refeição vegetariana? Se sim, como é que isso aconteceu? A decisão de experimentar foi tua? Se sim, do que é que gostaste e não gostaste?

Já, várias vezes. A decisão de experimentar foi minha e eu muitas das vezes quando vou almoçar fora ou jantar a outros sítios, tento sempre optar por uma opção mais vegetariana. Não sei porquê, chama mais à atenção escolher uma coisa vegetariana, tem mais legumes, tem mais coisas que eu gosto. Então eu acabo por, por exemplo, comer um hambúrguer e escolher um hambúrguer vegetariano.

No outro dia comi um cuscuz vegetariano. Eu escolho várias vezes as refeições vegetarianas muito mais quando não como em casa porque sinto que quando como em casa não sou bem eu que as faço todos os dias. Por isso não as como mais vezes porque no fundo não sou eu que trato da alimentação toda em casa.

Eu gostei do sabor, gostei da textura, gostei do facto de ter muitos mais ingredientes que as outras refeições. Por exemplo, o hambúrguer tinha montes de coisas, tinha milho, grão, cenoura, enquanto o hambúrguer normal teria carne e outras coisas quaisquer. Também gosto disso de ter vários legumes, vários sabores, textura.

9 - O que é que te impede de ser vegetariano? O que é que te levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana?

Neste caso é eu sentir que como vivo com a minha mãe, estou habituada a que ela prepare as refeições e ela pensa nas refeições. Não quero dizer que não as faça de vez em quando, simplesmente como vivo com outras pessoas, não quero fazer com que elas tenham a mesma refeição que eu só porque eu decido ser vegetariana. Sim, ou seja, é por causa dos outros com quem eu vivo em casa, comemos todos juntos.

Eu sinto que se vivesse sozinha e decidisse cozinhar para mim, provavelmente seria mais fácil ser vegetariana do que como vivo com outras pessoas estar a cozinhar uma refeição diferente só para mim. E se souber substituir tudo o que eu preciso, porque já houve muitos casos de vegetarianos que não conseguiram substituir mega bem a proteína ou todas as outras coisas que a carne tem.

10 - Até que ponto o bem-estar animal é importante para ti? Se sim, que ligação fazes entre consumo alimentar e bem-estar animal?

Eu considero importante, sempre que tentamos comprar carne, tentamos sempre que não seja aquela carne mega processada e mega vinda de supermercados e coisas assim, que sabemos que os animais no fundo são criados de maneiras horrorosas. Tentamos também diminuir pelo menos a carne que comemos, o que eu sinto que já é bom. Se toda a gente fizesse isso, seria excelente.

11 - Até que ponto te preocupas com a degradação do ambiente e do clima? Se sim, que ligação fazes entre regime alimentar e degradação ambiental?

Sim, tenho uma preocupação com o clima, eu até percebo a ligação, mas não é algo que eu penso de forma imediata.

12 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, lembras-te de quais influenciadores e em que plataformas?

Sim, mas não me lembro de qual, vão aparecendo. Sei que sigo algumas pessoas que são vegetarianas, mas não é que a página delas seja sobre a alimentação delas e serem vegetarianas. E sinto que, no geral, eu vejo mais páginas de pessoas que fazem receitas saudáveis do que serem especificamente só vegetarianas, por isso não consigo dar nenhum exemplo concreto de alguém que se foque só em ser vegetariano.

13 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Penso que já, mas não sei exatamente quando ou com quem. Sinto que já vi alguém que me fez sentir que poderia tornar-me vegetariana e que não é assim tão difícil e que há várias receitas que o poder fazer. Mas já vi casos em que explicavam porque é que eram vegetarianos, que é um bocado claro a preocupação com os animais no fundo.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

14 - Qual das publicações dos influenciadores (histórias) mais te impressionou? Porquê?

Foi a última (Influenciador Tiago Lagoa) porque era a informação que eu não sabia de que podemos substituir a carne a 100% com uma dieta vegetal e do impacto ambiental que tem.

15 - Quais elementos da história achaste mais atrativos? O estilo, a narrativa, os elementos visuais...? Porquê? E menos atrativos? Porquê?

Acho que foi mais a narrativa, porque é o que nos dá a informação. Sinto que visualmente é simples, que é o que é preciso para passar a mensagem. Foi ao contrário do *post* do gato (Influenciador Luís Sousa), por exemplo, que foi um bocado radical a maneira como ele falou e explicou as coisas.

16 - Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Acho que o primeiro (Influenciadora Vânia Ribeiro) e o último (Influenciador Tiago Lagoa) afetaram mais os meus pensamentos. O último foi o que eu tinha explicado, de ser algo que eu não sabia. E o primeiro, por dar para fazer imensa coisa e não ser algo repetitivo ser vegetariano, acho que também me incentivou.

17 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Foi no último *post*, estas duas coisas de ter o impacto ambiental, o facto de nós comermos animais também e ser algo intensivo tanto na pecuária como nos animais. E não interferir com nada não comermos carne, ou seja, podemos substituir a proteína e tudo o que é necessário com outras coisas.

18 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Porquê? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Eu sinto que já vou muito de acordo com a alimentação vegetariana, simplesmente não sou por aquela única razão de não ser a única em comer em casa. As únicas preocupações que eu tinha, foram as que foram retiradas, é de não ser uma refeição monótona, ou seja, de comer muitas vezes a mesma coisa e do sabor ser muito parecido.

Podemos também substituir o sabor pelo sabor que normalmente temos da carne, conseguimos também tê-lo com outros ingredientes. Faz sentido que é bastante bom ser vegetariano, para além de ajudar o ambiente e os animais, e que continuamos a ser saudáveis, ou mais saudáveis por não comer aquelas carnes processadas e tudo isso.

Entrevista Participante 9

1 - Que idade tens?

22 anos

2 - Preocupas-te com a tua saúde e bem-estar?

Sim, no sentido em que acho que é bom termos um corpo saudável e uma mente saudável. E nesse aspeto, então, tento preocupar-me um bocadinho com o desporto que eu faço, com a alimentação nem tanto, mas devia cuidar mais da minha alimentação. Então, pronto, para ter um corpo mais saudável.

3 - Tens prazer em comer ou comes apenas por necessidade?

Depende das comidas, mas um pouco dos dois. Depende muito das comidas.

4 - O que é para ti uma boa refeição?

Uma boa refeição seria uma refeição saudável, mas para mim uma boa refeição é uma refeição em que eu tenha prazer em comer, ou seja, uma coisa mais deliciosa. Importo-me com o sabor, com a textura, se eu gosto da comida que está à frente. Também me preocupa um bocadinho se é saudável, mas se eu conseguir comê-la com satisfação, é muito melhor do que ser saudável.

5 - Em que medida é que tens cuidado com a tua alimentação?

Acho que não tenho muito, infelizmente. Devia ter mais. Hoje em dia, preocupo-me um bocadinho com comer mais legumes, não comer assim tanta carne, comer as proteínas também que preciso. Então é assim, tentar um bocadinho o balanço.

6 - Até que ponto o meio em que vives e a cultura ao teu redor influenciam tuas escolhas alimentares?

Bastante. Mais a minha família, na medida em que, por exemplo, a minha mãe come muita comida saudável, ela está sempre a tentar coisas mais saudáveis, a tentar não comer carne, mais alimentos saudáveis, legumes e coisas assim mais verdes. A família do meu namorado, por exemplo, come muito mais carne, mas também tenta cozinhar com coisas o mais natural possível, sem ser embalado, e coisas que eles próprios cultivam. E de resto, por exemplo, eu já deixei de ver televisão, por isso nada do que está a passar na televisão, McDonald's, anúncios, nada disso me influencia, mesmo mais as pessoas com quem eu me dou neste momento.

7 - Como descreverias a dieta vegetariana? Consideras-te suficientemente informado? Quais são as tuas principais fontes de informação?

É boa, mas eu acho que é incompleta, um bocadinho em certos aspetos, mas não me considero suficientemente informada. Vejo algumas coisas no Instagram, coisas que passam. Por acaso, eu não conheço muitas pessoas vegetarianas, e as que conheço não falam muito sobre a dieta delas, também parte por não terem o meu interesse por isso, e também eu lembro de há uns anos ver um youtuber que era vegetariano e falava um bocadinho sobre isso, mas depois desliguei-me, não o segui mais.

8 - Já alguma vez experimentaste uma refeição vegetariana? Se sim, como é que isso aconteceu? A decisão de experimentar foi tua? Se sim, do que é que gostaste e não gostaste?

Já, um snackzinho pequenininho. A decisão foi mais da minha mãe, nós estávamos a passear e ela viu um café vegetariano e ela disse, olha, vamos experimentar, porque ela tem essas ideias de começar a seguir o vegetarianismo. Experimentámos uns salgados vegetarianos e eu não gostei, não gostei do sabor.

9 - O que é que impede de ser vegetariano? O que é que te levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana?

Para já, nessa refeição vegetariana não gostei muito do sabor, não sei se a receita não era grande coisa ou outras coisas, mas acho que era mais mesmo o sabor e às vezes a textura, queria provar coisas de soja que não eram assim tão saborosas em termos de textura.

Provavelmente seriam os benefícios em termos de corpo mesmo, se me dissessem, a dieta vegetariana é mais saudável e traz todos os benefícios e mais alguns sem nenhuma desvantagem, eu ia, mas acho que no momento não é o caso.

10 - Até que ponto o bem-estar animal é importante para ti? Se sim, que ligação fazes entre consumo alimentar e bem-estar animal?

Acho que é importante haver bem-estar animal, mas também é importante, também faz parte da nossa natureza consumirmos os animais. No entanto, acho que devemos caminhar para nós conseguirmos fazer o consumo necessário de animal, só que ainda com o bem-estar animal, ou seja, não sei como é que isso poderia ser atingido, mas pelo menos matar apenas aquilo que seria necessário para nós comermos e não o excesso, como hoje em dia acontece, e não tratar os animais para que isso aconteça, ou seja, eles estarem normais ali a passear pelas árvores e a gente chega lá, ok, preciso de um, vai buscar, mas com todo o respeito, obviamente.

11 - Até que ponto te preocupas com a degradação do ambiente e do clima? Se sim, que ligação fazes entre regime alimentar e degradação ambiental?

Preocupo-me um bocadinho.

Sim, na medida em que acho que nós devíamos cultivar as coisas que nós comemos e assim não havia processos de fábrica a controlar a agricultura e a cultura, de maneira que fosse o mais natural possível, nós plantamos e recolhemos, é o mais natural.

12 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, lembras-te de quais influenciadores e em que plataformas?

Não, nunca tive interesse.

13 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

14 - Qual das publicações dos influenciadores (histórias) mais te impressionou? Porquê?

Acho que foi a última (Influenciador Tiago Lagoa) porque tem mais informação. Parece-me ter um bocadinho mais de informação e relativamente à parte política, que eu não ligo muito, mas é importante hoje em dia. E é o que fala mais sobre o estado natural das coisas.

15 - Quais elementos da história achaste mais atrativos? O estilo, a narrativa, os elementos visuais...? Porquê? E menos atrativos? Porquê?

A narrativa, em termos de como ele estava a expressar as coisas, via-se o ponto dele, mas via-se também o ponto geral, nesse aspeto. Eu gosto mais do tipo de post que tem informação, mas que é informação geral, ou seja, objetiva como ele foi, só que não tendem para nenhum dos lados. É simplesmente informação, é facto. Está aqui e agora decides. Ele foi um bocadinho mais virado para um lado do que para o outro e esse aí é o ponto que menos me chama nestas publicações de influenciadores.

16 - Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Ao ver estes posts, eu fico inclinada para o vegetarianismo na medida em que é uma coisa também do mais natural. A dieta balanceada que eles tentam atingir só com o vegetarianismo, em que tem mais leguminosas e tentam substituir a carne depois com outros legumes. Mas, por outro lado, ainda acho que também deveria ter aquele bocadinho de carne.

17 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

O primeiro (Influenciadora Vânia Ribeiro) em que ela estava a dizer que uma dieta vegetariana não precisava de ser monótona, porque realmente eu penso em legumes e eu penso, o que é que eu faço com os legumes? Não faço quase nada, especialmente eu que não cozinho. Mas se uma pessoa realmente aprender a cozinhar, vê que há muitas coisas para fazer com legumes, porque também há muitos que eu desconheço e que não utilizo e que eu poderia utilizar e realmente faz um leque bastante grande de refeições, eu não conhecia.

18 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Porquê? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Mais ou menos. Eu gosto de coisas mais factuais, de prós e contras e neste tipo de publicações eles tentam sempre impor um bocadinho a visão deles. Mas de certa forma desperta algum tipo de reflexão sobre ter hábitos mais saudáveis e procurar conhecer algumas alternativas para a minha alimentação.

Entrevista Participante 10

1 - Que idade tens?

32 anos

2 - Preocupas-te com a tua saúde e bem-estar?

Sim. Embora que atualmente não faça propriamente muito exercício físico, já andei no ginásio, mas atualmente não ando, tento fazer caminhadas, até mais ao fim de semana. Também aqui tenho sempre algum cuidado com a alimentação também. Não sou propriamente aquela pessoa que é extremamente exigente, mas tenho sempre ali algum cuidado de, quando abuso nuns dias, tento equilibrar nos outros.

A minha palavra-chave é o equilíbrio. Tento fazer essa gestão, porque o meu trabalho também é um bocadinho mais sedentário, é mais sentada, embora que muitas vezes estou a dar formação, estou em pé, mas eu em pé não há propriamente muito exercício. Posso caminhar de um lado para o outro, mas não é um exercício muito ativo, por isso tento controlar, balancear depois com a alimentação.

3 - Tens prazer em comer ou comes apenas por necessidade?

Tenho muito prazer em comer.

4 – O que é para ti uma boa refeição?

Como sou do Norte, não podia deixar de dizer a francesinha. Mas uma boa refeição, não quer dizer que seja também calórica, claro que sabe bem, mas também às vezes uma simples salada também me sabe bem. Eu acho que para mim uma boa refeição vai depender muito da altura do ano, porque se estivermos a falar de inverno, puxa-me mais

aquelas refeições um bocadinho mais calóricas, mais quentes, e de verão já me sabe melhor umas mais leves.

5 - Em que medida é que tens cuidado com a tua alimentação?

É o equilíbrio. Claro que depois tento minimizar mesmo quando faço aqui algumas refeições um bocadinho mais calóricas, tento usar sempre os produtos mais equilibrados. Se eu tiver que usar umas natas, se calhar vou usar as natas light. Se tiver que beber uma coca-cola, vou à coca-cola zero. E é um bocadinho aí, do mal, tento puxar sempre um bocadinho para o melhor.

6 - Até que ponto o meio em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Muito. E eu acho que nem é tanto a cultura, eu acho que é mesmo o namorado. Mas a cultura também e a região. Eu sou de Gaia, faz parte do Porto, e eu acho que sendo centro cada vez há mais variedade, mais restaurantes, há mais sítios para visitar e isso puxa-nos a um restaurante, então a zona influencia muito. Se eu estivesse, se calhar, um bocadinho mais no interior, não tinha o que fazer, tinha de ir à cozinha, não podia fazer muito diferente. E a nossa cultura é um bocadinho também como a brasileira, é a cultura de sentar e comer.

7 - Como descreverias a dieta vegetariana? Consideras-te suficientemente informado? Quais são as tuas principais fontes de informação?

Acredito que existam muitas alternativas, mas eu acho que a carne e o peixe são sempre também necessários. Nada contra quem tem esse regime alimentar, ainda bem que o têm e valorizo porque eu não ia conseguir tê-lo, mas também acho que por muito que eles tentem ir buscar a outros sítios algumas vitaminas e minerais que a carne e o peixe têm, nunca conseguem ir buscar aquilo que é necessário. Mas valorizo quem consiga, eu acho que nunca ia conseguir.

Não considero que saiba tudo sobre a dieta vegetariana, tanto que nunca explorei muito. Também nunca foi propriamente uma idealização minha, por isso não posso dizer que saiba a fundo tudo.

8 - Já alguma vez experimentaste uma refeição vegetariana? Se sim, como é que isso aconteceu? A decisão de experimentar foi tua? Se sim, do que é que gostaste e não gostaste?

Acho que não.

9 - O que é que impede de ser vegetariano? O que é que te levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana?

É gostar muito de carne e o peixe. Eu acho que neste momento nada me impede, se calhar aqui era experimentar também para perceber, porque hoje em dia há muitas coisas que os vegetarianos comem que até dizem, olha isto sabe mesmo a um hambúrguer, há alimentos que eles têm que compensam o sabor da carne. Nunca experimentei, por isso se calhar é esse um dos impedimentos, é nunca ter experimentado.

10 - Até que ponto o bem-estar animal é importante para ti? Se sim, que ligação fazes entre consumo alimentar e bem-estar animal?

Essa pergunta dói, não é? Porque nós começamos a pensar nos animais. Para mim os animais são muito importantes, embora claro que a nossa cultura é do consumo animal, contudo sou aquela pessoa que não consegue ver aqueles vídeos de maus-tratos, mas depois também sou aquela pessoa que os consome, não é? Por isso também influencio nesses maus-tratos. Mas sim, claro que é muito importante, tanto é que eu tenho animais aqui em casa, tenho galinhas e, por exemplo, se tu me disseses que consegues matá-la, não consigo. E elas já andam ali velhinhas. Eu acho que se visse ao vivo algumas realidades, provavelmente a minha boquinha ia-se fechar para algumas coisas.

11 - Até que ponto te preocupas com a degradação do ambiente e do clima? Se sim, que ligação fazes entre regime alimentar e degradação ambiental?

Onde eu até pratico mais aqui é a nível da reciclagem. Aqui em casa os restos alimentares que às vezes sobram, cascas e tudo mais, nós temos um terreno e fazemos compostagem desses produtos para fazer como se fosse um fertilizante, e depois separação dos resíduos.

12 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, lembras-te de quais influenciadores e em que plataformas?

Não, acho que sigo ali uma ou outra influencer que acho que é, mas sigo não pela dieta que elas têm, é por outras questões que eles também vão sendo influencers.

13 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

14 - Qual das publicações dos influenciadores (histórias) mais te impressionou? Porquê?

A do gato (Influenciador Luís Sousa) impressionou-me visto que eu tenho animais e imaginar uma coisa dessas com os meus, matava quem fizesse isso, basicamente. Claro que os outros também impactam e puxam-nos um bocadinho para a realidade e o que é que nós podemos fazer e isso não estamos a falar só de criar um regime diferente para nós, não só pela saúde, mas como também esta última publicação falou (Influenciador Tiago Lagoa) a nível político. Muita gente enche os bolsos à pala da nossa desinformação e tenta vender algo que se calhar pode ser contornado.

Dentre estes posts, eu gostei muito deste último porque hoje em dia tudo é política, tudo gera dinheiro, tudo é um negócio. E às vezes não sabemos, e eu não gosto de não saber, embora possa não estar focada numa vertente, mas convém estar informada sobre tudo o que impacta. E esse também, de alguma forma, fez-me aqui pensar nestas situações que é encher os bolsos e desinformação, porque a informação de um lado é para tentar desinformar do outro.

15 - Quais elementos da história achaste mais atrativos? O estilo, a narrativa, os elementos visuais...? Porquê? E menos atrativos? Porquê?

Em primeiro lugar o assunto, não é? Mas depois também o Tiago é muito comunicativo, tem variação aqui no tom de voz, o que também acaba por apelar mais à parte de visualizarmos o vídeo.

16 - Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Ao ver estes vídeos dá vontade de cultivar mais coisas no meu terreno, ter mais produtos biológicos, fazer mais cultivo, e depois de aprender um bocadinho mais de se calhar fazer receitas alternativas. Claro que tem de haver sempre aqui o balanço, e eu acho que isto também às vezes é uma barreira, que é o lado de não somos só um numa casa e isso influencia. Vou experimentar isto, o outro não quer, por muitas vezes que nós temos vontade, depois tudo isso gera o resultado final.

17 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Sim, foi o primeiro (influenciadora Vânia Ribeiro) que nos dava aqui alternativas de não ser chato, alterar aqui o regime alimentar, porque o queijinho derretido, que toda a gente gosta hoje em dia, também é preciso, não é? E é necessário, porque se nós estivermos num jantar e os nossos colegas estiverem a comer pizza e nós estivermos naquele regime alimentar a comer alface, vai custar, mas se houver essas alternativas, se calhar já não custa porque o olhar está sempre a comunicar com o nosso cérebro, não é? Toda a gente diz que os olhos também comem.

Claro que depois também me levanta logo aqui outras questões. A alternativa vegetariana cada vez está mais evoluída, e é ótimo, há cada vez mais alternativas, contudo há aqui uma coisa que toda a gente olha, que é para o preço. Será que os preços dessas opções alternativas já são aceitáveis fazer diariamente essas compras?

18 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Porquê? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Sim, mas ainda preciso de perceber melhor a praticidade. Ver se não são coisas que me obrigue a ir a uma loja específica, a 10 km ou a 20 km. Por exemplo, fui influenciada a começar a tomar Coca-Cola Light, mas consigo achar isso em todo sítio. Acho que possa ter essa tendência a fazer uma transição para a dieta vegetariana desde que seja algo prático e possível de comprar num mercado habitual.

Entrevista Participante 11

1 - Que idade tens?

26 anos

2 - Preocupas-te com a tua saúde e bem-estar?

Sim, embora eu não frequente um ginásio nem pratique uma atividade física de forma muito regular, acabo por sempre tentar compensar isso de outras formas. Vou tendo, se calhar, mais cuidado com a minha alimentação, procuro sempre dormir o melhor possível, evitar as situações de maior stress, mesmo depois do trabalho, guardar sempre um espaço para

mim e para as coisas que, de certa forma, também me ajudam a ter uma saúde mental mais equilibrada.

3 - Tens prazer em comer ou comes apenas por necessidade?

Sinto prazer em comer, embora seja também uma necessidade.

4 – O que é para ti uma boa refeição?

Há coisas mais saudáveis que gosto e também coisas menos saudáveis que também gosto. Pizza é excelente, mas depois um dia de grelhados com uma boa salada também é bom.

5 - Em que medida é que tens cuidado com a tua alimentação?

Tenho cuidado com a minha alimentação no sentido de tentar algo equilibrado, no sentido de ser saudável, mas também precisa de ser algo que nos dê prazer porque se não nos der prazer, não vamos retirar dali nada que nos deixe saciados e passamos o resto do dia um bocado mal.

6 - Até que ponto o meio em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Sim, principalmente não só os hábitos da sociedade porque tem todo um contexto que nos encaminha para aquilo que nos comemos, mas também aquela que é a realidade na nossa casa desde pequenos, aquilo que estamos habituados a ver os nossos pais a comer, aquilo que em nossa casa entra mais vezes, ou seja, se compramos mais bolachas ou se estamos habituados a fazer refeições mais saudáveis, tudo isso me influencia.

7 - Como descreverias a dieta vegetariana? Consideras-te suficientemente informado? Quais são as tuas principais fontes de informação?

Eu acho que é uma opção como todas as outras. Se as pessoas de facto têm essas preocupações pelo meio ambiente e bem-estar animal, têm toda a legitimidade para seguir esse tipo de dieta e por conseguinte acaba muitas das vezes por ser algo mais saudável, portanto acho que é positivo para quem procura.

Se por acaso surgir algum artigo, alguma notícia, eu leio e vou dando um olhinho aqui e ali, mas não digo que aprofunde muito o tema. Não posso dizer que sou suficientemente informado sobre a dieta vegetariana.

8 - Já alguma vez experimentaste uma refeição vegetariana? Se sim, como é que isso aconteceu? A decisão de experimentar foi tua? Se sim, do que é que gostaste e não gostaste?

Sim, e a decisão foi minha, embora tenha sido um pouco por recomendação. Eu não me lembro da primeira vez; provavelmente pode ter surgido de forma natural, por uma coisa que tenha visto ou numa cantina da universidade ou num restaurante, mas como também tenho amigos que são veganos, provavelmente isso também influenciou um bocadinho a minha curiosidade para experimentar outro tipo de confeções.

Não consigo dar um único exemplo específico, mas, por exemplo, lembro-me de uma vez que comi na cantina da universidade, era um tabuleiro de legumes no forno, uma coisa muito equilibrada, sabia tudo muito bem, era ótimo. Já tive experiências menos positivas, talvez porque se calhar não gosto tanto daquilo em específico, o tofu e coisas do género, mas depois saladas com elementos como frutas, outras coisas que vão ao forno, tipo beringelas recheadas, acho que gosto, posso dizer que sim.

9 - O que é que impede de ser vegetariano? O que é que te levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana?

Eu acho que não existe nada a impedir, mas o facto de eu gostar de coisas que não pertencem à dieta vegetariana influencia mais a minha escolha, ou seja, não quer dizer que eu não tente encontrar um equilíbrio entre, se calhar, a minha dieta mais omnívora com a dieta vegetariana. Eu acho que esse equilíbrio até pode e deve existir, porque é importante para a nossa saúde e para o bem-estar, mas eu acho que não conseguiria pender apenas por aquele caminho 100%.

Para abandonar o consumo de carne eu acho que teria de ser uma coisa muito extrema, por exemplo, um problema de saúde muito grave ou algo desse género.

10 - Até que ponto o bem-estar animal é importante para ti? Se sim, que ligação fazes entre consumo alimentar e bem-estar animal?

O bem-estar animal é importante, até porque muitos de nós acabam por ter animais de estimação e criamos ligações, consideramos muitas vezes parte da nossa família, e acho que transportamos isso também um bocado para aquilo que é o setor alimentar e da indústria e tudo mais, portanto eu acho que é uma preocupação e cada vez mais, ou deve ser, para todos nós. No entanto, eu acho que existe sempre uma certa desconexão dessa questão, quando estamos a fazer uma refeição e consumo de carne, claro que nós temos que ter consciência, no entanto, se o sentido do consumo é exatamente esse, é o fim, é

para consumir, nós não queremos, obviamente, legitimar os maus-tratos, nem queremos fazer outro tipo de coisas, eu acho que acaba por se legitimar neste sentido.

11 - Até que ponto te preocupas com a degradação do ambiente e do clima? Se sim, que ligação fazes entre regime alimentar e degradação ambiental?

É uma das principais preocupações da nossa geração, toda a parte da sustentabilidade ambiental e da crise climática, de que tanto se fala desde o início deste século. Eu acho que sim, que existe uma ligação muito forte com a questão alimentar, muito também por aquilo que é a indústria que está por trás, pela parte dos supermercados, pela parte das embalagens, e eu acho que todos nós, num certo sentido, temos que fazer escolhas mais conscientes, temos de levar um bocadinho mais à letra aquela parte da reciclagem, daquilo que são os consumos conscientes, e então sim, eu acho que existe toda essa ligação.

12 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, lembras-te de quais influenciadores e em que plataformas?

De forma propositada talvez não.

13 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Sim, eu acho que de certa forma, e eu mencionei há bocado aquela questão de encontrar artigos ou notícias sobre essas questões, acho que nos faz refletir, acho que nos impõe dúvidas e ter dúvidas é bom e permite-nos questionar a forma como nós vivemos e como encaramos as coisas, mas também devolve algumas certezas de vez em quando daquilo que temos que fazer, das escolhas que temos que tomar de forma mais consciente e da importância que cada um de nós tem a partir das suas escolhas em tentar fazer do mundo um local melhor.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

14 - Qual das publicações dos influenciadores (histórias) mais te impressionou? Porquê?

Talvez aquela que choca mais no sentido de que também tem um certo ponto de humor, aquela publicação com o gato (Influenciador Luís Sousa). Acaba por ser divertido, é uma opinião que acaba por passar muito bem o ponto de vista e ao mesmo tempo a causa por dar aquela comichão. Nós percebemos, mas ao mesmo tempo talvez isso não nos vá

diretamente fazer repensar todo o nosso estilo de vida, mas acaba por passar a mensagem e ficar na memória.

Noutro sentido, eu acho que a segunda publicação (Influenciadora Maria Júlia), aquela que apela muito mais àqueles que são as oportunidades que abre a adotar este tipo de estilo de vida saudável e esta alimentação mais vegetariana e tudo aquilo que pode fazer à saúde e todos os benefícios que tem para o planeta. Eu acho que no sentido daquilo que é informação, é aquela que está mais bem conseguida e ajuda mais a consciencializar o público.

15 - Quais elementos da história achaste mais atrativos? O estilo, a narrativa, os elementos visuais...? Porquê? E menos atrativos? Porquê?

Eu acho que os elementos visuais e a própria narrativa, a forma como está construída o vídeo, são importantes. No entanto, acho que aquilo que acaba por cativar mais são aquelas publicações que acabam por parecer mais naturais, ou seja, aquelas que causam mais empatia para com o público. Porque se for algo muito forçado, ou que nós vejamos que aquela pessoa está a ser remunerada por aquele conteúdo, ou então a politizar muito a questão, eu acho que hoje em dia a parte política acaba por entrar muito em choque com as pessoas e elas acabam, em vez de adotar aquela visão ou de tentar compreender, acaba mais por antagonizar e criar ainda mais, não quero dizer raiva, mas as pessoas ficam mais chateadas do que propriamente as ajuda a criar empatia. Portanto, eu acho que as primeiras publicações nesse sentido estão mais bem conseguidas do que a última. Não quer dizer que seja má, mas por tocar tanto em política acaba mais por chatear as pessoas.

Umás pelo humor, talvez, mas isso vai depender sempre um bocadinho da pessoa, outras pela forma como se calhar são mais naturais e o discurso é mais fluido e apresentam de uma maneira mais calma o seu ponto de vista e isso acaba por criar mais empatia e ajudar as pessoas a aproximar-se aos poucos daqueles que são estes ideais.

16 – Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Eu acho que repensar, no sentido de mudar por completos hábitos alimentares, talvez não seja suficiente, obviamente. Mas cria sempre aquela vontade, se calhar, de aos poucos ir vendo mais conteúdos deste género, ler um bocadinho mais sobre o tema, procurar aquele equilíbrio que eu mencionava anteriormente, reduzindo, se calhar, o consumo de carne, outros produtos processados, produtos que não sejam amigos do ambiente e tudo mais e

tentar puxar um bocadinho mais a parte vegetariana, a parte vegana e coisas que, de facto, contribuam para os ecossistemas e tudo aquilo que é a sustentabilidade do planeta.

17 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Eu acho que talvez a parte mais irónica do gato, eu acho que causa mais choque, por assim dizer, e acaba por desafiar mais aquilo que é a nossa mentalidade comum. Outras coisas como a expectativa de vida também nos fazem repensar, mas não é tão direto, é direto porque impacta a nossa saúde, mas não quer dizer que nós amanhã não tenhamos um acidente ou qualquer coisa do género e também mesmo que sejamos a pessoa mais saudável do mundo não nos possa acontecer, e há pessoas, e legitimamente têm esse pensamento, que enquanto eu cá estiver eu vou levar a vida da forma como eu mais aprecio. Também é legítimo esse pensamento, portanto, eu acho que diria aquilo que causa mesmo mais impacto, é aquilo que é mais chocante para nós.

18 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Porquê? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Sim, no sentido de puxar a ter uma dieta mais vegetal, mas se dissermos sobre querer mudar por completo, fazer um 180 e encaminhar-me apenas para uma dieta 100% vegetal, acho que não. É um choque muito grande de mudança de estilo de vida, de um momento para o outro, acho que tem que ser uma decisão consciente, uma mudança progressiva, porque mudar simplesmente da noite para o dia de uma dieta para a outra, não só o nosso corpo podia não se adaptar a 100% a esta mudança toda que são os nutrientes que nos dão umas coisas e outras e a forma equilibrada com que se calhar teríamos de repensar toda uma dieta. Existem cuidados a ter quando se faz estas mudanças e a parte psicológica também acaba por ser importante, nós não conseguimos mudar de mentalidade por vermos uma publicação ou outra, ou simplesmente por um amigo vir ter connosco, nos apresentar. Eu acho que aos poucos nós vamos convencermos de que isto é melhor para o planeta, que é melhor para nós, para a nossa saúde, para o bem-estar animal, e vamos progressivamente e conscientemente mudando os nossos hábitos.

Entrevista Participante 12

1 - Que idade tens?

33 anos

2 - Preocupas-te com a tua saúde e bem-estar?

Sim, claro. No sentido em que faço análises regulares, tenho consultas de seguimento de várias coisas marcadas, preocupo-me bastante com a minha saúde mental e faço psicoterapia. Portanto, um bocadinho, neste sentido mais preventivo. Gostaria de ser capaz de fazer um bocadinho mais de exercício físico e comer melhor, mas não sou tão forte nessa parte.

3 - Tens prazer em comer ou comes apenas por necessidade?

Tenho muito prazer em comer, gosto muito de comer.

4 – O que é para ti uma boa refeição?

Eu sou uma daquelas pessoas que gosta bastante das comidas de plástico, eu gosto muito de comer um bom hambúrguer, uma boa pizza, um sushi, algo assim. No entanto, também gosto bastante de comer coisas que tenham como acompanhamento legumes cozinhados como brócolos e assim, é o tipo de coisa que eu gosto de comer a nível de legumes, porque não gosto, por exemplo, de saladas.

5 - Em que medida é que tens cuidado com a tua alimentação?

Ultimamente tenho muito pouco e devia ter mais. Mas quando faço esforço, geralmente tento fazer uma alimentação que inclua vegetais e alguma fruta, apesar de eu não apreciar tanto frutas como vegetais, e que seja mais ou menos regrada no que toca às quantidades. Para além disso, houve aí uma fase da vida em que eu consegui fazer cerca de 4 a 5 refeições vegetarianas por semana.

6 - Até que ponto o meio em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Eu suponho que bastante, porque vivendo na cidade e tendo um emprego e estando sempre a correr acaba por influenciar um bocadinho o não ter paciência para estar a pensar nas refeições, o não ter paciência para cozinhar muito, portanto ter aqui um bocadinho menos de cuidado, se calhar chegar a casa cansada e ter menos cuidado com a alimentação.

7 - Como descreverias a dieta vegetariana? Consideras-te suficientemente informado? Quais são as tuas principais fontes de informação?

A dieta vegetariana é uma dieta muito agradável quando é bem feita, porque também pode conter muita gordura, portanto acho que às vezes é um mito as pessoas acharem que os

vegetarianos comem tudo saudável, porque não é verdade. Mas eu gosto bastante da dieta vegetariana no sentido em que eu gosto bastante de leguminosas e de vegetais e para mim isso faz sentido.

Eu descreveria a dieta como uma alimentação mais à base de vegetais, de hortícolas, de leguminosas. Estou o quanto baste informada, sei que é possível ter uma dieta vegetariana sem suplementação, no entanto muitas vezes pode ser necessária para algumas pessoas que têm mais dificuldade em fixar os nutrientes e, portanto, aí pode ser um bocadinho mais necessário, mas de resto acho que é basicamente isto.

Eu vejo muitas receitas no Instagram e sigo algumas páginas de nutricionistas e de pessoas vegetarianas e não só, mas que me interessa para perceber às vezes alguma variedade desse tipo de refeição. Quanto às refeições mais comuns, de carne, de peixe, etc, não costumo variar imenso, faço mais ou menos o que sei, às vezes lá experimento qualquer coisa diferente.

8 - Já alguma vez experimentaste uma refeição vegetariana? Se sim, como é que isso aconteceu? A decisão de experimentar foi tua? Se sim, do que é que gostaste e não gostaste?

Sim, eu gosto muito de pratos vegetarianos, portanto não sei quando é que foi a primeira vez que experimentei, mas de facto já tinha experimentado. Se não me engano, até deve ter sido na cantina da faculdade, tipo uma bolinha de soja ou alguma coisa qualquer assim. E sim, eu gosto bastante do sabor e depois a partir daí tive fases da vida em que andava a tentar de facto implementar algumas refeições vegetarianas durante a semana, também cheguei a viver com uma colega de casa vegetariana que ajudava imenso porque íamos testando coisas diferentes. Mas agora tenho estado um bocadinho menos focada nesses objetivos.

Coisas que tenha experimentado e não tenha gostado... já comi alguns pratos de tofu que não estavam incríveis, mas acho que quando é bem feito ficam bons, portanto há de ter sido da confeção e não tanto do ingrediente em si.

9 - O que é que impede de ser vegetariano? O que é que te levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana?

Gosto de carne e de peixe. Eu nunca seria vegetariana por princípio, no sentido em que sim, eu tenho alguma consciência da parte do bem-estar animal e da parte que tem a ver com esse paradigma, com esse dogma. No entanto, eu sou aqui um bocadinho mais prática e apesar de gostar muito dos animais e fazer um esforço por comprar ovos de galinhas

felizes e por não beber leite por causa da questão das vacas e dos antibióticos e de obrigarem as vacas a estarem constantemente grávidas, por exemplo, isso não gosto e, portanto, faço alguma coisa em relação a isso, dentro daquilo que consigo. No que toca ao vegetarianismo puro, eu já acho que para mim constitui um exagero, eu vejo a dieta vegetariana como uma dieta mais sustentável.

Eu acho que a dieta vegetariana é muito útil para complementar a dieta, mesmo a nível de saúde e de sustentabilidade, é uma dieta ótima, aliás, há vários estudos que provam que a dieta vegetariana tende a ser mais saudável a longo prazo do que uma dieta com muita carne e, portanto, eu aqui inclino-me mais para aquilo que eles chamam um flexitariano e vou tentando comer um bocadinho de tudo, sem exagerar nas carnes vermelhas, por exemplo, mas gosto genuinamente de comer carne e peixe.

O que me levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana seriam preços impossíveis. Se a carne ficasse tão cara que eu não conseguisse pagá-la, teria de ser. Seria uma inevitabilidade, mas de resto acho que não, sou mesmo mais ponderada nesse aspeto.

10 - Até que ponto o bem-estar animal é importante para ti? Se sim, que ligação fazes entre consumo alimentar e bem-estar animal?

O bem-estar animal é importante para mim. Eu acho que é importante não comprar peixe daquelas pescas abusivas. Acho que nós podemos fazer muito continuando a comer as coisas, ou seja, podemos observar o bem-estar animal do ponto de vista dos ovos das galinhas felizes, que são criadas com espaço e ao ar livre, portanto, à partida terão sido mais bem-criadas e terão tido uma vida um bocadinho mais feliz.

Comprar peixes que não estejam também em vias de extinção e tudo mais, e isso há supermercados que já nem vendem esse tipo de peixe. No que toca, por exemplo, ao tipo de peixe e tipo de frutas versus a altura do ano, porque comer sardinhas numa altura em que não é a altura da sardinha não é uma boa ideia, uma vez que depois a reprodução delas fica ameaçada, e mesmo assim já é um peixe que está um bocadinho ameaçado. Portanto, tentar aqui jogar um bocadinho também com o conhecimento que nos dão e que são obrigados a dar nos supermercados, se a carne vem de um sítio onde tratam bem os animais ou não, se vem de longe ou não, porque aí não é bem-estar animal, mas é a parte da sustentabilidade. Se vier de muito longe, à partida é menos sustentável. O leite já consegui deixar, para já ainda não consegui deixar totalmente coisas como queijo e assim, mas também já não como tanto quanto comia e acho que é um bocadinho ir fazendo aquilo

que se consegue com as ferramentas que se tem e, no meu caso, sem deixar completamente de comer as coisas e de fazer uma dieta variada.

11 - Até que ponto te preocupas com a degradação do ambiente e do clima? Se sim, que ligação fazes entre regime alimentar e degradação ambiental?

Preocupa-me bastante e de facto acho que a alimentação está muito ligada à parte da sustentabilidade, nomeadamente ao nível da pecuária. Por exemplo, a pecuária tem emissões de metano muito grandes, já se começam a encontrar algumas soluções para se reaproveitar e já há países que taxam as vacas, por exemplo, por causa do metano produzido. No entanto, acho que depois também é preciso tomar decisões com consciência, ou seja, eu dizer que toda a dieta vegetariana é melhor porque é ambientalmente correta não é sempre verdade. O sítio de onde as coisas provenham, a forma como as coisas foram colhidas ou foram plantadas, se eu tiver campos de soja que ocupam muito mais espaço do que os campos, se calhar, que as vacas estão a utilizar e as culturas que estão a ser utilizadas para as alimentar, se calhar essa soja deixou de ser tão sustentável e, portanto, tentar aqui também, obviamente que nunca ninguém tem esta informação toda quando vai ao supermercado, mas tentar de vez em quando ir lendo sobre os temas, ir vendo alguns documentários, tentar perceber, porque de facto há muito benefício na dieta vegetariana em termos de sustentabilidade.

Às vezes a diferença na sustentabilidade até pode ser não deixar de comer carne, mas passar a comer carne que é alimentada de forma sustentável, ou seja, por exemplo as vacas que são alimentadas com soja e com outros estilos de plantação que ocupam menos espaço e isto também faz parte. Aqui preocupa bastante a desflorestação, a exploração dos oceanos em demasia e, portanto, é tentar contrariar um bocadinho essas tendências.

12 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, lembras-te de quais influenciadores e em que plataformas?

Sim, eu sigo alguns no Instagram. O Tiago Lagoa, que fala muito sobre o vegetarianismo e dá muita informação sobre a parte de sustentabilidade do vegetarianismo. Ele não é só vegetariano por ser, ele fala dos problemas ambientais das coisas e dá os nomes às coisas e eu acho isso super interessante.

Depois também tenho um que é o vegetariano.pt, que é uma nutricionista vegetariana que fala um bocadinho de carências nutricionais e como evitá-las e tenta perceber o que é melhor e o que não é. Eu costumo seguir também o blog da Spice, apesar de não ser super

vegetariana, ela também faz cozinha sustentável e sem desperdício, portanto, a grande maioria das refeições que ela sugere são vegetarianas.

13 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Acho que até certo ponto sim porque acho que também vem daí um bocadinho a vontade. Quando uma pessoa vê que eles fazem os pratos e que têm bons aspeto e que têm todo o ar de ser incríveis, acho que também ajuda uma pessoa a perceber de forma diferente a dieta e não olhar para o vegetarianismo como aquela pessoa que só come saladas. Foi um bocadinho a partir de ver receitas diferentes, de ver coisas que eu poderia experimentar na cozinha.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

14 - Qual das publicações dos influenciadores (histórias) mais te impressionou? Porquê?

Aquela de ganhar anos de vida (Influenciadora Maria Júlia). Porque acho que qualquer pessoa que olhe para isso e pense genuinamente que pode ganhar anos de vida se passar a comer numa base um bocadinho mais vegetariana, inclusive é mais saudável, se calhar tem uma motivação maior. Nem toda a gente tem a motivação da sustentabilidade e nem toda a gente tem outra motivação qualquer de sabe bem ou sabe mal, o que eu quero mesmo é comer. Portanto, acho que essa seria a melhor publicação em termos de convencer alguém de que é uma boa dieta. Seria a parte de convencê-lo que vive mais tempo e mais saudável.

15 - Quais elementos da história achaste mais atrativos? O estilo, a narrativa, os elementos visuais...? Porquê? E menos atrativos? Porquê?

Eu gostei de a pessoa falar porque eu acho que quando se trata destas coisas, se for uma pessoa de confiança porque não é uma influencer qualquer que eu vou confiar, se for uma pessoa que é de nutrição, à partida eu vou dar ouvidos e prefiro isso do que ver, por exemplo, as imagens da comida, porque isso para mim diz-me muito pouco. Porque a pessoa sempre explica um bocadinho pelas suas palavras aquilo que leu e aquilo que é possível. É bom que os textos complementem a mensagem, porque nem toda a gente tem paciência para ver os vídeos, portanto é bom que os textos tenham informação suficiente para complementar.

16 - Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Motivam-me nessa semana a comer mais vegetariano do que outra coisa. Acho que isso vai influenciando e vamos tentando sempre experimentar novas receitas, influencia nesse sentido de se calhar podemos ser mais saudáveis e comer aqui um bocadinho mais neste estilo. E pelo menos durante umas semanas isso dura, depois às vezes falha um bocadinho.

17 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

Pelos hábitos alimentares, eu gosto muito do Tiago Lagoa e acho que ele tem uma justificação científica e plausível das coisas que fala, ele não fala só por falar. E isso para mim mexe mais, porque ele está a falar com dados e neste caso até está a contrariar ideias, ou uma situação que eu não acho interessante, que é quando se usa as ideologias políticas sem conhecimento para tentar passar uma mensagem, qualquer que seja, neste caso contra o vegetarianismo. E para mim isso mete-me impressão e chateia-me. Acho que as pessoas devem tomar decisões informadas e cientificamente baseadas, que é para não serem completamente enganadas, quer por marketing, quer por políticas, quer por coisas que não fazem sentido. E, portanto, acho que isso é o que me atrai mais nesse post, que é a parte de ser estudado.

18 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Porquê? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Acho que são capazes de incentivar, um post não muda a forma de pensar. Acho que podes, aos poucos, começar a ser incentivado a experimentar, e depois, gostando, podes ser então incentivado a mudar. Acho que o post em si não muda a tua perspetiva. Se tiveres uma abertura mental suficiente, e eu tenho, vais utilizá-los como ponte, como degrau para conseguires experimentar as coisas e ter mais noção da parte sustentável.

Entrevista Participante 13

1 - Que idade tens?

30 anos

2 - Preocupas-te com a tua saúde e bem-estar?

Sim. Eu acho que se nós estivermos bem e sentimos bem connosco e com a nossa saúde, vamos estar automaticamente com mais energia, mais felizes e isso é uma coisa que condiciona a minha vida e que eu sinto que é uma coisa importante, até prioritária, no meu dia-a-dia.

3 - Tens prazer em comer ou comes apenas por necessidade?

Tenho muito prazer em comer. E por exemplo, estar a fazer isso com meus amigos é algo que gosto imenso.

4 - O que é para ti uma boa refeição?

Uma boa refeição, prazerosa, é a que inclua os alimentos que eu gosto e na quantidade certa, não vai ser necessariamente algo saudável. Depois também tem sempre de ter uma sobremesa. São coisas me que dão prazer.

5 - Em que medida é que tens cuidado com a tua alimentação?

Durante a semana tento esforçar-me para incluir sempre mais legumes, mais sopa, fruta, ou seja, tomar algumas decisões a nível de quantidades e de ingredientes, que são coisas que vão fazer bem e trazer alguma energia. Tenho algum cuidado quando escolho, ou por exemplo, quando vou às compras.

6 - Até que ponto o meio em que vives e a cultura ao teu redor influenciam as tuas escolhas alimentares?

Muito. Se existe alguém à minha volta que tem hábitos que não sejam tão saudáveis, eu tendencialmente vou também ter essas escolhas. Se um colega diz que vai comer um chocolate, eu também vou querer comer um chocolate, e em tudo.

7 - Como descreverias a dieta vegetariana? Consideras-te suficientemente informado? Quais são as tuas principais fontes de informação?

Eu descrevia como uma dieta à base de legumes e vegetais, que não incluam carne, peixe, ovos. Considero-me informada, mas não ao ponto de recomendar ou de dizer a 100% o que é que seria equilibrado nessa dieta, contudo tenho algum conhecimento porque também estudei nutrição e então sei da parte que aprendi.

Utilizo as redes sociais como fonte de informação, mas mais páginas de colegas e pessoas que sei que são páginas com coisas científicas ou têm artigos ou coisas mais técnicas.

Raramente me deixo influenciar por páginas que eu não conheço ou por informações que eu não conheço.

8 - Já alguma vez experimentaste uma refeição vegetariana? Se sim, como é que isso aconteceu? A decisão de experimentar foi tua? Se sim, do que é que gostaste e não gostaste?

Acho que uma vez. A decisão foi minha, mas só porque naquele dia o prato vegetariano me agradou mais que o outro. Dentro do que havia, aquilo parecia melhor, foi só mais nesse sentido e não por ser vegetariano. Não me lembro exatamente o que era, gostei, mas não adorei como adoro um prato de carne e peixe.

9 - O que é que impede de ser vegetariano? O que é que te levaria a abandonar o consumo de carne e a adotar uma dieta vegetariana?

Eu acho que a nível de cuidado que eu já tenho, seriam necessários muito mais cuidados nesse sentido e preocupações. E a nível de sabor eu não sou uma pessoa que tendencialmente goste logo de coisas com muitos legumes ou muito alternativas. Quando digo alternativas, não quer dizer que sejam erradas, mas é ao que eu já estou habituada, então, à nível de sabor seria um impedimento para mim.

Duas coisas que fariam-me abandonar o consumo de carne: essencialmente, o ambiente e a sustentabilidade, tudo o que seria o futuro porque nós sabemos que a nível de recursos gasta-se muito mais a comer carne. E também pela saúde, ou seja, se tivesse algum problema de saúde ou qualquer coisa, inevitavelmente acabaria por optar.

10 - Até que ponto o bem-estar animal é importante para ti? Se sim, que ligação fazes entre consumo alimentar e bem-estar animal?

É importante, mas ele faz-me confusão. Sei que é um problema, mas nisso sou um bocadinho hipócrita, não tomo a decisão de controlar ou tomar outras decisões no meu dia-a-dia. Eu sei que o problema existe, mas não penso nele.

11 - Até que ponto te preocupas com a degradação do ambiente e do clima? Se sim, que ligação fazes entre regime alimentar e degradação ambiental?

Eu acho que é a mesma coisa. Eu sei que existem os problemas ambientais e que o regime alimentar tem influência, sei que são precisas tomar medidas, eu tomo algumas como desligar a água, fazer algumas coisas, mas a nível alimentar, mudar o meu dia-a-dia e o meu regime, não faço isso. E também não tomo essas decisões no momento de compra.

12 - Já visitaste páginas de influenciadores de dieta vegetariana no Instagram ou em qualquer outra plataforma? Se sim, lembras-te de quais influenciadores e em que plataformas?

Acho que especificamente não.

13 - Já alguma vez o que viste ou leste em páginas de influenciadores te fez mudar de ideias sobre as tuas opções alimentares?

Não especificamente vegetariana, mas talvez me tenham feito comprar um ou outro produto que eu fui estudar e até gostei, deram-me o conhecimento disso, por isso diria que sim.

Bloco 2: Reflexões pós-publicações

14 - Qual das publicações dos influenciadores (histórias) mais te impressionou? Porquê?

A última (Influenciador Tiago Lagoa) porque falou de mais política e abordou coisas mais técnicas.

15 - Quais elementos da história achaste mais atrativos? O estilo, a narrativa, os elementos visuais...? Porquê? E menos atrativos? Porquê?

Foi a narrativa, a forma como falou das questões ambientais e como a alimentação vegetariana pode ajudar. A forma de comunicar dele é atrativa e que faz com que preste atenção no vídeo.

16 - Como é que as histórias partilhadas pelos influenciadores no Instagram sobre a alimentação vegetariana afetaram as tuas emoções ou pensamentos? Sentiste-te inspirado(a) ou motivado(a) de alguma forma?

Não sei se alterariam aquilo que eu pensava antes de os ver. Poderiam se calhar despertar mais para o tema, mas no final fico como é só mais uma publicidade e mais uma pessoa a falar.

17 - Houve alguma parte específica de um storytelling de influenciador que mexeu contigo ou que te fez refletir sobre os teus hábitos alimentares?

A última mesmo (Influenciador Tiago Lagoa) quando ele falou da parte mais técnica da agricultura, dos solos, do projeto Proteína Verde que estão a fazer na Associação. Essas partes me fizeram refletir um pouco mais sobre o tema.

18 - Estas histórias são capazes de mudar o teu pensamento para a adoção de uma dieta mais à base de vegetal? Porquê? Despertam alguma reflexão sobre os teus hábitos alimentares?

Não especificamente os quatro, porque eu já tenho visto várias coisas e também não mudei. Ou seja, eu acho que tem de ser mesmo uma coisa que eu tenha de ter para mim, pensar para mim como objetivo meu e não porque eu vi. Ou seja, por uma questão de saúde minha, não porque eu vi nas redes sociais. Não diria que é por ver esses posts de influenciadores que eu mudaria alguma coisa, se calhar estaria atenta nos primeiros dois ou três dias, mas não seria uma mudança de atitude e de estilo de vida.