

**UNIVERSIDADE DE BRASÍLIA**  
**FACULDADE DE COMUNICAÇÃO**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO**

## **Sobre veganos e outros bichos:**

*As estratégias de comunicação pública do ativismo animal*

**Vanessa Negrini**

Trabalho apresentado à Banca Examinadora de  
Exame de Tese como requisito para obtenção do  
grau de Doutora em Comunicação

Linha de pesquisa: Políticas de Comunicação e de  
Cultura

Orientadora: Profa. Dra. Elen Cristina Geraldes

Brasília (DF)  
Março de 2019

Vanessa Negrini

**Sobre veganos e outros bichos: as estratégias de comunicação pública do ativismo animal**

Brasília/DF, março de 2019

Tese avaliada pela seguinte Banca Examinadora:

---

Profa. Dra. Elen Cristina Gerales  
Universidade de Brasília – UnB  
(Presidenta)

---

Profa. Dra. Janara Kaline Leal Lopes de Sousa  
Universidade de Brasília – UnB  
(Membro interno)

---

Profa. Dra. Kênia Augusta Figueiredo  
Universidade de Brasília – UnB  
(Membro externo)

---

Profa. Dra. Luisa Guimarães Lima  
Centro Universitário IESB  
(Membro externo)

---

Profa. Dra. Ellis Regina Araújo da Silva  
Universidade de Brasília – UnB  
(Suplente)

Ficha catalográfica elaborada automaticamente pela Biblioteca Central da UnB, com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Negrini, Vanessa

NN392c            Sobre veganos e outros bichos: as estratégias de comunicação pública do ativismo animal / Vanessa Negrini; orientadora Elen Cristina Geraldês. -- Brasília, 2019.

200 p.

Tese (Doutorado - Doutorado em Comunicação) -- Universidade de Brasília, 2019.

1. Comunicação Pública. 2. Direitos Animais. 3. Veganismo. 4. Vegetarianismo. 5. Ativismo. I. Geraldês, Elen Cristina, orient. II. Título.

Todos os animais nascem iguais perante a vida e têm os mesmos direitos à existência.

Declaração Universal dos Direitos dos Animais (Liga Internacional dos Direitos do Animal, 1978)

Ao porco desta foto, sacrificado para a ceia do ritual religioso cristão chamado Natal. Após testemunhar o sofrimento de sua morte, deixei de comer carne aos nove anos de idade.



## AGRADECIMENTOS

Aos gatinhos coletivos que habitam o ICC Norte da Universidade de Brasília. A cuidadora deles teve que se afastar por algumas semanas e me incumbiu de alimentá-los. O compromisso de ir todos os dias à Universidade para cuidar dessa turma me deu as forças que precisava na reta final para terminar a escritura da tese.

A Ítala Gabriela e Mateus, que na intermitência da vital cansaera sustentam meu fantasma de carne passageira<sup>1</sup>. Eu sei, não é fácil ser meus filhos, mas vocês estão fazendo um ótimo trabalho. Obrigada por serem meus primeiros leitores.

A todas as veganas e vegetarianas, a todos os veganos e vegetarianos que interagiram com o nosso trabalho. A pesquisa vegana ela se faz em processos participativos e em ressonância com a comunidade. Sem vocês este trabalho não seria possível.

A amiga vegana Denise Oliveira e aos amigos veganos Daniel Kirjner e Bruno Pinheiro pelas oportunidades que representaram um marco em minha trajetória. Ao amigo Eduardo Lemos por ser meu braço esquerdo no ano mais forte da minha vida. E ao querido Ricardo Borges que traduziu tudo isso numa imagem. Vocês são partes importantes do nascimento político de “Vanessa É o Bicho”.

As amigas Luana Ferreira e Natália Oliveira que me encorajam todos os dias. A amiga Luísa Montenegro, vegana, pesquisadora feminista, que com tanto engajamento me ajudou com o trabalho de revisão sistemática da pesquisa, apontando para um pensamento latino-americano encabeçado, sobretudo, por mulheres. Com vocês a vida é um projeto possível de ser vivido.

Aos pesquisadores Karoline Marques e Henrique da Silva que contribuíram de maneira significativa com essa pesquisa, realizando o levantamento de projetos de lei e matérias na imprensa sobre veganismo e direitos animais, respectivamente. Essa base de dados foi fundamental para consolidação das análises.

Às Professoras Ellis Regina da Silva e Luísa Guimarães Lima, pesquisadoras de comunicação pública, que me inspiram a buscar novos olhares e interfaces para o tema. Hoje,

---

<sup>1</sup> Analogia ao poeta Augusto dos Anjos (1884 - 1914), o poeta da morte, em “Aos meus filhos” (ANJOS, 1998).

é o ativismo animal que me chama neste debate. Dedico-lhes especialmente o capítulo 4, pois a comunicação pública muitas vezes pode ser a parede de vidro que precisamos para erguer um mundo melhor.

À Professora Kênia Figueiredo que me apontou uma ausência imperdoável na qualificação: a soberania e segurança alimentar. Dedico-lhe especialmente o capítulo 6, pois na emergência de falar sobre veganismo e direitos animais seria contraditório não questionar os processos produtivos que silenciam alternativas mais justas e solidárias..

Ao Professor José Geraldo de Sousa Jr que segue motivando e inspirando minha caminhada acadêmica. O debate aqui iniciado sobre o direito animal “achado na rua” são sementes; quiçá um dia sejam frutos a alimentar a luta por uma nova sociedade em que os direitos animais sejam enfim reconhecidos.

À Professora Janara Sousa. Você esteve mais presente neste trabalho do que pode imaginar. A todo o momento eu me pegava imaginando: o que ela falaria disto? Você tem o dom de conseguir extrair mais de mim. Foi assim desde a graduação quando mostrou que nosso trabalho de conclusão de curso não era apenas sobre uma associação de classe, mas sobre um modelo de comunicação com uma força vital tão poderosa, que desaguou na eleição do primeiro presidente operário da história deste país. Dedico-lhe especialmente o capítulo 3 – o mais ousado e ambicioso deste trabalho –, em que lançamos as bases para elaboração de uma abordagem metodológica vegana.

À minha orientadora, Professora Elen Cristina Geraldês. Ser sua aluna mudou a trajetória da minha vida de uma maneira tão radical, que às vezes olho com espanto o reflexo no espelho. Onde está aquela pessoa resignada em sobreviver, cujos sonhos estavam embrutecidos pelo cotidiano? Onde está aquela pessoa que olhava o mundo, mas não enxergava por trás dos mecanismos de opressão dos quais também foi vítima? É verdade que bem lá dentro de mim eu já sentia o esboço de um projeto de libertação, um grito suspenso de indignação – uma “protopalavra”, segundo Dussel (1995) –, mas que só ganhou forma articulada por suas mãos. Dedico-lhe a minha vida, a tentar seguir seu exemplo.

Ao ex-Presidente Luís Inácio Lula da Silva, por ousar defender que a universidade pública também é para pobre, por iniciar um processo de expansão universitária sem precedentes, graças ao qual tive a oportunidade de me graduar em um curso noturno, fazer mestrado e, agora, o doutorado. Enquanto ele é mantido preso político, segue em curso o processo inverso, de desmonte do Estado brasileiro, de ataque às conquistas sociais e,

sobretudo, de investida contra as universidades públicas, local onde o pensamento crítico nasce livre e não pode ser calado. Na soleira desta noite tétrica, resistiremos.

## RESUMO

Esta é a primeira tese de doutorado do Brasil no campo da Comunicação abordando direitos animais e veganismo. Investigamos as estratégias de comunicação pública do ativismo animal que contribuem para a difusão do veganismo e dos direitos animais no Brasil, a partir da observação da comunicação pública empreendida pela SVB (Sociedade Vegetariana Brasileira), ANDA (Agência de Notícias de Direitos Animais) e portal Vista-se. Apontamos os limites e possibilidades dessas estratégias em três dimensões: seu impacto na agenda pública, na agenda midiática e na agenda política. Lançamos as bases para a fundamentação de uma abordagem metodológica vegana. Propusemos um giro epistemológico ao considerar que os direitos humanos são derivados dos direitos animais e não o contrário como normalmente tem sido sustentado até aqui. A coleta de dados foi feita por meio de observação participante, análise de conteúdo e análise documental. Na interpretação dos dados nos valem das técnicas de análise textual e codificação. Veganismo e comunicação pública foram os conceitos de observação que orientaram a coleta dos dados. O Direito (Animal) Achado na Rua e o modelo de formação de políticas públicas foram os conceitos para leitura e interpretação dos resultados. Verificamos que as estratégias de comunicação pública estabelecidas pelo ativismo animal têm o papel de restabelecer referenciais ausentes no debate sobre veganismo e os direitos animais. Esse papel tem sido primordial para influenciar as agendas pública, midiática e política na construção de um mundo livre da exploração animal. Na agenda pública, têm sido mais efetivas as estratégias que privilegiam os processos relacionais, em vez de informacionais. Com a mídia, ganham mais alcance as estratégias de geração de dados primários, que dialogam com interesses mercadológicos. Para influenciar a agenda política, as estratégias mais efetivas são aquelas que conseguem ao mesmo tempo movimentar a agenda pública e midiática. Por fim, identificamos que se abrir para processos de escuta e enxergar a esfera política da comunicação é essencial para o ativismo animal encontrar sua dimensão mais importante: o “outro”.

**Palavras-chave:** Comunicação Pública; Veganismo; Direitos Animais; Ativismo Animal; O Direito Achado na Rua.

## ABSTRACT

This is the first doctoral thesis of Brazil in the field of Communication addressing animal rights and veganism. We investigate the public communication strategies of animal activism that contribute to the diffusion of veganism and animal rights in Brazil, based on the observation of the public communication undertaken by SVB (Brazilian Vegetarian Society), ANDA (News Agency for Animal Rights) and portal Vista-se. We point out the limits and possibilities of these strategies in three dimensions: their impact on the public agenda, the media agenda and the political agenda. We have laid the foundations for a vegan methodological approach. We have proposed an epistemological shift in considering that human rights are derived from animal rights and not the reverse as has been generally sustained until now. Data collection was done through participant observation, content analysis and documentary analysis. In the interpretation of the data we use the techniques of textual analysis and codification. Veganism and public communication were the concepts of observation that guided the data collection. The (Animal) Law Found on the Street and the model of public policy formation were the concepts for reading and interpreting the results. We verified that the public communication strategies established by animal activism have the role of restoring absent references in the debate on veganism and animal rights. This role has been instrumental in influencing public, media, and political agendas in building a world free from animal exploitation. In the public agenda, strategies that favor relational rather than informational processes have been more effective. With the media, the primary data generation strategies, which dialogue with market interests, gain more reach. To influence the political agenda, the most effective strategies are those that manage at the same time to move the public and media agenda. Finally, we identify that opening up to listening processes and seeing the political sphere of communication is essential for animal activism to find its most important dimension: the "other."

**Keywords:** Public Communication; Veganism; Animal Rights; Animal Activism; The Law Found on the Street.

## LISTA DE QUADROS E FIGURAS

Quadro 1 – Nossa pesquisa.....	28
Quadro 2 - Categorias de análise da pesquisa. ....	39
Quadro 3 - Técnicas utilizadas na coletas de dados .....	40
Quadro 4 - Interações realizadas nos grupos observados .....	41
Quadro 5 - Produção agropecuária brasileira (2017).....	61
Quadro 6 - Trabalhos selecionadas na revisão sistemática sobre veganismo.....	76
Quadro 7 - Alimentação na razão metonímica x razão cosmopolita.....	106
Quadro 8 - Segurança alimentar x modelo de negócio.....	110
Quadro 9 - Razão metonímica e agronegócio: tudo a ver .....	111
Quadro 10 - A carne nas religiões .....	122
Quadro 11 - Fãs, seguidores e inscritos nas redes sociais da SVB, ANDA e Vista-se (Fevereiro/2019).....	130
Quadro 12 – Engajamento e média de postagens diárias no Facebook da SVB, ANDA e Vista-se (Fevereiro/2019).....	131
Quadro 13 - Frequência x Engajamento da SVB, ANDA e Vista-se no Facebook. ....	132
Quadro 14 - Postagens no Facebook com maior engajamento na página da SVB.....	133
Quadro 15 - Postagens no Facebook com maior engajamento na página da ANDA.....	135
Quadro 16 - Postagens no Facebook com maior engajamento na página da Vista-se .....	136
Quadro 17 – Engajamento e média de postagens diárias no Instagram da SVB, ANDA e Vista-se.....	137
Quadro 18 - Frequência x Engajamento da SVB, ANDA e Vista-se no Instagram.....	138
Quadro 19 - Desempenho no Twitter da SVB, ANDA e Vista-se. ....	140
Quadro 20 - Frequência x Engajamento do Vista-se/Fabio Chaves no YouTube.....	141
Quadro 21 - Publicações do Vista-se, SVB e ANDA nos grupos observados (2018, 2017, 2016) .....	144
Quadro 22 - Média de engajamento por categoria de análise (2018, 2017, 2016).....	145
Quadro 23 – Matérias selecionadas para análise da influência da SVB, ANDA e Vista-se na imprensa .....	146
Quadro 24 - Análise de presença da SVB, ANDA e Vista-se na mídia .....	146
Quadro 25 - Repercussão na mídia por categoria.....	148

Quadro 26 - Projetos de lei apresentados no Congresso Nacional e Assembleias Legislativas de interesse dos direitos animais (2013 a 2018).....	155
Quadro 27 - Projetos de lei sobre direitos animais nas Assembleias Legislativas (2013 a 2018). .....	155
Quadro 28 - Frequência e engajamento de publicações da SVB no Facebook. ....	177
Quadro 29 - Frequência e engajamento de publicações da ANDA no Facebook. ....	177
Quadro 30 - Frequência e engajamento de publicações do Vista-se no Facebook.....	178
Quadro 31 – Visão geral no Facebook da SVB, ANDA e Vista-se. ....	178
Quadro 32 - Frequência e engajamento de publicações da SVB no Instagram.....	179
Quadro 33 - Frequência e engajamento de publicações da ANDA no Instagram. ....	179
Quadro 34 - Frequência e engajamento de publicações do Vista-se no Instagram. ....	180
Quadro 35 - Conteúdo do Vista-se no grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil (2018, 2017 e 2016).....	181
Quadro 36 - Conteúdo do Vista-se no grupo Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016).....	181
Quadro 37 - Conteúdo do Vista-se nos grupos VEGETARIANOS Iniciantes Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016) .....	182
Quadro 38 - Conteúdo da SVB no grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil (2018, 2017 e 2016) .....	183
Quadro 39 - Conteúdo da SVB no grupo Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016).....	184
Quadro 40 - Conteúdo da SVB nos grupos VEGETARIANOS Iniciantes Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016) .....	184
Quadro 41 - Conteúdo da ANDA no grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil (2018, 2017 e 2016).....	185
Quadro 42 - Conteúdo da ANDA no grupo Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016).....	186
Quadro 43 - Conteúdo da ANDA nos grupos VEGETARIANOS Iniciantes Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016) .....	186
Quadro 44 - Categorização das matérias analisada do Vista-se .....	187
Quadro 45 - Categorização das matérias analisada da SVB.....	189
Quadro 46 - Categorização das matérias analisada da ANDA.....	194

Figura 1 - Ativismo animal.....	24
Figura 2 - Desenho da pesquisa.....	36
Figura 3 - Mascotes da Sadia e Cooper .....	57
Figura 4 - Ovos tipo "galinha feliz" .....	59
Figura 5 - Granja tipo "galinhas livres de gaiolas" .....	59
Figura 6 - Diagrama de desenvolvimento da formação da agenda de atuação dos Poderes Públicos. ....	70
Figura 7 - Autores com mais de uma publicação em prioridade alta sobre veganismo .....	75
Figura 8 - Percentual de vegetarianos e veganos segundo a pesquisa da Nielsen Global Health .....	77
Figura 9 - Diferença entre vegetarianismo e veganismo .....	79
Figura 10 - Influências para virar vegetariano/vegano .....	89
Figura 11 - Propaganda do Leite Moça oferece livro de receitas grátis .....	104
Figura 12 - Livros de receita Leite Moça .....	105

## LISTA DE ABREVEATURAS E SIGLAS

ANDA – Agência de Notícias de Direitos Animais. Fundada em 2008, é a primeira agência jornalística do gênero no Brasil, criada para a difusão de notícias, relatos e valores ligados à defesa dos direitos animais.

DUDA – Declaração Universal dos Direitos dos Animais. De forma equivocada é reiteradamente atribuída à UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. Na verdade, o documento foi redigido originalmente pelo belga Georges Heuse e defendido pela Liga Internacional dos Direitos do Animal (hoje, LFDA), organização fundada em Genebra, em 1976, sob a presidência de Heuse. A Declaração foi proclamada na UNESCO, e não pela UNESCO; a intenção era realizar uma proclamação oficial solene em um órgão e local de prestígio, daí, portanto, a confusão gerada.

LFDA – Fondation Droit Animal, Éthique et Sciences.

PETA – Pessoas pelo Tratamento Ético dos Animais. É uma organização não governamental fundada em 1980, com mais de dois milhões de membros, que se dedica aos direitos animais.

SVB – Sociedade Vegetariana Brasileira. Fundada em 2003, promove o vegetarianismo como uma opção alimentar ética, saudável, sustentável e socialmente justa. Por meio de campanhas, convênios, eventos, pesquisa e ativismo político, a SVB realiza a conscientização sobre os benefícios do vegetarianismo, e trabalha para aumentar o acesso da população a produtos e serviços vegetarianos.

## SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS.....	6
<b>RESUMO</b> .....	9
LISTA DE QUADROS E FIGURAS .....	11
LISTA DE ABREVEATURAS E SIGLAS.....	14
<b>PRÓLOGO</b> .....	17
<b>ANUNCIAÇÃO</b> .....	20
<b>PARTE I – SEMEAR A TERRA</b> .....	27
1. DESÍGNIO .....	27
2. POR QUE IMPORTA? .....	29
3. A PESQUISA VEGANA .....	32
3.1. A nossa pesquisa vegana .....	35
<b>PARTE II - ALIMENTAR O DEBATE</b> .....	44
4. PAREDES DE VIDRO .....	48
4.1. Para quê comunicação? .....	64
4.2. Estratégias de comunicação.....	67
4.3. Formação da agenda pública .....	70
5. O QUE TEM NA MESA.....	73
5.1. Veganismo e outros “ismos” .....	78
5.2. O direito animal é PANC .....	91
6. AUSÊNCIAS E EMERGÊNCIAS.....	100
6.1. Segurança e soberania alimentar .....	107
7. CORDEIRO DE DEUS .....	114

<b>PARTE III - TEMPO DE COLHER</b> .....	126
8. DESTRINCHAR O CAMPO .....	126
8.1. Sociedade Vegetariana Brasileira.....	126
8.2. O primeiro e o maior portal de notícias sobre animais.....	128
8.3. O maior portal vegano da América Latina .....	129
8.4. Influência nas redes sociais .....	129
8.5. Influência entre vegetarianos e veganos.....	144
8.6. Influência na imprensa.....	145
8.7. Influência política.....	149
<b>ULTIMAÇÃO</b> .....	158
<b>POSFÁCIO RESSONANTE</b> .....	165
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	169
APÊNDICE I.....	177
APÊNDICE II .....	179
APÊNDICE III.....	181
APÊNDICE IV .....	183
APÊNDICE V .....	185
ANEXO I .....	187
ANEXO II .....	189
ANEXO III.....	194
<b>GLOSSÁRIO</b> .....	199

## PRÓLOGO

Belo Horizonte. Férias escolares de dezembro. A chuvinha fina e o dia nublado me convidam a ficar de preguiça na cama. Mas, naquela manhã de 1983, meus sonhos de verão foram interrompidos por vozes agitadas e grunhidos alucinantes.

– Vai, Serginho, anda logo – ouço a voz da tia Zinha no terreiro.

Corro na sacada a tempo de ver e ouvir o desfecho da cena: papai tinha acabado de golpear um porco no coração. Sem nenhuma experiência como açougueiro, a estocada fracassou. Foram necessárias várias investidas até o animal finalmente ceder.

As mulheres à volta rapidamente se põem a trabalhar numa sincronia macabra: umas recolhem o sangue, outras retiram as tripas, e mais algumas destrincham as partes. Nada é desperdiçado. O porco rapidamente se transmuta em chouriço, linguiça, pernil, costelinha, lombo, e é dividido entre a família. Os que contribuíram com mais recursos na engorda reivindicam as melhores partes. Nossa cota foi estocada numa lata grande de alumínio, daquelas usadas para armazenar grãos. Conservado na própria banha, viajamos de volta para casa, em Carajás, no Pará, uma semana de carro na estrada, com esse cadáver a me assombrar. Finda viagem, eu já não comia mais nenhum tipo de carne.

Foi assim que me tornei ovolactariana aos nove anos de idade. Ainda consumia leite, ovos e derivados, sem nunca imaginar que a exploração e o sofrimento por trás desse tipo de indústria são de muitas maneiras ainda mais cruéis do que a de carne.

Há 35 anos, se você não comia carne, era visto como um alienígena. Minha mãe por alguns anos tentou em vão me dissuadir que não era boa ideia. “Vai ficar anêmica, menina!”, era o argumento com o qual me atormentava. Por fim, se conformou. Depois de adulta, por alguns anos, cedendo às pressões sociais e ao desejo de não ser mais a chata que não “comia nada”, voltei a consumir peixe e frutos do mar. Mas logo desisti de tentar me encaixar e voltei com a dieta ovolactariana.

Com o passar do tempo, percebi que eu já não era assim tão “anormal”. Uma boa quantidade de colegas em algum nível não comia carne, ou evitava, ou estava tentando diminuir ou parar. Foi quando pela primeira vez ouvi falar sobre veganismo, imaginando no início que se tratava de um termo sinônimo para vegetarianismo. “Modinha”, pensei com meus

botões. No curso de graduação de Comunicação Organizacional, nas aulas da professora Elen Geraldes, vi o documentário *A Carne é Fraca* (2005). Foi quando compreendi que comer ovos e beber leite também tinha uma repercussão cruel na vida dos animais.

Há coisa de seis anos, por um acaso da natureza, me tornei protetora de animais. Uma gatinha de rua pariu sua ninhada no telhado de casa e foi-se embora, largando os filhotes sob os cuidados da minha família. De lá para cá nunca mais paramos. Já foram centenas de resgates, tratamento, castrações e doações de cães e gatos abandonados no Distrito Federal. Com uma estimativa de 60 a 120 mil animais nas ruas da Capital, assim como ocorre com todos os protetores, há dias que sou tomada pela desesperança.

Janeiro de 2018. Abro o computador e em tela estou com uns dez pedidos de ajuda para resgate e castração de animais. Nesse instante, o presidente da zonal Paranoá do Partido dos Trabalhadores (PT), Marcelo Geovano Didonet, me manda uma mensagem convidando para uma reunião do Partido. “Marcelo, qual o companheiro que será candidato este ano, que teria mais afinidade com a proteção animal? Quero ser voluntária na campanha eleitoral”, indago. Ele responde sem pestanejar: “Você”. Assim nasceu minha candidatura à deputada federal, com o nome político de Vanessa É O Bicho – uma criação do amigo Ricardo Borges. A bandeira da proteção animal e ambiental rendeu 6.020 votos e a primeira suplência do PT-DF na Câmara dos Deputados.

Em 15 de agosto de 2018, fui convidada a participar como debatedora do evento “Veganismo na Política”, na Universidade de Brasília. O evento marcou o início de minha transição para o veganismo. Em 30 de setembro de 2018, integro a mesa de mais um debate, dessa vez sobre “Direitos Animais na Política”, realizado por ativistas independentes da proteção animal do DF, no Parque da Cidade. Não tenho dúvida da importância desses dois eventos no resultado nas urnas, bem como o fato de ter assinado a carta compromisso da Sociedade Vegetariana Brasileira – “Promovendo o vegetarianismo como uma alimentação ética, saudável e sustentável”.

Quando minha orientadora propôs mudarmos o tema da minha pesquisa, para falar sobre comunicação pública, direitos animais e veganismo, não pestanejei. Acredito em Paulo Freire (2016) quando ele afirma que não há revolução apenas com “verbalismos” ou “ativismo”. É preciso andar de mãos dadas com a práxis, ou seja, com a reflexão e ação. É o que me encoraja a empreender este trabalho.

Sigo a escritura na primeira pessoa do plural em reconhecimento ao coletivo imbricado numa pesquisa científica, como já tive a oportunidade de enfatizar em outras oportunidades. Mas numa pesquisa vegana esse requisito se torna ainda mais radical pelos processos participativos e ressonantes envolvidos. No entanto, na investidura doutoral, me atrevo à transgressão de adotar a primeira pessoa do singular em algumas passagens. Há momentos da escritura e da análise que são tão pessoais, que seria incompatível com o plural. É como se houvesse dois narradores no texto – o “eu plural/coletivo”, que representa a síntese de pesquisadores colaboradores, autores consultados, interlocutores, orientadora, que contribuíram para o trabalho, e se aglutinam e se fundem tal como o poeta Cassiano Ricardo (1957) descreve “num só ninguém coletivo”. E tem o “eu singular”, que representa o narrador onisciente, aquele que o escritor peruano Mario Vargas Llosa (2012) definiu como “um narrador linguarudo que surge continuamente entre as suas criaturas e o leitor. Presença constante, arrebatadora, a cada passo interrompe o relato para opinar às vezes em primeira pessoa”. Aqui e acolá, quando necessário, esse narrador irá se revelar no texto.

Paradoxalmente, defender a tese neste momento – quando ainda restaria o dobro do tempo – representa um ato de resistência a um modelo antropofágico de fazer ciência que está matando o conhecimento. Wolton (2011) já alertou que informação não é sinônimo de conhecimento. Para transformar a matéria bruta da informação em conhecimento é preciso estabelecer processos dialógicos – entre os pares, com a comunidade acadêmica e, sobretudo, com a sociedade em geral – os quais estão sendo extorquidos pela velocidade imposta pela ótica concorrencial. As disputas bourdieunianas (BOURDIEU, 2003) em torno das relações de força simbólica dos que defendem, por exemplo, uma produtividade como um fim em si mesmo, e dos que estão preocupados com diferentes estados do mundo econômico, social, político, e que vêem a ciência como um instrumento de mudança social, estão cada vez mais acirradas. O capitalista científico será sempre um capitalista e – parece – eles estão dominando a Academia, marcada pela ótica do consumo acelerado e descartável também quando se trata de fazer ciência. Da minha parte, eu quero é revolução. Minha ciência só fará sentido se romper os muros da Universidade e ganhar as ruas.

*Homens! Por que fazeis isto? Pois nós também somos humanos, de natureza semelhante a vossa.*  
Bíblia (Atos 14:15)

## ANUNCIAÇÃO

O que nos faz humanos?<sup>2</sup> Que conjunto de atributos é necessário para sermos reconhecidos como seres humanos portadores de direitos especiais, supostamente superiores às demais 7,77 milhões de espécies de animais que vivem no mundo? Pode parecer estranho, mas o que entendemos hoje pelo que é ser humano nem sempre foi assim.

No século XV, haviam debates entre religiosos, pensadores e elites, para decidir se negros tinham alma ou não. Reconhecer que tinham alma tornava a escravidão algo injustificável e contrariava poderosos interesses econômicos. Até o século passado, índios e mulheres também não tinham o reconhecimento integral de sua humanidade. Eram como humanos de segunda categoria. No Brasil, apenas no século XX os indígenas deixaram de ser tutelados pelo Estado. E a igualdade jurídica entre homens e mulheres, somente começou a se firmar em 1962, com o advento do Estatuto da Mulher Casada, quando esta deixou de ser considerada civilmente incapaz. Apesar dos direitos formais conquistados, negros, indígenas e mulheres ainda hoje são tratados como humanos de categoria inferior.

Com relação aos animais não humanos, fortalecem os debates em torno do reconhecimento de seus direitos, em especial o direito a viver livre da subjugação humana e a realizar as potencialidades de suas espécies. Caminha para o consenso o reconhecimento de que

---

<sup>2</sup> Essa pergunta lançada pelos professores José Geraldo de Sousa Júnior e Antonio Sergio Escrivão Filho, na disciplina O Direito Achado na Rua, tomou minha mente desde 2015 e foi o fio condutor do diálogo que buscamos estabelecer em torno de um “direito animal achado na rua”.

animais são seres sencientes. Ou seja, são dotados de emoção e sentimento, conscientes da dor e do prazer. Alguns países, como França, Nova Zelândia, Portugal, Bélgica, Holanda, Suíça, Áustria, já positivaram em seus ordenamentos jurídicos essa condição, com as repercussões legais decorrentes desse reconhecimento. Noutros, é o Judiciário que impulsiona a mudança, em resposta a casos concretos demandados pela sociedade. Como ocorreu na Argentina, em que o Supremo Tribunal de Justiça concedeu a uma orangotango chamada Sandra, o *status* de “pessoa não-humana”. No Brasil, o PL6799/2013 traz o reconhecimento de que os animais possuem personalidade própria, oriunda de sua natureza biológica e emocional, sendo seres sensíveis e capazes de sofrimento. O projeto, que aguarda apreciação do Senado Federal, estabelece que animais domésticos e silvestres possuem natureza jurídica, sendo sujeitos de direitos despersonalizados, os quais podem gozar da tutela jurisdicional em caso de violação, sendo vedado o seu tratamento como coisa. Entre os anos de 2013 e 2018, haviam 236 projetos versando sobre maus-tratos aos animais em tramitação na Câmara dos Deputados, Senado Federal, Câmara Legislativa e Assembleias Legislativas dos Estados brasileiros. Entretanto, a maioria desses projetos e leis não alcançam aqueles animais explorados para o consumo humano. Ainda que aprovados e em vigor, vão valer apenas para alguns animais. Bois, galinhas, peixes, porcos seguirão com os mesmos direitos de uma porta, uma cadeira, uma mesa.

No Brasil, cerca de 30 milhões de pessoas não comem carne, o equivalente a 14% da população<sup>3</sup>. O número quase dobrou nos últimos seis anos, segundo o levantamento do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), que entrevistou 2002 pessoas em 142 municípios, no início de 2018. Segundo um relatório da GlobalData<sup>4</sup>, uma empresa líder de dados e análises, que trabalha com 4 mil das maiores empresas do mundo, um total de 70% da população mundial está diminuindo o consumo ou deixando de comer carne completamente.

---

<sup>3</sup> 14% da população se declara vegetariana. Disponível em <http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana/>. Acesso em 27/11/2018.

<sup>4</sup> Millennials Are Driving The Worldwide Shift Away From Meat. Disponível em <https://www.forbes.com/sites/michaelpellmanrowland/2018/03/23/millennials-move-away-from-meat/#2c0f149ca4a4>. Acesso em 07/03/2019.

A mudança estaria sendo impulsionada pela geração *millennials*<sup>5</sup>, propensa a considerar questões de bem-estar animal e impactos ambientais ao tomar suas decisões de compra.

De pensadores da antiguidade, como Porfirio e Plucarco, que repudiavam a alimentação com carne, ao consumo desta se tornar símbolo de riqueza na idade média, quando apenas a parcela mais abastada da sociedade tinha acesso, o *status* social da carne vem mudando conforme os tempos. Comer carne é uma tradição e como toda tradição se constitui no tempo e na história de um determinado povo. Sendo um hábito introduzido culturalmente, também pode ser influenciado e modificado, inclusive por meio da comunicação.

No recorte político nacional contemporâneo também vislumbramos mudanças significativas no *status* da carne. O então presidente Luís Inácio Lula da Silva costumava enaltecer como feito de seus mandatos que o povo brasileiro passou a comer mais carne<sup>6</sup>. Menos de uma década depois, em campanha disputando a Presidência da República, o candidato petista Fernando Haddad fazia palanque com representantes da Bancada Vegana<sup>7</sup>, se comprometendo com um rol de reivindicações do grupo<sup>8</sup>, fazendo questão de divulgar em suas redes sociais que tem uma filha vegana e que frequenta (e gosta de) restaurantes do gênero<sup>9</sup>. Por sua vez, o candidato eleito, notório defensor das vaquejadas, dos rodeios e da liberação da

---

<sup>5</sup> A geração Millenium (também conhecida como geração Y) se refere aos nascidos após o início da década de 1980 e até ao início da década de 1990; é formada por jovens que nunca viveram sem internet.

<sup>6</sup> "Eles achavam que a gente só tinha direito de comer pé e pescoço de frango", diz Lula em Porto Alegre. Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/geral/noticia/2014/10/Eles-achavam-que-a-gente-so-tinha-direito-de-comer-pe-e-pescoco-de-frango-diz-Lula-em-Porto-Alegre-4626365.html> . Acesso em 27/11/2018.

<sup>7</sup> A Bancada Vegana é um movimento suprapartidário, criado para pautar politicamente a sociedade sobre a causa animal, a alimentação consciente e a urgência da preservação do meio ambiente e dos recursos naturais. Vide em <https://www.bancadavegana.org/>. Acesso em 07/12/2018.

<sup>8</sup> Haddad se reúne com veganos e se compromete a criar órgão federal de proteção aos animais. Disponível em <https://www.vista-se.com.br/haddad-se-reune-com-veganos-e-se-compromete-a-criar-orgao-federal-de-protECAo-aos-animais/>. Acesso em 07/12/2018.

<sup>9</sup> Haddad fez um post em sua página no Facebook dizendo que foi ao restaurante vegano Hi Pokee com sua filha. A publicação teve mais de 14 mil curtidas e quase dois mil comentários. Disponível em <https://www.facebook.com/fernandohaddad/posts/ontem-levei-minha-filha-vegana-no-hi-pokee-na-rua-augusta-gostei-bons-temperos-t/1856723561074925/>. Acesso em 07/12/2018.

caça esportiva<sup>10</sup>, foi impulsionado a reagir e declarar que criaria uma secretaria de proteção aos direitos dos animais domésticos<sup>11</sup>.

Contribui para esta mudança cultural do *status* social da carne o trabalho de ativistas veganos e dos direitos animais, organizados em diferentes grupos, enfoques e formas de atuação. Nossa pesquisa se refere a “ativismo animal” para designar de maneira ampla a vastidão desses interesses e forças que, em alguma medida e nível de comprometimento, se preocupam com os direitos animais. Temos os veganos, que abolem a exploração animal em todos os níveis de sua vida (mas há os que se limitam aos animais não humanos nessa esfera de consideração); temos os vegetarianos, que não consomem alimentos de origem animal (mas há os que admitem o consumo de ovos, leites, mel e derivados); e temos os protetores animais (muitos dos quais amam cães e gatos, mas seguem comendo outros animais). Nossa pesquisa fala sobre veganos e outros bichos (vegetarianos, protetores) que fazem ativismo animal (lutam pelos direitos animais). Exemplo desse ativismo animal, destacamos a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), a Agência de Notícias de Direitos Animais (ANDA) e o portal Vista-se.

---

<sup>10</sup> “Esporte saudável”: Bolsonaro defende liberação de caça no Brasil. Disponível em <https://www.jornalopcao.com.br/ultimas-noticias/esporte-saudavel-bolsonaro-defende-liberacao-de-caca-no-brasil-131280/> . Acesso em 27/11/2018.

<sup>11</sup> Bolsonaro diz que criará secretaria de proteção aos direitos dos animais; mas só para domésticos. Disponível em <https://www.vista-se.com.br/bolsonaro-diz-que-criara-secretaria-de-protacao-aos-direitos-dos-animais-mas-so-para-domesticos/> . Acesso em 27/11/2018.

**Figura 1 - Ativismo animal**



**Fonte: Elaboração própria.**

Fundada em 2003, a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) promove o vegetarianismo como uma opção alimentar ética, saudável, sustentável e socialmente justa. Por meio de campanhas, convênios, eventos, pesquisa e ativismo político, a SVB realiza a conscientização sobre os benefícios do vegetarianismo, e trabalha para aumentar o acesso da população a produtos e serviços vegetarianos.

A Agência de Notícias de Direitos Animais (ANDA) é uma agência criada em 2008 para a difusão de notícias, relatos e valores ligados à defesa dos direitos animais. É o primeiro portal jornalístico do mundo que combate a violência social e a destruição do meio ambiente a partir da defesa dos direitos dos animais. A ANDA sustenta que seu trabalho serve não apenas para informar, mas formar conceitos, modificar ideias, influenciar decisões e definir valores.

O Vista-se, no ar desde 2007, é o maior portal vegano da América Latina. Criado por Fabio Chaves inicialmente com o propósito de vender camisetas com estampas pregando o veganismo e os direitos animais, o portal foi agregando conteúdo jornalístico e se tornou um difusor da cultura vegana.

O veganismo e os direitos animais assumem importância cada vez maior no mundo, seja por motivos filosóficos, espirituais ou ambientais. O hábito de comer carne, além de ser moralmente degradante<sup>12</sup> para a espécie humana, também ameaça a subsistência da mesma e a sustentabilidade ambiental do planeta. A produção de carne é responsável pelo desmatamento das florestas (para pastagem e produção de grãos para alimentação animal), pelo desperdício de água doce (a pecuária é atividade humana que mais consome água potável), pelo desperdício alimentar (um acre de terra pode alimentar 20 vezes mais vegetarianos do que comedores de carne).

Nosso interesse é investigar fatores que impulsionam a mudança cultural do hábito alimentar de comer carne e explorar animais<sup>13</sup>. Com esse propósito, buscamos identificar e analisar estratégias de comunicação pública adotadas pelo ativismo animal para ampliar a visibilidade da causa, a partir da observação da SVB, da ANDA e do portal Vista-se. Para manter a coerência com o tema, buscamos elencar as premissas para uma abordagem metodológica vegana, a partir da qual definimos nossas estratégias de pesquisa.

Esta pesquisa está dividida em três partes. Na primeira – semear a terra –, apontamos os objetivos do trabalho, discutimos a relevância acadêmica, política e social de se investigar comunicação pública, veganismo e direitos animais. Iniciamos o debate em torno das bases para uma abordagem metodológica vegana. Revelamos ainda os procedimentos metodológicos adotados, nossas escolhas e decisões. Na segunda parte do trabalho – alimentar o debate –, avançamos com o contexto social, histórico e religioso do consumo da carne e da ascensão do veganismo e dos direitos animais. É aqui que trabalhamos ainda conceitos que são fundamentais para a leitura da nossa pesquisa, como a comunicação pública e o direito animal

---

<sup>12</sup> No “posfácio ressonante” discuto porque considero moralmente degradante consumir produtos de origem animal e explorar animais.

<sup>13</sup> Tenho uma frustração pessoal de nunca ter convencido alguém – que eu saiba – a deixar de comer carne. Nem mesmo meus filhos. Itala deveria ter por volta de uns seis anos de idade, quando tentei implantar uma dieta vegetariana para todos em casa. Um dia, sai para trabalhar, mas tive que voltar para buscar uns documentos. Era hora do almoço, e quando minha filha me viu arregalou os olhos e tentou tampar o prato com as mãozinhas; mas era impossível esconder o bife enorme, que atravessava uma borda a outra. Sentindo falta da carne, ela conseguiu convencer a babá a comprar com seus próprios recursos! Vinte anos depois, Itala resolve virar vegana, não por minha causa, mas pelo Tutti, um galinho que ajudou a criar desde pequeno na casa da avó.

achado na rua. A terceira e última parte – tempo de colher – agrega nossos resultados em campo e as conclusões.

Sabemos o quanto é difícil pensar em direitos animais em um mundo em que os direitos humanos são colocados à prova todos os dias. Apesar do reconhecimento formal, negros, mulheres, indígenas, pobres, precisam se afirmar todos os dias como humanos portadores de direitos e lutar por seu lugar ao sol. Muitos irão questionar a pertinência de se investir esforços nesta causa, quando ainda há tantas lutas a serem travadas pela vida das pessoas. Mas a verdade é que lutar pelos direitos animais fortalece a luta pelos direitos humanos, pois, como veremos ao longo deste trabalho, a base das opressões e violências são as mesmas: a tradição, o capitalismo, o patriarcado, o especismo.

Da mesma forma que hoje olhamos para nosso passado com estranhamento e indignação como eram tratados negros, indígenas e mulheres – e seguimos em luta contra o genocídio da população negra e indígena, contra o machismo e a misoginia –, os seres humanos do futuro vão olhar para o nosso tempo, para nossas disputas sobre os direitos animais e se perguntar como perdurou por tanto tempo essa exploração. Não haverá dúvidas sobre a senciência dos animais. Não haverá dúvidas sobre seu direito a uma vida plena, sem sofrimento, livre de exploração. Investigar as estratégias de comunicação pública adotadas pelo ativismo animal ajuda a pavimentar o caminho. Esse é o trabalho que nos toca.

## PARTE I – SEMEAR A TERRA

*Numa manhã, ao despertar de sonhos inquietantes, Gregório Samsa deu por si na cama transformado num gigantesco inseto.*  
Franz Kafka (A Metamorfose)

### 1. DESÍGNIO

A Metamorfose, novela do escritor vegetariano Franz Kafka<sup>14</sup> (1883-1924), conta a história de um homem que um dia acorda metamorfoseado em um enorme inseto. Dessensibilizado pela vida cotidiana, o homem parece mais preocupado em não se atrasar para o trabalho do que com a sua transformação.

Sem perceber, em nosso cotidiano adotamos uma série de atitudes embrutecedoras. O trabalho repetitivo nos iguala a máquinas. O consumo excessivo altera a ordem de prioridades. E o que vai ao nosso prato, embora muitas vezes fruto de violência, crueldade, sofrimento e degeneração, aparece apenas como bonito e apetitoso, um alimento que nega a sua própria história.

Em busca deste resgate, urge investigar quais as estratégias de comunicação pública são adotadas pelo ativismo animal para ampliar a visibilidade da causa. Essa é a questão-problema que buscaremos discutir e responder na presente pesquisa. E faremos isso a partir da observação da comunicação pública empreendida pela SVB (Sociedade Vegetariana Brasileira), ANDA (Agência de Notícias de Direitos Animais) e do portal Vista-se.

---

<sup>14</sup> Vergonha e vegetarianismo em Kafka. Disponível em <https://www.diariodocentrodomundo.com.br/vergonha-e-vegetarianismo-em-kafka-por-luisa-gadelha/>. Acesso em 04/02/2019.

**Quadro 1 – Nossa pesquisa**



**Fonte: Elaboração própria.**

Nosso objetivo geral é identificar e analisar estratégias de comunicação pública do ativismo animal que contribuem para a difusão do veganismo e dos direitos animais no Brasil. Vamos problematizar comunicação pública no ativismo animal, e apontar limites e possibilidades dessas estratégias a partir de um triplo olhar: seu impacto na agenda pública, com repercussão entre veganos, vegetarianos e público em geral, observado no diálogo que o ativismo animal consegue estabelecer com as pessoas, contribuindo para a superação da exploração animal; seu impacto na agenda midiática, observado na repercussão da temática veganismo e direitos animais na imprensa; e seu impacto na agenda política, observado na eleição de candidatos que defendam a causa animal e na apresentação de projetos sobre veganismo e direitos animais. As três agendas ao mesmo tempo são influenciadas e influenciam umas às outras, num movimento que pode ser provocado e/ou estimulado pela comunicação pública do ativismo animal.

## 2. POR QUE IMPORTA?

Embora haja diferenças biológicas e sociais entre os animais humanos e os não humanos, há uma semelhança essencial que deveria nos igualar no direito à vida: nossa capacidade de sofrer (BENTHAM, 1781). A experiência da dor nos iguala e torna o hábito de explorar animais algo moralmente repugnante.

Os interesses dos animais merecem consideração por si mesmo e não dependem de qualquer benefício que possam trazer aos animais humanos (SINGER, 2013). No entanto, seres egolátricos que somos, muitas vezes incapazes de empatia até mesmo por outros animais humanos, talvez isso não seja um argumento relevante. Se acabar com a dor de bilhões de animais mortos todos os anos para satisfazer o prazer humano não for justificativa suficiente para uma tese de doutorado, importa enfatizar o interesse da própria subsistência humana. Conforme dados levantados por Francione (2013), uma alimentação vegetariana estrita contribui para:

1) Eliminar a fome mundial – Mais de 40% dos grãos mundiais são utilizados para alimentação de animais destinados à produção de carne. Para produzir um quilo de proteína animal é necessário investir quase seis quilos de proteínas vegetais. Ou seja, uma alimentação vegetariana trará maior oferta de alimentos para todos.

2) Preservar as florestas – A produção de carne exige vinte vezes mais terra do que a produção de vegetais, grãos e frutas. Isso significa que mais florestas serão derrubadas para dar lugar à pastagem e à produção de grãos destinados à alimentação animal.

3) Preservar a água doce – Você pode viver sem carne? Certamente sim, ainda que ache difícil. Há milhares de vegetarianos pelo mundo que mostram que é uma forma de alimentação viável. Mas você pode viver sem água? Certamente não. A pecuária consome a maior parte de água doce do mundo. Para produzir um quilo de carne são necessários 15 mil litros de água<sup>15</sup> (média mundial); para produzir um quilo de trigo, apenas 900 litros.

---

<sup>15</sup> Francione cita dados do levantamento realizado pelo professor David Pimentel, “Livestock production: energy inputs and the environment”, publicado no “Proceedings of the Canadian Society of Animal Science: 47th Annual

A experimentação em animais pela indústria farmacêutica e de cosméticos é apontada por pesquisadores como fator de atraso na ciência. A exploração animal pela indústria da moda e em nome do esporte e lazer fazem bilhões de vítimas todos os anos.

Igualmente o consumo de leite e ovos é condenável por se tratarem de produtos oriundos da exploração animal. “Mas não preciso matar uma vaca ou galinha para ter leite e ovos”, é a primeira coisa que nos vem à cabeça. No imaginário popular, vemos vaquinhas soltas num pasto verde, galinhas chocando seus ovos em camas fofas de palha. Mas a realidade é completamente diferente. O capitalismo e a busca pelo lucro tornaram a indústria de produção de leite e ovos uma fonte de tortura para os animais, ainda mais brutal do que a de carne.

A vaca passa sua vida enclausurada em baias apertadas, ordenhada mecanicamente, inseminada artificialmente de forma incessante, para manter a produção de leite. Os bezerros machos são mortos para a produção de ração ou carne. As fêmeas se juntam ao destino da mãe. Quando não conseguem mais produzir leite, após anos de exploração, as vacas são abatidas pela indústria da carne.

Francione (2013) denuncia que, na produção intensiva de ovos, galinhas vivem amontoadas em gaiolas de ferro, com um espaço equivalente a uma folha de papel A4 (21x29,7cm). A superpopulação, o barulho, a iluminação contínua (para as galinhas comerem sem parar e produzirem mais), leva esses animais a se automutilarem. Para evitar o canibalismo, os produtores atrofiam bicos e unhas com ferro quente. Quando a produção começa a declinar, o destino é o abate para a indústria de ração.

---

Meeting”. Segundo este estudo, seriam necessários 100 mil litros de água para produzir 1kg de carne bovina. No entanto, não conseguimos obter acesso direto a esse estudo para verificar como o cálculo foi feito. No Brasil, a Embrapa mantém um projeto denominado “Pegada Hídrica”, pelo qual realiza o cálculo da quantidade total de água, direta e indiretamente, usada para produção de um produto até chegar ao consumidor. No estudo, a Embrapa afirma que a média global é de 15 mil litros de água por quilo de carne, mas que no Brasil o consumo pode chegar a 9 mil litros de água para cada quilo de carne. Disponível em <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/21518151/estudos-indicam-pegada-hidrica-de-bovinos-em-confinamento-no-brasil>. Acesso em 22/02/2019.

Embora com impactos tão profundos – para animais humanos<sup>16</sup> e não humanos – o tema é pouco explorado na Academia. No banco de teses da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior – CAPES, identificamos 102 teses e dissertações sobre direitos animais e ativismo vegano, publicadas nas últimas duas décadas. O campo do Direito aglutina metade dessa produção, seguido da Filosofia, com cinco trabalhos. Na Comunicação, a pesquisa nacional conta com três dissertações publicadas: Ciberativismo e as estratégias comunicacionais nos movimentos abolicionistas veganos (ARTICO, 2015); #Govegan: Veganismo, vegetarianismo e dever moral nos enquadramentos da mobilização pelos direitos animais no Brasil (SOUZA, 2016); e O Cinema Animalista: a imagem em/no movimento pelos animais (DANTAS, 2014). Adiante, no capítulo 5 – “o que tem na mesa?”, trataremos o estado da arte sobre veganismo, com destaque para a produção latino-americana. O presente trabalho é a primeira tese de doutorado no país, no campo da Comunicação, discutindo direitos animais e veganismo. Nossa pesquisa pretende avançar nos esforços nacionais, trazendo novos sujeitos e categorizações para análise e compreensão do *modus operandi* do ativismo animal.

---

<sup>16</sup> Sobre o impacto físico, mental e psicológico nos trabalhadores da indústria da carne, é revelador o documentário “Carne e Osso” (Repórter Brasil, 2011), que retrata a realidade de frigoríficos brasileiros. Disponível em <https://www.youtube.com/watch?v=887vSqI35i8>. Acesso 22/02/2019.

### 3. A PESQUISA VEGANA

Quais princípios devem orientar um vegano na investigação científica? Quais metodologias e técnicas de coleta de dados são utilizadas por um vegano? Quais as técnicas de aproximação, coleta e análise de dados são privilegiadas? Em suma, como seria uma abordagem metodológica vegana de pesquisa científica? Não temos a pretensão de neste momento dar uma resposta definitiva, mas queremos iniciar o debate e listar alguns ingredientes para formulação das bases de uma metodologia vegana de pesquisa.

O pressuposto número um a ser observado é: o pesquisador vegano deve manter coerência com a filosofia vegana. Portanto, assim como em sua vida, também na ciência o pesquisador vegano repudia o especismo, a exploração de todos os animais e luta pelos direitos e libertação animal. Decorrente desses *topoi*<sup>17</sup> do discurso vegano – o *topos* do antiespecismo; o *topos* da não exploração animal; o *topos* da libertação animal – podemos vislumbrar as primeiras condições para se fazer uma pesquisa vegana.

Se na vida veganos repudiam os testes de laboratório em animais, na ciência estão interessados em ter acesso a experiências e interações em seu contexto “natural” e não em contextos especializados de pesquisa, como nos laboratórios. Observação participante, pesquisa documental, entrevista, história oral, história de vida, análise de conteúdo, análise de discurso, são algumas técnicas de coleta de dados que serão privilegiadas pelo pesquisador vegano em vez de grupo focal, questionário, painel, por exemplo.

Veganos defendem que se os animais humanos tivessem vocação carnívora, teríamos garras e dentição adaptadas para a atividade predatória; seríamos equipados para caçar e matar nossas presas com as próprias mãos. De forma que uma metodologia vegana de pesquisa também não é predatória, não encurrala seus objetos em laboratórios para extrair suas vidas, suas informações, de modo artificial. Antes, a pesquisa vegana é integrada ao ecossistema que

---

<sup>17</sup> Os *topoi* são pontos de vista ou opiniões comumente aceitas; caracteriza-se por sua força persuasiva e não propriamente por seu conteúdo de verdade (SANTOS, 1988, p. 17).

investiga, coleta no meio os dados fornecidos pelos sujeitos da pesquisa em suas práticas cotidianas, sociais, profissionais, religiosas. Como faziam nossos antepassados, que retiravam seu sustento dos frutos e sementes que encontravam na natureza.

O pesquisador vegano acessa as evidências pela análise das experiências de indivíduos ou grupos, pelo registro de suas interações e comunicações, pela investigação de documentos, textos, imagens, vídeos ou músicas que compõem o repertório de saberes compartilhados da comunidade foco de seu interesse e da qual também é membro. A leitura e a interpretação desses dados privilegiará o prisma de autores veganos.

O pesquisador vegano reconhece o conhecimento hegemônico, mas não faz uma adesão automática, acrítica. Pois bem sabe que, assim como na vida, na qual as PANC – Plantas Alimentícias Não Convencionais são preteridas por variedades comerciais, muitas vezes de valor nutricional inferior, também na ciência, há um cardápio de autores e teorias hegemônicos, restringindo nosso leque de saberes e formas de conhecer o mundo. Por isso, o pesquisador vegano prioriza as teorias não convencionais, os saberes locais e regionais.

O combate ao especismo – ideologia que considera uma espécie superior à outra – orienta a vida de um vegano. Assim, o pesquisador vegano, seja qual for o tema da sua pesquisa, deverá romper com a visão antropocêntrica<sup>18</sup> de mundo. O animal humano é apenas uma das 7,77 milhões de espécies de animais da Terra, e não é melhor ou pior do que nenhuma. De forma que as análises e leituras do mundo por um pesquisador vegano se pautarão pelo pancentrismo<sup>19</sup>, ou seja, vão considerar o ser humano como parte de um todo.

Decorrente do *topos* antiespecismo, o pesquisador vegano enxerga os direitos humanos como um desdobramento dos direitos animais. E não o contrário, como normalmente é colocado até mesmo por defensores animais. O direito animal é o conceito guarda-chuva que abrange os direitos humanos. Essa premissa subverte a ordem hegemônica das coisas. Temos visto excelentes autores e pesquisadores defendendo que é preciso vincular a luta animalista com a luta feminista, com a luta contra o racismo, pois a luta animalista seria um desdobramento

---

<sup>18</sup> O antropocentrismo é a ideologia segundo a qual o entendimento do mundo gira em torno da humanidade; as demais espécies, bem como todos os recursos naturais, existem para servir ao ser humano.

<sup>19</sup> O prefixo pan- (do grego pan, pantós) exprime a ideia de tudo, todo, inteiro.

lógico dos direitos humanos. Por certo temos concordância que todas as formas de opressão estão vinculadas. No entanto, a condescendência por trás da submissão dos direitos animais aos direitos humanos precisa ser confrontada, ou jamais avançaremos rumo a um pensamento científico antiespecista.

O pesquisador vegano faz parte do ecossistema que pesquisa. Ele busca entender e explicar os fenômenos sociais que lhe tocam do lado de dentro. Com isso, ele não mantém uma relação coisificada com o objeto da pesquisa, posto que também é parte do fenômeno observado. De forma que a pesquisa vegana não tem objetos, propriamente ditos, mas sujeitos comprometidos com a emancipação de sua própria história. A pesquisa vegana não tem informantes, tem interlocutores, pois em diálogo com o pesquisador, unidos pelo pertencimento comum à comunidade investigada, ambos desejam refletir sobre suas questões e atuar pela superação de seus problemas e desafios.

O vegano tem consciência de que os recursos naturais da Terra são limitados e, por isso, procura estabelecer relações éticas e sustentáveis de consumo. Assim, a pesquisa vegana também é enxuta, traz o essencial e não pretende esgotar o debate. O escritor Joseph Ritson, conhecido como o “vegetariano armado”, dizia que entulhar um texto com coisas supérfluas equivale ao que se faz com um animal para torna-lo agradável depois de morto: temperá-lo, cozinha-lo (ADAMS, 2018).

Por fim, neste prelúdio pela elaboração de uma metodologia de pesquisa vegana, é certo que nem todo investigador vegano fará uma pesquisa vegana. Mas para fazer uma pesquisa vegana necessariamente o pesquisador deverá ser vegano. E fará isso buscando ressonância com a comunidade que investiga e faz parte. Um investigador vegano estará interessado em saber se seus resultados fazem sentido para os interlocutores, se preocupa em confirmar se suas análises e interpretações oferecem uma visão mais aprofundada do mundo que toca, mas ao mesmo tempo, se podem ser utilizadas no cotidiano da comunidade. Em síntese, o pesquisador vegano quer saber se sua pesquisa contribui para um mundo melhor.

Até aqui pontuamos algumas premissas para o ideal de uma metodologia vegana de pesquisa. Não temos a pretensão de esgotar o assunto, mas antes inicia-lo. Tampouco estamos seguros que conseguiremos neste momento empreender à risca tudo o que pontuamos. Mas assim como na vida aprendemos aos poucos a ser veganos – escorregando aqui e ali, mas

num esforço contínuo até conseguir – também na ciência um pesquisador vegano não se constrói da noite para o dia. É trabalho para uma vida.

### 3.1. A nossa pesquisa vegana

Firmadas as bases orientadoras de uma abordagem metodológica vegana, traçamos as estratégias para a elaboração da nossa pesquisa. Podemos dizer que nossa metodologia de investigação segue uma inspiração etnográfica, no que tange à inserção do pesquisador no ambiente investigado, em busca de múltiplas fontes de informações, dados e evidências. No entanto, não vamos afirmar que fizemos uma etnografia, no sentido estrito do termo, pois envolveria outros quesitos os quais não foram abarcados.

Os dados foram coletados em campo por meio de observação participante, análise de conteúdo e análise documental. Na interpretação dos dados nos valem das técnicas de análise textual e codificação. Veganismo e comunicação pública foram os conceitos de observação que orientaram nossa coleta dos dados. O Direito Achado na Rua, de José Geraldo de Sousa Júnior (2017), e o ciclo de formação de políticas públicas proposto por Joan Subirats (1992) foram os conceitos para leitura e interpretação dos resultados.

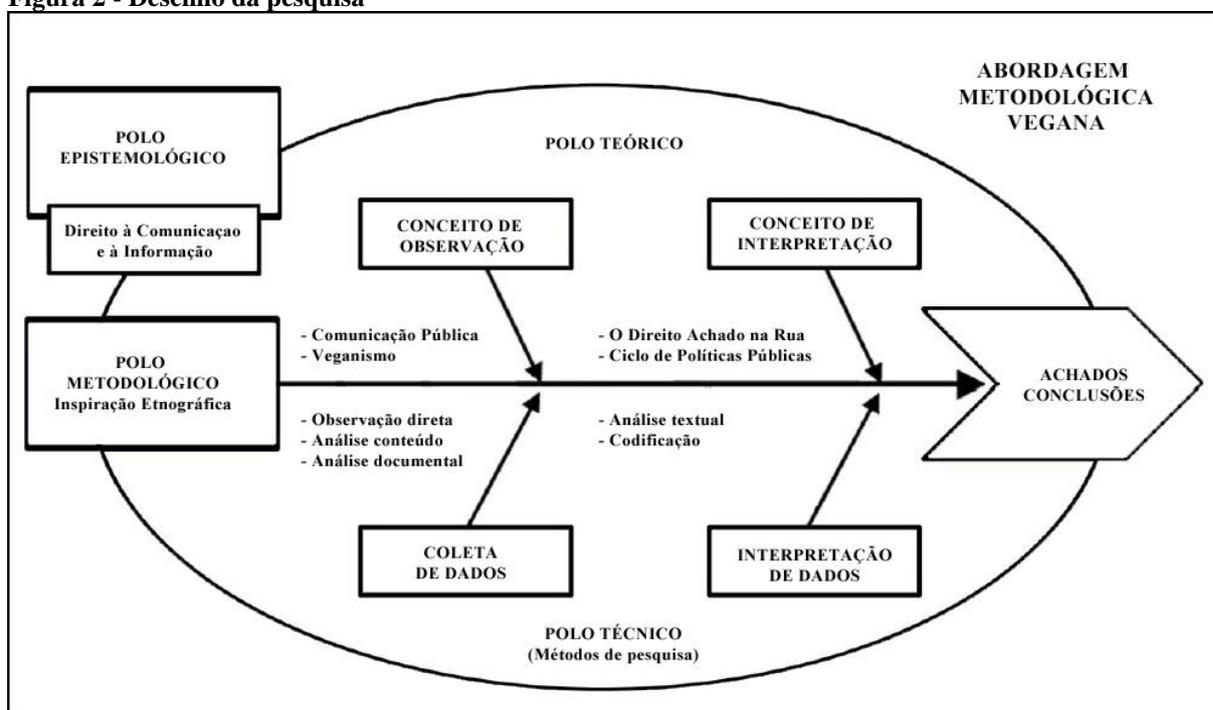
Sobre a observação participante, Angrosino (2009) pontua que, dentro do seu papel interativo com a comunidade estudada, o pesquisador pode se posicionar como: a) participante completo (está totalmente inserido na comunidade, mas não revela sua pesquisa); b) observador-como-participante (interage apenas ocasionalmente com a comunidade); c) completo observador (não se envolve com a comunidade, observando-a de fora) e, d) participante-como-observador (imerso na comunidade, mas sem ocultação). Em consonância com os pressupostos de uma metodologia de pesquisa vegana, assumi a condição de “observador-como-participante”. Ou seja, integro a comunidade estudada, a qual estava ciente da nossa pesquisa.

Os três sujeitos de observação da nossa pesquisa formam um espectro temático que dialoga entre si e se complementa. A Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) tem o foco no vegetarianismo estrito, que é o regime alimentar do vegano. A Agência de Notícias de Direitos Animais (ANDA) abarca de maneira ampla a proteção animal, que é o objetivo inequívoco dos veganos. Para compor um tripé de observação faltava escolher um sujeito que

abarcasse a cultura vegana como um todo, inclusive com abordagem de questões políticas e filosóficas.

Para chegar ao terceiro nome, perguntamos nos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGetariANOS Iniciantes Brasil”, no Facebook: “Qual o melhor canal, site/página para acompanhar informações sobre veganismo/vegetarianismo?”. Foram indicados 18 sites/canais<sup>20</sup>. O portal Vista-se foi o mais citado (25% das indicações): “Vista-se mudou minha vida”; “Vista-se. Informativo e bem humorado, amo”; “O melhor é o Vista-se”, foram alguns comentários publicados pelos membros.

**Figura 2 - Desenho da pesquisa**



Fonte: Elaboração Própria.

<sup>20</sup> A indicação de alguns sites/canais de receitas vegetarianas é emblemático de um pensamento que ainda associa veganismo como sinônimo de uma dieta vegetariana, de forma que ao perguntar pela melhor fonte de “informação” a resposta aponta para “receitas”.

A observação direta se deu nos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGetariANOS Iniciantes Brasil”, no Facebook, dos quais sou integrante. Em fevereiro de 2019, esses grupos contavam com 17 e 56 mil membros, respectivamente. Coletamos dados das postagens realizadas pelos membros entre os anos 2016 e 2018, sobre a SVB, ANDA e Vista-se. O levantamento foi realizado no dia 7 de fevereiro de 2019. Categorizamos as postagens em: Cotidiano (C); Empatia (E); Choque (H); Institucional (I); Negociação (N); Política (P); Celebridade (S). Elaboramos essas categorias a partir de observação exploratória do conteúdo publicado pelos sujeitos de nossa pesquisa.

Em “cotidiano” estão as matérias com dicas, produtos, marcas, estabelecimentos, receitas veganas; “empatia” é a categoria que engloba publicações que despertam compaixão e amor a todos os animais, em geral contém imagens cativantes de animais brincando, filhotes engraçados, notícias de animais salvando humanos ou outros animais, notícias de humanos salvando animais, enfim, notícias e publicações que nos fazem sorrir e ter esperanças; “choque” apresenta publicações com denúncias de violência, maus-tratos, exploração, abuso e violação aos direitos animais; “institucional” são postagens de atividades da SVB, ANDA e Vista-se (cursos, eventos, prestação de contas, etc.); “negociação” traz dados estatísticos, enfoque científico e médico/nutricional, são publicações que tentam convencer as pessoas – negociam – por meio da razão; em “política” estão as postagens que dialogam com os poderes constituídos – Executivo, Legislativo, Judiciário –, divulgam projetos de lei de interesse do veganismo e direitos animais, repercutem ações judiciais e ações governamentais com impacto para os animais e meio ambiente; em “celebridades” estão reunidas as publicações com pessoas famosas que aderiram ao veganismo e/ou promovem ações pelos direitos animais, ou ainda com famosos que atentam contra esses direitos.

De acordo com Silva (2014, p. 80), “a mensagem estabelecida em cada ato comunicativo deve ser considerada a partir do formato e conteúdo com que é transmitida, assim como o contexto em que se realiza”. De forma que levamos em consideração o conjunto da mensagem, incluindo imagem e texto, para classificação de cada publicação em uma categoria. Assim, algumas postagens institucionais foram classificadas em outras categorias, a depender do conceito geral comunicado pela publicação. Por exemplo, algumas postagens institucionais

da SVB divulgando o projeto “Segunda Sem Carne”, pelo conteúdo e imagens, foram classificadas na categoria “empatia”.

Em seguida, verificamos a frequência e o engajamento de cada categoria:

1) Frequência – Quantidade postagens de conteúdo da SVB, ANDA e Vista-se, por categoria de análise da pesquisa: Empatia (E); Choque (H); Negociação (N); Política (P); Cotidiano (C); Celebridade (S); Institucional (I);

2) Engajamento – Quantidade de curtidas;

3) Média – Engajamento dividido pela frequência.

No quesito engajamento, consideramos todas as interações sem distinção<sup>21</sup>. Com relação à SVB, analisamos apenas o compartilhamento de conteúdo da SVB nacional; publicações regionais como da SVB Brasília não foram consideradas. Analisamos apenas o conteúdo das postagens; eventuais citações da SVB, ANDA e Vista-se em respostas nos comentários não foram consideradas.

O conteúdo compartilhado foi analisado conforme sua fonte original. Por exemplo, no grupo de Brasília identificamos várias postagens que num primeiro momento pareciam ser publicações da SVB Brasília. No entanto, algumas eram matérias do Vista-se que eram compartilhadas na página da SVB Brasília e depois replicadas por algum integrante no grupo “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília”. Se fosse uma matéria produzida pela SVB Brasília ficaria fora da análise (pois englobamos apenas o conteúdo da SVB nacional). Mas sendo conteúdo produzido pelo Vista-se, ANDA ou SVB nacional, foram contabilizados em seus respectivos grupos/categorias. A tabulação completa dos resultados encontra-se nos apêndices III a V.

---

<sup>21</sup> No botão “curtir” do Facebook você pode dizer que “curtir”, “amei”, “haha”, “uau”, “triste”, e “grr”.

**Quadro 2 - Categorias de análise da pesquisa.**

<b>CATEGORIA</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>
Cotidiano (C)	Dicas sobre veganismo; produtos, marcas, estabelecimentos; receitas veganas.
Empatia (E)	Despertam compaixão e amor a todos os animais; publicações que fazem sorrir e ter esperanças; usam emoções positivas para convencer.
Choque (H)	Denúncias de violência, maus-tratos, exploração, abuso e violação aos direitos animais; publicações que despertam raiva, indignação e/ou chocam pelas cenas fortes; usam emoções negativas para convencer.
Institucional (I)	Postagens de atividades e prestações de contas da SVB, ANDA e Vista-se.
Negociação (N)	Dados estatísticos, enfoque científico e médico/nutricional, são publicações que tentam convencer as pessoas – negociam – por meio da razão, números, argumentos de autoridade (quem fala é o médico, o cientista, o pesquisador).
Política (P)	Atuação dos poderes constituídos – Executivo, Legislativo, Judiciário –; divulgam projetos de lei de interesse do veganismo e direitos animais; repercute ações judiciais e ações governamentais com impacto para os animais e meio ambiente.
Celebridade (S)	Publicações com pessoas famosas que aderiram ao veganismo e/ou promovem ações pelos direitos animais, ou ainda que atentaram contra a causa.

**Fonte: Elaboração própria.**

Essas categorias foram definidas a partir de levantamento exploratório preliminar, em que examinamos o conteúdo das publicações dos sujeitos da pesquisa – SVB, ANDA e Vista-se. Nossa inquietação ao construir essas categorias era tentar responder que tipo de estratégia de comunicação pública é mais efetiva em tocar as pessoas e convencê-las a aderir ao veganismo e a defender os direitos animais. É a emoção que tem maior capacidade de angariar adesões; de que tipo, boas, negativas? É o argumento de autoridade, a palavra de cientistas, médicos, pesquisadores que mais convence? É o exemplo de celebridades que arrebatam novos membros para a causa? Queríamos saber qual conteúdo tem mais capacidade de envolvimento com o público vegano (mantém o público aderente), qual dialoga melhor com o público em geral (potencial de atrair novos membros), qual tem maior inserção na mídia (formação de opinião pública), situações estas que juntas e combinadas acabam por influenciar na agência política e na elaboração de políticas públicas pelos direitos animais. Depois de identificadas essas categorias, nosso interesse foi verificar como o ativismo animal utiliza cada uma em suas estratégias de comunicação pública.

**Quadro 3 - Técnicas utilizadas na coleta de dados**

<b>TÉCNICA COLETA DADOS</b>	<b>OBSERVAÇÃO DIRETA</b>		<b>ANÁLISE DE CONTEÚDO</b>		<b>ANÁLISE DOCUMENTAL</b>
Onde	Dois grupos no Facebook: “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGetariANOS Iniciantes Brasil”		Site e redes sociais da SVB, ANDA e Vista-se	Notícias da imprensa	Projetos de lei sobre veganismo e direito animal
Objetivo	Compreender quais estratégias de comunicação pública tiveram mais impacto junto ao público, categorizando-as em: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cotidiano</li> <li>• Empatia</li> <li>• Choque</li> <li>• Institucional</li> <li>• Negociação</li> <li>• Política</li> <li>• Celebridade.</li> </ul>	Interagir com membros dos grupos para confrontar elaborações teóricas com as percepções do grupo; verificar ressonância dos achados da pesquisa com a comunidade estudada.	Identificar as estratégias de comunicação pública e o engajamento de cada uma, categorizando-as em: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cotidiano</li> <li>• Empatia</li> <li>• Choque</li> <li>• Institucional</li> <li>• Negociação</li> <li>• Política</li> <li>• Celebridade.</li> </ul>	Verificar quais estratégias de comunicação pública dos grupos ativistas tiveram mais alcance na mídia, categorizando-as em: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cotidiano</li> <li>• Empatia</li> <li>• Choque</li> <li>• Institucional</li> <li>• Negociação</li> <li>• Política</li> <li>• Celebridade.</li> </ul>	Verificar o impacto das estratégias de comunicação pública na agenda política, com a apresentação/aprovação de projetos de lei sobre direitos animais.
Amostra	Análise do conteúdo compartilhado entre 2016 e 2018.	Interações realizadas nos grupos em janeiro e fevereiro de 2019.	100 últimas publicações no Facebook, Instagram, Twitter e YouTube.	10 primeiras páginas de notícias no Google.	Projetos de lei apresentados entre os anos 2013 e 2018.

Fonte: Elaboração Própria.

Durante os meses de janeiro e fevereiro de 2019 foram realizadas algumas interações<sup>22</sup> nos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGetariANOS Iniciantes Brasil”, como forma de confrontar os achados da pesquisa e teorias com a percepção da comunidade. As respostas dos interlocutores foram utilizadas em diversos momentos para confirmar/validar se nossos achados estão em consonância com a comunidade. Também serviu para auxiliar a tomada de decisões, como a escolha do Vista-se como um dos sujeitos da

<sup>22</sup> No começo de março de 2019, todas as interações realizadas para a pesquisa foram apagadas dos grupos, como forma de se preservar os participantes cujas contribuições foram citadas na pesquisa. Os registros dessas interações estão salvos em arquivo, para memória da pesquisa e possibilitar eventuais consultas, se necessário.

pesquisa, a seleção das religiões pesquisadas. Alguns interlocutores preferiram conversar no privado, pelo WhastsApp.

**Quadro 4 - Interações realizadas nos grupos observados**

INTERAÇÃO	Data publicação	Quantidade de comentários*	
		VEGetARIANOS Iniciantes Brasil	Veganos (as) e Vegetarianos (as) - Brasília
Quem (pessoa, organização, etc.) ou o quê (vídeo, livro, fato, etc.) foi decisivo para você virar vegano/vegetariano? Conte como foi.	22/01	301	110
Alguém que seja racista, homofóbico, machista/misógino pode se dizer vegano, considerando que veganismo não é apenas uma dieta?	25/01	N/P**	185
Qual o melhor canal, site/página para acompanhar informações sobre veganismo/vegetarianismo?	25/01	28	18
Qual é a sua religião e o que ela diz sobre o consumo de carne? Isso de alguma forma influenciou sua decisão de virar vegano/vegetariano?	05/02	212	112
Você se sente capaz de ler e compreender os rótulos dos produtos e identificar corretamente aqueles livres de qualquer ingrediente animal? Já caiu em alguma "armadilha"? Qual?	11/02	23	32

**Fonte: Elaboração Própria.**

\* Até o dia 14/02/2019.

\*\* N/P – não publicado (conteúdo não foi aprovado pela moderação do grupo).

Analisamos aspectos gerais do site e as cem últimas publicações nas redes sociais (Facebook, Instragram, Twitter e YouTube) da SVB, ANDA e Vista-se. A escolha dessas redes sociais se deu por serem as plataformas em comum utilizadas por todos os sujeitos da pesquisa. A amostra foi categorizada – Cotidiano (C); Empatia (E); Choque (H); Institucional (I); Negociação (N); Política (P); Celebridade (S) –, e verificamos a frequência e o engajamento de cada categoria. O levantamento foi feito entre os dias 15 e 19/02/2019. Diferentemente do levantamento feito nos grupos de veganos e vegetarianos, ao investigarmos diretamente as redes sociais dos sujeitos da nossa pesquisa buscamos compreender quais estratégias de comunicação pública geram melhor engajamento entre o público em geral. Nos grupos, buscávamos compreender o alcance de tais estratégias entre veganos e vegetarianos.

O desempenho nas redes sociais não pode ser medido apenas pela quantidade; nem sempre o que tem mais seguidores ou fãs é o que mais mobiliza o público. De forma que para analisar o desempenho dos sujeitos de nossa pesquisa nas redes sociais, precisamos verificar o engajamento do público, expresso pela quantidade de curtidas, comentários e compartilhamentos. O índice de comprometimento/engajamento reflete a média de curtidas, compartilhamentos em função do número de fãs/seguidores. Para auxiliar nossa análise das redes sociais da SVB, ANDA e Vista-se, subsidiariamente utilizamos três ferramentas de auditoria de redes sociais: Likealyzer para análise do Facebook, Bume para o Instagram, e Tweetreach para o Twitter. Essas ferramentas disponibilizam algumas métricas para consulta livre de qualquer perfil público; outros dados somente podem ser acessados pelos administradores das páginas, a partir de *login* no sistema.

O índice de comprometimento apontado pelas ferramentas Likealyzer, Bume e Tweetreach é dinâmico e reflete as últimas publicações da página analisada. Para um estudo sistemático das redes sociais, a metodologia deveria abarcar a coleta de dados e análise de vários períodos, de forma sistemática. No entanto, esse não é o objetivo da nossa pesquisa. O levantamento realizado serviu apenas como indício, para confrontar os dados qualitativos observados em campo (comentários dos públicos), bem como os resultados observados na amostra da pesquisa (as 100 últimas publicações em cada rede).

Para analisar a influência exercida pela SVB, ANDA e Vista-se na imprensa, verificamos no campo de notícias do Google a incidência dos termos "Agência de Notícias de Direitos Animais"; "Fábio Chaves" and "Vista-se"; e "Sociedade Vegetariana Brasileira". Para análise do conteúdo, excluímos os resultados repetidos e nos limitamos às incidências retomadas nas dez primeiras páginas do Google. Novamente a amostra foi categorizada – Cotidiano (C); Empatia (E); Choque (H); Institucional (I); Negociação (N); Política (P); Celebridade (S) –, e verificamos a frequência de cada categoria, em mídias nacionais, regionais, especializadas e locais. O levantamento foi feito no dia 07/02/2019.

Como forma de confrontar os resultados observados na imprensa, solicitamos que um pesquisador auxiliar investigasse as matérias publicadas na mídia com o tema “vegano”, “vegetariano” e “direitos animais”. Foram analisadas as 20 primeiras publicações de cada tema. Após o processo de filtragem e seleção do conteúdo, excluindo-se publicações de agências de marketing de conteúdo, foram analisadas 58 publicações. O levantamento da pesquisa principal

deveria coincidir com os resultados da subsidiária, para validação da primeira. O levantamento foi feito no dia 17/12/2018.

Por fim, pesquisamos os projetos de lei em tramitação entre os anos de 2013 e 2018 na Câmara dos Deputados, Senado Federal, Assembleias Legislativas dos Estados e Câmara Legislativa do Distrito Federal e confrontamos com as publicações da SVB, ANDA e Vista-se, para tentar identificar as relações desses sujeitos com a agenda política nacional sobre direitos animais e veganismo.

Nessa primeira parte, semeamos as bases da nossa pesquisa. Delimitamos temática, objetivos; apontamos os procedimentos metodológicos. Lançamos as bases para a fundamentação de uma abordagem metodológica vegana. Na etapa seguinte, vamos alimentar o debate em torno de conceitos que são primordiais para leitura e interpretação da nossa investigação.

## PARTE II - ALIMENTAR O DEBATE

*Cedo à sofreguidão do estômago. É a hora  
De comer. Coisa hedionda! Corro. E agora,  
Antegozando a ensanguentada presa,  
Rodeado pelas moscas repugnantes,  
Para comer meus próprios semelhantes  
Eis-me sentado à mesa!*

*Como porções de carne morta... Ai! Como  
Os que, como eu, têm carne, com este assomo  
Que a espécie humana em comer carne tem!...  
Como! E pois que a Razão não me reprime,  
Possa a terra vingar-se do meu crime  
Comendo-me também.  
(Augusto dos Anjos, À Mesa)*

A cultura determina a biologia ou a biologia determina a cultura?<sup>23</sup> Comemos carne porque nossa constituição biológica exige ou porque aprendemos a comer esse alimento e nossa biologia se adaptou a um comportamento adquirido culturalmente? Nosso corpo e

---

<sup>23</sup> Lembro-me do espanto que me causaram as aulas da professora Rita Laura Segato, em Introdução à Antropologia, nos idos de 2001. Na minha cabeça, até então marcada pelo determinismo biológico, um corpo feminino em geral era naturalmente menor do que o masculino, pois essa era a constituição biológica da mulher. Mas a atropóloga nos levava a pensar: será que as mulheres não ficaram com essa constituição física – menor do que os homens, menos musculosas – por uma questão cultural, a qual acabou por influenciar a biologia? A mulher é o gênero na espécie humana que pari os filhos. Desde os primeiros humanos, era a mulher que ficava com a prole enquanto o homem saía para caçar. Esse hábito cultural acabou por impactar na biologia, gerando uma espécie de humanos cujo gênero masculino apresenta músculos mais desenvolvidos, o que era necessário para enfrentar outros animais nas caçadas. No entanto, vamos imaginar se há milhares de anos uma comunidade de humanos primitivos tivesse se adaptado de forma que a mulher gerasse os filhos, mas quem ficasse cuidando da prole era o homem. Se essa mulher fosse a responsável por sair e caçar, enquanto o homem ficasse com a prole, após o parto e amamentação, esse hábito cultural, repetido por milhares e milhares de anos, impactaria na constituição biológica desses humanos. Os humanos do futuro também serão fisicamente distintos do que temos hoje. Já não precisamos caçar e, a cada dia, o trabalho braçal é suprido por máquinas. Homens e mulheres cada vez mais terão trabalhos similares, e a força física não terá relevância social. Essa mudança cultural impactará na biologia dos futuros humanos.

células foram moldados por hábitos repetidos por milhares e milhares de anos ou foi nossa biologia que determinou nosso comportamento cultural? Em outras palavras, animais mortos é uma alimentação natural do animal humano? Carnistas e animalistas<sup>24</sup> se armam de argumentos distintos, para cada qual defender suas escolhas alimentares.

Paleontólogos descobriram o registro de um homínídeo herbívoro que coexistiu com nossos ancestrais em um período de 2,5 a 1,2 milhão de anos<sup>25</sup>. O *Paranthropus* – “paralelo ao homem” –, alimentava-se basicamente de plantas e eventualmente de algumas larvas, e talvez por isso tivesse mais dificuldades em se adaptar às mudanças climáticas do que o gênero *Homo*, que comia uma variedade maior de alimentos, aprendeu a caçar outros animais e, por isso, resistiu às condições severas do ambiente. Ou seja, não somos os melhores humanos, somos aqueles que sobreviveram<sup>26</sup>. Justamente os mais violentos, os que aprenderam a matar, os que aprenderam a dominar a natureza e a subjugar todas as demais espécies. Não fossem as adversidades climático-ambientais, quiçá o *Paranthropus* tivesse sobrevivido e a história humana fosse outra.

Se por um lado comer carne foi uma vantagem adaptativa importante para a sobrevivência do gênero *Homo*, por outro, as sociedades que mais se desenvolveram posteriormente foram as que se dominaram a agricultura. Cidades e civilizações inteiras se constituíram em torno da prática. Os humanos primitivos que se dedicavam apenas à caça desapareceram. Mas a história é feita de ocultações. As hegemonias se constroem invisibilizando as partes não hegemônicas<sup>27</sup>. Em toda história, tivemos sociedades que se

---

<sup>24</sup> A expressão “carnismo” foi cunhada pela psicóloga social Melanie Joy, autora do livro *Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows* (JOY, 2009). O “ismo” tem o propósito de frisar que comer carne, para os animais humanos, é uma escolha político-cultural, não uma imposição biológica. Logo, carnista é quem pratica o carnismo. Já o animalista é quem advoga pela luta antiespecista, ou seja, considera a vida humana em pé de igualdade com a vida animal de qualquer espécie.

<sup>25</sup> Evolução Humana - Sinopse. Disponível em <http://www.ib.usp.br/biologia/evolucaohumana/proposta/sinopse-da-evolucao-humana.html>. Acesso em 04/02/2019.

<sup>26</sup> Essas reflexões suscitadas pela professora Elen Cristina Galdes em suas aulas de Ética, no curso de Comunicação Organizacional, nos idos de 2010, me inquietam até hoje: não somos os melhores humanos que sobreviveram; somos os mais violentos.

<sup>27</sup> Para compreender esse processo de ocultação das experiências sociais, o qual reduz o mundo à experiência da modernidade ocidental, as reflexões de Boaventura Santos em “Uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências” (SANTOS, 2008) oferecem um rico panorama.

abstínham do consumo da carne, seja por motivos religiosos ou de saúde. Se a carne foi importante para a sobrevivência dos homens primitivos, hoje, continuar comendo carne é uma opção ideológica, política e social – fortemente marcada pelos condicionantes culturais, é bem verdade – que se apresenta como uma desvantagem na medida em que coloca em risco a soberania e a segurança alimentar e a sustentabilidade do planeta. Discutiremos isso no capítulo 6.

Importa frisar que termos como “carnívoro”, “herbívoros” ou “onívoro” descrevem biológicas e não filosofias. Hoje, na maior parte do mundo, as pessoas comem carne não por uma necessidade biológica ou condicionante ambiental, mas por uma decisão pessoal<sup>28</sup>, com base em suas crenças e sujeições culturais. Da mesma forma que falamos em “vegetarianismo” ou “veganismo”, para nos referir a um sistema de crenças, a pesquisadora Melanie Joy (2009) fala de “carnismo” para se referir ao sistema de valores e crenças dos consumidores de carne.

Da motivação religiosa trataremos no capítulo 7, pois nossa pesquisa exploratória apontou na fé condicionantes relevantes da ação humana, sendo um aspecto ainda pouco abrangido nos livros de referência sobre veganismo e direitos animais. Não iremos nos ater ao condicionante de saúde – salvo em alguns exemplos ilustrativos –; deixaremos essa abordagem para pares veganos da área de nutrição e medicina.

Na fugacidade da existência humana, temos a tendência de olhar para a realidade que nos toca e – como justificativa para não agir, não mudar, não transformar, não lutar, não reivindicar – temos o hábito de entoar: “isso sempre foi assim e sempre será”. Mas ao olhar para o tempo histórico, percebemos que a única constância da vida é a mudança. Assim, o estranhamento do mundo deve estar na alma do pesquisador. É preciso cultivar a capacidade de olhar para uma realidade que o incomoda e questionar: quando e por que isso ficou assim? No capítulo 5, vamos falar sobre a emergência de um direito animal “achado na rua”. Pois direitos não estão prontos, dispostos em uma prateleira. Direitos nascem na rua –metáfora de

---

<sup>28</sup> No “posfácio ressonante” discuto porque considero uma “decisão pessoal” o hábito de consumir produtos de origem animal ou explorar animais.

espaço público em disputa –, em luta conflitiva com o outro, com “o completamente outro que chamam 'o animal'” derridiano<sup>29</sup>.

Entender os processos históricos ajuda na superação do mundo que nos oprime. Como fazemos isso? Dialogando com autores que colocam em evidência os debates que permeiam nosso tema. Comunicação pública e veganismo são alguns dos conceitos que discutiremos nesta segunda parte do trabalho, nos capítulos 4 e 5, para compreensão da nossa investigação.

---

<sup>29</sup> Jacques Derrida constrói um debate sobre a alteridade em “O animal que logo sou” (DERRIDA, 2002), a partir da situação inusitada de ser pego nu observado pelo olhar de uma gata.

#### 4. PAREDES DE VIDRO

“Mamãe, do que o bife é feito?”. Mateus<sup>30</sup> tinha por volta de oito anos quando me fez essa pergunta. Minha geração ainda viu do que a carne é feita. Pedacos de animais mortos pendurados nos açougues nos lembravam da realidade. Mas ao longo dos anos a indústria capitalista da carne desenvolveu estratégias para apaziguar as consciências mais sensíveis. “O animal passa por uma linha de desmontagem, pela qual a ideia de um animal vivo é eliminada do produto final da carne. Depois de retalhada, as partes do corpo são renomeadas e ao final já nem lembraremos que aquilo um dia pertenceu a um animal morto” (ADAMS, 2018, p. 87). O boi morto vira picanha, maminha, fraldinha, cupim, acém, filé<sup>31</sup>. Sim, uma criança que nunca viu um açougue tradicional, com os animais praticamente inteiros dependurados, sendo destrinchados ao vivo a gosto do freguês, que cresceu acostumada com a aparência asséptica das carnes embaladas a vácuo nas prateleiras do supermercado, terá dificuldades para associar o bife no seu prato com um cadáver animal.

Na abertura do documentário *Glass Walls* (2007)<sup>32</sup>, Paul McCartney afirma que “se matadouros tivessem paredes de vidro, todos seriam vegetarianos”. Em um segmento empresarial tão hermético quanto o da indústria da carne, com grande poder de agenda nos meios de comunicação, a comunicação pública pode substituir alguns tijolos por paredes de vidro, trazendo transparência e acesso à informação ao setor. Falar de comunicação pública e direito à informação significa trocar o obscurantismo por paredes de vidro.

---

<sup>30</sup> Nesse momento pensei: “é agora que trago ele para o vegetarianismo!”. “Filho, o bife vem de partes de um animal, geralmente do boi”, expliquei. “Mas como faz para tirar? Corta o pedaço e nasce de novo?”, insistiu. “Não; primeiro mata o boi e depois corta ele em vários pedaços... Você não fica com dó de comer?”, perguntei e esperei pelo momento de comoção. “Eu não! Já está morto mesmo”, sentenciou com a imitação de um sonoro mugido, enquanto cortava um lasco de carne com gosto.

<sup>31</sup> A professora Luisa Lima enfatizou o quanto os processos de fetichização da mercadoria acabam por “apagar” os processos de exploração: há o apagamento do trabalho humano, o apagamento da exploração animal. Esse, sem dúvida, poderá ser um recorte futuro em nossas pesquisas.

<sup>32</sup> *Glass Walls*, no Brasil traduzido como *Paredes de Vidro*, é um documentário produzido pela ONG PETA e apresentado pelo cantor, compositor e ativista vegano Paul McCartney. O curta-metragem revela o horror por trás do processo produtivo de carne e derivados.

De fato, a questão epistemológica que circunda este trabalho é o direito à comunicação e à informação<sup>33</sup>. O direito à comunicação é o que advoga pela livre circulação de ideias, necessárias para a formação de sentido e significados na sociedade. Obviamente, que esse direito humano é exercido de forma desigual por grupos distintos na sociedade. Quem detém concessões de rádio e televisão, por exemplo, tem mais potencial de comunicação do que uma pessoa sozinha, num tamborete no meio da praça, gritando palavras de ordem. Quem detém o poder econômico tem a possibilidade de fazer circular suas ideias e pensamentos de forma massiva por meio de propagandas e publicidades. Assim, fica fácil compreender que o direito à comunicação do ativismo animal encontra limitações para fazer circular suas ideias e competir pela disputa de sentidos na sociedade. Essas questões colocam em relevo a necessidade premente de se discutir a regulamentação dos meios de comunicação, inclusive para fazer cumprir o texto constitucional no que tange a proibição de monopólio ou oligopólio dos meios de comunicação; e a proteção da pessoa e da família de “propaganda de produtos, práticas e serviços que possam ser nocivos à saúde e ao meio ambiente” (Constituição Federal de 1988, Art. 220, II).

A Constituição Federal de 1988 também introduziu no Brasil o direito humano à informação. Está enunciado no Art. 5, dos direitos e deveres individuais e coletivos, que “é assegurado a todos o acesso à informação”. No âmbito público esse direito está regulamentado pela Lei de Acesso à Informação – LAI (Lei 12.527/2011). Apesar das resistências culturais (de servidores, gestores, etc.) e dificuldades tecnológicas (um número expressivo de brasileiros ainda não tem acesso à internet) para se exercer esse direito, a cultura da transparência começa a ser exigida no serviço público, em todas as esferas. Há regras, prazos a serem cumpridos, há instâncias recursais. No âmbito privado o direito à informação está atrelado à concepção de responsabilidade social. Os consumidores estão exigindo cada vez mais uma postura ética de empresas, em suas relações trabalhistas, com fornecedores, com o meio

---

<sup>33</sup> Nem sempre quem concorda com você em tudo é quem mais vai contribuir com a sua pesquisa. Discordando, criticando, apontando fragilidades, há quase uma década a professora Janara Sousa me ajuda a crescer como pesquisadora. Foi num desses embates que cheguei à questão epistemológica deste trabalho.

ambiente. No entanto, trata-se de uma relação sensível e frágil. Em função do lucro, o direito à informação muitas vezes é contornado, como veremos ao longo deste capítulo.

No imaginário popular ainda pairam dúvidas sobre o que seja comunicação pública, quase sempre associada à comunicação articulada no bojo de veículos estatais/governamentais de comunicação e radiodifusão. No entanto, nossa pesquisa permeia o espectro da comunicação pública que, para além do emissor da mensagem, é definido e delimitado pelo interesse público (ZEMOR, 1995). Para falar de veganismo e direitos animais, vamos dialogar como esse tipo de comunicação especialmente importante para a cidadania, para a mudança cultural e a construção de novos parâmetros de sociedade e mundo que queremos viver.

Elizabeth Brandão (2009) elenca que as pesquisas brasileiras geralmente discutem comunicação pública em cinco perspectivas: 1) comunicação organizacional, “uma atividade voltada para a divulgação institucional no âmbito da opinião pública”; 2) comunicação científica, pois a “produção e difusão do conhecimento científico incorporaram preocupações sociais, políticas, econômicas e corporativas que ultrapassam os limites da ciência pura” e influenciam diretamente a vida do cidadão, sendo, portanto, de interesse público; 3) comunicação do Estado e/ou governamental, cuja preocupação é despertar o sentimento cívico, informar e prestar contas, motivar e educar a população, provocar o engajamento social nas políticas públicas, promover a cidadania, etc.; 4) comunicação política, cujo objetivo é o transporte de ideias, crenças e posicionamentos políticos, incluindo-se aqui o debate sobre a propriedade e a democratização dos meios de comunicação; 5) estratégias de comunicação da sociedade civil organizada, a partir da concepção de que “as responsabilidades públicas não são exclusivas dos governos, mas de toda a sociedade” (NEGRINI, 2017, p. 69). Para o cerne desta pesquisa, nos interessa especialmente essa última.

De comum em todas as abordagens, está o consenso de que a comunicação pública é aquela vinculada ao interesse público. Como ressalta Figueiredo (2018, p. 38), a comunicação pública diz respeito a “uma dinâmica de informações na esfera pública”, que pode passar por reinterpretações ou mediações, até chegar ao destinatário final, com o objetivo de “informar, consultar, deliberar, negociar e corresponsabilizar os cidadãos e ou consumidores em assuntos sempre de interesse geral”. Identificar como o ativismo animal realiza essas reinterpretações ou mediações é justamente o foco da nossa investigação.

Não importa o emissor, mas o conteúdo. Assim, não apenas entidades públicas fazem comunicação pública. Mesmo empresas capitalistas, motivadas em primeira instância pela busca do lucro (atividade que dialoga com a comunicação mercadológica), tem o dever de prestar contas não apenas ao consumidor, mas também à sociedade e ao cidadão (*accountability*). Na busca por seus interesses particulares, a empresa precisa ter responsabilidade com o meio ambiente, com os interesses coletivos e difusos daqueles que aparentemente não tem voz própria, como as florestas, as águas, os animais. Se o processo produtivo envolve a exploração de animais, os interesses destes ainda que minimamente estão protegidos e devem ser respeitados.

O dever de transparência e prestação de contas perpassa as empresas, pois ainda que privadas suas atividades impactam a sociedade, o meio ambiente, envolvem interesses coletivos e difusos. Exatamente por isso que mesmo empresas privadas produzem em algum momento, em alguma medida, informações de interesse geral, público. Ou seja, fazem comunicação pública. Simplicidade, clareza, objetividade, celeridade, acessibilidade, transparência, isonomia, são alguns princípios que devem pautar esse tipo de comunicação (NEGRINI, 2017, p. 79-83).

O setor de marketing da empresa estará preocupado em desenvolver uma embalagem atrativa para melhor vender o produto. No entanto, mesmo nessa comunicação mercadológica, há um ingrediente de interesse público. As informações nutricionais, os ingredientes e os componentes químicos dizem respeito à comunicação pública, trata de direito à informação.

A principal norma brasileira a respeito é a RDC nº 259 — Regulamento Técnico sobre Rotulagem de Alimentos Embalados, publicada no Diário Oficial no dia 20 de setembro de 2002. Para os clientes saberem exatamente os componentes que vão ingerir, as embalagens de alimentos industrializados devem conter a lista de ingredientes e informações nutricionais como valor energético, quantidades de proteínas, gorduras saturadas, sódios e açúcares. É obrigatório ainda informar sobre a presença de alergênicos e, desde 2019, de lactose.

O problema é que o direito à informação fica prejudicado pelo tamanho das letras nas embalagens e utilização de termos técnicos incompreensíveis. As informações relevantes para a saúde do consumidor se perdem na poluição visual das embalagens. Segundo

o Instituto Brasileiro de Defesa do Consumidor (Idec), apenas 25,1% da população é capaz de compreender totalmente o que dizem os rótulos<sup>34</sup>.

Nos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGetariANOS Iniciantes Brasil” no Facebook, fizemos a seguinte interação: “Você se sente capaz de ler e compreender os rótulos dos produtos e identificar corretamente aqueles livres de qualquer ingrediente animal? Já caiu em alguma ‘armadilha’? Qual?”<sup>35</sup>. Um total de 21 pessoas respondeu.

Vegetarianos/veganos novatos revelam que se guiam por listas de “produtos liberados” elaboradas e publicadas por blogs e organizações veganas. “Eu não sei identificar tão bem não, eu geralmente só consigo identificar o óbvio, leite, ovos, mel, etc.”, comenta uma interlocutora. O Vista-se mantém uma lista atualizada de empresas, marcas e produtos que realizam testes em animais, usam ingredientes de origem animal e patrocinam eventos que exploram animais (rodeios, por exemplo). Periodicamente o criador do Vista-se entra em contato com empresas para tirar dúvidas sobre a composição de produtos e divulga as respostas no quadro “É vegano?”. Já a SVB mantém uma lista de empresas conveniadas que oferecem produtos vegetarianos.

Ler e interpretar rótulos são tarefas árduas até mesmo para vegetarianos/veganos experientes, que também se equivocam. Outras vezes, as informações nos rótulos não são suficientes: “Muitos ingredientes tem o mesmo nome, mas podem ser de origens diferentes (animal x vegetal x sintética), e a origem não vai estar especificada no rótulo, por isso perguntamos para as empresas”, explica uma interlocutora. “Mesmo produtos que aparentemente são vegetarianos, podem ter algum produto de origem animal embutido. Como é o caso da caseína ou caseinato, encontrados na maioria dos substitutos de queijos, por exemplo, como queijo de soja, queijo de arroz”, enfatiza.

Ainda que o produto seja completamente livre de ingredientes de origem animal, isso não garante que a empresa seja vegana, ou seja, sem exploração animal. “O

---

<sup>34</sup> População não entende rótulos, diz pesquisa. Disponível em <https://idec.org.br/idec-na-imprensa/populacao-nao-entende-rotulos-diz-pesquisa>. Acesso em 22/02/2019.

<sup>35</sup> Respostas observadas entre os dias 11 e 13/02/2019.

problema é que muitas vezes a empresa faz parte de um grande conglomerado; algumas não testam em animais, mas a empresa principal faz testes”, explica um interlocutor. “Deveria ter algum tipo de identificação para saber se há qualquer exploração animal na cadeia produtiva”, sugere outro.

De fato, consumir produtos industrializados se torna uma missão de risco para vegetarianos/veganos. É possível encontrar ingredientes de origem animal nos produtos mais improváveis. Batatas fritas congeladas podem conter banha e leite. Sopas de legumes industrializadas em geral levam ovos na massa. Em alguns casos, mesmo produtos com nome de “vegano” podem conter ingredientes vindos de animais. Os rótulos dos produtos não trazem essas informações de maneira transparente. O ativismo animal “garimpa” as informações por meio de contato direto com as empresas, ou buscando fontes em artigos científicos, num trabalho de “tradução” para o público leigo<sup>36</sup>.

Se constar renina, enzimas proteolíticas ou quimosina significa que você pode estar ingerindo coalho<sup>37</sup>, um coagulante de origem animal, obtido no estômago de bezerros lactentes (que ainda dependem do leite materno para a sua sobrevivência). Para produção de coalho, imediatamente após o sacrifício do bezerro, que foi alimentado somente com leite, extrai-se o abomaso, este é lavado e cortado em tiras de onde se extrai o coalho. Existem coalhos microbianos (origem bacteriana e fúngica) e vegetais (o mais comum é o de *Cynara cardunculos*), mas os de origem animal predominam na indústria alimentícia.

Imagine se a propaganda de marshmallows, chicletes, balas de goma, revelasse que a gelatina<sup>38</sup> contida nestes produtos é feita de cascos, pele e tendões de vários

---

<sup>36</sup> A professora Luisa Lima destacou que em tempos de obscurantismo, em que o conhecimento vem sendo sistematicamente atacado, fazer ciência é um ato revolucionário. Concordamos e, por isso, fizemos todo um esforço para identificar e citar fontes acadêmicas para sustentar o conhecimento acumulado por veganos/vegetarianos sobre a composição de produtos utilizados pela indústria, com ingredientes de origem animal embutidos.

<sup>37</sup> A descrição do processo da produção do coalho pode ser encontrada em vários artigos acadêmicos, em especial no campo da agropecuária e da química. A título de exemplo, consultamos o texto: Aplicação de protease microbiana no processo de fabricação de queijo. Disponível em <https://repositorio.unesp.br/handle/11449/147070>. Acesso em 22/02/2019.

<sup>38</sup> Idem com relação à produção da gelatina. Podem ser consultados vários artigos, como: Recuperação da solução de soda cáustica usada no tratamento do couro bovino na produção de gelatina, disponível em <http://dx.doi.org/10.1590/S0101-20612008000100015>. Produção de Gelatina: Uma perspectiva competitiva para

animais. A demanda por dentistas talvez fosse afetada. A gelatina também é encontrada na cápsula de revestimento de certos medicamentos, o que se torna um grande dilema para veganos doentes.

Em alguns países, para ficar com aparência clara, o açúcar de cana refinado é filtrado através de ossos de animais queimados<sup>39</sup>. Para produzir o aspartame<sup>40</sup> – utilizado para adoçar produtos de baixa caloria, como refrigerantes, adoçantes, gomas de mascar, xarope, doces e geleias, barras nutricionais, bebidas e sucos, em geral – é necessário utilizar uma enzima que vem dos rins dos porcos.

Aperte os olhos para enxergar e se o rótulo disser que contém caseína, caseinato, soro de leite, lactalbumina, lactoferrina, lactoglobulina, lactose, lactulose, recaldent ou paneer, o produto contém proteína de leite<sup>41</sup> e, portanto, não é vegano. Até mesmo cerveja e vinho podem conter ingredientes de origem animal. Muitas marcas utilizam ictiocola ou isinglass<sup>42</sup> (uma espécie de “cola de peixe”), substância obtida de bexigas secas de peixes, utilizada na clarificação do vinho e da cerveja.

Alimentos com corante amarelo geralmente usam a luteína<sup>43</sup> cuja fonte pode ser a gema de ovo. Alimentos com coloração vermelha ou rosa, como os iogurtes de morango

---

a cadeia produtiva de frango de corte, disponível em <https://doi.org/10.22456/1983-8026.22468>. Produção de gelatina de pele de tilápia e sua utilização para obtenção de micropartículas contendo óleo de salmão, disponível em <http://bj.ital.sp.gov.br/artigos/html/busca/PDF/v14n1446p.pdf>. Acesso em 22/02/2019.

<sup>39</sup> A utilização carvão de ossos no descoloramento de caldas de açúcar está descrito na literatura científica. Pode-se consultar, por exemplo: Adsorvente a partir de fuligem de bagaço de cana-de-açúcar: obtenção e avaliação de desempenho, disponível em <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/3/3137/tde-31082017-144006/en.php>, acesso em 22/02/2019. O assunto foi abordado no portal Vista-se: Ossos de boi carbonizados na produção de açúcar: lenda urbana ou verdade?, disponível em <https://www.vista-se.com.br/ossos-de-boi-carbonizados-na-producao-de-acucar-lenda-urbana-ou-verdade/>, acesso em 04/03/2019.

<sup>40</sup> Vide em: Produção de aspartame: abordagem descritiva, técnica e econômica, disponível em <http://repositorio.ufu.br/handle/123456789/21777>, acesso em 22/02/2019.

<sup>41</sup> Vide em: Propriedades fisiológicas-funcionais das proteínas do soro de leite, disponível em <http://bj.ital.sp.gov.br/artigos/brazilianjournal/free/c05185.pdf>, acesso em 22/02/2019.

<sup>42</sup> Vide em: Influence of different commercial fining agents on proanthocyanidin fraction and antioxidant activity of a red wine from Baga grapes, disponível em <https://doi.org/10.20870/oeno-one.2009.43.2.802>. A avaliação de diferentes agentes clarificantes de cerveja no processo de produção em uma microcervejaria, disponível em [www.revistas.unisinos.br/index.php/estudos\\_tecnologicos/article/download/4160/1505](http://www.revistas.unisinos.br/index.php/estudos_tecnologicos/article/download/4160/1505). Acesso em 22/02/2019.

<sup>43</sup> Vide em: Desenvolvimento e validação de método espectrofotométrico para determinação de corante à base de luteína adicionado em iogurte desnatado, disponível em <http://repositorio.unicamp.br/handle/REPOSIP/202534>, acesso em 22/02/2019.

e frutas vermelhas, usam o corante carmim, extraído da cochonilha-do-carmim<sup>44</sup>, um inseto parente do pulgão. Corante natural carmim de cochonilha, corante natural carmim; corante cochonilha; C.I. 75470 ou E120 são alguns sinônimos que podem ser encontrados nos rótulos. As crianças vão adorar saber que o Danoninho (aquele que dizia valer por um bifinho) e quase todos os iogurtes de coloração rosa têm insetos em sua composição.

A maioria desses ingredientes pode ser substituída por fontes vegetais. No entanto, isso requer investimentos que as indústrias não estão dispostas a gastar, se não houver pressão dos consumidores. E essa pressão continuará tímida, enquanto o direito à informação continuar sendo dificultado. Na verdade, poucas pessoas sabem realmente o que estão comendo. Se soubessem, teriam a oportunidade de decidir por outros produtos.

Projetos de lei em tramitação no Congresso Nacional avançam alguns passos e retrocedem outros. Enquanto a bancada ruralista defende a supressão do símbolo dos transgênicos em rótulos de alimentos – o conhecido T preto dentro do triângulo amarelo –, com o PLC 34/2015, dificultando assim a informação à qual o consumidor tem por direito, um projeto de lei defende que as embalagens passem a informar sobre os agrotóxicos utilizados no alimento processado e *in natura*. Já o PLS 489/2008, conhecido como projeto do “semáforo nutricional”, tem a ideia de acrescentar cores nos rótulos dos produtos para que o consumidor consiga visualizar de forma clara e prática a qualidade nutricional do alimento em questão. No entanto, nenhum projeto atende às preocupações de vegetarianos e veganos, que têm o direito de saber: o produto tem ingrediente de origem animal? O produto testa em animais?

Até aqui vimos que o direito à informação é um componente importante da comunicação pública. Sem informações simples, claras, acessíveis, objetivas – princípios da comunicação pública – a comunicação não se realiza ou é apenas formal, no sentido de que está ali apenas para atender a requisitos legais. O efetivo direito à informação não se realiza. Sem compreender os significados dos rótulos, consumidores acabam por ingerir produtos que

---

<sup>44</sup> Vide em: Extração e produção do corante carmim de cochonilha, disponível em <http://bj.ital.sp.gov.br/artigos/html/busca/PDF/v04nu53p.pdf>, acesso em 22/02/2019.

prejudicam a saúde. A situação é especialmente crítica para veganos e vegetarianos, pois a informação contida nos rótulos não é suficiente para identificar ingredientes de origem animal.

A partir de agora vamos discutir que a omissão também é uma forma de comunicação; embora uma comunicação negativa ou uma não-comunicação. O que a indústria da exploração animal nos omite? Quais informações são mantidas longe do consumidor para os negócios prosperarem? Quais informações são deixadas longe dos cidadãos sobre o impacto das atividades das empresas no meio ambiente, nas florestas, nas águas, na vida dos trabalhadores? Na indústria da exploração animal, aquilo que não é dito ou é omitido – não-comunicação – diz mais sobre esse modelo de negócio do que aquilo que se anuncia nas peças publicitárias, nas estatísticas oficiais do setor.

Adams (2018) se preocupava com a objetualização do consumo da carne por meio da linguagem. O fato de nos referirmos ao consumo de carne e não ao consumo de cadáveres é exemplo de como a linguagem transmite a aprovação da cultura dominante. Por trás de cada propaganda de hambúrguer “apetitoso” há uma informação omitida, mascarada, há um referencial ausente, o animal morto.

(...) o verdadeiro significado da carne é descartado. Por trás de toda refeição com carne está uma ausência: a morte do animal cujo lugar é ocupado por esse prato. Com a palavra “carne”, a verdade sobre a morte fica ausente. (ADAMS, 2018, p. 107)

A indústria capitalista da carne mascara seu processo produtivo com mecanismos de linguagem, mas também pela comunicação mercadológica. Comumente, essas empresas buscam imagens felizes e apaziguadoras. Vaquinhas felizes no campo pastoreando; galinhas em ninhos repletos de pintinhos encantadores. Essas imagens fazem parte do nosso imaginário infantil. Crescemos lendo livros e assistindo desenhos com imagens enaltecendo a simplicidade rural. Crescemos acreditando que embora o animal “precise” morrer para alimentação humana, enquanto esse momento não chega, terá uma vida boa e feliz (SINGER, 2013, p. 312). As empresas sabem disso e constroem estratégias de comunicação em torno desse imaginário lúdico. Não raro adotam como mascotes representações dos seres que exploram e matam. Como são os casos do franguinho da Sadia e da vaquinha do Cooper. Por trás dessas imagens simpáticas, estão dados impressionantes. O Brasil abate 5,84 bilhões de cabeças de

frangos e produz 33,5 bilhões de litros de leite por ano, a partir de 17,06 milhões de vacas exploradas (IBGE, 2018).

O que o mascote da Sadia não conta é que são 5,84 bilhões de frangos que passarão sua curta existência em gaiolas superlotadas, com espaço individual equivalente a uma folha de papel A4 (21x29,7cm), sem espaço para sequer abrir as asas. O que a vaquinha mascote do Cooper não revela é que mamíferos produzem leite em uma condição específica: após o parto para alimentar os filhos. Assim, para manter a produção, 17,06 milhões vacas serão anualmente violentadas no Brasil em processos de inseminação artificial. Os bezerros são separados das mães quando nascem (para que o leite seja comercializado) e são vendidos como vitelo ou para fábricas de ração; de seus estômagos são retirados o coalho. Quando a produtividade leiteira decair, o que ocorre por volta do sexto ano de vida, as vacas terão o mesmo destino dos bois: o abate.

**Figura 3 - Mascotes da Sadia e Cooper**



**Fonte: Divulgação.**

Na figura 3, vemos os mascotes da Sadia e da Cooper, importantes empresas de produtos de exploração animal. É irônico que esses mascotes sejam animais felizes e satisfeitos, em um esforço de apagamento das reais condições de produção que vigoram em indústrias da exploração animal. Quando os interesses comerciais sobrepõem os interesses dos cidadãos, reina a comunicação mercadológica. Quando a comunicação de interesse público é omitida pelas empresas capitalistas de produção de carne, grupos ativistas e ONG's que atuam pelo veganismo e direitos animais avocam essa missão. E fazem comunicação pública quando derrubam os muros e revelam a exploração animal por trás do processo produtivo da carne, do leite, do couro. A comunicação pública efetuada por grupos como a SVB, ANDA e Vista-se

são as paredes de vidro pela qual podemos ver as informações que são omitidas pelos empresários da exploração animal.

Alguns estudos apontam, em nível mundial, o crescimento da busca de uma alimentação mais saudável, sustentável e ética. Pesquisa do IBOPE (2018), encomendada pela SVB, mostra que 55% dos entrevistados declaram que consumiria mais produtos veganos se estivessem melhor indicados na embalagem ou se tivessem o mesmo preço que os produtos que estão acostumados a consumir. Nas capitais, esta porcentagem sobe para 65%. E o mercado sabe que as pessoas estão dispostas a pagar mais caro para continuarem consumindo carne, leite e ovos, se houver algum atenuante para suas consciências:

De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Akatu, 87% dos brasileiros prefeririam comprar produtos com bem-estar animal se preço e qualidade fossem mantidos. A mesma pesquisa indica também que 52% dos consumidores disseram admirar empresas que garantem não maltratar os animais — trata-se da principal atitude que uma companhia pode tomar para atrair a admiração e a preferência do público, seguida de “boas relações com a comunidade” e “ter selos de proteção ambiental”.

O programa Certified Humane<sup>®</sup> é uma ótima ferramenta para você posicionar a sua produção de carnes, aves, ovos, laticínios e derivados no topo da lista de preferências de um grupo de consumidores que não para de crescer. Quando você se torna certificado, adquire credibilidade a partir de inspeções da organização sem fins lucrativos Humane Farm Animal Care. Além disso, abre as portas a milhões de potenciais consumidores e exposição a todos os apoiadores de causas humanitárias e a extensa mídia gerada pelo programa Certified Humane<sup>®</sup>. (CERTIFIED HUMANE, s.d.)

Assim, proliferam-se nos supermercados produtos com rótulos “vegan”, “cruelty-free”, e outros. Por exemplo, quando encontramos no supermercado produtos com as expressões “galinhas felizes”, “galinhas livres de gaiolas”, a indústria capitalista de ovos nos leva a imaginar que essas galinhas são criadas livres no campo, em seus poleiros ou em ninhos fofinhos com seus pintinhos. Os produtos são mais caros e o consumidor compra uma imagem que quase nunca corresponde a toda realidade.

**Figura 4 - Ovos tipo "galinha feliz"**

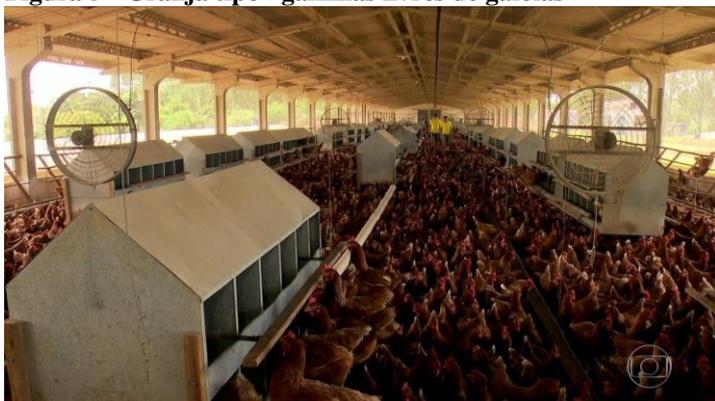


**Foto: Divulgação.**

Por trás do marketing “feliz” está uma comunicação pública omitida pela indústria. “Galinhas livres de gaiolas” não significam galinhas ao ar livre, sem sofrimento. As aves são criadas em galpões superlotados. Digamos que é “menos pior” do que da vida das galinhas engaioladas, mas ao final de sua vida útil o destino será o mesmo: o abate.

Adams (2018, p. 114) pontua que o uso de qualitativos serve para relativizar a violência no processo produtivo da carne. Como ocorre, por exemplo, quando designamos “abate humanitário”. Todo abate de animal para consumo é desumano, é violento. Não importa o quanto se propicie bem-estar e qualidade de vida aos animais, se ao final da vida o destino será a morte para servir ao prazer humano. Galinhas livres de gaiolas, mas criadas em granjas superlotadas, também terão uma vida miserável e o mesmo destino final de suas irmãs engaioladas. Mas o consumidor dormirá com a consciência tranquila (e o bolso mais leve).

**Figura 5 - Granja tipo "galinhas livres de gaiolas"**



**Fonte: Globo Rural.**

Entre os que lutam pelos direitos animais, há uma corrente que advoga pela adoção de medidas paliativas para melhoria das condições de vida dos animais, são os chamados benestaristas. Na outra ponta estão os abolicionistas, que lutam pela libertação animal. Para esse grupo, as ações benestaristas podem inclusive atrasar o processo. Enquanto os benestaristas procuram formas de humanizar o abate, de garantir melhores condições de vida para os animais explorados pela indústria, os abolicionistas querem que não haja mais animais explorados. Para os abolicionistas não há abate humanizado, todos são violentos; não há dignidade e conforto possíveis numa vida sem propósito e significância própria.

Na onda do movimento benestarista, o selo *Certified Humane*®, concedidos pela Humane Farm Animal Care, é um negócio vantajoso para o empresariado, mas contribui para a perpetuação da exploração animal. Para o consumidor representa a oportunidade de continuar com velhos hábitos, mas com a consciência tranquila. É reconfortante acreditar no discurso do bem-estar animal. Assim, para os abolicionistas, todo passo que se dá para reduzir o sofrimento dos animais a níveis “aceitáveis”, mais longe ficamos da libertação animal. E as empresas continuarão lucrando com o sofrimento e a exploração animal.

O jogo de palavras continua na tentativa de cooptação do público pela indústria. Um selo “cruelty free” significa apenas que aquele produto não é testado em animais. Já o termo “vegan” está relacionado à composição ou conteúdo do produto, ou seja, “vegan” é o produto que não possui nenhum ingrediente de origem animal. Ou seja, é possível que um produto seja “cruelty free”, mas não “vegan” e vice-versa.

Por exemplo, o sabonete Dove tem o selo “cruelty free”, concedido pela PETA (People for the Ethical Treatment of Animals). É um produto que não testa em animais, no entanto, em sua composição tem derivados de banha de boi, ou seja, não é vegano. No site do produto, a empresa anuncia: “A verdadeira beleza é livre de crueldade. Dove não testa em animais. Por mais de 30 anos, usamos múltiplas alternativas e abordagens que não utilizam animais para testar a segurança dos nossos produtos e ingredientes” (DOVE, s.d.).

A comunicação mercadológica induz o consumidor a acreditar que trata-se de um produto vegano, quando na verdade um boi teve que morrer para garantir um banho cremoso. Nessas oportunidades, são os ativistas e ONGs que restauram o referencial ausente – o boi morto – e fazem o trabalho de comunicação pública. Foi o que fez o portal Vista-se (VISTA-SE, 2018): “Gostaríamos de reforçar que os produtos Dove têm ingredientes de origem

animal e que, por isso, não são veganos, independentemente de serem ou não testados em animais”.

Avançando no debate sobre comunicação pública, direito à informação, veganismo e direitos animais, vimos até aqui que a indústria da exploração animal se omite de informações ou fazem manipulação de palavras, levando o consumidor a erro. Nessas ocasiões, a comunicação de interesse público muitas vezes é feita por ativistas veganos e/ou entidades pelos direitos animais. Em seguida, vamos falar da comunicação científica, que é um tipo de comunicação pública. A ciência, em busca de aceitação, muitas vezes se reverte de uma área imparcial, neutra. No entanto, veremos que não há dados neutros; os números de uma pesquisa revelam mais do que parece num primeiro plano.

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE divulga trimestralmente dados sobre a produção pecuária no Brasil. Apenas em 2017 o Brasil abateu 30,8 milhões de bovinos, 43,2 milhões de suínos, 5,84 bilhões de frangos, e produziu 34,06 milhões de peças inteiras de couro cru bovino, além de 4,2 bilhões de dúzias de ovos, e 33,5 bilhões de litros de leite (IBGE, 2018).

Em 2017, o rebanho brasileiro tinha 214,90 milhões de cabeças de bovinos, sendo 17,06 milhões de gado leiteiro. Cada vaca produz em média 1.963 litros de leite por ano. Havia ainda 34,45 milhões de cabeças de bubalinos, equinos, caprinos e ovinos (IBGE, 2018).

**Quadro 5 - Produção agropecuária brasileira (2017)**

<b>TIPO</b>	<b>QUANTIDADE</b>
Bovinos	30,8 milhões de cabeças abatidas
Suínos	43,2 milhões de cabeças abatidas
Frangos	5,84 bilhões de cabeças abatidas
Couro	34,06 milhões de peças inteiras de couro cru
Ovos	4,2 bilhões de dúzias
Leite	33,5 bilhões de litros
Peixes	485,2 mil toneladas
Camarão	41,0 mil toneladas
Ostras, vieiras e mexilhões	20,9 mil toneladas
Mel	41,6 mil toneladas
Lã	9,37 mil toneladas

Fonte: Elaboração própria com dados do IBGE.

Essa comunicação pública, aparentemente técnica e livre de ideologia, omite informações relevantes para a cidadania. É uma comunicação que privilegia o consumidor, o mercado, mas não enxerga o cidadão. Para o consumidor indica que uma oferta maior poderá representar custo menor do produto. Para o empresário aponta caminhos da lucratividade. São informações relevantes, mas que dialogam com o interesse individual (embora de um número expressivo de pessoas), de empresários e consumidores. Não fala com a totalidade da sociedade. Não considera interesses coletivos e difusos.

Sabemos que os interesses públicos, portanto coletivos, muitas vezes vão se chocar com os interesses privados, individuais. Na pesquisa do IBGE temos apenas um lado da informação. Quando o crescimento da produção agropecuária é anunciado como sinônimo de progresso e desenvolvimento, algumas dimensões coletivas são desprezadas. Estão omitidas algumas perguntas (e respostas): Qual é o preço desse progresso e desenvolvimento? Quantos litros de água foram gastos na atividade agropecuária? Quantas toneladas de grãos foram usadas para alimentar esses animais, em vez de alimentar diretamente os humanos? Qual o impacto dessa produção no meio ambiente, na degradação das florestas com o avanço das pastagens? Qual o impacto dos dejetos produzidos pelos animais e despejados nos rios e na atmosfera? Qual o impacto dessas empresas na exploração do trabalho humano<sup>45</sup>? Qual a quantidade de antibióticos utilizados nos animais e de veneno nas plantações que alimentam o gado?

Então, quando o IBGE divulga que o Brasil tem 214,90 milhões de cabeças de gado bovino é uma informação que tem uma omissão embutida. Para o cidadão – que é um conjunto maior do que os consumidores e empresários do setor – importa saber que cada bovino

---

<sup>45</sup> Incluí no texto o impacto na vida dos trabalhadores, depois de ouvir a professora Luisa Lima. Ela acredita que o debate em torno das contradições estruturais do capitalismo, presentes também na indústria da exploração animal, que “apaga” o sofrimento do trabalho humano, poderia ajudar a lançar luzes à questão moral que suscito em minha pesquisa. Para ela – e eu concordo -, sem enfrentar o debate estrutural corremos o risco de no máximo alcançarmos nossa consciência tranquila, de consumidores conscientes. No entanto, esse tipo de veganismo, cooptado pelo capitalismo, se torna apenas um nincho de mercado, explorado inclusive por empresas que igualmente lucram com produtos não veganos. Essas questões estão presentes em nossa pesquisa. Em futuros trabalhos quero voltar a elas de maneira mais dedicada. Entretanto, tenho por mim que os direitos animais é por si só merecedor de consideração moral, independe de lastro com alguma condicionante humana. Ainda que, como discuto adiante, meu conceito de veganismo se espraie por interseccionalidades de lutas dos animais humanos. Para mim, não há como falar de veganismo desvinculado de lutas sociais, contra o machismo, racismo, capacitismo, luta de classes.

elimina na atmosfera, em média, 140 gramas de metano por dia. O metano é o principal gás de efeito estufa, produzido na digestão dos ruminantes e eliminado por arroto (FAPESP, 2015).

Dizer que o Brasil produziu 24,12 bilhões de litros de leite é uma informação que deixa de fora outro lado da moeda. Em 2014, a Nestlé lançou uma campanha publicitária para mostrar um suposto lado afetuoso, sustentável e respeitoso da produção industrial de laticínios. A campanha escolheu três mães para "mostrar tudo que tem" no Leite Ninho, no que a empresa chamou de "jornada de carinho e descoberta". Mas por trás dos dados oficiais de produtividade (indicador de desenvolvimento e economia aquecida), por trás das propagandas milionárias, está uma realidade brutal. E é a comunicação pública do ativismo animal que muitas vezes restaura o referencial ausente: em cada copo de leite está uma mãe violentada, um bezerro sacrificado. A SVB confrontou a campanha "Saber tudo que tem faz bem" da Nestlé, questionando: “o que acontece com os bezerras machos nascidos nesta indústria? E com as vacas mais velhas, que já não servem mais? E o que dizer da inseminação artificial e gestações sem descanso? E da separação forçada dos filhotes logo após o nascimento?”<sup>46</sup>. Em nota, a SVB denunciou:

A Nestlé é a maior compradora individual de leite do Brasil, tendo adquirido em 2011 2,1 bilhões de litros de leite de cerca de 50 mil produtores diferentes. Uma empresa que compra leite nestas proporções patrocina todas as possíveis formas de violência pela qual as vacas e os seus filhotes passam durante as várias etapas de criação e produção.

Quando cerca de 80% da população mundial apresenta algum grau de intolerância à lactose, estimular seu consumo não reflete uma necessidade racional e nem tampouco nutricional. Além disso, o consumo de leite de vaca em crianças com menos de um ano de idade provoca microsangramento intestinal e leva à anemia por falta de ferro. Há fontes de cálcio vegetal excelentes e que podem substituir sem prejuízos, e com vantagem, o cálcio do leite de vaca. (SVB, 2014).

Singer (2013) pontua que a falta de informação é a aliada primeira do especismo. Os meios de comunicação não estão interessados em abordar temas que podem contrariar os interesses de potenciais patrocinadores. O que conhecemos sobre o processo

---

<sup>46</sup> Nota da SVB a respeito da campanha publicitária do Leite Ninho. Disponível em <https://www.svb.org.br/1419-nota-svb-campanha-publicitaria-leite-ninho>. Acesso 26/02/2019.

produtivo da carne, do leite e dos ovos é apresentado em brevíssimas tomadas em programas especializados sobre agricultura ou em notícias (sempre em tom positivo) sobre o recorde nas exportações. Mas ninguém quer saber o que realmente acontece por trás dos muros de matadouros e das porteiras das fazendas. A ignorância é necessária para continuarmos felizes à mesa. E é a comunicação pública do ativismo animal que rompe com esse manto de ignorância para restabelecer a verdade.

#### 4.1. Para quê comunicação?

Comunicação serve para vender coisas? Comunicação serve para informar? Comunicação serve para motivar e mobilizar pessoas? Comunicação serve para mudar uma cultura? Comunicação serve para influenciar a política? De fato, serve para tudo isso e mais. Mas de qual comunicação estamos falando ao investigar o ativismo animal? E qual a tarefa dessa comunicação?

Elencando as teorias de Wright, Lazarsfeld e Merton, Wolf (2009, p. 66-81) ressalta que as funções da comunicação<sup>47</sup> dizem respeito às consequências de certos elementos regulares, padronizados e rotinizados do processo comunicativo. Em relação à sociedade, essas funções são de: 1) alerta aos cidadãos antes ameaças e perigos; 2) instrumento para executar atividades cotidianas institucionalizadas na sociedade. Em relação ao indivíduo são de: 1) atribuição de posição social e prestígio às pessoas e grupos objeto da atenção dos grandes veículos de comunicação; 2) reforço do prestígio; e 3) reforço das normas sociais. Wolf discorre ainda as disfunções da comunicação de massa, ou seja, os efeitos colaterais indesejados que podem ocorrer das atividades de comunicação de massa. São elas, as disfunções de: 1) ameaça a estrutura fundamental da sociedade; 2) pânico da sociedade com a difusão de notícias alarmantes; 3) narcotizante pelo excesso de informação.

---

<sup>47</sup> Discutir as funções da comunicação não significa que trago aqui uma tese funcionalista, mas marca meu espaço de formação profissional, como comunicadora organizacional, e a forma como fui treinada a ver os processos comunicacionais nas organizações. Antes disso, como bem pontuou a professora Kênia Figueiredo, de certa maneira, minha pesquisa é permeada pela noção do materialismo dialético. No “posfácio ressonante” discuto o porquê de não adotar, então, o materialismo dialético como abordagem metodológica desta pesquisa.

Partindo do ponto de vista que o objetivo básico da comunicação de massa é a promoção de condições para a realização do ser humano na sociedade, Beltrão e Quirino (1986, p. 142-143) sustentam que existem quatro funções da comunicação: 1) função informativo-jornalística; 2) função promocional; 3) função educacional; e 4) função lúdica ou de entretenimento.

As funções da comunicação – e também as disfunções – não são, digamos, tipos “puros”. Em geral, quando uma ação comunicativa é efetuada ela nunca está cumprindo apenas uma função, mas duas ou mais combinadas. Os estudos funcionalistas, que tiveram fôlego especialmente nas décadas de 60-70, estavam interessados nos efeitos da comunicação de massa sobre suas audiências. Derivados desses primeiros estudos, todo um rol de pesquisadores se dedicou ainda a compreender os efeitos cumulativos e de longo prazo. Vários modelos teóricos foram pensados – *agenda-setting*, cultivo, efeito de terceira pessoa, *priming*, *framing* – em busca de explicar a influência dos meios de comunicação de massa em longo prazo e suas consequências.

Até então, pouco se colocava em questão o papel da comunicação nas/das organizações. As organizações se voltavam para dentro, fechadas em si mesmo. Com a necessidade de dialogar com o público externo, de fazer frente ao mercado concorrencial globalizado, com os novos requisitos de transparência e prestação de contas, as organizações se viram obrigadas a comunicar de forma diferente com os seus públicos. A importância dessas organizações também se ampliou, como mediadoras de demandas da sociedade, cumprindo um papel aglutinador de anseios. As organizações públicas também foram impulsionadas a deslocarem a comunicação de um papel meramente propagandístico (muitas vezes ufanístico) para um papel de facilitador da cidadania. De forma que os estudos focados apenas nas funções dos grandes veículos de comunicação não são mais suficientes para se compreender a complexidades de atores que falam no mundo. Atores que muitas vezes falam diretamente com os públicos, sem a intermediação dos veículos de comunicação de massa hegemônicos. A comunicação realizada no âmbito de organizações públicas e privadas começou a despertar a atenção de pesquisadores.

Nas organizações públicas, Torquato (2011, p. 128-129) elenca dez funções para a comunicação: 1) a comunicação como forma de integração interna (função: ajustamento organizacional); 2) a comunicação como forma de expressão de identidade (função: imagem e

credibilidade); 3) a comunicação como base de lançamento de valores (função: expressão de cultura); 4) a comunicação como base de cidadania (função: direito à informação); 5) a comunicação como orientadora do discurso dos dirigentes (função: assessoria estratégica); 6) a comunicação como forma de mapeamento dos interesses sociais (função: pesquisa); 7) a comunicação como forma de orientação aos cidadãos (função: educativa); 8) a comunicação como forma de democratização do poder (função: política); 9) a comunicação como forma de integração social (função: social); e 10) a comunicação como instrumento a serviço da verdade (função: ética).

Então, quando tratamos do ativismo animal e da comunicação empreendida por quem faz esse ativismo, vamos dialogar com várias funções da comunicação, a depender das situações e dos atores envolvidos. Neste momento, importa ressaltar que as funções da comunicação empreendida por veículos hegemônicos de comunicação em muito ficam condicionadas ou pelo menos limitadas aos interesses de quem patrocina sua existência. De forma que a função informativo-jornalística, por exemplo, poderá privilegiar o enquadramento de determinados temas em desfavor do ativismo animal. A indústria da exploração animal é composta por grandes anunciantes com poder de monopolizar a função promocional. A função educacional pode ser afetada conforme as fontes selecionadas em coberturas jornalísticas sobre veganismo e aspectos médicos, por exemplo. E, por fim, na função lúdica ou de entretenimento, vemos os meios de comunicação com o poder de reproduzir aspectos da cultura dominante também no que tange ao consumo de produtos de origem animal, “normalizando” a exploração. Novelas, filmes, séries reforçam os lugares comuns, reproduzindo estereótipos e perpetuando a cultura carnista.

Na outra ponta, temos a comunicação das organizações que fazem ativismo animal. Ao analisar a comunicação empreendida pelos sujeitos da nossa pesquisa, identificamos quatro funções primordiais: 1) Expressão de cultura – trabalha com mudança de valores na sociedade, com a difusão do veganismo e dos direitos animais; 2) Direito à informação – atua como instrumento de cidadania, à medida que informa, divulga, noticia temas que não são normalmente pauta nos meios de comunicação hegemônicos; 3) Função educativa – estabelece diálogo com a sociedade, orienta, guia, se torna referência; 4) Função ética – age como instrumento a serviço da verdade, ao restabelecer referenciais ausentes na comunicação da indústria da exploração animal.

## 4.2.Estratégias de comunicação

Toda organização possui um conjunto de valores e crenças, atitudes e comportamentos (SILVA, 2014). Estratégia diz respeito ao conjunto de ações planejadas e orientadas para se alcançar os objetivos organizacionais e realizar sua missão, comunicando ao mundo esses valores e crenças.

Conforme Kunsch (2003, p. 242-276), o planejamento estratégico de uma organização se inicia com a fase de elaboração do diagnóstico, com identificação da visão (onde a organização quer chegar), com a análise interna, análise externa e concorrencial. Um instrumento normalmente utilizado nessa etapa é a análise SWOT (“strengths”, “weaknesses”, “opportunities” e “threats”, ou seja, análise das “forças”, “fraquezas”, “oportunidades” e “ameaças” de uma organização). Na etapa seguinte, se delimita a missão da organização (por que a organização existe, o que ela faz, para quem?), mapeia os propósitos atuais e potenciais, e analisa os cenários internos e externos. Na terceira fase, se estabelece os objetivos, desafios e metas, as estratégias e políticas organizacionais, os projetos e planos de ação, e o plano orçamentário. Por fim, a última etapa consiste no controle e avaliação do que foi delineado no planejamento.

Para atingir os objetivos organizacionais, não bastam ações isoladas de comunicação. É preciso que a comunicação de uma organização seja concebida como fator estratégico na divulgação da missão e dos valores da organização perante todos os seus públicos. Alinhada, portanto, ao planejamento estratégico da organização como um todo. Neste sentido, a comunicação estará o tempo todo se perguntando: como a comunicação poderá ajudar a organização a desempenhar seu papel, sua razão de ser na sociedade?

Geraldes (2014) afirma que “planejar a comunicação é importante para que os objetivos se mantenham visíveis, para assegurar a sustentabilidade das ações, para se agir/reagir diante do cenário e se praticar uma avaliação constante dos produtos e processos comunicacionais” (GERALDES, 2014, p. 131). A pesquisadora destaca que, com o planejamento estratégico, “a comunicação se emancipa da ditadura do cotidiano, ou seja, da pressão do tempo que forma, conforma e deforma muitas de suas ações” (GERALDES, 2014, p. 137).

No entanto, Geraldles (2014) chama a atenção para o fato de que nem todas as decisões são técnicas, nem todas as escolhas podem ser definidas em função do contexto. “As organizações têm passado, memórias, valores, princípios, diretrizes”, os quais precisam ser levados em consideração. Para além da esfera estratégica, a pesquisadora defende ser preciso “resgatar o valor da dimensão política nas organizações”, pois nenhuma marca, identidade ou missão pode ser traçada apenas com estratégias, ignorando-se a esfera política. São as políticas de comunicação que estabelecem princípios, valores e diretrizes de uma organização. Geraldles (2014) destaca ainda que as políticas de comunicação de uma organização só podem ser efetivas e efetivadas quando nascerem de processos comunicativos abertos à mudança; o saber exclusivamente técnico não dá conta dessa dinâmica complexa.

Para que as organizações sejam capazes de estabelecer processos comunicativos internamente e com a sociedade, Geraldles (2014) propõe educar para a comunicação, com o estabelecimento de práticas de escuta.

As tensões, as expectativas e os medos na organização devem ser escutados, apreendidos. Deve-se escutar os elogios, e as críticas e considera-los indicadores para a transformação de ações, produtos e processos organizacionais. E deve-se valorizar a fala. Não somente a fala assimétrica, hierarquizada, mas a de compartilhamento de informações. (GERALDES, 2014, p. 138)

A pesquisadora Anahí Méndez é membra fundadora da “Red de Investigadores sobre Apropiación de Tecnologías”, na Argentina. Ela investiga temas vinculados à apropriação tecnológica por movimentos sociais contemporâneos, e em especial se interessa pela ação coletiva de organizações socioambientais e movimentos de libertação animal. Ela observou que na Argentina organizações animalistas estão utilizando a internet em suas estratégias organizativas, para convocação, recrutamento e difusão do movimento. Sem desprezar a importância cultural e política, ela acredita que a internet oferece um suporte interativo que ajuda a transcender os canais de comunicação tradicionais nos quais a temática animalista geralmente se encontra expulsa (MÉNDEZ, 2016).

As estratégias de comunicação dos sujeitos da nossa pesquisa – SVB, ANDA e Vista-se – são fortemente calcadas na internet. Mas para não cair na armadilha de achar que a internet é uma solução mágica, precisamos pontuar alguns aspectos teóricos relacionados ao

que Dominique Wolton (2011) chamou de “ideologia tecnicista”. Essa reflexão será importante para compreensão dos achados descritos no capítulo 8.

Num mundo em que cada vez mais dispomos de instrumentos e meios tecnológicos para transmitir informações, Wolton chama atenção para o fenômeno da incomunicação: “o progresso tecnológico não é mais sinônimo de progresso da comunicação, assim como informar não é comunicar”. Em “Informar não é comunicar”, Wolton sustenta que o aumento da circulação de informações não aumenta a comunicação e a compreensão. Na verdade pode piorar. Com a onipresença das tecnologias e saturação de informação está cada vez mais difícil se comunicar. Wolton enfatiza que a informação está na mensagem, mas a comunicação está na relação, algo, portanto, bem mais complexo de se estabelecer. Comunicar está ligado ao compartilhamento, aos sentimentos, ao amor.

A revolução do século XXI não é a da informação, mas da comunicação. Não é da mensagem, mas a da relação. Não é a da produção e da distribuição da informação por meio de tecnologias sofisticadas, mas a das condições de sua aceitação ou de sua recusa pelos milhões de receptores (...) (WOLTON, 2011, p. 15).

Conforme Wolton, quando as relações humanas eram marcadas pela hierarquia, comunicar era transmitir informação. Hoje, o receptor está cada vez mais ativo, em situação de igualdade. Para se comunicar é preciso estabelecer processos de negociação, convivência. Comunicar exige tempo, o que não é possível estabelecer com a velocidade estonteante com que as informações são transmitidas, com as facilidades cada vez maiores de tecnologia. Temos alimentado a ilusão de que quanto maior a abundância de informação, quanto mais rápido, melhor será a comunicação. Mas não é assim. A dimensão técnica da comunicação é a mais agradável e fácil de lidar. A mais difícil e lenta de operar é a dimensão cultural. Estamos dispostos a enfrentar o técnico, mas cada vez mais nos afastamos da dimensão pessoal, do comercial, da convivência. Comunicar é conviver, é estabelecer laços. É compartilhar vínculos. É comunhão.

Wolton aponta que a velocidade e superabundância da informação estão gerando duas disfunções. O aumento do volume não traz mais diversidade, mas uma homogeneização sem precedentes. A presa em vencer a concorrência não favorece a uma cobertura diferenciada, de forma que temos mais do mesmo. A lógica da velocidade, da

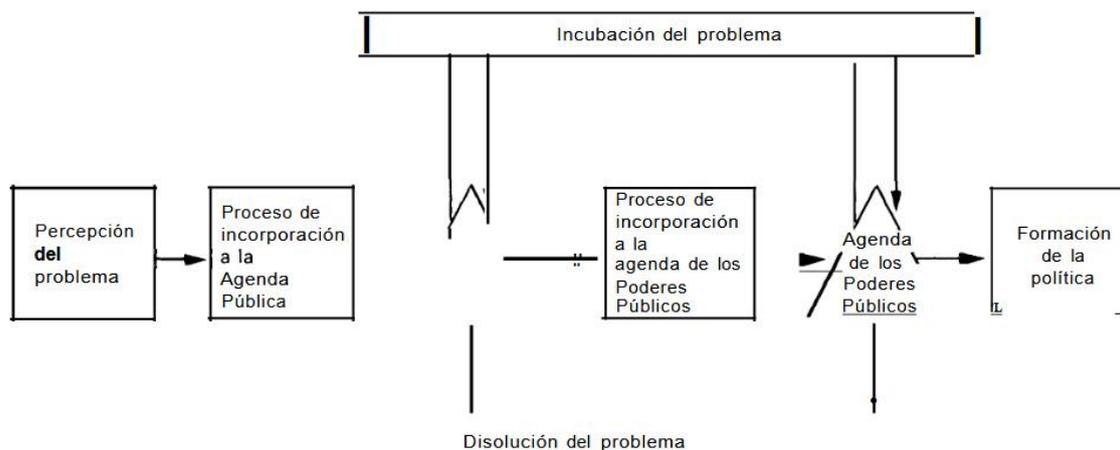
brevidade, da competição, e obsolescência das coisas e do tempo, engoliu o cultural e aumentou a incomunicação, pois não há tempo para reflexão e estabelecer uma verdadeira compreensão.

“A lentidão é o tempo dos homens; a velocidade, o tempo das tecnologias” (WOLTON, 2011, p. 55). Quanto mais notícias circulando, mais precisamos de conhecimento para explica-las, contextualiza-las. Mais importante do que ter volume de informação é ter conhecimento para interpreta-la. Por fim, é preciso não perder de vista que mesmo na internet as pessoas estão em busca de novas relações humanas e solidárias, nas quais a tecnologia não pode ser um fim em si mesmo, mas um recurso para uma comunicação em que o horizonte deve ser sempre o outro.

### 4.3. Formação da agenda pública

Subirats (1992) desenvolveu uma teoria para mostrar como uma demanda social chega a se tornar uma política pública. O esquema começa pela percepção do problema pela sociedade. Para esse problema ter repercussão e ser incorporado à agenda pública de debate, precisa ser um tema de grande relevância e alcance social. Além disso, os atores envolvidos precisam ter capacidade de mobilização e dar visibilidade à demanda. Com a agenda pública constituída, passa-se ao processo seguinte, de incorporação na agenda dos poderes públicos até a formulação de políticas públicas para equacionar o problema.

**Figura 6 - Diagrama de desenvolvimento da formação da agenda de atuação dos Poderes Públicos.**



Fonte: Subirats (1992).

Enquanto a saúde, educação, segurança, habitação, parecem lutas palpáveis, já que suas carências são facilmente identificáveis, o especismo faz com que os direitos animais sejam relegados a um segundo plano em importância, atrás das pautas humanas.

Pelo modelo de Subirats, compreendemos que o ativismo animal cumpre um papel significativo de fazer com que o veganismo e os direitos animais sejam considerados merecedores de apreciação pela sociedade, que são questões que tocam a todos, veganos e não veganos.

O ativismo animal também cumpre o papel de mobilizar as pessoas em torno da pauta, de dar visibilidade junto aos meios de comunicação, de forma que começa a se criar condições de sensibilização dos poderes envolvidos. Veganismo e direitos animais passam a fazer parte do debate público.

Com essa exposição, com esse interesse popular, captado pelos meios de comunicação, os poderes constituídos são impelidos a dar respostas às demandas trazidas no debate público: proibição de testes em animais; rotulagem para mostrar produtos com componentes animais; proibição de exportação de gado vivo; incentivo à alimentação vegetariana; proibição de exploração animal na indústria de entretenimento, etc. Essas temáticas, percebidas como um problema pelo conjunto da sociedade, a partir da ação do ativismo animal, com repercussão na mídia, pode impulsionar a agenda pública.

A transformação das inquietações iniciais em políticas públicas (projetos, programas, leis aprovadas) vai depender da disputa de forças que agem no processo. No entanto, a simples exposição do debate provoca ainda mais visibilidade ao tema, ainda que não seja de imediato incorporado na agenda pública ou transformado em políticas. É um processo que se retroalimenta e vai ganhando volume. Nem sempre na velocidade que queremos. Nem sempre na abrangência justa. Mas veganismo e direitos animais vão aos poucos se constituindo como parte da agenda pública.

Neste capítulo, vimos como o direito à comunicação e à informação é uma questão epistemológica que permeia a pesquisa. Mostramos como a comunicação pública dialoga com o veganismo e os direitos animais. Enfatizamos que as empresas privadas também estão obrigadas a estabelecerem comunicação pública, em dever com o consumidor e o cidadão. Entretanto, muitas vezes o interesse mercadológico se sobrepõe ou a comunicação pública dessas empresas é ineficaz (no caso das rotulagens, por exemplo). Nessas ocasiões, a

comunicação pública de ativistas e grupos veganos restabelece o referencial ausente omitido pela indústria de exploração animal. Essa comunicação funciona como uma parede de vidro, revelando aquilo que indústrias de exploração animal preferem não nos mostrar.

Problematizamos as funções da comunicação de massa, dos limites mercadológicos e culturais dessa comunicação para difusão do veganismo e direitos animais. Colocamos em relevo algumas funções da comunicação de organizações que fazem ativismo animal. Discutimos o que são estratégias e como a comunicação deve estar relacionada com o planejamento estratégico da organização para ajudar na realização de sua missão. No capítulo 8, quando estivermos destrinchando a pesquisa em campo, vamos observar como as estratégias da SVB, ANDA e Vista-se contribuem efetivamente para o ativismo animal. Encerramos este capítulo, analisando como se dá o processo de formação de políticas públicas. Conhecer essa dinâmica é fundamental para saber como o ativismo animal pode se colocar como um agente propulsor dessas mudanças.

## 5. O QUE TEM NA MESA

Para cozinhar o almoço ou o jantar, o primeiro passo é consultar a dispensa, a geladeira, para ver os ingredientes disponíveis. Provavelmente partiremos do que temos em mãos, pela praticidade, pela economia de recursos. No dia a dia, cozinharemos receitas corriqueiras, as quais sabemos de cor a lista de ingredientes necessários e o modo de preparo. Eventualmente, consultaremos um caderno de receitas. Mas raramente nos lançaremos ao desconhecido para criar novos pratos.

Na pesquisa científica também é assim. O que chamamos de estado da arte é uma consulta à dispensa. É como se estivéssemos perguntando: o que tem para o jantar? Veganismo é o prato principal da nossa pesquisa. Há vários modos de “preparo”; qual vamos escolher? Para nos decidirmos, pedimos a uma pesquisadora auxiliar<sup>48</sup> para realizar uma revisão sistemática de literatura, para identificar os autores e autoras contemporâneos que tratam sobre a temática “veganismo”, para fazermos o recorte e trabalharmos na conceituação que traremos adiante.

Optamos por realizar a busca da palavra “veganismo” em inglês, português e espanhol, em quatro plataformas acadêmicas online: Google Scholar<sup>49</sup>, Scielo<sup>50</sup>, Sage Publications<sup>51</sup> e LA Referencia<sup>52</sup>. Todas as buscas foram ordenadas por relevância. Na plataforma Google Scholar, observamos todos os resultados até a página dez. Nas demais

---

<sup>48</sup> O levantamento foi realizado pela pesquisadora Luísa Montenegro, a partir de metodologia de revisão sistemática desenvolvida pela professora Janara Sousa.

<sup>49</sup> Agregador acadêmico do Google ordena os trabalhos por citação e relevância.

<sup>50</sup> “Scientific Electronic Library Online”, biblioteca eletrônica que abrange trabalhos acadêmicos do Brasil e de outros países. No Brasil, é um projeto da FAPESP - Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo, em parceria com a BIREME - Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde e apoio do CNPq - Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico.

<sup>51</sup> Agregador de conteúdo acadêmico que possui acesso gratuito e pago a artigos, livros e teses.

<sup>52</sup> “Rede Federada de Repositórios Institucionais de Publicações Científicas”, que agrega artigos científicos, teses e dissertações provenientes de mais de uma centena de universidades e instituições de pesquisa de nove países: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia, Equador, El Salvador, México, Peru e Costa Rica.

plataformas, observamos todos os resultados disponíveis. Os termos pesquisados foram “veganismo”, “*veganism*” e “*lo veganismo*<sup>53</sup>”.

Atribuímos aos trabalhos catalogados as relevâncias “alta”, “média” ou “baixa”. Para a atribuição de relevância, consideramos a aderência temática e metodológica do trabalho à nossa própria pesquisa, o fator de impacto<sup>54</sup>, a atualidade, a autoridade dos autores e a disponibilidade do conteúdo. De forma que eventuais trabalhos tratando sobre veganismo e comunicação teriam prioridade maior do que aqueles abordando veganismo e direito, por exemplo; trabalhos com metodologia qualitativa/etnográfica teriam prioridade sob estudos estritamente quantitativos; trabalhos elaborados por doutores seriam preferidos aos de titulações anteriores; conteúdo com acesso livre seriam escolhidos em vez do pago. Descartamos todos os trabalhos nas áreas de saúde e nutrição. Também não entraram em nossa seleção estudos cujas propostas fugissem muito à nossa pesquisa – trabalhos que analisavam tecidos veganos para confecções em larga escala, por exemplo.

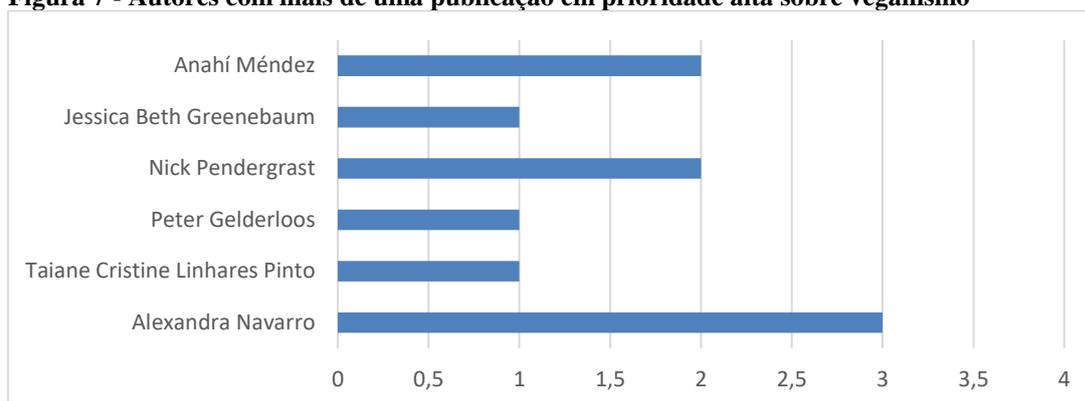
Ao todo, identificamos 94 trabalhos, dentre artigos (61), teses (6), dissertações (10), livros (9), capítulos de livros (6), trabalhos de conclusão de graduação (1) e trabalhos de iniciação científica (1). O idioma prevalente foi o inglês (48%), seguido pelo português (33%) e espanhol (19%). A maior parte dos trabalhos localizados enquadra-se como prioridade média de leitura (46%), seguido por prioridade alta (31%) e baixa (23%). Observamos que dos autores e autoras listados, apenas 14 publicaram mais de uma vez sobre a temática. Quando o recorte é os textos de prioridade alta, o número cai para 6 autores:

---

<sup>53</sup> Como a palavra “veganismo” é a mesma em português e espanhol, observamos que a busca retornava apenas resultados em português. Quando inserimos o artigo “lo”, as buscas retornavam resultados em espanhol.

<sup>54</sup> O fator de impacto é um método bibliométrico utilizado para avaliar a importância de periódicos científicos em suas respectivas áreas. Também se refere a uma medida que reflete o número médio de citações de um artigo científico publicado em determinado periódico. Para o cálculo do fator de impacto de um periódico, leva-se em consideração o número de citações recebidas pelos artigos publicados no periódico nos dois anos anteriores à avaliação, dividido pelo número de artigos publicados no período.

**Figura 7 - Autores com mais de uma publicação em prioridade alta sobre veganismo**



**Fonte: Elaboração própria.**

Anahí Méndez é mestre em Sociologia e professora da Faculdade de Ciências Sociais da *Universidad de Buenos Aires*. Pesquisa sobre internet, cibercultura e direitos animais. Jessica Beth Greenebaum é doutora em Sociologia e professora da *Connecticut State University*. Seu trabalho selecionado com prioridade alta versa sobre identidade vegana. Nick Pendergrast é doutor em Sociologia e professor da *University of Melbourne*. Seus trabalhos assinalados como alta prioridade analisam campanhas de defesa animal. Peter Gelderloos é um escritor e ativista político anarquista. Seu texto de prioridade alta fala sobre capitalismo e veganismo. Taiane Cristine Linhares Pinto é mestre pelo Programa de Pós-graduação em Comunicação e Cultura (PPGCOM/UFRJ). Analisa a intercessão entre a mídia e o veganismo. Já Alexandra Navarro é doutora em Comunicação Social e professora da *Universidad de Córdoba*. Estuda representações sociais na mídia e veganismo.

A presença de três mulheres latino-americanas na seleção nos surpreendeu positivamente. Investigando com maior profundidade, descobrimos que Alexandra Navarro é diretora do *Instituto Latinoamericano de Estudios Criticos Animales*, que mantém, desde 2014, a *Revista Latinoamericana de Estudios Criticos Animales*, a primeira em espanhol e português no gênero, indexada ao Catálogo e Diretório da LATINDEX e à *Red Iberoamericana de Innovación y Conocimiento Científico*. Vários autores e autoras de nossa seleção fazem parte deste instituto e publicaram na revista.

A partir dos resultados de nossa revisão sistemática, optamos por orientar nossa revisão teórica do conceito de “veganismo” para a produção acadêmica latino-americana em Comunicação. Embora existam autores e autoras europeus e estadunidenses de bastante

impacto na discussão acadêmica sobre o veganismo, como demonstram os resultados da revisão, acreditamos que um recorte latino-americano valoriza a produção descolonial do conhecimento e contempla melhor a realidade brasileira. Nosso objetivo é trazer o estado da arte da discussão do veganismo na Comunicação em países em que pessoas ainda passam fome, em que a segurança alimentar ainda precisa ser alvo de políticas públicas e onde a concentração agrária ainda é uma realidade.

Parte da construção de uma metodologia vegana de pesquisa está em questionar como se faz a ciência e tentar romper com os ciclos de invisibilidade e ocultamentos da produção de conhecimento. Eleger autores simplesmente pelo fator de impacto de suas publicações serve para perpetuar o *status quo* homogêneo da ciência. Pensar uma metodologia vegana de pesquisa passa por fazer recortes políticos. Dessa forma, utilizaremos os trabalhos das autoras latino-americanas que surgiram como prioridade alta em nossa revisão sistemática.

**Quadro 6 - Trabalhos selecionadas na revisão sistemática sobre veganismo**

<b>Autora</b>	<b>Título</b>	<b>Tipo</b>	<b>País</b>
Alexandra Navarro	Nuevas arenas de disputa por el sentido: discursos veganos y omnívoros en relación al habitus alimentario (2013)	Artigo	Argentina
Anahí Méndez	Nuevas culturas y estéticas en la Sociedad Red: cibercultura contra el especismo (2015)	Artigo	Argentina
Anahí Méndez	La emergencia de nuevos imaginarios socio-ambientales. Críticas y alternativas al especismo institucionalizado (2016)	Artigo	Argentina
Alexandra Navarro	Carnismo y educación especista: redes de significaciones en las representaciones sociales que estructuran el especismo antropocéntrico en Argentina. (2016)	Artigo	Argentina
Alexandra Navarro	Representaciones e identidades del discurso especista: el caso de la carne vacuna y sus derivados en la Argentina. (2016)	Tese	Argentina

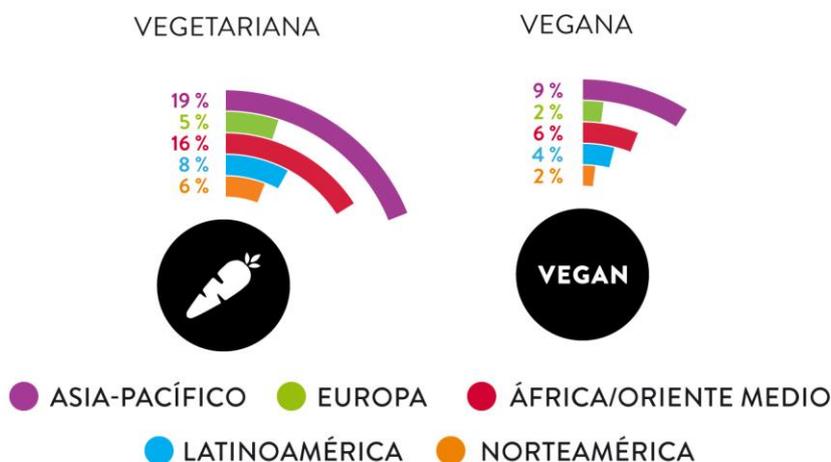
**Fonte: Elaboração própria.**

Pensamos em agregar a esta seleção de artigos, as teses produzidas na América Latina sobre veganismo, com afinidade temática com a comunicação. No entanto, das três teses latino-americanas que inicialmente chamaram nossa atenção, decidimos não utilizar duas. Uma delas, realizada no Peru, afirmou que “El aumento de veganos y vegetarianos es real: En 2016, una encuesta a 30 mil personas a nivel global mostró que el 58% del público era vegetariano y el 26% vegano”. A afirmação foi feita citando como fonte a pesquisa *¿Qué hay en nuestra comida y nuestra mente?* (2016), realizado com 30 mil pessoas de 61 países. No

entanto, ao consultar os dados desse estudo na fonte original, verificamos grande disparate nas informações, conforme figura abaixo. No estudo, na página 17, se afirma que 58% dos entrevistados querem mais produtos completamente naturais, o que não pode ser tomado como sinônimo de produtos “vegetarianos”.

**Figura 8 - Percentual de vegetarianos e veganos segundo a pesquisa da Nielsen Global Health**

**PORCENTAJE DE ENCUESTADOS QUE DICEN SEGUIR UNA DIETA ESPECIAL QUE LIMITA O RESTRINGE ALIMENTOS O INGREDIENTES CONCRETOS**



**Fonte: Encuesta mundial de opinión sobre ingredientes y salud de Nielsen (Nielsen Global Health and Ingredient-Sentiment Survey), primer trimestre de 2016.**

Outra tese, realizada no Brasil, que aborda o ciberativismo e observa o movimento vegano como um dos exemplos dessa modalidade, tem uma visão romantizada da internet; acredita, por exemplo, na espontaneidade de movimentos como “Brasil Livre”, “Vem pra rua” e “Revoltados ON LINE”, desprezando as relações de poder e patrocínio de grandes grupos políticos imbricados por trás do discurso aparentemente autônomo, apartidário e popular. Em minha opinião, esses grupos não podem ser considerados ativistas em si, pois na verdade estão a serviço de grupos econômicos e políticos que utilizam estratégias de “ativismo” para manipular o público e atingir seus objetivos. Por ser uma visão que supervaloriza os aspectos técnicos da comunicação, indo de encontro, portanto, com o que sustentamos, também não foi base para nossa pesquisa.

De forma que ao final dessa revisão sistemática decidimos nos concentrar nos trabalhos produzidos por Alexandra Navarro e Anahí Méndez, para tentar estabelecer as inter-relações entre veganismo e comunicação e apontar as características destas interações. Assim como na cozinha, também na ciência não importa se a receita é a mesma, o resultado final sempre terá um pouco de quem fez. Não vamos criar nenhuma receita nova, mas o prato final terá a nossa cara: veganismo ao bicho.

### 5.1. Veganismo e outros “ismos”

“Alguém que seja racista, homofóbico, machista/misógino pode se dizer vegano, considerando que veganismo não é apenas uma dieta?” Essa provocação lançada no grupo “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília”, no Facebook, obteve 185 interações. No grupo “VEGetariANOS Iniciantes Brasil” a publicação não foi liberada pela moderação. O objetivo foi tentar compreender o que o veganismo representa para os membros dessas comunidades e, a partir dessa percepção, revisar o conceito clássico de veganismo, cunhado pela The Vegan Society:

O veganismo é um modo de vida que procura excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade dos animais para alimentação, vestuário ou qualquer outro propósito. (Definition of veganism, s.d.)

Mas antes, vamos começar pelo básico e distinguir veganismo de vegetarianismo e outros “ismos”. O vegetarianismo é o regime alimentar que exclui todos os tipos de carnes (bovinos, suínos, aves, peixes, crustáceos) e derivados. É controverso se pessoas que consomem leite e ovos podem ser consideradas ou não como um tipo de vegetariano. São conhecidos como ovolactovegetariano quem utiliza ovos, leite e derivados na sua alimentação; lactovegetariano, quem utiliza leite e derivados; ovovegetariano, quem utiliza ovos. Com todas essas gradações de “vegetarianismo” – aceitas por uns, rechaçadas por outros –, para designar quem não consome absolutamente nada de carne, leite, ovos, mel e derivados, passou-se a utilizar a denominação vegetarianismo estrito, para referenciar um regime livre de qualquer produto de origem animal.

O veganismo vai além da alimentação e não é, portanto, um regime alimentar. É uma filosofia de vida que apregoa a não exploração de animais. No âmbito da alimentação, o vegano é um vegetariano estrito. Ou seja, todo vegano é um vegetariano estrito, mas nem todo vegetariano estrito é vegano. Para além da alimentação, o vegano também não usa calçados ou roupas com peles de animais; é contra a exploração animal na indústria de entretenimento (shows, circos, zoológicos, vaquejadas, etc.); é contra a exploração animal pela indústria farmacêutica e de cosméticos (é contra os testes laboratoriais em animais). Ao fim e ao cabo, o vegano está comprometido com a libertação animal, pois entende que a vida animal tem propósito em si mesmo, e que cada espécie tem o direito de desenvolver sua potencialidade, e que nenhuma vida vale mais do que a outra.

**Figura 9 - Diferença entre vegetarianismo e veganismo**

<b>Tipo</b>	<b>O que é?</b>	<b>O que faz?</b>
Vegetarianismo	Regime alimentar	Abstinência de todo alimento de origem animal (bovinos, suínos, aves, peixes, crustáceos) e derivados (leite, mel, ovos, laticínios).
Ovolactarianismo	Regime alimentar	Abstinência de todos os tipos de carnes, mas consome leite, ovos e derivados.
Lactovegetarianismo	Regime alimentar	Abstinência de todos os tipos de carnes, mas consome leite e derivados.
Ovovegetarianismo	Regime alimentar	Abstinência de todos os tipos de carnes, mas consome ovos e derivados.
Vegetarianismo estrito	Regime alimentar	Idem vegetarianismo. Passou a ter essa designação para enfatizar que não admite o consumo de nenhum alimento de origem animal, nem mesmo leite, ovos, mel ou derivados.
Veganismo	Filosofia de vida	Quer um mundo livre da exploração e do sofrimento animal. Além da alimentação livre de qualquer produto de origem animal (vegetarianismo estrito), não admite a utilização de roupas e calçados de origem animal; quer o fim dos testes laboratoriais em animais, e o fim de sua exploração para entretenimento (shows, circos, zoológicos, vaquejadas, etc.).

Fonte: Elaboração própria.

Um conceito primordial para a compreensão do veganismo, em sua essência, é o especismo: crença de que certas espécies são mais importantes do que outras; que algumas possuem mais direitos do que as demais. O termo é usado para se referir à discriminação que

envolve atribuir à espécie humana mais valor do que as demais. Também se refere à atribuição de valores e direitos diferenciados entre animais não-humanos. Por exemplo, boa parte das pessoas ama cães e gatos, mas admite comer bois, aves, porcos e peixes, seres igualmente sencientes, ou seja, dotados de emoções, de consciência da dor.

Conforme Navarro (2016), o especismo é um comportamento que se aprende por meio de processos de socialização na família, na escola, pelos meios de comunicação. Problematicando alguns conceitos de Joy (2009), Navarro aponta que reificação, desindividualização e dicotomização de animais não humanos são alguns aspectos da educação especista, os quais contribuem para validar o mito da submissão voluntária ao ser humano. A reificação é o processo pelo qual percebemos e naturalizamos os animais como coisas, objetos e propriedade; isso está particularmente impregnado no ordenamento legal. A desindividualização é o processo pelo qual percebemos o indivíduo apenas por sua expressão grupal; não vemos uma vaca, mas o gado leiteiro, por exemplo. Já a dicotomização é o mecanismo pelo qual mentalmente separamos grupos de indivíduos e experimentamos emoções distintas para cada um. Isso possibilita que enxerguemos um grupo de animais como comestível e outro não.

Entre adeptos do movimento vegano, até aqui não há muita controversa sobre as definições colocadas. Uma ou outra confusão pode ser feita por novatos que ainda estão se apropriando dos termos, ou mesmo pela imprensa, que muitas vezes toma veganismo e vegetarianismo como sinônimos. No entanto, as dificuldades aparecem quando queremos avançar no debate para discutir se veganismo diz respeito exclusivamente à libertação de animais não-humanos, ou por outra, se também alcança em seu bojo os animais humanos. Navarro (2016) chama atenção para a discriminação de humanos em discursos veganos, o que também considera uma forma de especismo:

Existen, dentro del discurso vegano amplio (y diverso) perspectivas que incluyen un marcado desprecio por la especie humana (debido a sus actos de crueldad hacia los animales), minimizando en ese acto que los seres humanos también son animales (aunque se utilice esta afirmación para defender otras cuestiones, en otros discursos). En este sentido, al ubicar a uno u otro por encima en jerarquía, también se es especista. Si se pretende, desde el discurso del veganismo, promover una situación de igualdad, no debería ponerse uno sobre otros, ya que lo más probable es terminar discutiendo em clave utilitarista. (NAVARRO, 2016, p. 281)

Para os defensores deste ponto de vista, os argumentos começam por frisar que quando a The Vegan Society cunhou o conceito de veganismo não restringiu que “animal” se referia apenas aos não humanos. Dessa forma, como os seres humanos também são animais, o veganismo também deveria abarcar a luta pela libertação humana, pois todas as formas de opressão estão interconectadas. Como consequência dessa interpretação, o leque de discussões se amplia e veganismo se torna um conceito para problematizar sexismo, machismo, racismo, capitalismo.

Algumas perguntas de fundo se colocam neste debate: qual a postura de uma pessoa vegana, que, portanto, defende um mundo livre da exploração animal – dos animais não humano e humanos – ante as relações de gênero? Se a pessoa é vegana e empresária, como são suas relações trabalhistas? Se for vegana – e, portanto, contra o especismo – como se porta com relação a outros preconceitos como o racismo, lgbtfobia? Méndez (2015) sustenta que a luta antiespecista respalda a abolição de outras formas de opressão, como o sexismo, o racismo e as desigualdades de classe.

El antiespecismo como contracultura, como vimos, ejerce una profunda crítica a las costumbres, valores y modos de vida a través de las que se ha edificado y se reproduce el especismo institucionalizado. Develando la trama social de opresión y esclavitud que somete a los animales no humanos, pone en cuestión los cimientos histórico-sociales de esta discriminación encubierta, y así, desnaturaliza el especismo. (MÉNDEZ, 2016)

No caminho de volta, Singer (2013) afirma ser hipocrisia criticar o racismo e o sexicismo sem se opor ao especismo. Na mesma linha, Francione (2013) pontua que aceitar a “importância moral dos interesses dos animais implicaria uma profunda mudança na condição humana”. Ele acredita que abolição da exploração animal institucionalizada somente será possível “num contexto em que rejeitássemos, de um modo geral, a legitimidade moral de grande parte da violência infligida rotineiramente por humanos a outros humanos”, tais como as atitudes e comportamentos racistas, sexistas e homofóbicos, “que afetam a nossa cultura e

negam a outros humanos a integração total à comunidade moral” (FRANCIONE, 2013, p. 274)<sup>55</sup>.

No entanto, essas interseccionalidades de debate, essa visão, digamos, ampliada do veganismo, embora fortemente sustentadas por arcabouço teórico sobre veganismo, não é compartilhada por todo movimento. “Veganismo não é atestado de caráter”; “O veganismo tem que pensar o que é e ao que veio pra não se perder em outras batalhas”; “Se a gente pede mais do veganismo do que os *vegans* podem oferecer, enfraquecemos o movimento”; “O centro do veganismo é acabar com o especismo, qualquer coisa além pertence a outro movimento”; “Veganismo é mostrar empatia aos animais não humanos e defender o direito de liberdade dos mesmos, de viver pelos próprios propósitos”; “Veganismo é sobre os animais, não sobre pessoas. Parem de enfiar causas humanas no veganismo”; “Os animais são vítimas, os humanos são seus algozes. Como você tenta enfiar as causas de um algoz na causa das vítimas?”. Esses foram alguns argumentos de quem acredita que veganismo é um movimento que deveria se restringir aos animais não humanos. No debate no grupo, ficou claro que o termo “veganismo” está em disputa e é reivindicado por pessoas com diferentes visões de mundo. Para alguns, ser vegano tem um componente de *status* social mais elevado do que ser vegetariano:

Parece que para alguns aqui o termo “vegano” só pode ser usado por quem é um ser perfeito. Nosotros, imperfeitos, mas tentando fazer a nossa parte, temos que nos dar por satisfeitos de sermos estes seres menores chamados vegetarianos extremos ou qualquer outra bobagem que inventarem. (Interlocutor, 2019).

Nas interlocuções de quem acredita que veganismo é algo imbricado com as lutas sociais e políticas dos animais humanos, estão presentes as ideias de que “libertação animal vem junto da libertação humana”; “veganismo é libertação animal; humano também é animal”; “quem é de fato preconceituoso, não é vegano; vai contra as ideias do movimento”;

---

<sup>55</sup> É interessante constatar que os mecanismos de invisibilização de mulheres na ciência acometem até mesmo autores que reconhecem a importância de se combater o sexismo. Em seu livro *Introdução aos Direitos Animais*, Gary Francione faz ao menos doze menções à questão do sexismo, mas não cita nem uma vez os trabalhos da maior referência contemporânea deste debate: Carol Adams. No mesmo livro, ele cita Peter Singer em coincidentes doze passagens.

“todas as opressões estão conectadas”; “não adianta ser vegano e cagar (*sic*) pra classe trabalhadora”; “Se você não come carne, mas apoia um presidente que defende a caça, o agronegócio e a destruição da Amazonia, você não é vegano”; “Você pode ser o que quiser e ser vegano. Só que ser racista, ou machista, ou misógino, ou escroto (*sic*), ou imbecil e ser vegano ao mesmo tempo é uma puta (*sic*) hipocrisia”; “para ser vegano é preciso um mínimo de sensibilidade e carinho para com outras espécies e pelo menos um pouco de caráter, coisa que para o homem machista é muito difícil”. A síntese dessas ideias pode ser compreendida neste comentário:

(...) me parece incoerente a pessoa que reconhece o mal que há na relação humano X animal baseada em abuso, coisificação e uso, mas arbitrariamente decide que continuará se orgulhando de promover relação similar entre grupos humanos, ou pelo menos que continuará ignorando o que essas outras lutas têm a dizer. Sim, o que está na frente do movimento vegano, o que o simboliza são os animais não humanos. É o que preenche o tema central. Mas não seria uma mancha nas ideias centrais de compaixão e de rejeitar a relação baseada em opressão, quando alguém faz o seu melhor pelos animais, mas o seu pior por grupos de pessoas? Combate opressão de um lado, mas a promove do outro? (Interlocutor, 2019).

Nesta concepção ampliada de veganismo, um dos pensamentos mais interessantes vem da ativista vegana brasileira Sandra Guimarães. Feminista, “lésbica cozinhando a revolução”, aos 12 anos passou a vivenciar a luta pela reforma agrária, quando seu pai ingressou no Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST). Trazemos Guimarães para este debate como fonte qualificada, pois uma abordagem metodológica vegana pode e deve prestigiar o conhecimento “mundano”, e reconhece que o saber não está apenas entre os muros da Academia. Para Guimarães (2018), todas as opressões estão conectadas e o veganismo é uma extensão lógica da luta anti-opressão. A ativista ressalta que embora a opressão tenha várias faces, cada uma com as suas particularidades, todas elas têm uma coisa em comum: a exploração, discriminação e violência contra o ser mais vulnerável pelo ser que tem mais poder.

Os valores principais do veganismo e da esquerda, como corrente política, são os mesmos: justiça, solidariedade e igualdade. Já o carnismo, a ideologia contrária ao veganismo, representa a ordem, onde os mais fortes, nesse caso os humanos, exploram os mais fracos, os não-humanos. Se dizer vegana e de direita me parece uma contradição porque não vejo como você pode defender a ordem, que é um dos valores principais da direita política, e ao mesmo tempo lutar por justiça e igualdade, valores que são impedidos de serem realizados

enquanto essa ordem, que é necessariamente injusta, existir. Não estou afirmando que todas as pessoas que consomem animais são necessariamente de direita, mas se você é de esquerda, está engajada na luta por justiça e igualdade, mas ignora a conexão entre a opressão humana e animal, então sua análise está incompleta. (GUMARÃES, 2018).

Em 1945, George Orwell<sup>56</sup> escreveu uma fábula – A Revolução dos Bichos – na qual diversos animais encarnam fraquezas humanas, e acabam por corroer ideais igualitários e transformar impulsos revolucionários em tirania. O porco Major, uma espécie de liderança política visionária na Granja do Solar, reúne os animais do celeiro para jornadas de conscientização:

Então, camaradas, qual é a natureza desta nossa vida? Enfrentemos a realidade: nossa vida é miserável, trabalhosa e curta. Nascemos, recebemos o mínimo alimento necessário para continuar respirando, e os que podem trabalhar são exigidos até a última parcela de suas forças; no instante em que nossa utilidade acaba, trucidam-nos com hedionda crueldade. (ORWELL, 2007).

Era um porco falando sobre as supostas condições de vida dos animais explorados numa fazenda humana. Mas a fábula é reveladora também das condições de vida dos animais humanos. Estudo da organização não-governamental britânica Oxfam, divulgada antes do Fórum Econômico Mundial, em Davos, na Suíça, revela que cerca de 7 milhões de pessoas que compõem o grupo dos 1% mais ricos do mundo ficaram com 82% de toda riqueza global gerada em 2017. Já a metade mais pobre da população mundial – 3,7 bilhões de pessoas – não obteve nada do que foi gerado no período, conforme o relatório “Recompensem o trabalho, não a riqueza”<sup>57</sup>. Animais humanos e não humanos são igualmente peças da engrenagem do capitalismo, que exaure a vida de ambos como um recurso que pode ser comprado. O trabalhador que vende sua força de trabalho também é coisificado pelo

---

<sup>56</sup> Com o acirramento da Guerra Fria, a fábula de George Orwell foi usada como arma ideológica contra o comunismo, causando desconforto para o próprio autor que se declarava socialista.

<sup>57</sup> Super-ricos ficam com 82% da riqueza gerada no mundo em 2017, diz estudo. Disponível em <https://g1.globo.com/economia/noticia/super-ricos-ficam-com-82-da-riqueza-gerada-no-mundo-em-2017-diz-estudo.ghtml>. Acesso em 05/03/2019.

capitalismo, ele é um “recurso humano” a ser explorado, da mesma forma que exploramos os animais.

O velho Major ainda ressalta: “O Homem é a única criatura que consome sem produzir. Não dá leite, não põe ovos, é fraco demais para puxar o arado, não corre o que dê para pegar uma lebre. Mesmo assim, é o senhor de todos os animais.” Se trocarmos o termo “Homem” por “Capitalista” teremos a mesma dinâmica com relação à exploração de animais humanos por outros humanos. Fica claro que os mecanismos de exploração e opressão são os mesmos. O próprio Orwell teria afirmado mais tarde que “os animais são explorados pelos homens de modo muito semelhante à maneira como o proletariado é explorado pelos ricos” e que sua intenção com a fábula era “analisar a teoria de Marx do ponto de vista dos animais” (HITCHENS, 2007, p. 113-114).

A interseccionalidade entre feminismo e veganismo foi introduzida por Carol Adams, com o seu *A Política Sexual da Carne: Uma teoria feminista-vegetariana* (2018). A autora inspirou pesquisadoras e integrantes do movimento a compreender que o veganismo é uma prática ética de liberdade que pode constituir sujeitos menos governados pela normalização de formas patriarcais de poder. Abriu espaço para o que hoje se debate sob a chancela de ecofeminismo, em que a exploração e violências aplicadas às fêmeas de todas as espécies são objeto de reflexão e luta pela libertação. Adams ressalta ainda que “a hierarquia da proteína da carne reforça uma hierarquia de raça, classe e sexo” e que “o racismo e o sexismo, juntos, defenderam a carne como o alimento do homem branco” (ADAMS, 2018, p. 64).

Desde que as mulheres se tornaram auxiliares num mundo dominado pelos homens e carnívoros, o mesmo aconteceu com a nossa comida. Os alimentos associados aos cidadãos de segunda classe não são considerados proteína de segunda classe. Do mesmo modo como se pensa que uma mulher não pode se defender sozinha, assim também nós pensamos que os vegetais não podem constituir por si só uma refeição (...). (ADAMS, 2018, p. 68).

Feminismo e veganismo negro são os pontos de intersecção discutidos pelas irmãs Aph e Syl Ko no livro *Aphro-ism: Essays on Pop Culture, Feminism, and Black Veganism From Two Sisters* (2017). Para elas,

O que tem sido tradicionalmente definido como ‘humano’ sempre foi categorizado como branco, masculino e europeu, enquanto minorias raciais e étnicas, mulheres e outros grupos marginalizados foram dualisticamente construídos como ‘animal’. Assim, ‘animal’ não é tanto uma categoria

abrangente que se refere a espécies não humanas, mas a todos os tipos de grupos desprovidos de direitos, incluindo os humanos. (KO e KO, 2017).

Aph e Syl Ko sustentam que sem desafiar a falsa divisão entre humanos e animais, a libertação de ambos está fadada a falhar, pois será uma luta que abraça a mesma lógica opressiva, ignorando (ou rejeitando) a relevância da animalidade ou insistindo que a praxe da interseccionalidade não atinja a solidariedade das espécies.

Nessa linha de pensamento, a pesquisadora Felipe (2008) faz um paralelo entre a escravidão de animais humanos e não humanos. Ao se proclamarem proprietários da vida de outros seres, os quais consideram inferiores, os humanos instituem relações violentas. Para a pesquisadora, “todas as formas de escravização do corpo de animais, humanos e não-humanos, configuram-se em desdobradas formas de violação moral, física e emocional, protegidas pela instituição da própria escravatura, portanto, pela tradição”. Felipe sustenta que a escravização de humanos e de animais destitui o indivíduo escravizado de viver a potencialidades de suas vidas. Cada animal senciente passa “pela mesma agregação de valor que os torna sujeitos-de-sua-vida”. Criticando inclusive a criação de animais de estimação, Felipe sustenta que quando forçamos os animais a se enquadrarem no modo de vida humano, “eles são destituídos das condições de desenvolverem seu espírito”.

“Sua besta”; “sua anta”. Os animais são frequentemente utilizados para insultar e desumanizar pessoas com deficiência. A ativista por deficiência e direitos dos animais Sunaura Taylor, em seu livro *Beasts of Burden: Animal and Disability Liberation* (2017), sustenta que a deficiência e o direito animal estão ligados e devem buscar esse entendimento interseccional dos movimentos de libertação. Sem isso, o poder instituído e o antropocentrismo seguem incontestados, fortalecendo os sistemas de dominação e opressão. Taylor percebeu que o poderio constrói sistemas que tornam as vidas e experiências de animais não humanos e deficientes humanos menos valiosos. Dessa forma, a opressão animal é ligada à deficiência pela naturalização e normalização da opressão de corpos hierarquizados. Numa sociedade marcada

pelo capacitismo<sup>58</sup>, a exploração animal é justificada, pois os animais são apresentados como incapazes. Essa discriminação está na base de declarações como “os bois e vacas não sobreviveriam sozinhos na natureza; já estariam extintos sem os humanos” (TAYLOR, 2017).

No portal Vista-se tem o conceito clássico de veganismo da The Vegan Society, acrescido de tópicos explicativos “O que um vegano não faz”, “O que um vegano não é”, “Mas afinal o que os veganos são?”, “E o que eles podem fazer?” e “Uma pequena introdução aos Direitos Animais”. A página afirma que “como os direitos animais são uma evolução dos direitos humanos<sup>59</sup>, um vegano não é racista, machista, xenófobo ou homofóbico”<sup>60</sup>. Apesar de afirmar fazer “ativismo político”<sup>61</sup>, o conceito de veganismo difundido pela SVB não abarca as interseccionalidades com a opressão de animais humanos.

O veganismo, segundo definição da Vegan Society, é um modo de viver (ou poderíamos chamar apenas de "escolha") que busca excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade contra os animais - seja na alimentação, no vestuário ou em outras esferas do consumo. Portanto, no âmbito da alimentação, veganismo e vegetarianismo estrito são sinônimos. (SVB, s.d)<sup>62</sup>.

Até aqui vimos como o veganismo é um conceito em disputa. Particularmente, me alinho ao pensamento que situa o veganismo em debates inteseccionais e se une a outras lutas para combater o sexismo, machismo, racismo, capitalismo. Diversos autores atualizaram esse conceito, baseando-se em suas perspectivas teóricas. Como Adams (2018, p. 128), para quem “veganismo é uma postura ética baseada na compaixão por todos os

---

<sup>58</sup> O capacitismo, que também pode ser chamado de ableísmo (por conta de seu equivalente no inglês, ableism), pode ser definido como um neologismo que caracteriza um conjunto de práticas sociais hierárquicas que invalidam a subjetividade das pessoas com deficiência, que torna as pessoas deficientes “incapazes” de outras atividades “normais”. Leia mais em: Deficientes na luta contra o capacitismo. Disponível em <http://www.caferadioativo.com/2016/12/deficientes-contr-o-capacitismo/>. Acesso: 15/02/2019.

<sup>59</sup> Já explicamos aqui que discordamos que os direitos animais são desdobramentos dos direitos humanos, pois em nossa opinião essa afirmação, aparentemente complacente aos animais não humanos, parte de uma visão de mundo antropocêntrica, que sem perceber reforça o especismo. Uma abordagem metodológica vegana subverte a ordem hegemônica para pensar os direitos humanos como desdobramento dos direitos animais.

<sup>60</sup> O que é um vegano? Disponível em <https://www.vista-se.com.br/o-que-e-um-vegano-2/>. Acesso em 06/03/2019.

<sup>61</sup> “Por meio de campanhas, convênios, eventos, pesquisa e **ativismo político**, a SVB realiza a conscientização sobre os benefícios do vegetarianismo, e trabalha para aumentar o acesso da população a produtos e serviços vegetarianos.” [grifo nosso]. A descrição é mencionada em cinco matérias publicadas no site da Sociedade.

<sup>62</sup> Vegetarianismo. Disponível em <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>. Acesso em 06.03.2019.

seres vivos”. Ou Navarro (2013), para quem veganismo, como filosofia e novo movimento social, “visa reconhecer uma realidade em que os outros sofrem (independentemente de sua espécie), compreender o lugar que se ocupa nessa realidade com suas decisões cotidianas e decidir não voltar a fazer parte desse círculo” (tradução livre). Ou Méndez (2015), que parece concordar com a Asociación Animalista Libera Buenos Aires, para a qual “veganismo é a postura ética mais completa que existe, porque protege os animais, respeita os animais, respeita os seres humanos mais pobres e miseráveis deste mundo, respeita o Planeta” (tradução livre).

A partir destes debates, entendo o veganismo como filosofia de vida, pois suscita questões relacionadas à natureza humana e a valores morais e éticos. Mas também é práxis, posto que envolve reflexão e ação. De forma que atualizaria o conceito clássico de veganismo da The Vegan Society para: **veganismo é uma concepção filosófica e práxis social em busca de libertar os animais de qualquer espécie de todas as formas de opressão, preconceito, exploração e crueldade.**

Esse conceito que coloca em evidência, portanto, minha filiação abolicionista e interseccionalista. Penso que quando você se intitula vegano está implícito que considera moralmente repugnante à exploração animal, você questiona esse hábito, mas não fica só nisto. A partir do momento que você refletiu sobre o veganismo e aceitou suas premissas, você toma uma ação: não mais explorar os animais. E se você realmente compreendeu o significado disso tudo, vai levar o veganismo para todos os aspectos de sua vida e entenderá que não é apenas sobre animais não-humanos.<sup>63</sup>

Exposto os principais debates em torno do termo veganismo, confrontando pensamento teórico e percepção de membros da comunidade observada, nos interessa avançar na compreensão das motivações que levam as pessoas a se tornarem vegetarianas/veganos. Quem ou o que é capaz de influenciar numa decisão tão importante?

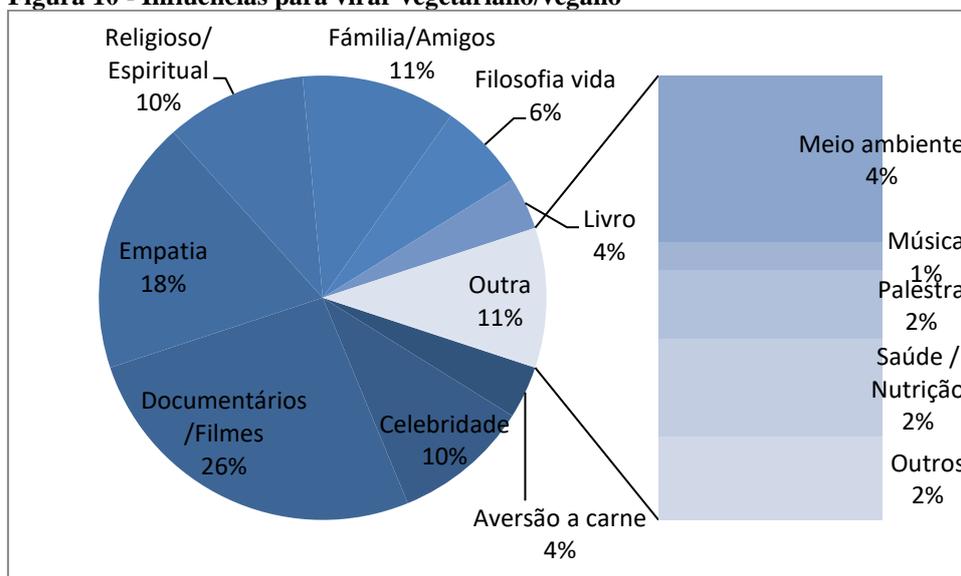
---

<sup>63</sup> Por considerar que veganismo em sentido ampliado, da forma reivindicado, é algo quase que inatingível, a professora Janara Sousa sugere que a conceituação de veganismo seja discutida a partir da noção de “tipo ideal weberiano”. No entanto, para além das simplificações e generalizações de um “tipo ideal”, interessa-me nesta pesquisa o confronto, as disputas em torno do conceito. No texto deixamos claro que não há consenso. E as disputas vão se refletir nas construções de significado e nas pautas priorizadas por cada ator do ativismo animal.

Para iniciar essa investigação, perguntamos nos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGetariANOS Iniciantes Brasil”, no Facebook, “Quem (pessoa, organização, etc) ou o quê (vídeo, livro, fato, etc) foi decisivo para você virar vegano/vegetariano? Conte como foi.” Ao todo, tivemos 314 respostas para a indagação.

A maior parte dos interlocutores (26%) revolveu se tornar vegetariano/vegano após assistir algum documentário, vídeo ou filme, abordando a exploração animal. Os documentários/filmes Cowspiracy: O Segredo da Sustentabilidade (2014), Earthlings (Terráqueos) (2005), Dominion (2018), A carne é fraca (2005), Paredes de Vidro (2007), What the health (2017), Nação Fast Food (2006), Okja (2017) e Bee Movie (2007), foram algumas obras que inspiraram membros dos grupos observados.

**Figura 10 - Influências para virar vegetariano/vegano**



**Fonte: Elaboração própria.**

Para 18% dos participantes, a empatia pelos animais não-humanos foi o fator decisivo. Muitos relataram que a decisão de virar vegetariano/vegano ocorreu após presenciarem alguma situação de abuso, maus-tratos e exploração animal. “Fui convidado por um cliente a automatizar (trabalho de TI) e conhecer um abatedouro. Perdi o cliente e virei vegano quase imediatamente”, conta um interlocutor da pesquisa.

Nesse sentido, casos de grande comoção nacional serviram de estopim para a mudança para muitas pessoas. O assassinato do cachorrinho no supermercado Carrefour de Osasco (SP), em 2018; o desastre de caminhão com porcos no Rodoanel, em São Paulo, em 2015; o resgate dos cães beagles usados em pesquisas e testes no laboratório do Instituto Royal, em São Roque (SP), em 2013; foram algumas situações lembradas.

Como o direito animal não é tema prioritário na mídia hegemônica, devido aos grandes aportes publicitários da indústria de exploração animal, e ainda porque pelos critérios de valores-notícia<sup>64</sup> a grande mídia irá privilegiar o que está mais perto – o que é humano, portanto –, a repercussão desses casos é possível graças à mídia alternativa e ao trabalho das ONGs e grupos ativistas. “Recebi o vídeo de uma palestra de Gary Yourfsky. Quando o vídeo terminou, era hora do almoço e eu ainda tentei comer a carne, mas assim que coloquei na boca, vomitei”, diz um dos interlocutores inspirado pelo ativista norte-americano.

A preocupação com o meio ambiente e com a saúde/nutrição foram a motivação de apenas 5% e 3% dos participantes, respectivamente. Amigos, familiares, professores, colegas de trabalho influenciaram a decisão de 15% dos interlocutores; motivos religiosos e/ou espirituais foram decisivos para 14%. Já o exemplo de celebridades como Luisa Mell, Yasmin Brunet, Hana Khalil, Paul McCartney, Luisa Moraleida, Alana Rox, Christofer Drew, foram a inspiração de 13% dos interlocutores dos grupos.

Neste tópico, visitamos os principais debates em torno do conceito de veganismo, passando por sua acepção clássica aos debates mais atuais, os quais vinculam o movimento a uma acepção mais política, imbricada com as lutas humanas. Para essa corrente, falar de direitos animais e veganismo passa por também debater a superação do sexismo, do racismo, do capacitismo, posto que todas as formas de violência operam fundadas na tradição, no patriarcado, no capitalismo. Apontamos ainda as principais motivações elencadas pelos interlocutores da nossa pesquisa para deixarem de comer carne. No capítulo 8, quando estivermos destrinchando a pesquisa em campo, vamos analisar como a comunicação pública

---

<sup>64</sup> Quais os acontecimentos são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícia? A essa se resposta dá-se o nome de valor-notícia.

da SVB, ANDA e Vista-se dialoga com essas motivações e influencia na adesão de novos veganos/vegetarianos.

## 5.2. O direito animal é PANC

Elas podem estar no fundo do seu quintal. Vigorosas, brotam até mesmo nas ruas rompendo o asfalto. Confundidas com “ervas daninhas”, alguns tentarão a todo custo extirpar pela raiz, para dar lugar ao que é comum. No entanto, quando despertamos para novas possibilidades, as chamadas PANCs – Plantas Alimentícias Não Convencionais se revelam saborosas e com alto valor nutritivo. Com mais de duas mil espécies disponíveis no Brasil, nossa alimentação se restringe a umas 20 espécies folhosas, selecionadas em função da lucratividade comercial. Com isso, colocamos em questão até mesmo nossa segurança e soberania alimentar, uma vez que ficamos reféns do conhecimento monopolizado por grandes produtores de sementes – patenteadas –, que restringem propositadamente nossa visão quanto à diversidade de alimentos. Voltaremos falar mais sobre isso adiante, no capítulo 6.

No momento, queremos frisar que parte de se pensar uma abordagem metodológica vegana está em buscar no fundo do próprio quintal os fundamentos teóricos que vão iluminar nossa investigação. Para falar de ativismo pelos direitos animais, poderíamos buscar nos paradigmas clássicos ou contemporâneos das teorias dos movimentos sociais muita inspiração. Talvez pudéssemos nos apoiar nos teóricos dos chamados “novos movimentos sociais”, como Touraine<sup>65</sup> e Melucci<sup>66</sup>, para os quais os movimentos sociais são compreendidos

---

<sup>65</sup> O sociólogo francês Alain Touraine se tornou conhecido por cunhar a expressão "sociedade pós-industrial". Nessa nova fase da sociedade, Touraine observou que os conflitos de classe perderam a proeminência dos primórdios do desenvolvimento industrial, cedendo espaço para outras reivindicações sociais, focadas não em aspectos econômicos, mas, sobretudo, culturais. É quando surgem os movimentos estudantis, feministas, lgbt. Suas ideias podem ser conhecidas em “The voice and the eye – an analysis of social movements” (TOURAINÉ, 1981).

<sup>66</sup> O italiano Alberto Melucci se notabilizou no debate sobre movimentos sociais por introduzir o chamado "paradigma da identidade", em contraponto ao paradigma norte-americano da “mobilização dos recursos”. Na abordagem da mobilização de recursos, a ação coletiva se funda na interação estratégica entre atores, a partir do cálculo de custos e benefícios da ação. Já no “paradigma da identidade” a ação social é compreendida para além dos processos políticos, abarcando os processos de construção de identidades coletivas. Os objetivos eminentemente econômicos ou políticos dos movimentos sociais clássicos são redefinidos por novas contradições,

como ação coletiva, em torno da qual os atores compartilham identidades e solidariedades, para enfrentar estruturas sociais ou práticas culturais dominantes; ou naqueles associados à chamada “abordagem da política confrontacional”, como Tarrow<sup>67</sup>, que foca na análise da conflitualidade entre atores sociais e seus oponentes. Mas hoje não queremos comer alface. Ou rúcula. Queremos na mesa uma teoria PANC, capaz de explicar o avanço dos direitos animais e a anunciação de novos sujeitos coletivos de direito, uma teoria capaz de trazer aportes filosóficos e políticos propulsores de mudanças na forma como tratamos os animais não-humanos.

Embora não se intitule como uma teoria de movimentos sociais, O Direito Achado na Rua tem cor, forma e gosto de uma teoria de movimentos sociais. É uma escola científica assumidamente conectada e interligada com os movimentos sociais. Por isso, para nós, O Direito Animal Achado na Rua é PANC, ou melhor, é TANC, uma Teoria Animalista Não Convencional. Reivindicando a rua como o lugar do acontecimento – sendo a “rua” uma metáfora de espaço público em disputa –, em busca de compreender e refletir sobre as experiências populares de criação do direito, sobre a atuação jurídica dos novos movimentos sociais (SOUSA JR, 2017), O Direito Achado na Rua traz o escopo teórico que necessitamos para compreender a luta pelos direitos animais.

Na emergência de se pensar o direito animal “achado na rua”, temos três tarefas a empreender (em analogia os objetivos próprios de O Direito Achado na Rua): 1) refletir sobre o espaço político no qual se desenvolvem práticas sociais que anunciam os direitos animais, inclusive para além de sua constituição extralegal; 2) refletir sobre a natureza jurídica dos animais não humanos, como sujeitos merecedores de consideração moral e jurídica; 3) refletir sobre a insurgência de novas categorias jurídicas e sua capacidade de estruturar relações

---

onde ganham destaque os processos de construção simbólica, de formação das identidades sociais e individuais. Este debate pode ser lido em “A invenção do presente: movimentos sociais nas sociedades complexas” (MELUCCI, 1991).

<sup>67</sup> Sidney Tarrow coloca em evidência a interação sustentada e conflituosa entre atores sociais e seus oponentes, objetivando mudanças. A ação coletiva confrontacional situa-se na oposição construída entre aqueles que detêm poder e aqueles que, a priori, são destituídos de meios institucionais de reivindicação. Essas ideias de Tarrow estão sustentadas no livro “O poder em movimento: movimentos sociais e confronto político” (TARROW, 2009).

solidárias para uma sociedade alternativa em que sejam superadas as condições de todas as formas de espoliação e opressão (sem distinções especistas).

Na consecução da primeira tarefa, começemos por pontuar que para O Direito Achado na Rua o fundamento do direito não é as leis, mas o processo reivindicatório de luta pelo direito. Visto assim, o direito é direito vivo, em movimento, fruto das lutas dos movimentos sociais. Direito e lei não se confundem, portanto. Vale lembrar que a escravidão de negros e índios era legalizada até pouco tempo; a subjugação da mulher era legalizada no Brasil até meados do século XX (e ainda é até hoje em alguns países); a execução de certos criminosos é legalizada em vários países. De forma que o direito não pode ser tomado pela norma. Presas numa visão positivista, leis e normas muitas vezes não carregam a percepção do mundo em movimento, não conseguem acompanhar as mudanças da sociedade, na velocidade que elas ocorrem.

Assim temos que a legislação atual sobre direitos animais é insuficiente para refletir os anseios da sociedade, de um novo mundo que reconhece e sabe os animais como seres sencientes, dotados de capacidade de sentir dor, alegria, prazer, saudade, e não apenas fome e frio, como meras máquinas biológicas como fez crer o modelo racionalista antropocêntrico fundado por Descartes (1637), para quem é a razão que diferencia os homens dos demais animais e os coloca em posição de superioridade.

Também Rousseau e Kant repousaram no argumento da racionalidade para justificar a superioridade do animal humano. Para Rousseau (1775), os animais não passam de “uma máquina engenhosa”; “desprovidos de luz e de liberdade”, os animais não podem ser contemplados pela lei natural, ao contrário do homem, que se diferencia por sua “qualidade de agente livre”. Para Kant (1785), sendo os animais seres irracionais, somente podem ter “um valor relativo como meios e por isso se chamam coisas”, ao passo que os humanos, seres racionais, possuem “fins em si mesmos”.

Essa visão começou a ser questionada a partir do século XIX, com o aporte de filósofos utilitaristas como Jeremy Bentham (1781) e o surgimento das chamadas teorias sobre o bem-estar animal. Para Bentham, não importa se o animal tem a capacidade de raciocinar ou não; uma vez que tem a capacidade de sofrer, não haveria justificativa moral capaz de ignorar esse sofrimento. O representante contemporâneo mais célebre deste pensamento é Peter Singer (2013), para quem o princípio moral da igual consideração se aplica aos animais

não humanos, independentemente destes serem capazes de agir moralmente. Para Singer, ser incapaz de fazer escolhas morais não é justificativa suficiente para excluir os seres da esfera da igual consideração; se assim fosse, crianças e outros humanos com capacidade mental limitada para compreender a natureza de uma escolha moral seriam afastados da esfera de igual consideração. A crítica que se faz ao movimento benestarista é que ele acaba por perpetuar a subjugação animal aos seres humanos, pois focam esforços em melhorar as condições de vida dos animais e deixam o trabalho de libertação para depois.

Percebe-se então que o paradigma jurídico dominante ainda é marcado em parte pelo modelo racionalista antropocêntrico, em que apenas os animais humanos estão contidos na esfera de consideração moral e jurídica, pois somente os seres humanos têm capacidade de agir moralmente. Quando muito, temos a aplicação do princípio da igual consideração, com leis e decisões judiciais caminhando para o entendimento de que os animais são seres sencientes e deve-se zelar por seu bem-estar.

É bastante ilustrativo a sustentação do advogado agrarista e produtor rural, Alexandre Selistre, sobre a decisão judicial que suspendeu o embarque de 27 mil bois vivos para o Oriente Médio, no Porto de Santos, no início de 2018. O casuístico – a exemplo do pensamento jurídico hegemônico – reconhece que os animais são seres sencientes, que até chegar a hora de virar bife em nossos pratos, merecem levar uma vida digna.

Por questão de civilidade, o Direito e o Poder Judiciário não podem deixar de se envolver e analisar a questão do bem-estar animal. A Declaração Universal dos Direitos dos Animais, a Constituição Federal, e a penalização pela Lei dos Crimes Ambientais conscientizou o homem de que os bichos são sencientes, dotados de sensibilidade, podendo sofrer física e mentalmente, e, conseqüentemente, passíveis de proteção jurídica, não podendo ser entendidos como objetos, merecendo vivenciarem dignamente uma boa vida. Já a pretensão de tentar configurá-los como sujeitos de direito, detentores de prerrogativas legais, não passa de idealismo, despegado completamente da realidade e da vida prática. Uma tolice, um disparate...

Em uma análise jurídica, é elementar compreender que os animais não têm personalidade, não podem figurar como sujeitos de direito, entretanto, pertençam a uma espécie de regime intermediário. E merecem proteção legítima e ambiental quanto à crueldade, naturalmente! Temos que fortalecer o amparo jurídico e a tutela jurisdicional em caso de violação, representando a evolução da sociedade. (SELISTRE, 2018).

Com O Direito Achado na Rua vimos que as normas positivadas não representam o direito em sua totalidade; antes contemplam em grande parte os interesses da

classe e dos grupos que dominam determinada sociedade naquele momento. O direito é uma reivindicação viva, em movimento, no epicentro das ruas, nas lutas sociais por direitos. Então, para a pergunta qual o espaço político no qual se desenvolvem práticas sociais que anunciam os direitos animais, a resposta certamente não passa pelo espaço legal, positivado. No *status quo* positivado os animais ainda são coisas. De forma que a luta pelos direitos animais precisa ser conquistada nas ruas, no ativismo animal. É a ação articulada de ONGs, ativistas, pessoas comuns, unidas em torno da luta animalista que fará avançar os direitos animais.

Enquanto as engrenagens das ruas não modificam o *status quo* dos direitos animais, em algumas decisões podemos vislumbrar a chamada aplicação contra-hegemônica de um “direito alternativo”, em três formas (PRATES, BELLO DULTRA, *et al.*, 2015): a) uso alternativo do direito – interpretação e uso das lacunas emergentes das contradições do direito estatal; b) positivismo de combate – utilização do direito positivo como arma de combate, concentrando-se no que está na lei, mas não apresenta efetividade; e c) direito alternativo – direito paralelo, emergente, insurgente, não oficial, que coexiste com o estatal<sup>68</sup>.

Há treze anos, o próprio professor José Geraldo de Sousa Júnior, idealizador de O Direito Achado na Rua, se viu na contingência de defender tese em defesa dos direitos animais, para garantir sepultura para Spike, um cão Beagle que fez parte da família por vários anos, até morrer de velhice. Segundo relata o professor, “a história tem peripécias incríveis que valem a pena narrar: defesa, negociação, apoios os mais diversos, incluindo juízes e juristas que tomaram conhecimento do caso” (SOUSA JR, 2019). Spike foi sepultado na área verde próxima à sua residência, mas o Serviço de Conservação de Monumentos Públicos e Limpeza Urbana do Distrito Federal notificou a família para fazer a retirada do “entulho”.

Armado no espírito do “positivismo de combate”, o professor José Geraldo peticionou que “não tinha como garantir o respeito que a lei exige ao animal morto, senão, enterrando-o na mesma área verde, pública, onde sempre brincou, cercado de carinho dos donos e dos vizinhos e sob o abrigo das leis de proteção aos animais” (SOUSA JR, 2006). Argumentou

---

<sup>68</sup> As escolas de Direito Alternativo e Direito Insurgente podem ser consideradas parte da “fortuna Crítica” de O Direito Achado na Rua; apesar das distinções metodológicas, “são dois contemporâneos teóricos e práticos de O Direito Achado na Rua” (PRATES, BELLO DULTRA, *et al.*, 2015).

ainda que “agiu concretizando dever que é reconhecido em promessa legal do Distrito Federal” de destinar área para construção de cemitério de animais de estimação. Como o Governo não cumpriu com sua obrigação legal, não deixou a família na posição de seguir as diretrizes legais. Apesar de todas as objeções, Spike continua enterrado no mesmo local. Testemunha póstuma de um direito que precisa ser friccionado para fazer jus a um mundo em movimento.

Roberto Lyra Filho (2012) dizia que o que é essencial no ser humano é a sua capacidade de libertação; os direitos surgem de movimento emancipatório por libertação. Mas se os animais são incapazes de exigir a própria libertação, de protestar contra a exploração, abusos e violências sofridas, se não são capazes de votar ou fazer boicotes, como se constituirá um sujeito coletivo capaz de reivindicar seus direitos? Essa questão se impõe como um dos grandes desafios da segunda tarefa para pensar o direito animal achado na rua: a tarefa de refletir sobre a natureza jurídica dos animais não humanos.

O fato de os animais não falarem é usado como justificativa para deixá-los fora da esfera de consideração moral e jurídica. Como eles podem reivindicar seus direitos se não falam? No entanto, do meu ponto de vista, os animais falam. Apenas não falam a mesma língua do que os animais humanos. Não é culpa deles se não somos dotados de capacidade – biológica e intelectual – para compreender sua comunicação. Mas isso não é justificativa suficiente para ignorar ou desprezar suas reivindicações.

Méndez (2016) afirma que precisamos “construir novas representações sobre animais como seres sencientes com outros comportamentos e códigos comunicativos como sinais sonoros, mensagens, infrasons, ecolocalização, sinais químicos, olfativos, gestuais e visuais” (tradução livre). A partir disso, podemos questionar a suposta “inferioridade animal na escala evolutiva”, que também é uma acepção “construída historicamente e socialmente, como o racismo, classismo e todas as formas de discriminação e opressão”.

De fato, na emergência de um direito animal achado na rua, arregimentando o pensamento de Boaventura Santos (2008), sustentamos que será preciso criar procedimentos de tradução para se alcançar uma inteligibilidade mútua, superar os conflitos e reconhecer os animais não humanos como sujeitos de direito. “O trabalho de tradução é o procedimento que nos resta para dar sentido ao mundo depois de ele ter perdido o sentido e a direcção automáticos que a modernidade acidental pretendeu conferir-lhes ao planificar a história, a sociedade e a natureza” (SANTOS, 2008, p. 134). Como fazer isso concretamente? Não há regras, vamos ter

que construí-las num esforço de “imaginação epistemológica” em busca de uma nova “justiça cognitiva”. Afinal, “o trabalho de tradução é um trabalho transgressivo”, que “vai fazendo seu caminho caminhando” (SANTOS, 2008, p. 129).

Conforme Fauth (s.d.), a doutrina clássica aponta que sujeito de direito é aquele que possui direitos e deveres de acordo com o estabelecido numa ordem jurídica vigente, sendo necessário ainda ter personalidade jurídica. Ou seja, somente as pessoas físicas e jurídicas poderiam ser sujeito de direito nesta concepção tradicional. No entanto, há todo um rol de doutrinadores a questionar essa visão. Para estes juristas, ser sujeito de direito implica ter titularidade de alguma situação jurídica e para isso não é necessário ter personalidade jurídica, que se trata apenas de um atributo jurídico, que se altera de acordo com cada civilização e momento histórico. Ou seja, personalidade jurídica não é algo “natural”, é uma invenção do direito. Tanto é assim que já houve seres humanos sem personalidade jurídica, como os escravos, considerados coisas no ordenamento jurídico.

Ou seja, é o conjunto da sociedade que define, em função de seus interesses próprios, o que, quem, como, poderá ser dotado de personalidade jurídica ou figurar como sujeito de direito<sup>69</sup>. Por exemplo, a Constituição Federal da República do Equador elevou a natureza – Pacha Mama – à condição de sujeito de direitos. Grosso modo, isso significa que, naquele país, os recursos naturais podem ser partes numa relação jurídica processual.

Art. 71. A natureza ou Pacha Mama onde se reproduz e se realiza a vida, tem direito a que se respeite integralmente sua existência e a manutenção e regeneração de seus ciclos vitais, estrutura, funções e processos evolutivos. Toda pessoa, comunidade, povoado, ou nacionalidade poderá exigir da autoridade pública o cumprimento dos direitos da natureza. Para aplicar e interpretar estes direitos se observarão os princípios estabelecidos na Constituição no que for pertinente. O Estado incentivará as pessoas naturais e jurídicas e os entes coletivos para que protejam a natureza e promovam o respeito a todos os elementos que formam um ecossistema. (ECUADOR, 2008)<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup> Fazemos aqui uma analogia a Foucault, que diz: “é a sociedade que define, em função de seus interesses próprios, o que deve ser considerado como crime: este, portanto, não é natural.” (FOUCAULT, 2012, p. 100).

<sup>70</sup> Tradução livre pela autora.

Da mesma forma que o pluralismo jurídico reivindica que o Estado não seja a única fonte de produção de direito, precisamos avançar no entendimento de um ordenamento jurídico em que o animal humano não seja o único sujeito de direitos. A natureza e os animais não humanos também merecem ser incluídos na esfera de consideração jurídica dos ordenamentos legais.

Nessa seara, desponta o debate em torno da “teoria dos entes despersonalizados”, baseada na distinção conceitual entre “pessoa” e “sujeito de direito”. Fauth (s.d.) reivindica a criação da categoria “animal”, pertencente ao grupo dos “sujeitos de direito despersonalizados não humanos”:

O jurista estabelece dois critérios para a classificação dos sujeitos de direito: o primeiro classifica os sujeitos de direito em personificados e despersonificados. O segundo critério divide-os em sujeitos humanos e não humanos. De acordo com essa classificação, as pessoas seriam classificadas como sujeitos de direito personificados, humanas ou não. As pessoas físicas seriam sujeitos de direito personificados humanos, já as pessoas jurídicas sujeitos de direito personificados não humanos.

Por outro lado, existiriam ainda os sujeitos de direito despersonalizados, mais uma vez, humanos ou não. No primeiro grupo temos, por exemplo, o nascituro (sujeito de direito alojado no útero materno) e o embrião (sujeito de direito isolado *in vitro*). Entre os sujeitos de direito despersonalizados não humanos encontramos os entes despersonalizados, como o condomínio, a massa falida, o espólio, e, para nós, também os animais.

Dessa maneira, diferente das doutrinas tradicionais visitadas acima, acreditamos que os sujeitos de direito podem ser dotados de personalidade jurídica, ou não. Nesse sentido, defendemos a criação de uma nova categoria jurídica, a categoria dos “animais”, pertencente ao grupo dos sujeitos de direitos despersonalizados não humanos.

No mesmo sentido, ou em sentido semelhante, autores como Heron Gordilho e Daniel Lourenço defendem a concepção de que os animais são sujeitos de direito despersonalizados. Para Gordilho, assim como para nós, o conceito de sujeito de direito é mais amplo do que o de pessoa, uma vez que para ser sujeito de direito é necessária a titularidade de direitos, independentemente do atributo da personalidade jurídica. (FAUTH, s.d.)

Por último, temos a tarefa de refletir sobre a insurgência de novas categorias jurídicas – como a categoria “animais” proposta por Fauth – e sua capacidade de estruturar relações solidárias para uma sociedade alternativa em que sejam superadas as condições de todas as formas de espoliação e opressão (sem distinções especistas).

Derrida (2002) critica que até aqui todos que escreveram sobre a questão animal, “fazem do animal um teorema, uma coisa vista, mas que não vê”. Cientistas, teóricos e

filósofos que escreveram sobre os animais, tanto negaram quanto desconhecem a “experiência do animal que vê, do animal que os observa, não a tomaram em consideração na arquitetura teórica ou filosófica de seus discursos”.

(...) pessoas que sem dúvida viram, observaram, analisaram, refletiram o animal, mas nunca se viram vistas pelo animal, jamais cruzaram o olhar de um animal pousado sobre elas (para não dizer sobre sua nudez); mas mesmo que se tenham visto vistas, um dia, furtivamente, pelo animal, elas absolutamente não o levaram em consideração (temática, teórica, filosófica); não puderam ou quiseram tirar nenhuma consequência sistemática do fato que um animal pudesse, encarando-as, olhá-las, vestidas ou nuas, e, em uma palavra, sem palavras dirigir-se a elas, absolutamente não tomaram em consideração o fato que o que chamam “animal” pudesse olhá-las e dirigir-se a elas lá de baixo, com base em uma origem completamente outra. (DERRIDA, 2002, p. 32)

Olhar para um animal e reconhecer que ele te olha de volta, consciente de que é visto e que vê, ainda que numa “origem completamente outra” de sentidos e significados humanos, traz consequências: éticas, morais, políticas, legais. E teóricas. A mais visível é que a partir do momento em que nos vemos vistos pelo “completamente outro que chamamos animal”, precisamos romper com o olhar antropocêntrico e reconhecer que o que chamamos direitos humanos são desdobramentos de um leque maior: os direitos animais.

José Geraldo de Sousa Júnior, lembrando Warat, conclama a constituição de sujeitos de direitos a partir de uma identidade inscrita na alteridade. Ou seja, direitos não são aqueles proclamados ou consagrados normativamente, mas aqueles construídos no diálogo conflitivo com o outro (SOUSA JUNIOR, 2011, p. 34). Em concepção derridiana, não há ser vivente mais “completamente outro” do que aqueles que chamamos de “animal”. De forma que defendemos que será em diálogo conflitivo com este “completamente outro” que há de emergir o direito animal achado na rua, como força motriz para superação de todas as formas de opressão contra os animais – humanos e não humanos.

## 6. AUSÊNCIAS E EMERGÊNCIAS

Em sua sociologia das ausências e emergências, Boaventura Santos (2008) tece uma crítica ao modelo de racionalidade dominante – a razão indolente –, a qual cria ausências com sua ótica totalizante. Esta faceta da razão indolente, Santos denomina como razão metonímica, pois, assim como na figura de linguagem, a parte assume o papel do todo. A razão metonímica é responsável por nutrir o discurso de que não há alternativas ao hegemônico. Fora do “todo” não existe nada que mereça ser conhecido. Dessa forma, a razão indolente esconde e desacredita alternativas que não cabem em sua ótica totalizante, ou seja, produz ausências. Para superar essa ótica, Santos propõe uma razão cosmopolita baseada em ecologias de saberes, sistemas econômicos e produtivos (NEGRINI, GERALDES e SOUSA, 2017, p. 352-353). E, porque não, – é o que reivindicamos nesta tese – uma razão cosmopolita alimentar?

Quando você é vegano ou vegetariano e algum amigo ou familiar pergunta “mas o que você come?”, fica claro que a ótica metonímica da razão indolente também tem produzido ausências em nosso prato. Por exemplo, a cultura alimentar hegemônica (totalizante) faz com que “proteína” seja considerada sinônimo de carne, e invisibiliza todas as fontes vegetais de proteínas, as quais fornecem os mesmos aminoácidos e outros nutrientes encontrados nas carnes, com a vantagem de não ter gordura saturada e colesterol, prejudiciais à saúde.

O senso comum foi alimentado por pesquisas científicas conduzidas na década de 1970, que nos levaram a acreditar que as proteínas de origem vegetal seriam “incompletas”. Esses estudos, alguns dos quais realizados em animais não humanos (daí a crítica que se faz a testes em animais, que seriam causa de atraso na ciência), refutados mais tarde, continuam ecoando no imaginário popular e mesmo entre parte de profissionais da saúde e nutrição, formados sob a égide da supremacia proteica da carne.<sup>71</sup>

---

<sup>71</sup> O bioquímico Karl Heinrich Ritthausen formulou a teoria de que as dietas vegetarianas fornecem aminoácidos essenciais em quantidade insuficiente e sugeriu que proteínas de origem vegetal seriam incompletas. Os estudos foram realizados com roedores. Na década de 70, o *best-seller* de Frances Moore Lappé continha essas premissas.

Ficou conhecida a resposta que o médico John McDougall deu a uma publicação da American Heart Association (Associação Americana de Cardiologistas), que questionava a completude das proteínas vegetais. Baseado em pesquisas atualizadas, McDougall (2002) sustentou que as pesquisas anteriores sobre proteínas de origem vegetal estavam equivocadas, que é desnecessário misturar alimentos de origem vegetal para formar uma composição de aminoácidos complementares.

Em 1971, Frances Moore Lappé publicou o seu “Dieta para um pequeno planeta”. O livro, que denunciava o impacto ambiental da produção de carne, se tornou um *best-seller*, com mais de três milhões de cópias vendidas. Lappé inovou ao argumentar que a fome no mundo não seria causada pela falta de comida, mas por uma política alimentar ineficaz. No entanto, Lappé também ajudou a consolidar o mito de que as proteínas vegetais seriam incompletas. Sabendo que sua audiência seria cética em acreditar que uma dieta vegetariana poderia fornecer proteína suficiente, grande parte do livro é dedicada à introdução do método de combinação de proteínas. Na edição do 10º aniversário do livro, Lappé (1981) voltou atrás e pediu desculpas por ter reforçado um mito.

Os fundamentos lançados por Lappé, sobre o impacto da produção de carne na escassez global de alimentos, influenciaram toda uma geração de pesquisadores. No livro “Libertação Animal”, publicado a primeira vez em 1975, que se tornou um marco pelos direitos animais, Peter Singer afirma que “deixando de criar e matar animais para a alimentação, poderíamos dispor de uma quantidade de comida para os seres humanos, que apropriadamente distribuída, eliminaria a fome e a desnutrição em nosso planeta. A libertação animal também é uma libertação humana” (SINGER, 2013, p. 440).

Da mesma forma, Gary Francione (2013) afirma que os animais consomem mais proteína do que produzem. Segundo o autor abolicionista, para cada quilo de proteína animal produzido, os animais consomem quase seis quilos de proteína vegetal proveniente de grãos e forragem. Mais de 40% dos grãos mundial são dados para os animais comerem para

---

Leia mais em A proteína vegetal é tão 'completa' quanto a da carne, apesar do que nos ensinaram. Disponível em [https://www.huffpostbrasil.com/2018/03/09/a-proteina-vegetal-e-tao-completa-quanto-a-da-carne-apesar-do-que-nos-ensinaram\\_a\\_23381768/](https://www.huffpostbrasil.com/2018/03/09/a-proteina-vegetal-e-tao-completa-quanto-a-da-carne-apesar-do-que-nos-ensinaram_a_23381768/). Acesso em 06/03/2019.

produzir carne. É necessário apenas um sexto de acre para alimentar um vegetariano durante um ano. Para alimentar um comedor de carne é preciso três acres. Isso significa que um acre de terra pode alimentar 20 vezes mais vegetarianos do que comedores de carne. Francione também chama atenção para o fato de que quase 90% da água doce consumida são usados na produção agrícola e na pecuária; e que os animais criados pela indústria da carne produzem 130 vezes mais dejetos do que a população humana, o que se torna um grande problema ambiental.

A indústria capitalista da exploração animal opera na ótica metonímica para fazer crer que a carne animal é a única (ou a melhor) fonte disponível e “completa” de proteína, com aminoácidos essenciais para a vida humana. Para que essa ideia totalizante seja possível de se sustentar é preciso invisibilizar que proteínas vegetais são completas e oferecem outras vantagens para a saúde humana com relação às de origem animal. É preciso ocultar, por exemplo, que leguminosas como tremoço, lentilha, feijão, soja<sup>72</sup>, grão-de-bico, amendoim, possuem quantidades equivalentes de proteína da carne e alguma ainda chegam a possuir mais cálcio do que o leite de vaca<sup>73</sup>. Adams (2018) sustenta que a maioria das culturas do mundo satisfazia suas necessidades de proteína com legumes, verduras e grãos.

O racismo se perpetua toda vez que se considera a carne a melhor fonte de proteína. A ênfase sobre as forças nutricionais da proteína animal distorce a história da dieta de um grande número de culturas em que pratos completos de proteína eram feitos à base de legumes e grãos. As informações sobre esses pratos são neutralizadas por um permanente empenho cultural e político no consumo de carne. (ADAMS, 2018, p. 66)

Para que 17 milhões de vacas<sup>74</sup> (apenas no Brasil) sigam violentadas todos os anos – mamíferos só produzem leite para alimentar os filhotes, de forma que as vacas precisam ser engravidadas artificialmente para manterem-se produtivas –, é preciso fazer crer que o leite

---

<sup>72</sup> A soja vem sendo “demonizada” como uma das responsáveis pelo desmatamento das florestas. No entanto, é preciso frisar que a maior parte dos grãos vira ração para animais de abate e não é utilizada para alimentação humana. Assim, se você consome carne, além de incentivar o sofrimento animal, está contribuindo para estimular a monocultura da soja, que devasta florestas e ecossistemas. Ademais, optar pelo consumo de grãos orgânicos é uma estratégia buscada por veganos para evitar financiar um sistema produtivo prejudicial ao meio ambiente.

<sup>73</sup> Os dados nutricionais completos de 597 alimentos mais consumidos pelos brasileiros estão disponíveis na Tabela Brasileira de Composição de Alimentos (TACO, 2011).

<sup>74</sup> Este é o tamanho do rebanho leiteiro no Brasil, segundo dados do IBGE (IBGE, 2018).

é um alimento imprescindível para a vida humana. A ótica metonímica da indústria leiteira precisa nos convencer que o leite de vaca é fonte imprescindível de cálcio, sem o qual estaremos fadados a sofrer com osteoporose. Mas nem de longe o leite de vaca é o mais indicado para este fim. Na Tabela Brasileira de Composição de Alimentos (TACO, 2011) é surpreendente constatar que a semente de gergelim – da qual é possível extrair um “leite” saboroso<sup>75</sup> – contém 825mg de cálcio, quantidade seis vezes maior do que a encontrada no leite de vaca (123mg)<sup>76</sup>. O “leite” da semente de gergelim ainda tem a vantagem de também ser rico em magnésio, o que vai ajudar o cálcio a se fixar nos ossos. Coisa que o leite de vaca não faz, mas que a indústria da exploração animal prefere não revelar. Afinal, somente no Brasil, são mais de 1,3 milhão produtores de leite; uma indústria que movimenta R\$ 105 bilhões de reais ao ano (SEBRAE-SP, 2016).

Em 2017, a média nacional de produção de leite chegou a 1.963 litros por vaca (IBGE, 2018). Considerando uma taxa de ocupação média de três animais por hectare, teríamos uma produção anual de pouco mais de quatro mil litros de leite/ha. Com uma produtividade de 1.500 kg/ha, no mesmo espaço, seria possível produzir duas vezes mais “leite” de gergelim (11 mil litros), e o resíduo ainda poderia gerar outros produtos, como a ricota de gergelim (IAC, s.d.).

Em termos de composição, o leite de coco é uma bebida rica em gorduras boas e nutrientes como potássio e magnésio. Quanto à produtividade e ocupação sustentável do solo, também é muito superior ao leite de vaca. Em um hectare de coqueiral é possível produzir em média entre 8,5 a 9,5 t/ha de polpa (EMBRAPA, s.d.), o que renderia até 23 mil litros de leite de coco (para cada litro de leite utiliza-se 400 gramas da polpa), fora o resíduo que é aproveitado em receitas de bolos e doces. Aliás, do coco tudo se aproveita. A camada externa serve para fabricar substrato agrícola, capachos, brochas, escovas, estofamentos e tecidos grossos para sacos. A casca dura é usada no artesanato e como fonte de energia térmica

---

<sup>75</sup> Deixe uma xícara de gergelim (dourado ou preto) de molho na água por 8 a 12 horas. Depois desse tempo jogue a água fora. Bata no liquidificador com 3 a 4 xícaras de água filtrada (depende se você quer o leite mais grosso ou não). Coe. Com o resíduo ainda pode fazer o “queijelim”, uma espécie ricota. É só temperar a gosto (orégano, salsinha, sal rosa, óleo de gergelim ou azeite, etc.) e está pronto.

<sup>76</sup> Composição de alimentos por 100 gramas de parte comestível.

(combustível para caldeiras). Um coqueiro tem uma vida útil econômica entre 50 a 60 anos. Já na indústria da exploração animal, o tempo de vida produtivo de uma vaca leiteira varia de 6 a 10 anos, após o qual ela será abatida para a produção de carne ou ração.

A abolição das práticas especistas, que permite que continuemos explorando animais para nossa satisfação pessoal, representa uma ameaça ao capital das corporações do agronegócio. Existem várias estratégias da indústria, que passam desde o financiamento de pesquisas ao patrocínio de notórios palestrantes, para fazer valer a razão metonímica em torno da oferta de proteínas e cálcio de fontes animais. O portal Vista-se denunciou que o famoso médico Drauzio Varella foi o garoto-propaganda da campanha Beba Mais Leite, financiada por grandes empresas de laticínios, como a Vigor, Piracanjuba, Paulista, Aurora (VISTA-SE, 2017). O médico, que ficou conhecido por suas aparições no programa Fantástico, da Rede Globo, no qual falava de diversos assuntos de saúde e dava dicas à população, ministrou palestras sobre os supostos benefícios do consumo do leite de vaca.

A publicidade é outro instrumento utilizado pela indústria da exploração animal para sedimentar a ilusão totalizante do leite de vaca. Anúncios do Leite Condensado Moça ressaltava que o produto – cuja composição tem 57g de açúcar a cada 100 gramas (TACO, 2011) – era indicado para “estimular o crescimento das crianças e nutrir o seu organismo com elementos naturais”.

Figura 11 - Propaganda do Leite Moça oferece livro de receitas grátis

Chegou o LEITE MOÇA

para estimular o crescimento das crianças e nutrir o seu organismo com elementos naturais.

SENHORA — Experimente esta receita

CRÈME DE OVOS E LEITE — 1/2 litro d'água; 4 colheres grandes de leite condensado MOÇA; 3 ovos e algumas gotas de essência de baunilha ou limão, à escolha.

Misture o leite com a água, junte as algumas gotas da essência escolhida e segure os ovos bem batidos; coloque em uma taça e leve ao fogo baixo, agitando constantemente até o ponto de creme.

GRATIS

REMITTAMOS A QUEM SOLICITAR UM INTERESSANTE LIVRINHO, CONTENDO UMA ESCOLHIDA COLLEÇÃO DE RECEITAS PARA CONFECCIONAR DELICIOSOS DOCEIS, SOBREMESA E SORVETES.

COMPANHIA NESTLE CAIXA POSTAL 760 RIO

Fonte: <http://www.ibamendes.com>

Na estratégia de marketing desses produtos era comum a distribuição promocional de livros de receitas que “educaram” várias gerações a cozinhar com derivados animais. As embalagens dos produtos estão sempre acompanhadas de receitas, que reforçam a ideia de que sem leite e ovos não é possível viver. No entanto, vegetarianos e veganos têm substituído com sucesso o leite de vaca nas receitas de bolos por água pura ou leites vegetais. Já os ovos em muitas receitas são dispensáveis, basta tirá-los e não colocar nada no lugar que não farão falta para o resultado final. Noutras, é possível substituir o ovo por linhaça<sup>77</sup> ou pela água do cozimento de leguminosas, como o grão de bico, se precisar fazer “claras” em neve vegana, chamada de aquafaba<sup>78</sup>.

**Figura 12 - Livros de receita Leite Moça**



**Fonte: Márcio Pinho Leiloeiro Público / Mercado Livre.**

A ótica metonímica é reforçada por médicos e nutricionistas, que acabam reproduzindo o discurso acadêmico dominante. A ciência é lenta e demora a se atualizar, e os reflexos na cultura alimentar ainda mais. No site mantido pelo médico Drauzio Varella é possível ler uma apologia ao uso de ingredientes animais, com afirmações questionáveis.

---

<sup>77</sup> Uma colher (sopa) de linhaça triturada de molho em três colheres de sopa de água equivale a um ovo. Espere até que as sementes absorvam bem a água e acrescente essa mistura à sua receita. Se não quiser as sementinhas, coe tudo e use apenas a goma que se formou.

<sup>78</sup> Bata na batedeira 3/4 de xícara da água do cozimento do grão de bico ou use o líquido que vem nos grãos em conserva. Quando estiver firme, acrescente o açúcar e essência de sua preferência e bata mais um pouco.

O leite é um dos ingredientes mais versáteis da gastronomia (ainda mais que as hortaliças). Se eliminarmos seu consumo, deixaremos de ingerir, também, todos seus derivados: manteiga, queijo, requeijão, creme de leite, leite condensado, iogurte etc. Excluir todos esses alimentos significa abrir mão de inúmeras receitas, muitas enraizadas em nossa cultura, como pães, doce de leite, pão de queijo, brigadeiro e bolos. Até algumas receitas com legumes e verduras ficariam comprometidas: legumes na manteiga, purê de batata, brócolis gratinado, entre muitas outras. (BLUMER, s.d.).

Este não é um trabalho de nutrição ou de agronomia, e não temos a pretensão de nos aprofundar em debates nutricionais ou de produtividade agrícola, além do estritamente necessário para ilustrar que a razão metonímica vigente na indústria da exploração animal reforça a ideia de que precisamos de carne, leite e ovos para sobreviver. Para sustentar este discurso, é necessário invisibilizar que há uma gama muito maior de fontes vegetais de proteína e cálcio, tão ou mais vantajosas que as fontes animais, cuja produção traz menos impactos ambientais e é, de forma geral, mais barata.

Tirando o véu da razão metonímica, nosso horizonte alimentar se expande e enriquece. Em vez de apenas leite de vaca, podemos escolher entre leite de aveia, gergelim, soja, coco, castanha, arroz, amêndoas, e tantos outros, cada qual com suas propriedades nutricionais e sabores. Em vez de carne de boi, frango ou peixe, ganhamos em variedade e qualidade nutricional com carne de soja, de jaca, de casca de banana, carne de caju, cogumelos, tofu, para ficar nos exemplos mais comuns.

**Quadro 7 - Alimentação na razão metonímica x razão cosmopolita**

<b>Tipo</b>	<b>Razão metonímica alimentar</b>	<b>Razão cosmopolita alimentar</b>
Características	Monoculturas de sabores e fontes nutricionais	Horizonte alimentar expandido; ecologia de sabores e múltiplas fontes nutricionais
Fonte de proteína	Carne animal	Grão-de-bico, lentilha, feijão, tremoço, soja, amendoim, ora-pro-nóbis, etc.
Fonte de cálcio	Leite de vaca	Aveia, semente de gergelim, brócolis, espinafre, tofu, grão de bico, linhaça, etc.
Leite em receitas	Leite de vaca	Leite de soja, leite de amendoim, leite de aveia, leite de arroz, leite de coco, leite de castanha do Pará, leite de amêndoas, etc.
Carne em receitas	Carne animal	Carne de soja, carne de jaca, carne de casca de banana, carne de caju, cogumelos, tofu, berinjela, etc.

**Fonte: Elaboração própria.**

A partir desta reflexão, é possível afirmar que o ativismo animal também faz comunicação pública quando divulga receitas veganas, promove cursos de especialização em nutrição vegana, tal como fazem o portal Vista-se e a SVB, respectivamente. Nessas ações está embutida uma tarefa de desvelamento, de interesse público, de valorização da pluralidade. Uma publicação de uma receita vegana nunca será apenas isto. Nas entrelinhas dos ingredientes e modo de preparo podemos ler “veja, ao contrário do que a indústria da exploração animal apregoa, você não precisa torturar ou matar um animal para comer um alimento saboroso e nutritivo”. Isso é comunicação de interesse público. Isso é comunicação pública.

### 6.1. Segurança e soberania alimentar

Na emergência de uma razão cosmopolita alimentar, não podemos deixar de mencionar que falar sobre veganismo e direitos animais passa necessariamente por questionar a forma como o alimento é produzido, questionar o modelo do agronegócio, questionar a utilização de agrotóxicos, a exploração predatória da terra e dos recursos naturais. É preciso falar em segurança e soberania alimentar e nutricional.

Num cenário em que a fome volta a rondar o país<sup>79</sup>, chama a atenção o fato de que no primeiro dia do seu governo, o presidente Jair Bolsonaro extinguiu o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA), com a Medida Provisória nº 870 (BRASIL, 2019)<sup>80</sup>. Criado em 1994, durante o governo Itamar Franco e desativado em 1995, o CONSEA voltou a existir em 2003, no primeiro mandato de Luiz Inácio Lula da Silva. O CONSEA era um órgão de assessoramento imediato à Presidência da República, composto por

---

<sup>79</sup> Em 2017, o Brasil voltou a figurar no Mapa da Fome das Nações Unidas, de onde havíamos saído em 2014, quando menos de 5% da população ficou abaixo da linha da miséria. Em 2017, 11,7 milhões de brasileiros (5,6%) voltaram a viver com menos US\$ 1,90 (R\$ 7,22) ao dia. Crise econômica, cortes orçamentários, encolhimento dos programas sociais e falta de incentivo aos pequenos produtores dificultou o acesso a alimentos. Para ler mais: A volta da fome. Disponível em <https://istoe.com.br/a-volta-da-fome/>. Acesso em 27/02/2019.

<sup>80</sup> Em protesto contra a extinção do Consea, em fevereiro de 2019, foram realizados “banquetes” em várias cidades brasileiras, com a distribuição de mais de 15 mil refeições em todo o país, em sua maior parte preparadas com produtos da agricultura familiar e agroecológica. O Banquete é um movimento político suprapartidário, que mobiliza a sociedade civil em defesa do Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA). Aconteceu pela primeira vez em São Paulo, em 2017, contra a Farinata/Ração Humana, proposta pelo então prefeito João Dória.

2/3 de representantes da sociedade civil e 1/3 do governo. Era competência do CONSEA propor as diretrizes e prioridades da Política e do Plano Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional, com base nas deliberações das Conferências Nacionais de Segurança Alimentar e Nutricional. Com a MP-870/2019, a política nacional de segurança alimentar e nutricional sai da esfera presidencial e passa a ser competência do Ministério da Cidadania.

O CONSEA deixou como legado a inclusão do direito à alimentação na Constituição Federal, contribuindo para o Brasil sair do mapa da fome; o fortalecimento da agricultura familiar via Programa de Aquisição de Alimentos (PAA); o Programa Nacional de Apoio à Captação de Água de Chuva e outras Tecnologias Sociais (Programa Cisternas), que promove o acesso à água no semiárido brasileiro; a ampliação e aperfeiçoamento do Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE), com a determinação de que 30% da alimentação seja adquirida de agricultores familiares locais e regionais; a aprovação da Política Nacional de Agroecologia e Produção Orgânica (Pnapo); a proposição da Política Nacional de Redução de Agrotóxicos (PL-6670/2016); e a luta contra o uso de agrotóxicos, com rejeição do chamado Pacote do Veneno (PL-6299/2002).

Na página do CONSEA, que seguia ativa na internet em fevereiro de 2019, consta o conceito de segurança alimentar e nutricional como uma estratégia ou conjunto de ações intersetoriais e participativa, que objetiva a realização do direito de todos ao acesso regular e permanente a alimentos de qualidade e em quantidade suficiente. Deve ter como base práticas alimentares promotoras da saúde, respeitar a diversidade cultural, e que ser ambiental, cultural, econômica e socialmente sustentáveis.

O modelo de produção e consumo de alimentos é fundamental para garantia de segurança alimentar e nutricional, pois, para além da fome, há insegurança alimentar e nutricional sempre que se produz alimentos sem respeito ao meio ambiente, com uso de agrotóxicos que afetam a saúde de trabalhadores/as e consumidores/as, sem respeito ao princípio da precaução, ou, ainda, quando há ações, incluindo publicidade, que conduzem ao consumo de alimentos que fazem mal a saúde ou que induzem ao distanciamento de hábitos tradicionais de alimentação.

A segurança alimentar e nutricional demanda ações intersetoriais de garantia de acesso à terra urbana e rural e território, de garantia de acesso aos bens da natureza, incluindo as sementes, de garantia de acesso à água para consumo e produção de alimentos, da garantia de serviços públicos adequados de saúde, educação, transporte, entre outros, de ações de prevenção e controle da obesidade, do fortalecimento da agricultura familiar e da produção orgânica e

agroecológica, da proteção dos sistemas agroextrativistas, de ações específicas para povos indígenas, populações negras, quilombolas e povos e comunidades tradicionais. É, ainda, fundamental que as ações públicas para garantia de segurança alimentar possam contemplar abordagem de gênero e geracional. (CONSEA, 2017)

Já a soberania alimentar, segundo definição do extinto CONSEA, diz respeito ao direito de os povos definirem suas políticas alimentares e nutricionais com autonomia, de decidirem sobre o que produzir, para quem produzir e em que condições produzir.

Com a extinção do CONSEA – que contava com a maioria dos membros oriundos da sociedade civil – a soberania alimentar fica ameaçada no país, considerando que será definida unilateralmente pelo governo, via Ministério da Cidadania. O governo eleito com apoio da chamada bancada ruralista sinaliza com o fechamento do CONSEA que o agronegócio será prioritário no país, em detrimento da agricultura familiar e da produção orgânica e agroecológica.

Com a nova legislatura, a bancada ruralista encolheu, mas ainda segue como uma das maiores e poderosas frentes, com poder para influenciar na política alimentar do país. Dos 218 deputados que tinha em 2018, conseguiu eleger/reeleger 99; no Senado, 18 dos 27 integrantes da bancada foram eleitos e reeleitos. A bancada ruralista defende temas como a produção agrícola em larga escala, o incentivo ao agronegócio e a ampla utilização de agrotóxicos, e é contrária à demarcação de terras indígenas e quilombolas em território brasileiro. A agricultura familiar conseguiu eleger dois representantes na Câmara dos Deputados. O desequilíbrio de forças é gritante.

Mas porque o fechamento do CONSEA, uma bancada ruralista expressiva e um governo comprometido com o agronegócio podem representar ameaça à segurança alimentar e nutricional do país? Nas manifestações do MST – Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra ou em encontros e festivais da agricultura familiar é comum ouvir as palavras de ordem: “Se o campo não planta, a cidade não janta”; ou “Se o campo não roça, a cidade não almoça”. As palavras têm o condão de mostrar a importância do campo para o desenvolvimento do país e sustento da população. No entanto, em se tratando de soberania e segurança alimentar, importante perguntar de que “campo” é esse que estamos falando.

No Brasil, a produção interna de alimentos é suprida em grande parte pela agricultura familiar. A agricultura empresarial – o agronegócio – cuja produtividade é sinônimo

de desenvolvimento para o país, que chama a atenção por recordes de safra e números da exportação anuais, não abastece o mercado interno. Mas é a produção de alimentos nas pequenas propriedades rurais que garante a segurança alimentar e nutricional.

**Quadro 8 - Segurança alimentar x modelo de negócio**

<b>Modelo de negócio</b>	<b>Agronegócio</b>	<b>Agricultura familiar, orgânica e agroecológica</b>
Destinação da produção	Mercado externo	Mercado interno
Segurança alimentar	Monoculturas – não favorece a segurança alimentar/nutricional	Variedade de produção – contribui para a segurança alimentar/nutricional
Mão de obra	Mecanização intensiva; emprega pouca mão-de-obra	Emprega muita mão-de-obra, grande parte do próprio núcleo familiar
Lucro	Concentrado nas mãos de poucos, os empresários donos do agronegócio	Milhares de família sustentadas, lucro fica nos núcleos familiares donos das pequenas propriedades
Rentabilidade	Dividendos enviados para fora do país ou investidos no mercado financeiro	Reinvestido no comércio local/regional
Soberania alimentar	Preços da produção ficam sujeita às variações internacionais – ameaça à soberania alimentar	Preços regulados pelo mercado interno – contribui para garantir a soberania alimentar

**Fonte: Elaboração própria.**

O agronegócio não favorece a soberania alimentar, na medida em que a produção visa prioritariamente o mercado externo e fica suscetível às variações internacionais. Se o preço externo é vantajoso, a produção é enviada para fora, provocando eventual escassez e alta de preços no mercado interno. O agronegócio não favorece a segurança alimentar ou nutricional, pois se baseia na produção em larga escala (monoculturas) e na ampla utilização de agrotóxicos. As monoculturas não vão garantir a variedade alimentar/nutricional necessária para suprir as necessidades alimentares/nutricional da população. Então, sim, “se o campo não planta, a cidade não janta”, mas se no campo em questão vigorar um modelo de agronegócio talvez só tenha arroz e bife no prato. E um copo de leite de vaca para ajudar engolir.

E o ciclo do nosso debate vai finalmente se fechando. Começamos este capítulo falando que a razão indolente com sua ótica metonímica invisibiliza tudo o que não cabe em seu universo totalizante. Assim, a indústria da exploração animal vende a ideia de que

a carne é a melhor fonte disponível de proteína. O discurso falacioso é necessário para sustentar um modelo de monoculturas que sustenta o agronegócio. A proteína animal é a melhor para o bolso do empresário capitalista da exploração animal, mas não garante a segurança alimentar/nutricional da população. O grande empresário, para ter lucro, foca em um produto: o gado de corte. São os pequenos produtores que ofertam toda a ampla gama de variedade proteica disponível: grão-de-bico, ervilha, lentilha, feijões. O ativismo animal ajuda a denunciar essa ameaça. Foi o que fez, por exemplo, o portal Vista-se ao divulgar o impacto das monoculturas de soja e de outros grãos cultivados para a pecuária como mais um motivo para não consumir produtos de origem animal<sup>81</sup>.

**Quadro 9 - Razão metonímica e agronegócio: tudo a ver**



**Fonte: Elaboração própria.**

<sup>81</sup> Novo relatório revela impacto das monoculturas de soja e de outros grãos cultivados para a pecuária. Disponível em <https://www.vista-se.com.br/novo-relatorio-revela-impacto-das-monoculturas-de-soja-e-outros-graos-cultivados-para-a-pecuaria/>. Acesso em 27/02/2019.

Já nos alongamos neste capítulo mais do que o pretendido inicialmente. Em parte porque o tema é fascinante; em parte pela importância crucial de falar em segurança e soberania alimentar, se você reivindica uma alimentação e um modo de vida que rompe com a ótica metonímica alimentar e buscar a riqueza e a variedade disponível no mundo, para além dos produtos de origem animal. Mas na emergência de uma razão cosmopolita sobre o que vai à mesa, precisamos ainda que brevemente lembrar o papel dos grandes meios de comunicação, não apenas como reprodutores da cultura dominante, mas também como detentores de ativos do agronegócio<sup>82</sup>. Você já deve ter-se perguntado o motivo de a Rede Globo de Televisão divulgar frequentemente uma propaganda aparentemente “sem pé, nem cabeça”, afirmando que “Agro é Tech, Agro é Pop, Agro é Tudo”.

Em 2018, o Intervozes e o Repórter Sem Fronteiras lançaram uma pesquisa em que revelam que grande parte dos maiores grupos de comunicação do Brasil, que controlam os principais veículos, tem relações com o agronegócio (INTERVOZES, 2018). O estudo mostra relações históricas como as do Grupo Folha, Globo e família Saad, da rede Bandeirantes, com grandes investimentos e propriedade de terras no país. As relações da grande mídia invisibilizam as disputas pelos direitos dos trabalhadores do campo e o acesso a terra.

Lima (2018, p. 167) ressalta a importância das representações na constituição da vida política e social, e o papel dos meios de comunicação nesse aspecto: “eles definem, e não simplesmente reproduzem a realidade. Se representações são práticas significantes, os meios são agentes significantes”. De forma que o discurso totalizante da razão metonímica alimentar acaba sendo reforçado nos meios de comunicação. Por um lado, podemos lembrar os programas de gastronomia que se multiplicam em várias emissoras, priorizam as receitas com produtos de origem animal e ridicularizam, muitas vezes, os sabores veganos, os cozinheiros veganos e o público vegano. Por outro, as notícias sobre o agronegócio são retratadas em geral de forma positiva, destacando a produtividade, os recordes de safra, as exportações (ocultando o impacto ambiental, as ameaças para a segurança e soberania alimentar). Enquanto isso, a

---

<sup>82</sup> Durante a qualificação, o papel dos grandes meios de comunicação na reprodução da cultura carnista foi uma das provocações suscitadas pela professora Janara Sousa.

agricultura familiar, orgânica e agroecológica é retratada de forma estereotipada, como atrasada, rudimentar, improdutiva (ocultando-se que as pequenas propriedades são responsáveis pela maior parte do abastecimento interno).

Não raro, os movimentos sociais são criminalizados nos meios de comunicação e os de luta pela terra não fogem à regra (GERALDES, REIS, *et al.*, 2017). As ocupações do MST, reivindicando reforma agrária para um modelo de negócio que é responsável pela maior parte do abastecimento interno e contribuem, portanto, com a segurança e soberania alimentar, são noticiadas como invasão, com toda carga pejorativa (PINTO NETO, 2017). No entanto, ocupar é direito; invadir é um tipo penal, mas crime mesmo é o que é feito pela indústria capitalista da exploração animal, quando em nome do lucro, coloca em risco a segurança e a soberania alimentar as pessoas, enquanto segue torturando e matando bilhões de animais todos os anos.

## 7. CORDEIRO DE DEUS

“Cordeiro de Deus, que tirais o pecado do mundo, tende piedade de nós. Cordeiro de Deus, que tirais o pecado do mundo, dai-nos a paz.” Na liturgia católica, o *Agnus Dei* – Cordeiro de Deus – é recitado durante a fração do pão eucarístico<sup>83</sup>. A expressão “cordeiro de Deus” se refere a Jesus Cristo, identificado no cristianismo como o salvador, aquele cuja vida foi dada em sacrifício para salvar a humanidade dos seus pecados.

Os israelitas tinham o costume de sacrificar um cordeiro para remissão dos pecados. O sacrifício de animais está descrito em diversas passagens da Bíblia. Simbolicamente, o animal tomava o lugar do pecador para espíar a pena. O ritual católico da eucarística é uma analogia aos costumes dessa época.

Hoje, muitos cristãos veem com repulsa o sacrifício de animais, inclusive com críticas às religiões que mantêm tais rituais – especialmente as de matriz africana. No entanto, durante o Natal, ritual religioso de comemoração ao nascimento de Jesus Cristo, milhares de aves tipo peru e chester são abatidas para a data. Celebra-se a vida com a morte. O “espírito natalino” ceifa anualmente a vida de oito milhões de aves apenas no Brasil (HFAC, s.d.).

O livro do Catecismo (VATICANO, s.d.) da Igreja Católica ensina que se deve respeitar a integridade da criação, mas destaca que animais, plantas e seres inanimados “estão naturalmente destinados ao bem comum da humanidade passada, presente e futura” (VATICANO, s.d.). Ou seja, para a Igreja Católica a vida dos animais não humanos não possui um propósito em si mesmo. Sua existência é para servir aos humanos, ainda que enfatize não ser este domínio absoluto, sendo “contrário à dignidade humana, fazer os animais sofrerem inutilmente e desperdiçar suas vidas” (VATICANO, s.d.).

A doutrinação das crianças católicas prega ainda ser “legítimo servir-se dos animais para a alimentação e a confecção das vestes”, e defende que “os experimentos médicos e científicos em animais são práticas moralmente admissíveis, se permanecerem dentro dos

---

<sup>83</sup> A eucaristia é o sacramento central da Igreja Católica, pelo qual pão e vinho se transubstanciam no corpo e sangue de Cristo.

limites razoáveis e contribuírem para curar ou salvar vidas humanas” (VATICANO, s.d.). Crianças católicas também aprendem desde cedo ser “indigno gastar com eles [os animais] o que deveria prioritariamente aliviar a miséria dos homens” (VATICANO, s.d.). Ou seja, é permitido amar os animais, desde que se ame mais os humanos.

Com relação à exploração e maus-tratos aos animais, a Bíblia traz advertências específicas para os praticantes de zoolifia<sup>84</sup>: “Todo aquele que se deitar com animal, certamente morrerá.” (Êxodo 22:19); “Maldito aquele que se deitar com algum animal. E todo o povo dirá: Amém.” (Deuteronômio 27:21).

De acordo com os Códigos de Direito Canônico (VATICANO, s.d.), a Igreja Católica manda seus fieis absterem-se do consumo da carne todas as sextas-feiras do ano e durante a Quaresma, período de 40 dias que antecede a Páscoa (ressurreição de Cristo):

Cân. 1251 — Guarde-se a abstinência de carne ou de outro alimento segundo as determinações da Conferência episcopal, todas as sextas-feiras do ano, a não ser que coincidam com algum dia enumerado entre as solenidades; a abstinência e o jejum na quarta-feira de Cinzas e na sexta-feira da Paixão e Morte de Nosso Senhor Jesus Cristo. (VATICANO, s.d.)

A abstinência consiste na escolha de uma alimentação simples e pobre. Pela disciplina tradicional da Igreja isso significa a abstenção de carne. Mas nos Códigos de Direito Canônico se admite a substituição pela privação de outros alimentos e bebidas, da preferência de cada um, desde que signifique uma verdadeira renúncia. Estão obrigados à lei da abstinência os fieis a partir dos catorze anos de idade. Assim, a única objeção católica ao consumo da carne não é pelo benefício à saúde, não é por compaixão aos animais. É um ato de penitência.

Quem participa de caçadas ou pescas esportivas ou de lazer, sem o intuito de se alimentar, não é bem visto pela lei judaica. O abate de animais para alimentação é permitido, mas deve seguir as orientações contidas na Kashrut, as leis judaicas de alimentação. Os animais para consumo do povo judeu devem passar pelo abate Casher ou Kosher (CHABAD, s.d.), que

---

<sup>84</sup> Zoofilia é uma parafilia definida pela atração ou envolvimento sexual de humanos com animais. No Brasil, a prática ainda não é crime, mas é moralmente repudiada. Tanto que na Câmara dos Deputados está em tramitação o PL 966/2015, que altera a Lei de Crimes Ambientais, para tipificar como crime a zoofilia. Já o PL 8044/2017 quer tipificar zoofilia ou bestialidade como crime hediondo.

literalmente significa “apropriado”, “bom”. A Torá, livro sagrado do judaísmo, exige que os animais sejam abatidos à maneira shechitah, em que certas partes do animal e o sangue devem ser removidos. Para os judeus é considerado bárbaro comer o sangue, pois este equivale à própria vida da criatura, à sua alma. Somente os animais que ruminam e possuem cascos fendidos são permitidos para alimentação. Se você teve a sorte de nascer porco, coelho, camelo ou lebre está a salvo, ao menos dos pratos judeus. Também é proibido comer animais selvagens e aves de rapina, para não incorporar sua natureza feroz e violenta.

Assim como católicos, judeus acreditam que o homem é o objetivo de toda a criação e que todas as demais criaturas foram feitas para servi-lo. Mas judeus sustentam que existem quatro reinos: mineral, vegetal, animal e humano, cujo objetivo de cada um é elevar-se ao nível superior. Assim, os sais minerais que alimentam as plantas elevam-se ao nível vegetal; vegetais que alimentam animais elevam-se ao nível animal e assim por diante. O objetivo do homem é elevar-se a Deus, por isso deve se alimentar de todos os níveis inferiores. Por isso, para os judeus, ao abater um animal da forma Casher ou explorar um animal para o trabalho, não estaríamos cometendo um atentado contra a natureza, mas simplesmente auxiliando esta espécie a se elevar a um nível superior<sup>85</sup> (ENDE, s.d.).

O Corão, livro que deu origem ao Islã – religião monoteísta centrada na vida e nos ensinamentos de profeta Maomé – estabelece várias proibições alimentares, para o bem da saúde e da limpeza; mas, sobretudo para se evitar o falso culto e os ritos supersticiosos. A religião é seguida por cerca de 1,3 bilhão de pessoas e serve de lei e código moral em cerca de 40 países.

Aos muçulmanos – todo aquele que segue o Islã – é proibido o consumo da carne de animais mortos por doença e da carne de animais em cujo abate tenha sido invocado outro nome que não o de Deus. Muçulmanos são proibidos de comer animais de casco, como o suíno. Ao contrário dos judeus, camelo, coelho e lebre estão liberados. O animal deve ser abatido por um muçulmano que tenha atingido a puberdade. Ele deve pronunciar o nome de

---

<sup>85</sup> O Rabino Shamai Ende respondeu à seguinte pergunta: qual é a posição do judaísmo no que se refere a proteção dos animais e a natureza de forma geral?

Alá ou recitar uma oração que contenha o nome de Alá durante o processo, com a face do animal voltada para Meca. O animal é morto de cabeça para baixo, para drenar todo o sangue. É o abate Halal – palavra árabe que significa “legal”, “permitido”.

Para garantir o rigor dos requisitos Halal, países muçulmanos costumam importar gado vivo para eles próprios fazerem o abate. Há cerca de 20 anos o Brasil pratica essa modalidade, com números crescentes a cada ano. Os animais são transportados de caminhão das fazendas aos portos, em descolamentos que podem durar vários dias. Colocados em grandes embarcações, viajam milhares de quilômetros pelo mar até o país comprador. Segundo a Associação Brasileira dos Exportadores de Animais Vivos (Abreav), em 2017 o Brasil vendeu 460 mil cabeças de gado em pé – nome técnico da modalidade –, movimentando R\$800 milhões (MACHADO, 2018).

No início de 2018, por pressão de ativistas pela libertação animal, a Justiça determinou a suspensão de um embarque de 27 mil bois no Porto de Santos, com destino a Turquia. Uma viagem de 15 dias em alto mar. Nos autos da ação, a perita veterinária constatou que a imensa quantidade de urina e excrementos produzida pelos animais propiciava uma deposição lamacenta no assoalho. Cada boi produz cerca de 30 quilos de fezes por dia. Em alto mar, esses dejetos são periodicamente lançados à água sem qualquer tratamento, causando impacto ambiental. Os animais mortos durante a viagem são triturados num setor vulgarmente denominado “graxaria”, e o resultado também é descartado no mar.

Mergulhados em fezes, vômito e urina, amontoados uns em cima dos outros, num ambiente insalubre, fétido, sem espaço para locomoção, sem conforto térmico, esses animais enfrentam um calvário para encontrar a morte. Mas o abate será “legal”. E Alá ficará feliz.

Guiados pelo princípio ético-religioso da não violência – Ahinsa –, adeptos do jainismo, do hinduísmo e do budismo tentam abster-se de provocar dor física, mental ou emocional a qualquer criatura viva. Acreditam que todos os seres vivos fazem parte da mesma energia espiritual, de forma que ferir alguém (animais humanos ou não humanos) equivale a ferir a si próprio. Não há regras impostas aos fiéis, mas seguir uma dieta vegetariana é um desdobramento lógico para quem pretende viver em plenitude o caminho da não-violência.

O hinduísmo – principal religião da Índia, país em que 37% da população é vegetariana, segundo as estimativas oficiais<sup>86</sup> – reconhece e adora vários deuses, mas estes são parte de uma entidade suprema, chamada Brahman. Tudo no universo é parte de Brahman, incluindo os animais. Por isso, ferir um animal, equivaleria a ferir Brahman. Além disso, para o hinduísmo, alguns animais são considerados sagrados por serem montaria de deuses. A vaca é reverenciada por conduzir Shiva; o rato é o veículo de Ganesh; o búfalo é o meio de transporte de Yam.

Quando comem carne, isso está determinado não pelas preferências pessoais, mas guarda relação com um sistema de regras que fazem referência a quem você é: sua casta, idade, sexo, profissão, ocasião religiosa (GUZMÁN, 2018). No Manu Dharma Shastras estão contidos os regramentos e uma advertência:

Que o Dwidja que conhece a lei nunca coma carne sem cumprir esta regra, a menos que tenha uma necessidade urgente; pois se ele violar esta regra, ele será devorado no outro mundo pelos animais cuja carne ele comeu ilicitamente, sem poder resistir a eles. (Manu Dharma Shastras, s.d.)

Nos mantras dos Vedas estão os principais conceitos e símbolos do hinduísmo. O princípio de não violência a animais (pashu-ahimsa) pode ser encontrado em diversas passagens. O Yajur Veda ensina a cultivar a bondade em relação a todas as criaturas vivas na Terra. O Tirukkural, um texto tâmil<sup>87</sup> clássico, considerado o "Veda Universal", trata das virtudes cotidianas de um indivíduo, enfatiza os princípios vitais da não-violência, e prega o vegetarianismo moral. No capítulo "A Renúncia da Carne" temos:

(...) Como ele pode ser possuidor de bondade, se para aumentar sua própria carne, come a carne de outras criaturas. (...)

---

<sup>86</sup> Em reportagem de O Globo, a antropólogo Balmurli Natrajan e o economista Suraj Jacob afirmam que o número de vegetarianos na Índia é superestimado por pressões políticas e culturais. Os pesquisadores acreditam que, sob ameaça da lei e buscando afirmação perante a comunidade, parte dos carnívoros minta em declarações sobre os hábitos alimentares. A estimativa de Natrajan e Jacob é que o percentual de vegetarianos e lactovegetarianos no país fique em torno de 20% da população total, concentrados nas castas privilegiadas. Como persiste o mito do vegetarianismo na Índia. Disponível em <https://oglobo.globo.com/sociedade/como-persiste-mito-do-vegetarianismo-na-india-22555277>. Acesso em 10/02/2019.

<sup>87</sup> O tâmil ou tâmul é uma língua falada no sul da Índia, Sri Lanca, Mianmar, Malásia, Indonésia, Vietname, Singapura e ainda em zonas do sul e leste da África, pelo povo tâmil.

Quem come de carne saborosa, nenhuma alegria boa pode encontrar. Como a mente assassina de quem carrega uma arma em sua mão, a mente daquele que se banqueteia com prazer no corpo de outra criatura, não tem consideração para o bem. (...)

Se for perguntado o que é bondade e qual é o seu oposto, a resposta seria a preservação e a destruição da vida; e, portanto, não é certo se alimentar da carne (obtida tirando a vida). (...)

Se os homens perceberem que a carne não é senão a úlcera impura de um corpo, eles abster-se-ão de comê-la. (...)

(...) Todas as criaturas unirão suas mãos e adorarão aquele que nunca tirou a vida, nem carne. (TIRUKKURĀI, s.d.)<sup>88</sup>

Marcado pela ideia do progresso, reivindicando um *status* de ciência, o Espiritismo afirma que os animais são seres em evolução, dotados de princípio inteligente. Na Gênese, um dos principais livros da doutrina, ao lado do Evangelho Segundo o Espiritismo, consta ensinamentos de que a verdadeira vida, tanto do animal quanto do homem, não está no invólucro corporal, mas no princípio inteligente que preexiste e sobrevive ao corpo. Assim, o corpo humano corresponde ao estágio espiritual necessário para a alma humana se desenvolver e evoluir. Em determinado momento, não será mais necessário o ser humano reencarnar nesta forma corporal e poderá seguir na sua jornada evolutiva. O mesmo ocorre com os animais; seus invólucros abrigam espíritos em estágio evolutivo inferior:

É aí que a alma se ensaia para a vida e desenvolve, pelo exercício, suas primeiras faculdades. Esse seria para ela, por assim dizer, o período de incubação. Chegada ao grau de desenvolvimento que esse estado comporta, ela recebe as faculdades especiais que constituem a alma humana. Haveria assim filiação espiritual do animal para o homem (...)

Este sistema, fundado na grande lei de unidade que preside à criação, corresponde, forçoso é convir, à justiça e à bondade do criador; dá uma saída, uma finalidade, um destino aos animais, que deixam então de formar uma categoria de seres deserdados, para terem, no futuro que lhes está reservado, uma compensação a seus sofrimentos (...) (KARDEC, 2013, p. 191)

Espíritas acreditam na reencarnação como uma estratégia evolutiva da alma. Mas diferentemente de religiões como o hinduísmo ou o budismo cuja crença prevê que

---

<sup>88</sup> Tradução livre pela autora.

humanos podem reencarnar como animais, o espiritismo se pauta pela ideia do progresso, de forma que seria impossível o homem regredir e se nascer como um animal.

Eles rechaçam ainda a ideia de que os animais foram criados apenas para a satisfação humana. Para eles, cada vida tem o seu propósito em si mesmo e por isso deve ser respeitada:

O orgulho levou o homem a dizer que todos os animais foram criados por sua causa e para satisfação de suas necessidades. Mas, qual o número dos que lhe servem diretamente, dos que lhe foi possível submeter, comparado ao número incalculável daqueles com os quais nunca teve ele, nem nunca terá, quaisquer relações? Como se pode sustentar semelhante tese, em face das inúmeras espécies que exclusivamente povoaram a terra por milhares e milhares de séculos, antes que ele aí surgisse, e que afinal desapareceram? Poder-se-á afirmar que elas foram criadas em seu proveito? Entretanto, tinham todas a sua razão de ser, a sua utilidade. Deus, decerto, não as criou por simples capricho da sua vontade, para dar a si mesmo, em seguida, o prazer de as aniquilar, pois que todas tinham vida, instintos, sensação de dor e de bem-estar. (KARDEC, 2013, p. 138)

Os adventistas do sétimo dia acreditam em manifestações proféticas, as quais surgem entre os cristãos para orientar a Igreja, dar ânimo, conselhos e advertências ao povo de Deus. Ellen Gould White (1827-1915) é reconhecida pelos adventistas como uma profetisa contemporânea. Suas visões guiam os seguidores da Igreja nos mais variados campos. Na sua visão sobre a reforma de saúde, em 1863, White revelou uma lista de restrições alimentares, cuidados com a higiene e uso de medicamentos. O banimento da carne da alimentação humana é citado em diversas passagens<sup>89</sup>. Os argumentos giram em torno de duas vertentes: a preservação da saúde e a integridade moral. Para os adventistas, o corpo deve ser manter são, livre de doenças, sem machas, para ser oferecida a Deus como em um sacrifício vivo.

Na visão de White a alimentação original dos humanos era vegetariana. Não havia morte no Éden. Os frutos das árvores do jardim supriam as necessidades alimentares dos

---

<sup>89</sup> Nas visões de Ellen White (WHITE, s.d.) existem várias passagens rechaçando o uso da carne na alimentação humana. O site Ellen G. White's Writings mantém uma compilação dos textos da profetisa adventista em dezenas de idiomas. Consultamos especialmente o Capítulo 15 - Regime dietético e saúde, da mensagem Medicina e Salvação; o Capítulo 23 – Carnes, de Conselhos sobre o Regime Alimentar; e Capítulo 24 - A carne como alimento, de A Ciência do Bom Viver. Disponível em <https://egwwritings.org/?searchform=book>. Acesso em 05/02/2019.

homens. Somente após o dilúvio e como uma forma de punição, Deus teria dado permissão ao homem para se alimentar de carne, a fim de abreviar a longa vida daquela raça de gente pecaminosa.

Quando Deus tirou os israelitas do Egito, proveu-lhes não com carne, mas com o maná, “o pão do Céu”. Mas um regime sem carne nunca teria sido aceito de coração. Assim, quando se estabeleceram em Canaã, foi permitido aos israelitas o uso de alimento animal. Desejaram um regime cárneo, e colheram os resultados. O uso da carne teria trazido doença e morte a milhares. “O Senhor satisfez-lhes o desejo, mas fez definhar as suas almas”, pontua White nos seus escritos.

“Temos abundância de boas coisas para satisfazer a fome sem servir cadáveres em nossas mesas para compor nosso cardápio”, sustenta White que garante que uma alimentação simples e saudável, baseada em cereais, frutas das árvores e verduras têm todas as propriedades nutritivas necessárias para produzir um bom sangue e força muscular. A profetisa registrou que leite e ovos não são considerados alimentos cárneos e, portanto, podem ser utilizados pelos adventistas.

White afirmou que somos compostos do que comemos, e que o hábito de comer carne provoca câncer e diminui a atividade intelectual. “Quando a parte animal do agente humano é fortalecida por comer carne, as faculdades intelectuais diminuem proporcionalmente”, sustenta. Os que almejam a vida religiosa devem necessariamente se abster da carne, pois se trata de um regime dietético que estimula as atividades sensuais e debilita a natureza moral e espiritual. “A carne luta contra o espírito, e o espírito contra a carne”, enfatiza a mulher que inspirou milhares a tirar animais mortos do prato.

Para Adams (2018, p. 58), a carne é um símbolo do domínio masculino e o sexismo permeia o consumo da carne. Homens consomem carne como um símbolo de virilidade. Mulheres, cidadãs de segunda classe, em vez de carne, consomem mais alimentos de segunda classe: legumes, verduras, frutas e grãos. Não é por acaso que as escrituras sagradas das religiões investigadas, que autorizam o consumo de animais mortos em maior ou menor grau, são ditadas por homens. Apenas a Igreja que traz recomendações expressas para adoção de uma dieta vegetariana tem como profetisa uma mulher.

**Quadro 10 - A carne nas religiões**

<b>Religião</b>	<b>Referências</b>	<b>O que fala sobre o consumo de animais</b>
Catolicismo	Bíblia	- Animais existem para servir aos humanos. - Pode usar os animais na alimentação, no vestuário, em experimentos médicos e científicos. - Abstinência preferencialmente da carne em todas as sextas-feiras do ano e no período da Quaresma.
Judaísmo	Tora	- Proíbe o consumo de porcos, coelho, camelo e lebre, bem como de animais selvagem e aves de rapina. - Proíbe a caça e pesca esportiva. - Abate dos animais para consumo deve ser “casher”; todo sangue deve ser drenado.
Islamismo	Alcorão	- Proíbe o consumo de porcos. - Abate halal; todo sangue deve ser drenado e o nome de Ala deve ser invocado no momento do abate. - Recomenda doar a maior parte aos pobres.
Hinduísmo, Jainismo e Budismo	Vedas (Hinduísmo)  Tipitaka (Budismo)  Tattvartha Sutra (Jainismo)	- Não-violência (ahimsā). - Crença que, ao morrer, humanos podem reencarnar como animais.
Espiritismo	Evangelho Segundo Espiritismo  A Gênese Segundo Espiritismo	- Animais são seres em evolução espiritual, dotados de princípio inteligente e não apenas de instinto. - Crença na reencarnação, mas humanos não voltam como animais; seguem evoluindo.
Adventistas	Visões de Ellen White	- Carne deve ser banida da alimentação por motivos de saúde e integridade moral (somos o que comemos). - Leite e ovos são permitidos. - Alimentação deve ser o mais simples possível, baseada em frutas, legumes, verduras e cereais.

Fonte: Elaboração própria.

A despeito do que oficialmente pregam as religiões, por meio de seus textos sagrados ou lideranças, cada um vive sua fé de modo bastante particular, com interpretações próprias de livros sagrados, encontrando na fé aquilo que precisam para fundamentar suas escolhas alimentares. A partir da provocação “Qual é a sua religião e o que ela diz sobre o consumo de carne? Isso de alguma forma influenciou sua decisão de virar vegano/vegetariano?”, 114 integrantes responderam nos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos

(as) – Brasília” e “VEGETARIANOS Iniciantes Brasil”, no Facebook<sup>90</sup>. Ao todo, foram listadas 26 opções religiosas (incluindo-se os que não seguem nenhuma religião ou se declaram ateus) e os mais variados argumentos baseados na fé para sustentar uma alimentação sem carne. Adventistas, sem religião, espíritas kardecistas, umbandistas, bruxas/wicca e ateus foram – nesta ordem – os grupos mais citados<sup>91</sup>.

Adventistas pontuam a alimentação natural e sem carne é o melhor caminho para manter o corpo saudável. “Acreditamos que o corpo é o templo do Espírito Santo e, por isso, o consumo de carne não é recomendado”, explica um dos integrantes. “Deus criou todos os seres veganos e todos viviam em harmonia, se alimentando apenas de vegetais e frutos, até o pecado contaminar os seres”, pontua outro, fazendo referência ao livro bíblico Gênesis. Há outros depoimentos no sentido de que a Igreja realiza palestras com orientações práticas sobre alimentação saudável, e que ensina o preparo de comidas sem carne.

Entre os que não professam nenhuma fé, há críticas da visão antropocêntrica da maioria das religiões, em que os animais são descritos como seres inferiores ou criados para servir ao homem. “Tive que ouvir muita gente falando que Deus criou os animais pra gente comer, mas não consigo acreditar nisso (...) tenho total certeza que Deus não quer ver a sua criação sofrendo”, explica um dos participantes.

Espíritas dos grupos mencionaram mensagens de Emmanuel, psicografadas pelo médium brasileiro Francisco Xavier, em que o espírito teria afirmado ser “um erro de enormes consequências” a “ingestão das vísceras dos animais”, pois os valores nutritivos necessários aos seres humanos “podem ser encontrados nos produtos de origem vegetal, sem a necessidade absoluta dos matadouros e frigoríficos”. Chico Xavier teria dito ainda, segundo participantes espíritas, que cabe aos humanos auxiliarem no progresso dos animais, assim como os guias espirituais nos auxiliam, por isso seria inadmissível maltratar ou ferir um animal.

---

<sup>90</sup> Respostas analisadas entre dias 5 e 10 de fevereiro de 2019.

<sup>91</sup> A amostra não é significativa para uma dimensão quantitativa; sequer foi esse o objetivo da pesquisa. Ou seja, **não** é possível depreender que “a maioria dos integrantes dos grupos de veganos/vegetarianos observados são adventistas”.

Ao contrário do senso comum, umbandistas não realizam sacrifício de animais; a prática é aceita em alguns terreiros de candomblé<sup>92</sup>. Há depoimentos de pessoas no grupo que aderiram ao vegetarianismo após orientação espiritual do seu orixá: “Sou umbandista e um dia um preto velho me disse que comer carne todo dia é comer morte”; “trabalhei em um terreiro por alguns anos. Lá, antes das giras, nós nos mantínhamos limpos, tendo que seguir o preceito que incluía não comer carne, e durante as giras muitos guias falavam sobre a necessidade de o ser humano diminuir o consumo de carne”.

Não há regras que obriguem buxos/wiccas a não comerem carne. Mas como os praticantes têm profunda conexão com a natureza e aos seres dela, é comum encontrar veganos e vegetarianos entre os adeptos. As motivações giram em torno da crença de que nenhuma vida é superior à outra e todas as vidas são sagradas. “Comer um animal que sofreu tanto para morrer faz mal ao corpo, sem falar no sangue derramado. Comer carne e a cada dia absorver o sofrimento de um ser, deixa nossa energia pesada”, comenta um participante.

Entre os que se declararam “ateus”, havia a crítica de que as religiões sempre colocam os humanos num pedestal como almas superiores e os demais animais como inferiores. Como em geral as religiões não oferecem argumentos favoráveis para o vegetarianismo/veganismo, ateus acham mais fácil “dialogar por meio da ciência do que por meio de dogmas”.

Conforme percebemos, as religiões influenciam, mas nem sempre determinam o pensamento e as ações dos fieis com relação ao consumo de carne. Em algumas religiões encontramos argumentos que tanto legitimam, quanto condenam a alimentação cárnea. Mesmo com o endosso religioso, ou com a sua restrição, as pessoas seguem fazendo sua opção alimentar, em consonância com outros aspectos culturais, filosóficos e morais que resolveram abraçar para suas vidas. No entanto, o argumento religioso pode servir de reforço para sustentação da decisão tomada. Nesse sentido, foram vários comentários do tipo “virei vegetariano, depois vi que minha religião dizia isso...”, ou “minha religião não obriga, mas por

---

<sup>92</sup> Um dos integrantes do grupo explicou que começa a desponta o chamado “candomblé verde”, em que o sacrifício de animais é substituído por oferendas de frutas e outros ritos.

este ensinamento penso ser o certo”. De certa forma, é como se as pessoas buscassem reforço da religião para validar a escolha feita. O argumento religioso também é buscado por vegetarianos e veganos para se justificarem perante amigos e familiares, e também como forma de convencer novos adeptos.

Comer ou não comer carne não é uma questão moral recente. A legitimação ou condenação do consumo da carne está presente no discurso das principais religiões do mundo. Como visto, textos sagrados que remontam milhares de anos antes de Cristo suscitam esses dilemas. No entanto, pensar as bases de uma metodologia vegana de pesquisa passa pela tarefa de começar e terminar a investigação com a comunidade investigada. Não basta se ater ao conhecimento dado. Assim, os primeiros *insight* sobre fé e vegetarianismo/veganismo surgiram com a interlocução nos grupos observados. Aos que responderam à pergunta-provocação, pedimos que indicassem leituras que haviam inspirado sua adesão ao vegetarianismo/veganismo, em virtude da fé. De forma que partimos do senso comum e religioso, para buscar o conhecimento científico e voltamos para confrontar o que foi apreendido com a vida vivida, num giro epistemológico que se completa e se retroalimenta, gerando novas e contínuas inquietações. Para uma metodologia vegana de pesquisa, importa mais como alguém vive sua fé e comporta seu vegetarianismo, do que os regramentos contidos em códigos e livros sagrados oficiais.

## PARTE III - TEMPO DE COLHER

*Para tudo há uma ocasião certa; há um tempo certo para cada propósito debaixo do céu: Tempo de nascer e tempo de morrer, tempo de plantar e tempo de arrancar o que se plantou*  
Bíblia (Eclesiastes 3:1-8)

### 8. DESTRINCHAR O CAMPO

Como já pontuamos, os três sujeitos de observação da nossa pesquisa formam um espectro temático que dialoga entre si e se complementa, abordando o vegetarianismo estrito, a proteção animal e a cultura vegana como um todo. Cada um dos escolhidos – SVB, ANDA e Vista-se – contribui à sua maneira para sensibilizar as pessoas para um mundo livre da exploração animal. Nosso objetivo é conhecer e compreender as estratégias de comunicação pública utilizadas por estes sujeitos e o potencial de cada uma para dar visibilidade à causa e, conseqüentemente, influenciar na agenda social, midiática e política. Para tanto, buscamos destrinchar essa influência por meio da observação em quatro dimensões: 1) nas redes sociais (público em geral); 2) entre pessoas veganas/vegetarianas; 3) na imprensa; e 4) na política.

#### 8.1. Sociedade Vegetariana Brasileira<sup>93</sup>

Promover a alimentação vegetariana como uma escolha ética, saudável, sustentável e socialmente justa é o objetivo da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), uma organização sem fins lucrativos fundada em 2003. Para conscientizar sobre os benefícios do

---

<sup>93</sup> Levantamento realizado entre os dias 15 e 19/02/2019.

vegetarianismo e aumentar o acesso da população a produtos e serviços vegetarianos, a SVB se vale de campanhas, programas, convênios, eventos, pesquisa e ativismo. Um diferencial da SVB é a produção e difusão de informação de referência para profissionais, instituições, formadores de opinião e sociedade brasileira em geral, sobre fundamentos, viabilidade e benefícios da alimentação vegetariana estrita.

A SVB mantém cinco principais projetos focos de sua atuação institucional e estratégias de comunicação: a) “Segunda Sem Carne”, em que estimula as pessoas a se absterem do consumo da carne uma vez na semana e a experimentarem novos sabores; b) “Selo Vegano”, por meio do qual certifica produtos sem ingredientes de origem animal; c) “VegFest”, evento que reúne palestras, gastronomia e feira vegana; d) “Mostra Animal”, evento de cinema voltado para a temática animal, e) “Opção Vegana”, que auxilia comércios do setor de alimentação a implantar e comunicar opções em seu cardápio voltadas ao público vegano e vegetariano.

Em 2018, as parcerias firmadas pela SVB com o “Segunda Sem Carne” resultaram em 67 milhões de refeições vegetarianas servidas em refeitórios de empresas e em escolas públicas. Outros 530 estabelecimentos aderiram ao “Opção Vegana” e a organização chegou a 900 produtos certificados com o seu “Selo Vegano”. A SVB elaborou um guia alimentar para crianças e bebês, e capacitou 1.500 médicos e nutricionistas em alimentação vegetariana. A edição 2018 do “VEG Fest” reuniu 9 mil participantes e a ONG foi reconhecida pela Animal Charity Evaluators (ACE) como uma das ONGs mais efetivas para a proteção animal.

O campo de notícias do site da SVB mantém arquivos desde o ano de 2009<sup>94</sup>, a grande maioria diz respeito às atividades promovidas diretamente pela organização. No Facebook, a página da SVB conta com 165 mil fãs<sup>95</sup>; mantém ainda contas no Instagram (234 mil seguidores)<sup>96</sup>, Twitter (4.389 seguidores)<sup>97</sup> e YouTube (1.831 inscritos)<sup>98</sup>.

---

<sup>94</sup> Site da SVB: <https://www.svb.org.br/>

<sup>95</sup> Facebook da SVB: <https://www.facebook.com/SociedadeVegetarianaBrasileira/>

<sup>96</sup> Instagram da SVB: <https://www.instagram.com/sociedadevegetariana/>

<sup>97</sup> Twitter da SVB: <https://twitter.com/SVBnacional>

<sup>98</sup> YouTube da SVB: <https://www.youtube.com/channel/UC0ma72OcNmXKgsKOqZ4xQMw>

## 8.2.O primeiro e o maior portal de notícias sobre animais<sup>99</sup>

A Agência de Notícias de Direitos Animais (ANDA)<sup>100</sup> foi criada em 2008 para a difusão de notícias, relatos e valores ligados à defesa dos direitos animais. É o primeiro portal jornalístico do mundo que se propõe a combater a violência social e a destruição do meio ambiente a partir da defesa dos direitos dos animais. A ANDA tem a missão de ajudar na construção de uma relação ética e compassiva entre pessoas e animais e tem por objetivo se tornar a principal e mais conceituada mídia na área de direitos animais.

Informar para transformar é o lema da ANDA, pois “a imprensa não apenas informa. Ela forma conceitos. Modifica ideias. Influencia decisões. Define valores. Participa das grandes mudanças sociais e políticas trazendo o mundo para o indivíduo pensar, agir e ser.” (ANDA, s.d.).

A Agência foi criada pela jornalista, vegana e ativista em defesa dos direitos animais, Silvana Andrade. A equipe trabalha de forma colaborativa e é composta por um grupo multidisciplinar de profissionais, a maioria com título de pós-doutorado, doutorado ou mestrado. Integram jornalistas, filósofos, biólogos, nutricionistas, educadores, advogados, promotores públicos, escritores, publicitários, geógrafos, historiadores entre outros profissionais. São 149 mil fãs no Facebook<sup>101</sup>, no Instagram são 4.807 seguidores<sup>102</sup>, 23 mil seguidores no Twitter<sup>103</sup>; e o YouTube, desativado há 3 anos, está com 453 inscritos<sup>104</sup>.

---

<sup>99</sup> Levantamento realizado entre os dias 15 e 19/02/2019.

<sup>100</sup> Site da ANDA: <http://www.anda.jor.br/>

<sup>101</sup> Facebook da ANDA: <https://www.facebook.com/ANDAnews/>

<sup>102</sup> Instagram da ANDA: <https://www.instagram.com/andanews/?hl=pt-br>

<sup>103</sup> Twitter da ANDA: <https://twitter.com/ANDAnews>

<sup>104</sup> YouTube da ANDA: <https://www.youtube.com/user/ANDAnews>

### 8.3.O maior portal vegano da América Latina<sup>105</sup>

O Vista-se<sup>106</sup>, no ar desde 2007, é o maior portal vegano da América Latina. Criado por Fabio Chaves, inicialmente com o propósito de vender camisetas com estampas difundindo o veganismo e os direitos animais, o portal foi agregando conteúdo jornalístico e se tornou um propagador de cultura vegana. O Vista-se mantém ainda uma página no Facebook<sup>107</sup>, com mais de 109 mil fãs, e contas no Instagram (54 mil seguidores)<sup>108</sup>, Twitter (7.794 seguidores)<sup>109</sup> e YouTube (151 mil inscritos)<sup>110</sup>.

O portal Vista-se mantém publicações de notícias, vídeos e receitas. Apresenta ainda uma lista atualizada de produtos e marcas veganas, o relato de *cases* que contaram com a atuação direta do Fábio Chaves, e *links* para *hotsites*<sup>111</sup> com assuntos específicos (por exemplo: Seja Vegano; Glossário Vegano; Eu quero churrasco). O campo de notícias mantém arquivos desde onze anos atrás. No início, o portal basicamente replicava matérias de outros veículos, citando a fonte. Atualmente, o diferencial do portal é a produção de conteúdo próprio. A divulgação de matérias de outros veículos agora ocorre de forma comentada, com uma análise crítica. As pessoas acessam o portal Vista-se para saber a opinião do Fábio Chaves sobre determinada matéria/assunto sobre veganismo.

### 8.4. Influência nas redes sociais

Quais são as estratégias de comunicação pública da SVB, ANDA e Vista-se com maior engajamento nas redes sociais? Que tipo de conteúdo tem maior repercussão? Para buscar responder a essas questões, analisamos as últimas 100 publicações da SVB, ANDA e

---

<sup>105</sup> Levantamento realizado entre os dias 15 e 19/02/2019.

<sup>106</sup> Site do Vista-se: <https://www.vista-se.com.br/>

<sup>107</sup> Facebook do Vista-se: <https://www.facebook.com/vistase/>

<sup>108</sup> Instragram do Vista-se: <https://www.instagram.com/portaltvistase/?hl=pt-br>

<sup>109</sup> Twitter do Vista-se: [https://twitter.com/vista\\_se](https://twitter.com/vista_se)

<sup>110</sup> YouTube do Vista-se: [https://www.youtube.com/channel/UCZ6JHFBaDUJ9wfo41HSII\\_w](https://www.youtube.com/channel/UCZ6JHFBaDUJ9wfo41HSII_w)

<sup>111</sup> Hotsite, como a própria tradução diz, significa site quente. Criado para durar pouco tempo, composto por apenas uma página, serve para destacar uma ação pontual de marketing ou comunicação digital.

Vista-se, no Facebook, Instagram, Twitter e YouTube. As postagens foram classificadas de acordo com as categorias de análise desta pesquisa: Cotidiano (C); Empatia (E); Choque (H); Institucional (I); Negociação (N); Política (P); e Celebridade (S), conforme detalhamento no tópico 3.1 (A nossa pesquisa vegana).

A SVB é a que tem a maior quantidade de seguidores/fãs no Instagram (234 mil seguidores) e no Facebook (165 mil fãs). O Vista-se destaca-se no YouTube (151 mil inscritos) e a ANDA no Twitter (23 mil seguidores).

**Quadro 11 - Fãs, seguidores e inscritos nas redes sociais da SVB, ANDA e Vista-se (Fevereiro/2019)**

<b>REDES SOCIAIS</b>	<b>SVB</b>	<b>ANDA</b>	<b>VISTA-SE</b>
Facebook	165 mil	149 mil	109 mil
YouTube	1.831	453	151 mil
Instagram	234 mil	4.807	54 mil
Twitter	4.389	23 mil	7.794
<b>Total de fãs, seguidos, inscritos</b>	<b>405.220</b>	<b>154.260</b>	<b>321.794</b>

Fonte: Elaboração própria.

Embora a SVB tenha o maior número de fãs no Facebook, o Vista-se tem o maior engajamento<sup>112</sup>, com média de 637 curtidas por publicação. A SVB tem média de 104 curtidas e a ANDA, 208. A busca das cem últimas postagens da SVB no Facebook retornou com conteúdo desde o dia 01/12/2018; da ANDA, desde 11/02/2019; e do Vista-se, desde 16/12/2018. Isso significa que enquanto a SVB e o Vista-se mantêm uma média de 1,26 e 1,56 publicações por dia, respectivamente, a ANDA faz em média mais de 14 postagens diárias.

A frequência de postagens nas redes sociais precisa ser planejada com cuidado. Imagina sua música predileta: por mais que você ame, se ouvir demais uma hora vai enjoar. O mesmo ocorre com algum tipo de conteúdo nas redes sociais. Por mais que você adore determinada organização ou tema, se isso começar a monopolizar sua *timeline*, você vai se

---

<sup>112</sup> O engajamento no Facebook é uma média que mostra curtidas, comentários e compartilhamentos de uma postagem. Para efeito desta pesquisa, consideramos apenas o total de curtidas das postagens.

cansar. A depender do exagero, pode até mesmo resolver deixar de seguir aquele conteúdo ou organização.

**Quadro 12 – Engajamento e média de postagens diárias no Facebook da SVB, ANDA e Vista-se (Fevereiro/2019)**

FACEBOOK	Curtidas na página	PTAT <sup>113</sup>	Índice de comprometimento <sup>114</sup>	Engaj. médio post	Média de postagens diárias	Desde
SVB	165 mil	4.664	3%	104	1,26	01/12/18
ANDA	149 mil	11.778	8%	208	14	11/02/19
Vista-se	109 mil	9.555	9%	637	1,56	16/12/18

**Fonte: Elaboração própria.**

Numa visão global das páginas, com auxílio da ferramenta Likealyzer<sup>115</sup>, verifica-se que a página da SVB responde a maioria dos comentários dos usuários, interage com outras páginas do Facebook e tem um excelente tempo de resposta às mensagens recebidas. As páginas da ANDA e Vista-se não interagem com outras páginas do Facebook (não curte outras páginas), e os seguidores não podem postar conteúdo, o que limita o envolvimento. A ANDA não utiliza o campo de eventos do Facebook e o Vista-se tem apenas 37% de preenchimento do campo de informações aos visitantes. Ainda assim o índice de comprometimento do ANDA (8%) e do Vista-se (9%) é maior do que o da SVB (3%). Em 17/02/2019, havia 4 mil pessoas falando sobre a SVB, 11 mil sobre a ANDA e 9 mil sobre o Vista-se, nos últimos sete dias<sup>116</sup>. Como veremos adiante, esse desempenho pode ter relação com o tipo de conteúdo priorizado nas publicações de cada sujeito.

Nas publicações da SVB, ANDA e Vista-se no Facebook, observamos que há um descompasso entre as categorias com maior frequência de publicação e as com maior

<sup>113</sup> Pessoas falando sobre isso (PTAT). Mede quantas pessoas interagiram com uma página ou seu conteúdo, de qualquer forma, nos últimos sete dias.

<sup>114</sup> A taxa de engajamento é calculada dividindo o PTAT (pessoas falando sobre isso) pelo número total de curtidas da página.

<sup>115</sup> Levantamento realizado no dia 16/02/2019, com a ferramenta <https://likealyzer.com>.

<sup>116</sup> O objetivo deste trabalho não é se debruçar numa análise pormenorizada de redes sociais. Para tanto a metodologia deveria abarcar a coleta de dados e análise de vários períodos. O levantamento realizado serve como indício, para confrontar os dados qualitativos observados.

engajamento com o público. Por exemplo, na página da SVB, a categoria “institucional” é a que teve a maior quantidade de publicações, no entanto, é o conteúdo com menor engajamento (56 publicações; 82 curtidas em média). “Celebridade” é a categoria com mais engajamento<sup>117</sup>, no entanto, é a antepenúltima em frequência de publicação (6 publicações; 173 curtidas em média).

No Facebook da ANDA, a categoria “empatia” é a segunda colocada na frequência, mas é a penúltima em engajamento (27 publicações; 116 curtidas em média). Com o Vista-se se dá o mesmo descompasso. A categoria “cotidiano” aparece em primeiro lugar na quantidade de publicações, mas está em penúltimo em engajamento com o público (37 publicações; 439 curtidas em média). Por outro lado, “empatia” que é a segunda colocada<sup>118</sup> em número de curtidas médias, é a penúltima em quantidade de publicações do Vista-se no Facebook (3 publicações; 2.031 curtidas em média).

**Quadro 13 - Frequência x Engajamento da SVB, ANDA e Vista-se no Facebook.**

FACEBOOK												
Colocação	SVB				ANDA				VISTA-SE			
	< Freq.	< Engaj. médio										
1º lugar	(I)	56	(H)	408	(H)	32	(S)	466	(C)	37	(I)	2239
2º lugar	(C)	14	(S)	173	(E)	27	(C)	249	(S)	33	(E)	2031
3º lugar	(N)	14	(E)	133	(S)	15	(H)	204	(H)	11	(S)	819
4º lugar	(E)	09	(N)	115	(P)	13	(P)	187	(P)	10	(H)	484
5º lugar	(S)	06	(C)	109	(C)	06	(I)	178	(N)	05	(P)	469
6º lugar	(H)	01	(I)	082	(N)	06	(E)	116	(E)	03	(C)	439
7º lugar	(P)	00	(P)	000	(I)	01	(N)	018	(I)	01	(N)	411
<b>Engaj. médio geral</b>	-	<b>100</b>	-	<b>104</b>	-	<b>100</b>	-	<b>208</b>	-	<b>100</b>	-	<b>637</b>

Fonte: Elaboração própria.

Legenda: Cotidiano (C); Empatia (E); Choque (H); Institucional (I); Negociação (N); Celebridade (S); Política (P).

<sup>117</sup> A categoria “choque” só teve uma única postagem e, portanto, não foi considerada na maior média de engajamento no Facebook da SVB.

<sup>118</sup> “Empatia” fica em primeiro lugar em engajamento do Vista-se no Facebook, se desconsideramos “institucional” que teve apenas uma postagem na amostra.

A publicação da SVB no Facebook com maior engajamento no período analisado foi da categoria “cotidiano”, que abarca dicas, produtos, receitas. O post anunciando a versão vegana da maionese Hellmanns, certificada pela SVB, alcançou 862 curtidas. A categoria “institucional”, divulgando cursos, eventos e atividades da SVB, teve duas publicações entre as mais curtidas no período. As categorias “celebridade” e “choque” também estão entre as postagens de maior repercussão, repercutindo uma citação de Paul McCartney e uma mensagem de luto da SVB pelo crime de Brumadinho<sup>119</sup>, respectivamente.

**Quadro 14 - Postagens no Facebook com maior engajamento na página da SVB**

Categoria / Curtidas				
Cotidiano	Institucional	Institucional	Celebridade	Choque
862	561	551	523	408
				

Fonte: Elaboração própria.

A publicação sobre a certificação da versão vegana da maionese Hellmanns, criou polêmica nas redes sociais. A SVB foi criticada por dar um selo vegano a um produto de marca que realiza testes em animais: a Unilever. A postagem teve 132 comentários, entre críticas e apoios. Entre os que condenaram a certificação do produto, comentários como: “o selo deveria ser de vegetariano, porque veganismo vai além da alimentação”; “Parem de sujar

<sup>119</sup> No dia 25 de janeiro de 2019, na cidade de Brumadinho (MG), uma barragem da Mina Córrego do Feijão, da mineradora Vale, rompeu-se, desencadeando uma avalanche de lama, a qual destruiu a comunidade próxima e construções da própria Vale. No 24º dia de buscas por vítimas, o número oficial de óbitos era de 166 animais humanos e ao menos 150 desaparecidos. Animais não-humanos agonizando, que não puderam ser resgatados, foram mortos a tiros, provocando revolta da população; cerca de 350 haviam sido resgatados até o dia 3/02/2019.

o veganismo. Que vergonha! Unilever não é para veganos, testa em animais, tem sangue de inocentes”; “Triste saber que para vocês o veganismo é apenas uma ‘dieta’”, “Sociedade Vegetariana dando selo vegano”; “Vergonhoso! Realmente a SVB só pensa em lucros”. Entre os que apoiaram os critérios de certificação da SVB, comentários como: “Tem meu apoio. Que produtos veganos enchem as prateleiras dos mercados”; “Incrivelmente saboroso esse creme vegetal sabor maionese. Por mais produtos assim”; “Quanto mimimi dos vegchatos... eu vou lá comprar a minha e se encher o saco (*sic*) posto uma foto comendo”; “deixem o ativismo do mundo real trabalhar dentro daquilo que é possível para o momento.”.

A SVB respondeu individualmente a alguns dos comentários dentro da postagem, mas não fez uma publicação própria para explicar ao público em geral os critérios de sua certificação.

(...) acreditamos que devemos sempre reconhecer as atitudes corretas. O produto em questão é vegano segundo a definição e critérios do nosso programa de certificação. Ou seja: não tem nenhum ingrediente de origem animal, não foi testado em animais, não foram usados animais ou seus derivados no processo de desenvolvimento ou fabricação, e também não foi realizado nenhum teste em ingredientes. Acreditamos que, se ficarmos apenas atacando e criticando as empresas e instituições, mesmo quando elas fazem coisas boas, ficará difícil avançarmos em direção ao mundo que queremos. Mas verdadeiramente, nós entendemos sua posição. Na verdade, trata-se de estratégia, e não de conceito. Alguns acreditam que a estratégia de boicotar todos os produtos de uma empresa como a Unilever pode ajudar a pressioná-la a corrigir seus erros. Outros acreditam que avançamos mais pelos animais se incentivarmos os produtos veganos, mesmo dessas empresas. Divergimos em estratégia, mas acreditamos que convergimos em ideal. O importante é que essas diferenças de estratégia sejam respeitadas ;) Abraço! (SVB, 2019)

Quem acabou cumprindo a tarefa de dialogar com o público foi o portal Vista-se<sup>120</sup>, que gravou vídeo e fez matéria em que explica a polêmica e esclarece como é o processo de certificação da SVB e de outros selos internacionais. O Vista-se teve *timing* e disposição para estabelecer uma comunicação com os veganos e vegetarianos, para realizar um trabalho de tradução, explicar e contextualizar o assunto. “Hellmanns recebe selo vegano” é uma

---

<sup>120</sup> SVB certifica produto da Unilever e reacende debate: boicotar empresas que testam faz sentido? Disponível em <https://www.vista-se.com.br/svb-certifica-produto-da-unilever-e-reacende-debate-boicotar-empresas-que-testam-faz-sentido/>. Acesso em 19/02/2019.

informação; não diz muita coisa sozinha. O desafio da comunicação está em estabelecer diálogo com veganos e vegetarianos e explicar os critérios dessa certificação, contextualizar as estratégias. O Vista-se soube captar a inquietação do público e aproveitou a oportunidade para se comunicar com ele.

Três das cinco postagens com mais envolvimento da ANDA no Facebook são da categoria “celebridade”, repercutindo o ativismo das atrizes Tatá Werneck e Brigitte Bardot, e a adoção de um cão feita pelo comunicador Ricardo Boechat, morto recentemente num acidente aéreo. Nos comentários dessas publicações, prevalecem *emojis*<sup>121</sup> e expressões como “maravilhoso!”, “parabéns!”, como se as celebridades pudessem receber o retorno dos fãs por aquele canal. Também teve destaque na amostra a categoria “choque”, com denúncia da empresa Petz por revender cães de canil envolvido em maus-tratos; e a categoria “cotidiano”, repercutindo que a TripAdvisor parou de vender ingressos para shows que exploram a vida selvagem.

**Quadro 15 - Postagens no Facebook com maior engajamento na página da ANDA**

Categoria / Curtidas				
Celebridade	Celebridade	Cotidiano	Choque	Celebridade
2.200	2.000	1.200	968	964
				

Fonte: Elaboração própria.

Das cinco publicações com o melhor envolvimento na página do Vista-se no Facebook, duas eram da categoria “empatia”. As matérias mostram o curioso caso de uma família que compra uma porca para matar no Natal, mas muda de ideia e adota o animal; e a atuação de bombeiros e veterinários no resgate de animais em Brumadinho. Também se

<sup>121</sup> Emojis são ideogramas usados em mensagens eletrônicas e redes sociais para demonstrar sentimentos, em substituição a palavras/frases.

destacou na amostra uma matéria de “celebridade”, com a ativista Luisa Mell em Brumadinho; uma matéria “institucional”, com evento do Vista-se; e uma de “cotidiano”, que repercutiu a excelente aceitação de uma pizza vegana no Reino Unido.

**Quadro 16 - Postagens no Facebook com maior engajamento na página da Vista-se**

Categoria / Curtidas				
Empatia	Empatia	Celebridade	Institucional	Cotidiano
3.000	2.500	2.300	2.239	2.100
				
<small>Vista-se compartilhou um link 19 de dezembro de 2018</small> Família do Cairns compra porquinha para matar no Natal, mas muda de ideia e adota o animal!	<small>Vista-se compartilhou um link 19 de dezembro de 2018</small> Heróis: bombeiros e médicos-veterinários resgatam 45 animais com vida em Brumadinho	<small>Vista-se compartilhou um link 19 de dezembro de 2018</small> Ativistas se arriscam e fazem de tudo para salvar uma vaca da lama de Vale, mas não conseguem	<small>Vista-se compartilhou um link 17 de dezembro de 2018</small> Encontro Vegano JBA! J'adore mes ami... Postei há 12 dias 2.239 curtidas · 10 comentários	<small>Vista-se compartilhou um link 17 de dezembro de 2018</small> Pizza Hut lança pizza vegana de jaca verde e queijo vegetal em suas 523 lojas no Reino Unido

Fonte: Elaboração própria.

No Instagram, embora a SVB tenha o maior número de seguidores (234 mil seguidores), é a ANDA quem consegue gerar o maior índice de comprometimento em relação ao tamanho do seu público. O índice de comprometimento leva em consideração a quantidade de seguidores e o envolvimento médio em cada postagem. O desempenho pode guardar relação com o tipo de conteúdo priorizado, os horários de publicação. Também tem relação com os impulsionamentos pagos. No período observado, verificamos que a ANDA teve uma publicação patrocinada, o que impacta nos resultados. A frequência de postagens da SVB e Vista-se está perto do ideal para o Instagram, para não deixar os seguidores cansados dos conteúdos: uma publicação diária. Já a ANDA está com frequência abaixo da média, sendo indicado publicar ao menos 3 vezes por semana para aumentar o engajamento e criar uma relação com os seguidores.

A frequência de publicação nas redes sociais é um tema que divide especialistas e gestores de comunicação. Não há uma regra absoluta, mas recomendações a partir da observação prática. É preciso testar e ver o que dar certo com cada público: testar

conteúdo, frequência, horário de postagem. A prática de *benchmarking*<sup>122</sup>, ou seja, de verificar o que a concorrência está fazendo, também ajuda a definir as melhores estratégias. No entanto, algumas “dicas” básicas podem ajudar. Postar de forma exagerada pode afastar os seguidores (ninguém quer sua *timeline* monopolizada por um único assunto). Postar de menos não favorece o envolvimento com o público. O animal humano é um ser de narrativas (é por isso que adoramos novelas e séries). Quando você segue uma página, você quer acompanhar a narrativa dessa página, quer se envolver com a história por trás da marca. Isso não será possível se não houver regularidade nas postagens.

**Quadro 17 – Engajamento e média de postagens diárias no Instagram da SVB, ANDA e Vista-se**

INSTAGRAM	Seguidores	Índice de comprometimento	Engaj. médio post	Média de postagens diárias	Desde
SVB	234 mil	0,16	3.495	1,26	30/11/18
ANDA	4.807	2,03	539	0,57	12/08/18
Vista-se	54 mil	0,46	2.191	1,47	12/12/18

Fonte: **Elaboração própria.**

A SVB e o Vista-se não fazem muita distinção do conteúdo que é postado no site e redes sociais. Geralmente, usam o Facebook, Instagram e Twitter para replicar o conteúdo do site. Não há publicações diferenciadas para cada rede. De forma que o descompasso verificado no Facebook, entre as categorias com maior frequência de publicação e as com maior engajamento, também foi observado no Instagram. A ANDA retomou com as publicações no Instagram em agosto de 2018, mas ainda não ficou claro como será a dinâmica de suas publicações nesse canal.

Na página da SVB no Instagram, a categoria “institucional” é a que teve a maior quantidade de publicações, no entanto, é o conteúdo com menor engajamento (47 publicações; 1.785 curtidas em média). Na página da ANDA, a categoria “política” é a quarta colocada no quesito engajamento, mais é a última em frequência de publicações (8 publicações;

---

<sup>122</sup> *Benchmarking* é um processo para identificar as melhores práticas num determinado segmento com vistas a se alcançar um desempenho superior. É um processo positivo pelo qual uma organização examina como outra se comporta a fim de melhorar suas próprias ações.

533 curtidas em média). Com o Vista-se se a categoria “cotidiano” aparece em primeiro lugar na quantidade de publicações, mas está em último em engajamento<sup>123</sup> com o público (37 publicações; 779 curtidas em média).

**Quadro 18 - Frequência x Engajamento da SVB, ANDA e Vista-se no Instagram**

INSTAGRAM												
Colocação	SVB				ANDA				VISTA-SE			
	< Freq.		< Engaj. médio		< Freq.		< Engaj. médio		< Freq.		< Engaj. médio	
1º lugar	(I)	47	(H)	16747	(E)	20	(H)	668	(C)	37	(E)	4569
2º lugar	(E)	18	(S)	7294	(H)	17	(E)	660	(S)	32	(S)	3265
3º lugar	(C)	17	(E)	5199	(S)	13	(N)	652	(H)	14	(N)	2076
4º lugar	(N)	10	(C)	3877	(N)	11	(P)	533	(P)	8	(H)	1859
5º lugar	(S)	07	(N)	3828	(C)	10	(S)	482	(N)	6	(P)	1627
6º lugar	(H)	01	(I)	1785	(I)	10	(C)	449	(E)	2	(C)	1437
7º lugar	(P)	00	(P)	00	(P)	08	(I)	122	(I)	1	(I)	779
<b>Engaj. médio geral</b>	-	<b>100</b>	-	<b>3495</b>	-	<b>89</b>	-	<b>539</b>	-	<b>100</b>	-	<b>2191</b>

Fonte: Elaboração própria.

Legenda: Cotidiano (C); Empatia (E); Choque (H); Institucional (I); Negociação (N); Celebridade (S); Política (P).

Numa análise global do Instagram, por meio da ferramenta Bume<sup>124</sup>, ANDA e Vista-se utilizam muitas hashtags<sup>125</sup> nos seus conteúdos. Isso pode ser uma estratégia negativa, a qual pode até dar penalizações para a conta. O ideal é de 5 a 7 hashtags por conteúdo. A média de hashtags da SVB é 9 e está próximo do recomendado. Nenhum dos três usam hashtag em suas biografias. É interessante ter uma hashtag exclusiva para a organização/marca.

<sup>123</sup> Desconsiderando-se “institucional” que só teve uma publicação no período, no Instagram do Vista-se.

<sup>124</sup> Levantamento realizado no dia 17/02/2019, com a ferramenta <https://www.analisarinstagram.bume.io/>, com análise dos últimos sete dias.

<sup>125</sup> Hashtag é uma palavra-chave antecedida pela cerquilha (#) utilizada para identificar o tema do conteúdo compartilhado nas Redes Sociais.

Divulgar essa hashtag na biografia faz com que os seguidores saibam o que devem utilizar ao compartilhar uma foto relacionada com a organização/marca. Por exemplo, o Vista-se poderia incluir na sua biografia a hashtag #portalvistase; a ANDA, #andanews; e a SVB #sociedadevegetariana ou #SVB. Além disso, no Instagram tem a opção do usuário seguir o conteúdo por hashtag, o que reforça a necessidade de todas as publicações conterem a hashtag da organização.

Para conquistar um engajamento maior no Instagram é preciso mesclar as várias mídias disponíveis. A média ideal é que a cada 10 publicações, 8 sejam de fotos 1 de vídeo e 1 de carrossel. A SVB mantém uma boa diversificação de tipo de conteúdo: 83% de fotos, 8% de vídeos e 8% de carrosséis. Já as postagens do ANDA e o Vista-se são 100% fotos, no período observado.

A ANDA é a que tem o maior número de seguidores no Twitter entre os sujeitos da nossa pesquisa (23 mil seguidores), mas é o Vista-se quem tem o maior número de menções (94), retweets (64) e curtidas em média por postagem (44). Diferentemente da ANDA, que só publica a manchete e o link para a matéria em seu site, o Vista-se também utiliza imagem nos tweets; a grande maioria das postagens da SVB também só tem manchete e link, sem foto. O número de contas alcançadas pelo Vista-se, em proporção com o número de seguidores do canal, é mais do que o dobro do que o da ANDA.

A amostra de 100 tweets da ANDA retomou desde o dia 13/02/2019, o que dá uma média de 25 tweets diários. Da SVB retomou publicações desde 21/06/2018, o que dá uma média de 0,4 tweets diários; e o Vista-se, desde 31/12/2018, média de 2 postagens por dia. Conforme vimos em Wolton (2011), a quantidade e a velocidade da informação nas redes sociais está marginalizando a comunicação. Quem se dispõe a explicar e a contextualizar as informações (em vez de simplesmente replicar mais e mais conteúdo) é quem realmente consegue estabelecer processos comunicativos significantes com o público.

**Quadro 19 - Desempenho no Twitter da SVB, ANDA e Vista-se.**

<b>TWITTER<sup>126</sup></b>	<b>SVB</b>	<b>ANDA</b>	<b>VISTA-SE</b>
Ativo desde	2009	2009	2011
Seguidores	4.379	23 mil	7.787
Tweets	2.522	131 mil	6.348
Impressões <sup>127</sup>	8.761	1.061.129	216.493
Contas alcançadas	4.154	110.144	72.764
Menções	1	66	94
Retweets	0	52	64
Média de tweets diários / Desde	0,41	25	2
Engajamento médio dos tweets	3	5	44

Fonte: Elaboração própria.

No Twitter, nem tanto a quantidade diária, mas sobretudo o intervalo entre as publicações é um item importante a ser observado para se alcançar um melhor engajamento. O indicado é dar um intervalo entre os tweets de 20 a 30 minutos. De forma que postar 3 tweets seguidos vai incomodar mais a audiência do que postar 10, mas distribuídos ao longo do dia e com um intervalo entre eles. No Twitter, se a pessoa não estiver online no momento que você postar o conteúdo, dificilmente voltará para ver a mensagem. Assim, ao contrário de outras redes sociais, no Twitter é recomendado repetir as postagens mais importantes (não todas) em momentos diferentes do dia, para um público maior alcançar o conteúdo. No Twitter é exibido todo o conteúdo em tempo real; já no Facebook, por exemplo, há um sistema de classificação do *feed* de notícias, que mostra o conteúdo mais relevante para o usuário.

A SVB e ANDA ainda estão ensaiando sua presença no YouTube. Não há frequência ou editorias definidas. O vídeo de maior visualização do canal da SVB foi uma reportagem institucional falando sobre a implantação da “Segunda Sem Carne” na empresa Natura. O vídeo, publicado há três meses, teve 3 mil visualizações e 221 curtidas. O canal da

---

<sup>126</sup> Levantamento realizado no dia 17/02/2019, com a ferramenta <https://tweetreach.com>, com análise dos últimos cinco dias.

<sup>127</sup> Impressões é o número total de vezes que os tweets foram entregues a linhas de tempo (incluindo repetições).

ANDA está inativo; tem 453 inscritos e 11 vídeos publicados, sendo que a última publicação foi há três anos.

O canal do Vista-se no YouTube está em nome do criador do portal, Fabio Chaves. Mas tanto a busca por “Vista-se” quanto por “Fabio Chaves” remete ao canal, que conta com 152 mil inscritos e é atualizado toda terça-feira, às 11 horas da manhã. Eventualmente, há alguma edição extraordinária, quando o assunto for urgente, como ocorreu com o crime de Brumadinho. A amostra de 100 vídeos retomou publicações de um ano atrás, o que dá uma média de 8,33 vídeos publicados por mês. Os vídeos da amostra tiveram mais de quatro milhões de visualizações, 571 mil curtidas e 74 mil ‘não gostei’. A categoria “política” foi a que gerou maior quantidade de curtidas, mas também de ‘não gostei’ (17 publicações, 6.888 curtidas e 3.694 “não gostei” em média)<sup>128</sup>. Mais adiante vamos analisar como a SVB, ANDA e Vista-se atuam para influenciar a agenda política. A categoria “cotidiano” é a que teve a maior frequência de publicação, mas é a quarta colocada em engajamento com o público (56 publicações, 5.534 curtidas e 91 “não gostei” em média).

**Quadro 20 - Frequência x Engajamento do Vista-se/Fabio Chaves no YouTube**

Frequência	Visualização média	Curtida Média	Não gostei Média
(C) 56	(H) 126900	(N) 8100	(P) 3694
(P) 17	(P) 56724	(P) 6888	(H) 704
(S) 15	(S) 50227	(S) 6787	(S) 236
(I) 05	(N) 40000	(C) 5534	(N) 102
(H) 04	(C) 34295	(H) 5275	(C) 91
(E) 02	(E) 9700	(E) 2300	(E) 27
(N) 01	(I) 6820	(I) 1766	(I) 17

Fonte: Elaboração própria.

Entender as estratégias de comunicação pública da SVB, ANDA e Vista-se passa necessariamente por compreender como esses sujeitos se movimentam nas redes sociais. São três modelos de ativismo fortemente focado em ações de comunicação. Por meio dessas

---

<sup>128</sup> A categoria “negociação” só teve uma única postagem e, portanto, não foi considerada na maior média de engajamento no YouTube do Vista-se/Fabio Chaves.

estratégias eles informam, mobilizam, influenciam o público em geral, os veganos/vegetarianos, a mídia e a agenda política.

Verificamos que a comunicação da SVB é focada na divulgação de suas atividades e projetos institucionais. Mantem uma relação de *accountability* com o público e a sociedade; presta contas de suas atividades e metas realizadas. O conteúdo gerado é próprio, mas gira em torno de si mesma; tem dificuldades para dialogar com o mundo vegano e dos direitos animais ao seu redor, externo à organização. São poucas as oportunidades em que avoca o papel de porta-voz qualificado para discutir o mundo vegano/vegetariano fora das ações da SVB. Fez isso quando, por exemplo, rebateu matérias da revista Veja (Dieta vegana: por que ela pode causar deficiência nutricional), do blog Dietbox (Cuidados em ser vegetariano ou vegano na prática de atividade física), da revista Época (Veganismo é o hábito alimentar menos sustentável, diz estudo). Mas poderia ir além e comentar projetos de lei, decisões judiciais, atos governamentais. Sua posição de “sociedade vegetariana” o qualifica como sujeito legitimado para falar.

A ANDA aglutina em um único lugar informações sobre direitos animais, oferecendo um panorama do que está ocorrendo no Brasil e no mundo sobre o tema. É um trabalho relevante na medida em que facilita o acesso de notícias espalhadas em diversos veículos, as quais muitas vezes estão em outras línguas na publicação original, se tornando um relevante banco de dados de notícias. No entanto, em levantamento no dia 3 de março de 2019, da análise das últimas 100 publicações no site da ANDA, verificamos que apesar do corpo especializado composto por vários colunistas, a maior parte do conteúdo se concentrava em dois colaboradores (18% de publicações de Mariana Duque; 17% de David Ariocho); 15% eram replicações de notícias da grande mídia nacional. Chamou atenção o fato de que 42% das publicações da amostra não tinham citação da fonte, o que pode colocar em questão a credibilidade do conteúdo difundido perante a audiência. Ademais, a ANDA perde a oportunidade de investir na produção de conteúdo exclusivo, numa seara de jornalismo investigativo e ativista. Por exemplo, poderia investigar os bastidores da produção pecuária brasileira em diversos estados, dar flagrantes de exploração e maus-tratos, por meio de uma central de denúncias. Alguns canais especializados estão investindo em estratégias de autofinanciamento coletivo para realização de pautas exclusivas e diferenciadas. Mais do que difundir informações sobre direitos animais, produzir conteúdo exclusivo elevaria a ANDA a

um patamar de comunicação transformadora, um instrumento de ativismo pelos direitos animais.

O Vista-se investe em conteúdo próprio e diferenciado; usa as inquietações dos usuários como matéria prima para novas publicações, vídeos e postagens; aproveita o cotidiano de celebridades e a cena política nacional para comentar a visão de um vegano sobre o tema. O portal compreende que informar não é sinônimo de comunicar. Por isso, suas estratégias não priorizam a quantidade, nem a velocidade do conteúdo, mas a qualidade. Está preocupado em explicar e contextualizar o mundo a partir da ótica de um vegano. Com isso, consegue estabelecer relações significativas com o público.

Os três sujeitos da nossa pesquisa perdem a oportunidade de dialogar com a Academia. Dados científicos primários são pouco utilizados pela SVB, ANDA e Vista-se. Há centenas de pesquisas, artigos científicos, teses e dissertações sobre veganismo e direitos animais, no Brasil e no mundo, os quais poderiam servir de fonte em suas publicações, com o devido trabalho de tradução da linguagem científica para uma linguagem acessível aos públicos. Essa interlocução ajudaria qualificar o debate em torno do veganismo e dos direitos animais. As publicações ganhariam credibilidade, com o argumento da autoridade científica como pano de fundo dos debates.

Neste tópico, passamos a conhecer mais as estratégias de comunicação pública desenvolvidas pela SVB, ANDA e Vista-se nas redes sociais. Constatamos que, de maneira geral, há um descompasso entre as categorias mais publicadas e as mais curtidas pelo público. Ou seja, na amostra observada, verificamos que SVB, ANDA e Vista-se estão publicando maior quantidade de conteúdo que desperta menos atenção do público, o que contraria a regra de ouro das redes sociais: a alteridade em primeiro lugar. O Vista-se tem a melhor desenvoltura e engajamento proporcional no Facebook, Twitter e YouTube; a ANDA tem melhor índice de comprometimento no Instagram. Em números absolutos, a SVB tem mais seguidores no Instagram e Facebook, mas poderia avançar no estabelecimento de um engajamento maior com o seu público.

## 8.5. Influência entre vegetarianos e veganos

Para além do desempenho nas redes sociais – que alcança o público geral – estávamos interessados em saber quais as estratégias de comunicação pública da SVB, ANDA e Vista-se são as mais efetivas entre veganos e vegetarianos. Que tipo de conteúdo tem mais compartilhamento? Quais alcançam maior engajamento?

Para tanto, delimitamos como amostra as postagens feitas pelos integrantes dos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGETARIANOS Iniciantes Brasil”, no Facebook, nos anos 2018, 2017 e 2016. Em fevereiro de 2019, esses grupos contavam com 17 e 56 mil membros, respectivamente. O levantamento foi realizado no dia 7 de fevereiro de 2019. As postagens foram classificadas de acordo com as categorias de análise desta pesquisa: Cotidiano (C); Empatia (E); Choque (H); Institucional (I); Negociação (N); Política (P); e Celebridade (S), conforme detalhamento no tópico 3.1 (A nossa pesquisa vegana).

O Vista-se foi quem teve a maior quantidade de conteúdo compartilhado pelos integrantes dos grupos observados, entre 2016 e 2018, e também o melhor engajamento em 2017. Já o conteúdo da ANDA teve o melhor engajamento médio em 2018 e 2016.

**Quadro 21 - Publicações do Vista-se, SVB e ANDA nos grupos observados (2018, 2017, 2016)**

	2018			2017			2016		
	Vista-se	SVB	ANDA	Vista-se	SVB	ANDA	Vista-se	SVB	ANDA
F	57	23	15	56	17	14	100	13	27
E	1759	190	872	1362	71	151	1746	30	693
M	31	8	58	24	4	11	17	2	26

Fonte: Elaboração Própria.

Legenda: F – Frequência. E – Engajamento. M – Média.

As publicações do Vista-se falando de celebridades vegetarianas/vegnas foram as que tiveram maior engajamento nos grupos/período observado. No caso da SVB, os conteúdos que tratam sobre veganismo na política, projetos de leis e decisões jurídicas tiveram maior envolvimento do público. Com a ANDA, os conteúdos com maior repercussão foram os que denunciam a exploração e o sofrimento animal.

**Quadro 22 - Média de engajamento por categoria de análise (2018, 2017, 2016)**

<b>Categoria</b>	<b>Vista-se</b>	<b>SVB</b>	<b>ANDA</b>
Empatia (E)	3	-	5
Choque (H)	15	6	54
Negociação (N)	14	4	23
Política (P)	27	11	35
Cotidiano (C)	24	6	37
Celebridade (S)	32	6	20
Institucional (I)	-	2	32

**Fonte: Elaboração Própria.**

Com esse recorte, avançamos nos caminhos de compreender quais as estratégias de comunicação da SVB, ANDA e Vista-se são mais efetivas para se alcançar o público vegano e vegetariano. Pelos dados observados, verificamos que o Vista-se vem se consolidando entre veganos/vegetarianos como uma referência importante para discutir veganismo e direitos animais. O portal teve mais conteúdos compartilhados entre veganos e vegetarianos nos grupos/período observados, mostrando sua relevância como propagador da cultura vegana.

#### 8.6. Influência na imprensa

Neste tópico, o objetivo foi verificar a influência exercida pela SVB, ANDA e Vista-se na imprensa. Para tanto, verificamos no campo de notícias do Google a incidência dos termos "Agência de Notícias de Direitos Animais"; "Fábio Chaves" and "Vista-se"; e "Sociedade Vegetariana Brasileira". O levantamento foi feito no dia 07/02/2019.

Ao pesquisar "Sociedade Vegetariana Brasileira", o campo de notícias do Google retomou com 599 resultados<sup>129</sup>, com matérias desde outubro de 2015 (25 páginas de busca). Para a pesquisa do termo "Agência de Notícias de Direitos Animais" foram 465 resultados, com publicações

---

<sup>129</sup> O resultado da busca é maior do que a quantidade de matérias, pois numa matéria o termo pesquisado pode ter sido mencionado mais de uma vez.

desde julho de 2010 (13 páginas de busca). Com a busca "Fábio Chaves" and "Vista-se" obtivemos 108 resultados, com matérias desde janeiro de 2016 (3 páginas de busca).

Para análise do conteúdo, excluimos os resultados repetidos e nos limitamos às incidências retomadas nas dez primeiras páginas do Google, totalizando 95 matérias com a SVB, 100 reportagens com a ANDA e 25 com o Vista-se (Fábio Chaves). A listagem completa das matérias analisadas está nos anexos I a III.

**Quadro 23 – Matérias selecionadas para análise da influência da SVB, ANDA e Vista-se na imprensa**

<b>TERMO PESQUISADO NAS NOTÍCIAS DO GOOGLE</b>	<b>RESULTADO DA BUSCA</b>	<b>TOTAL DE MATÉRIAS</b>	<b>DESDE (ANO)</b>	<b>MATÉRIAS ANALISADAS</b>
“Sociedade Vegetariana Brasileira”	599	246	2015	95
“Agência de Notícias de Direitos Animais”	465	124	2010	100
"Fábio Chaves" and "Vista-se"	108	30	2016	25

Fonte: Elaboração própria.

A partir das matérias selecionadas, analisamos a presença da SVB, ANDA e Vista-se na mídia. A SVB é a que conta com a maior participação na mídia nacional (25 matérias identificadas) e mídias regionais (46 publicações). A ANDA se destacou nos veículos independentes de mídia, especialmente com a repercussão de muitas de suas publicações no site *Catraca Livre*. Os blogs, sites de mídia independente e as mídias públicas não são espaços a serem desprezados. Ocupar esses espaços, quando veículos hegemônicos de comunicação não têm interesse em pautas como veganismo e direitos animais, é uma estratégia importante para levar o debate ao público.

**Quadro 24 - Análise de presença da SVB, ANDA e Vista-se na mídia**

<b>TIPO DE MÍDIA</b>	<b>“Agência de Notícias de Direitos Animais”</b>	<b>“Sociedade Vegetariana Brasileira”</b>	<b>"Fábio Chaves" and "Vista-se"</b>
Mídia Nacional	05	25	05
Mídia Internacional	00	00	00
Mídia Regional	12	46	09
Mídia Independente	68	03	00
Mídia Pública	03	01	00
Blogs diversos	10	20	11
Blogs especializados	02	00	00
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>95</b>	<b>25</b>

Fonte: Elaboração própria.

As matérias da SVB com maior quantidade de incidência na mídia são as da categoria “cotidiano” (37 publicações). A SVB foi citada em reportagens com a divulgação de produtos que ganharam o “selo vegano”, como foi o caso da Hellmann's Vegana; em matérias com estabelecimentos que oferecem pratos com o selo “Opção Vegana”, em parceria com a SVB; e também em reportagens com receitas veganas para ocasiões especiais (Natal, Semana Santa). Em seguida, a categoria “negociação” foi a que teve maior repercussão na mídia (32 publicações). Nessa categoria, está a divulgação de dados científicos e estatísticos sobre veganismo. Teve destaque a repercussão da pesquisa encomendada pela SVB ao IBOPE, no início de 2018, em que se verificou que no Brasil 14% da população se declara vegetariana.

Para chegar ao dado da pesquisa de 2018, o Ibope fez a seguinte pergunta aos entrevistados: "o quanto você concorda ou discorda: sou vegetariano". O índice de 14% de vegetarianos foi obtido somando-se a porcentagem de quem disse que concorda totalmente (8%) e parcialmente (6%) com a frase. A mesma metodologia foi adotada dentre os que não se consideram vegetarianos.

A metodologia da pesquisa foi duramente criticada por ativistas veganos, pois não esclareceria o que é vegetarianismo. Segundo os que criticaram, tem pessoas que não comem carne vermelha, mas comem peixe e frango e se consideram vegetarianas. Outras comem embutidos, ovos, ingerem leite e derivados, e também se consideram vegetarianos. Ou seja, para estes ativistas, a pesquisa não mostra o percentual real de vegetarianos no Brasil.

No entanto, como estratégia de visibilidade do vegetarianismo, a pesquisa da SVB teve forte repercussão na mídia, sendo inclusive capa da Isto É Dinheiro<sup>130</sup>, em janeiro de

---

<sup>130</sup> Sem carne, com lucro. Disponível em <https://www.istoedinheiro.com.br/sem-carne-com-lucro/>. Acesso em 16/02/2019.

2019. Os dados da pesquisa foram ainda repercutidos em pela grande mídia, com destaque no Estadão<sup>131</sup>, G1<sup>132</sup>, Zero Hora<sup>133</sup>, BBC<sup>134</sup>, Boa Forma<sup>135</sup> e outros 84 veículos.

**Quadro 25 - Repercussão na mídia por categoria**

<b>Categoria</b>	<b>SVB</b>	<b>ANDA</b>	<b>Vista-se</b>
Empatia (E)	0	15	0
Choque (H)	2	33	4
Negociação (N)	32	7	3
Política (P)	1	20	0
Cotidiano (C)	37	9	6
Celebridade (S)	3	10	12
Institucional (I)	20	6	0
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100</b>	<b>25</b>

Fonte: Elaboração própria.

A triangulação implica em assumir diferentes perspectivas sobre uma questão em estudo. Buscar produzir conhecimento em diferentes níveis e ajuda a promover a qualidade na pesquisa. Diferentes métodos, diferentes fontes e tipos de dados, diferentes investigadores, diferentes teorias: são várias as formas de se fazer triangulação (FLICK, 2009). Como parte do esforço de triangulação em nossa investigação, solicitamos que um pesquisador auxiliar<sup>136</sup> fizesse a análise de conteúdo de notícias publicadas na imprensa, com o tema “vegano”, “vegetariano” e “direitos animais”. O levantamento da pesquisa principal deveria coincidir com

<sup>131</sup> 14% dos brasileiros se declaram vegetarianos, mostra pesquisa Ibope. Disponível em <https://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,14-dos-brasileiros-se-declaram-vegetarianos-mostra-pesquisa-ibope,70002315839>. Acesso em 22/01/2019.

<sup>132</sup> Brasil tem 14% de vegetarianos e 81% de adeptos à dieta com carne, diz pesquisa Ibope. Disponível em <https://g1.globo.com/bemestar/noticia/brasil-tem-14-de-vegetarianos-e-81-de-adeptos-a-dieta-com-carne-diz-pesquisa-ibope.ghtml>. Acesso em 22/01/2019.

<sup>133</sup> Ibope aponta que 14% dos brasileiros se declaram vegetarianos. Disponível em <https://gauchazh.clicrbs.com.br/comportamento/noticia/2018/05/ibope-aponta-que-14-dos-brasileiros-se-declaram-vegetarianos-cjhgadnel06r801pak34rr46i.html>. Acesso em 22/01/2019.

<sup>134</sup> A saúde melhora quando se vira vegano? Disponível em <https://www.bbc.com/portuguese/geral-45441882>. Acesso em 22/01/2019.

<sup>135</sup> Pesquisa aponta crescimento histórico do número de vegetarianos no Brasil. Disponível em <https://boaforma.abril.com.br/nutricao/pesquisa-aponta-crescimento-historico-do-numero-de-vegetarianos-no-brasil/>. Acesso em 22/01/2019.

<sup>136</sup> Levantamento realizado pelo pesquisador Henrique da Silva.

os resultados da subsidiária. Após o processo de filtragem e seleção do conteúdo, foram analisadas 58 publicações. Ao final, constatou-se que nas mídias tradicionais, a maior incidência de publicações sobre o tema está relacionada com as oportunidades mercadológicas, decorrentes do estilo de vida vegano, as comparações entre as dietas vegetarianas e carnistas e seus reflexos na saúde. Os achados coincidem e, portanto, validam nossa pesquisa, em que mostramos que as categorias “cotidiano” – que abarca as publicações sobre produtos e serviços veganos – e “negociação” – com dados científicos e médicos/nutricionais – são as com maior repercussão pela mídia. A pesquisa subsidiária apontou ainda que a maior parte do conteúdo sobre veganismo e direitos animais ainda é difundido por organizações não governamentais, blogs e canais autônomos. O achado reforça a importância da comunicação do ativismo animal para difusão da cultura vegana e dos direitos animais, uma vez que a pauta ainda não é prioritária dos meios hegemônicos de comunicação.

A pesquisa subsidiária identificou ainda que o termo vegetariano e vegano são confundidos de forma recorrente nas matérias analisadas. Em algumas publicações se percebem estereótipos, os quais associam a prática do veganismo ao movimento “hippie”, ou que veganos são “radicais”. Em vez de ameaças, essas publicações podem representar uma oportunidade para o ativismo animal estabelecer novos espaços na mídia. Organizações como a SVB, ANDA e Vista-se são vozes legitimadas para responder a essas publicações, mostrando os equívocos, quando necessário. Esse tipo de estratégia funciona como uma forma de se “apresentar” para a imprensa. Numa próxima oportunidade de pautar o assunto, poderão se lembrados como fontes qualificadas.

### 8.7. Influência política

O ativismo animal é capaz de influenciar a agenda política? Até aqui vimos quais estratégias de comunicação pública da SVB, ANDA e Vista-se resultam em maior engajamento do público nas redes sociais, entre veganos e vegetarianos, e junto à imprensa. Para fechar o ciclo de observação de influências mútuas que colaboram para a formação de políticas públicas, vamos agora tentar identificar se há lastro entre a comunicação empreendida pelos sujeitos de nossa pesquisa com a eleição de candidatos comprometidos com a causa ou a

apresentação de projetos de lei. Vamos ainda buscar compreender como a comunicação destes sujeitos dialoga com o público em termo de engajamento na categoria “política”.

Vale lembrar que a categoria “política” engloba publicações sobre projetos de lei e ações dos poderes constituídos: Executivo, Legislativo, Judiciário. Na amostra da pesquisa, vimos que no Facebook a categoria “política” responde por 7,66% das publicações da SVB, ANDA e Vista-se. Foram 13 publicações da ANDA, 10 do Vista-se e nenhuma da SVB nesta categoria. No Instagram, o percentual é de 5,53%, com 8 postagens da ANDA, 8 do vista-se e nenhuma da SVB. No YouTube, o conteúdo de “política” corresponde a 17% dos vídeos publicados pelo Vista-se/Fabio Chaves.

A ANDA tem como estratégia divulgar projetos de lei aprovados em vários países, que resultam em avanços para a proteção animal. Esse tipo de publicação gera um envolvimento positivo com o público, há curtidas e compartilhamentos no sentido de celebrar os avanços conquistados. A ANDA também compartilha notícias relacionadas a ações judiciais envolvendo os direitos animais.

Numa das postagens de maior engajamento da categoria “política”, no Facebook da ANDA, “Justiça mantém condenação de 20 anos de prisão de ex-prefeito por matança de cães em Santa Cruz do Arari (PA)”, comentários de apoio como “Parabéns, finalmente o judiciário acertou uma”; “Ainda bem que, a justiça está fazendo a sua parte. Foi muita crueldade para com os animais!”. Para a publicação “Multas de até R\$ 10 mil para morte de animais por maus-tratos é aprovada em Maringá (PR)”, usuários comentaram “Parabéns, tem que fazer isso mesmo, porque enquanto não mexe no bolso das pessoas elas não param de fazer besteiras”; “Parabéns, espero que todo Brasil adote esta lei”. A publicação teve mais de 800 compartilhamentos, além de 580 curtidas.

O Vista-se também está sintonizado com a importância da categoria “política” e a usa em sua estratégia de comunicação pública. Em “Conheça a ativista social Áurea Carolina, primeira mulher vegana a ser eleita deputada federal” e “Saiba quem é Célio Studart, primeiro deputado federal vegano da história do Congresso Nacional”, no Facebook do Vista-se, houve vários elogios dos usuários e compartilhamentos. Em “Mais sofrimento: governo brasileiro diz que começará a exportar bovinos vivos para a Malásia”, usuários desabafaram revolta e indignação: “Parabéns, Brasil! Animais e meio ambiente não valem nada!”; “Não dá

pra aceitar, é desumano”; “Mundo podre. Brasil curral da crueldade.”. A publicação teve mais de 750 compartilhamentos e 940 curtidas.

A SVB tem como estratégia abordar a temática política apenas durante as campanhas eleitorais. Desde 2014, a SVB divulga os nomes de candidatos que declaram apoio à causa vegetariana por meio da assinatura da carta-compromisso "Promovendo o vegetarianismo como uma alimentação ética, saudável e sustentável". No entanto, fora do período eleitoral, a SVB não aborda essa temática. Por isso, na amostra da pesquisa, que retoma as últimas 100 publicações nas redes sociais, a categoria “política” não apareceu nas páginas e canais da SVB. Com isso, a entidade perde a oportunidade de dialogar com a sociedade em questões que podem influenciar na elaboração de políticas públicas pelos direitos animais e veganismo.

A carta-compromisso da SVB traz quatro agendas que sintetizam algumas das demandas que a SVB considera prioritárias no movimento vegetariano: (1) Política de incentivo à alimentação vegetariana; (2) Incentivo ao desenvolvimento econômico do setor de proteínas vegetais e de produtos substitutos aos produtos de origem animal; (3) Incentivo ao posicionamento dos órgãos de saúde e nutrição e (4) Incentivo à inclusão da matéria nutrição vegetariana.

Em 2014, dos 28 signatários, 4 foram eleitos: os deputados estaduais Roberto Tripoli (PV/SP), Feliciano Filho (PEN/SP), Carlos Giannazi (PSOL/SP), e o deputado federal Daniel Coelho (PSDB/PE)<sup>137</sup>. Na campanha eleitoral de 2016, 68 candidatos aos diferentes cargos assinaram a carta, sendo que 18 foram eleitos: 17 vereadores e um prefeito (Jacaré/SP)<sup>138</sup>. Em 2018, dos candidatos que assinaram a carta compromisso da SVB, doze foram eleitos: os deputados federais Ricardo Izar (SP), Arnaldo Martins (PR), Daniel Coelho (PE), Marília Arrais (PE), e Fernanda Melchionna (RS); e os deputados estaduais Alexandre Amaro (PR), Goura (PR), Coronel Mocellin (SC), Juntas (PE), Teresa Leitão (PE), Sofia

---

<sup>137</sup> 28 candidatos comprometidos com o vegetarianismo; 4 eleitos. Disponível em <https://www.svb.org.br/1390-28-candidatos-comprometidos-com-o-vegetarianismo-4-eleitos> Acesso em 21/02/2019.

<sup>138</sup> Eleitos 17 vereadores e um prefeito comprometidos com a causa vegetariana. Disponível em <https://www.svb.org.br/2405-eleitos-pelo-menos-16-vereadores-e-um-prefeito-comprometidos-com-a-causa-vegetariana> Acesso em 21/02/2019.

Cavedon (RS), Kitty Lima (SE). Ao contrário das edições anteriores, a SVB não fez uma matéria com o balanço geral de quantos candidatos assinaram a carta. Os nomes dos parlamentares eleitos foram divulgados em uma postagem no Facebook.

Em setembro de 2018, nas postagens em que divulgou os candidatos que assinaram a carta-compromisso pela alimentação vegetariana, seguidores da SVB cobravam que se desse visibilidade apenas aos candidatos veganos ou vegetarianos, para evitar os aproveitadores da causa: “Só deve-se apoiar quem é vegetariano ou vegano. Do contrário não me representa. Comer cachorro ou boi é a mesma coisa”. Mas em geral os usuários apoiaram a iniciativa da SVB: “Olha só que fonte maravilhosa pra eu escolher meu deputado”; “Que legal! Ajuda muito!”; “Legal a iniciativa e respeito quem apoia a causa vegetariana e vegana.”. No Instagram, foram feitas 19 postagens com as fotos e nomes dos candidatos, mais de 10 mil pessoas curtiram essas publicações; no Facebook foram 203 curtidas e 87 compartilhamentos.

O Vista-se também deu visibilidade aos candidatos proporcionais nas eleições 2018. Em agosto de 2018, publicou matéria com 120 nomes de candidatos comprometidos com a causa animal<sup>139</sup>. Com o resultado das urnas, o portal publicou matérias anunciando a eleição da primeira deputada federal vegana, Aurea Carolina<sup>140</sup>, e do primeiro deputado vegano, Célio Studart<sup>141</sup>. Curiosamente, nenhum dos dois nomes constam na lista de candidatos divulgados pelo Vista-se ou SVB.

Com relação à disputa presidencial, SVB, ANDA e Vista-se fizeram publicações no segundo turno em apoio ao candidato Fernando Haddad, por considerarem que a vitória do então candidato Jair Bolsonaro representaria retrocessos para os direitos animais e ambientais. Ao longo do período eleitoral, reconhecido por seu engajamento com ruralistas e

---

<sup>139</sup> Eleições 2018: Vista-se divulga lista com mais de 120 candidatos que dizem trabalhar pelos animais. Disponível em <https://www.vista-se.com.br/eleicoes-2018-vista-se-divulga-lista-com-mais-de-50-candidatos-que-dizem-trabalhar-pelos-animais/> Acesso em 21/02/2019.

<sup>140</sup> Conheça a ativista social Áurea Carolina, primeira mulher vegana a ser eleita deputada federal. Disponível em <https://www.vista-se.com.br/conheca-a-ativista-social-aurea-carolina-primeira-mulher-vegana-a-ser-eleita-deputada-> Acesso em 21/02/2012.

<sup>141</sup> Saiba quem é o primeiro deputado federal vegano da história do Congresso Nacional. Disponível em <https://www.vista-se.com.br/saiba-quem-e-celio-studart-primeiro-deputado-federal-vegano-da-historia-do-congresso-> Acesso em 21/02/2019.

setores do agronegócio, apoiador de rodeios, vaquejadas e da liberação da caça, Bolsonaro deu declarações que fecharia o IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis) e que acabaria com o “ativismo”<sup>142</sup>. O compartilhamento destas matérias nos grupos “Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília” e “VEGetariANOS Iniciantes Brasil” dividiu os integrantes a favor e contrários ao envolvimento do veganismo com a política.

Numa primeira publicação, a SVB afirmou ser apartidária, mas que lutaria para que o “direito de existir e trabalhar em prol dos animais, do planeta e de todas as pessoas seja pleno e inviolável”. Sem mencionar o nome do então candidato Jair Bolsonaro, a SVB enfatizou que “o ativismo propositivo e organizado é uma das mais importantes ferramentas de construção de uma sociedade mais justa”. Nos comentários, seguidores cobraram uma resposta mais enérgica da SVB: “É momento de tomar partido sim... em prol da democracia inclusive de ser ativista em prol dos animais ou de qualquer outra espécie e seguimento #elenão e #Haddadsim”; “É necessário deixar claro a quem apoiamos. Não podemos nos omitir ante tal risco. #elenão #Haddadsim”.

Na postagem seguinte, a SVB foi mais enfática: “Na semana passada, a @sociedadevegetariana assinou, junto a outras centenas de ONGs, uma carta de repúdio às declarações do candidato Jair Bolsonaro em relação ao ativismo brasileiro.”, anunciou ressaltando novamente que a SVB é apartidária, mas que “tem o dever de apontar discursos que ponham em risco a sua existência e a existência do ativismo como um todo”. Seguidores ficaram divididos entre apoios e críticas: “Parabéns! Ativismo nunca foi escolher o lado mais cômodo da isenção. É impossível fingir que as propostas claras dele em relação à caça, rodeios e meio ambiente, não afetaram horrivelmente os animais a nível nacional. Meu candidato se reúne com protetores, não com caçadores.”; “Que decepção! O BOLSONARO será o próximo Presidente, vocês deveriam procura-lo e apresentar propostas.”.

No YouTube do Vista-se (Fabio Chaves) as 17 publicações da categoria “política” tiveram juntas quase um milhão de visualizações e mais de 117 mil curtidas. No

---

<sup>142</sup> Bolsonaro diz que pretende acabar com 'ativismo ambiental xiita' se for presidente. Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/poder/2018/10/bolsonaro-diz-que-pretende-acabar-com-ativismo-ambiental-xiita-se-for-presidente.shtml>. Acesso em 03/03/2019.

entanto, também foram as publicações com o maior percentual de “não gostei”, mais de 62 mil reações negativas (53%). Mesmo correndo o risco de desagradar, o canal não se furtou de fazer o debate e de tentar influenciar as pessoas a votarem no candidato que considerava ser menos lesivo ao veganismo e direitos animais e ambientais.

Até aqui vimos que a SVB tem por estratégia somente publicar conteúdo da categoria “política” durante o período eleitoral, para divulgar os candidatos comprometidos com a plataforma do vegetarianismo. Desde 2014, ela vem divulgando os candidatos e os eleitos em nome da causa. Em 2018, o candidato presidencial que recebeu apoio tanto da SVB, ANDA e Vista-se foi derrotado nas urnas. Os dois deputados federais veganos eleitos não foram divulgados por nenhum dos três sujeitos de nossa pesquisa.

A ANDA e o Vista-se adotam como estratégia de comunicação a divulgação de conteúdo da categoria “política” também fora do período eleitoral. A ANDA dá visibilidade aos projetos de interesse da causa animal, denuncia a ação de ativistas contra os projetos e ações judiciais com retrocessos. Já o Vista-se investe em conteúdo opinativo, aproveitando a cena política para colocar o ponto de vista da situação pelo olhar de um vegano.

A partir de agora, vamos analisar como os direitos animais, o veganismo e o vegetarianismo podem estar influenciando na agenda política, expresso na apresentação de projetos de lei. Solicitamos a uma pesquisadora auxiliar<sup>143</sup> que levantasse todos os projetos de lei em tramitação na Câmara dos Deputados, Senado Federal e Assembleias Legislativas, apresentados entre 2013 e 2018. A busca foi feita a partir das palavras-chaves: maus-tratos; vegano; vegetariano; testes de animais; carga viva; crueldade com animais; caça de animais; rodeio. A maior quantidade de projetos apresentados trata sobre mecanismo de fiscalização e punição para maus-tratos aos animais (236 projetos). Quando o assunto é veganismo e vegetarianismo havia um total de 18 projetos apresentados em todas as casas legislativas do país. Esse descompasso reflete o cenário dos direitos animais no país: todos querem ser protetores de animais; poucos são veganos ou mesmo vegetarianos. Ou seja, a proteção e os

---

<sup>143</sup> O levantamento foi realizado pela pesquisadora Karoline Marques.

direitos animais avocados pelos parlamentares brasileiros ainda é seletiva, direcionada para alguns animais (cães, gatos).

**Quadro 26 - Projetos de lei apresentados no Congresso Nacional e Assembleias Legislativas de interesse dos direitos animais (2013 a 2018)**

Local	Maus-tratos	Vegano	Vegetariano	Testes	Carga viva	Crueldade	Caça	Rodeio
Câmara	95	0	1	20	2	43	24	18
Senado	6	0	0	1	0	0	2	2
Assembleias	135	2	15	47	3	60	40	35
Total	236	2	16	68	5	103	66	55

Fonte: Elaboração própria.

O Rio de Janeiro é o estado com a maior quantidade de projetos apresentados sobre maus-tratos; vegano; vegetariano; testes de animais; carga viva; crueldade com animais, entre os anos 2013 e 2018 (total de 87 projetos de lei). Chama atenção que os parlamentares de oito Estados da Federação não tenham nenhum único projeto apresentado sobre direitos animais nos últimos cinco anos: Acre, Ceará, Espírito Santo, Para, Rio Grande do Norte, Roraima, Sergipe e Tocantis, revelando baixíssima preocupação com estes temas.

**Quadro 27 - Projetos de lei sobre direitos animais nas Assembleias Legislativas (2013 a 2018).**

Unidade da Federação	Quantidade de Projetos de Lei
RJ	87
SP	75
MS	30
PB	23
MT	14
PE	5
AP, AM, DF, MG, PR, SC	3
BA, GO, MA	2
AL, PI, RS, RO	1
AC, CE, ES, PA, RN, RR, SE, TO	0

Fonte: Elaboração própria.

Não é fácil estabelecer uma relação direta entre os projetos apresentados e a ação dos sujeitos de nossa pesquisa. No entanto, SVB, ANDA e Vista-se contribuem para os resultados na medida em que são partes importantes na engrenagem social que movimenta o

ciclo de formação de políticas públicas. A causa precisa de porta-vozes com capacidade de mobilização para dar visibilidade à demanda, para propor agenda, para organizar as demandas.

A ANDA quando iniciou uma ação civil pública para tentar impedir que novos embarques de animais vivos ocorressem no Porto de Santos, no litoral paulista, acabou influenciando na apresentação do PL-31/2018, na Assembleia Legislativa de São Paulo. O projeto proíbe o embarque de animais vivos no transporte marítimo e/ou fluvial, com a finalidade de abate para o consumo no Estado. A justificativa do projeto foi basicamente uma compilação dos argumentos técnico-legais utilizados na ação da ANDA para suspender o embarque. A ação foi destaque na mídia nacional e repercutiu em grandes veículos, como Globo, Estadão, BBC.

O impulso do ativismo vegano aos poucos vai influenciando na cena política nacional. Nas redes sociais circularam diversas postagens denunciando a exploração animal pela indústria de Carnaval. Milhares de aves são exploradas para retirada das penas e plumas que enfeitam os carros alegóricos e fantasia. Outras publicações denunciavam como o glitter, tão utilizado nessa época do ano, tem causado impacto ambiental.

Na véspera do Carnaval de 2019, foi apresentado o Projeto de Lei 1097/2019 na Câmara dos Deputados com o objetivo de proibir, em todo o território nacional, a utilização de penas e plumas de origem animal para a produção de fantasias e alegorias, incluindo as carnavalescas. No Rio de Janeiro, chegou a ser apresentado o PL-108/2017, proibindo a venda e a comercialização de glitter, purpurina município do Rio de Janeiro, bem como sua utilização em festas comemorativas. Na justificativa do projeto, há referência que a motivação surgiu após polêmica de matéria publicada pelo site “Pedra Ambiental”, denunciando que a brincadeira de carnaval que destrói a vida nos oceanos. Curiosamente, o próprio vereador que apresentou o projeto, pediu o seu arquivamento em menos de um mês (provavelmente após repercussão negativa com o eleitorado carnavalesco).

No entanto, as oportunidades temáticas ainda são pouco aproveitadas nas estratégias de comunicação pública dos sujeitos da nossa pesquisa. O Vista-se limitou-se a divulgar um bloco vegano no Rio Grande do Norte e que uma celebridade passou por um *detox* vegano para se preparar para o Carnaval.

Com Subirats (1992) vimos que para uma demanda social chegar a se tornar uma política pública, primeiro a sociedade precisa se aperceber da situação-problema. SVB,

ANDA e Vista-se, cada um a seu modo, com suas estratégias de comunicação pública, contribuem em maior ou menor grau, para pautar os direitos animais e o veganismo como uma demanda importante para o conjunto da sociedade. A mídia percebendo o interesse de muitas pessoas começa a pautar o debate. O ativismo influencia, provocando matérias, servindo de fonte. Com ações judiciais, o ativismo animal pode provocar o judiciário em casos concretos, utilizando o arcabouço legal existente. Na falta de leis ou quando essas leis são desfavoráveis, o ativismo animal poderá buscar provocar práticas de direito alternativo, conforme vimos no capítulo 5, em que discutimos o direito animal achado na rua. O resultado de eventuais ações na justiça retroalimenta o debate com a sociedade e na mídia. Tudo isso faz com que a situação-problema seja incorporada no debate público (agenda pública), o que desperta a atenção dos poderes públicos. Com a agenda pública constituída, passa-se à etapa seguinte, de incorporação na agenda dos poderes públicos até a formulação de políticas públicas, leis e regulamentos. Executivo e Legislativo são chamados a dar respostas. A agenda política começa a se movimentar. Forças políticas (contrárias e a favor) se aglutinam, disputando a pauta para fazer valer seus pontos de vistas. O conjunto de forças melhor articulado, o que melhor conseguir mobilizar a sociedade, a mídia e as forças políticas fazem valer seus pontos de vista na aprovação de políticas públicas e novas leis. Na etapa final desse espiral de políticas públicas, os direitos animais enfrentam um grande desafio: encontram uma bancada ruralista maior e mais articulada na defesa de seus próprios interesses do que a bancada ambiental/animalista. Avançar não é simples.

Casos de comoção nacional ajudam impulsionar a causa. Como foi o caso do assassinato de um cachorrinho nas dependências de uma unidade do supermercado Carrefour, em novembro de 2018. A morte de Machinha repercutiu nas redes sociais, foram feitos protestos e os protetores organizaram um boicote á rede. O crime abriu caminho para a discussão sobre os direitos animais no Brasil. Parlamentares levaram o assunto para o Congresso e criaram a Frente Parlamentar Mista em Defesa dos Direitos dos Animais. No último dia 20 de fevereiro de 2019, a frente foi relançada na Câmara dos Deputados, e protocolou em poucos dias quase 30 projetos de lei. Estes projetos enfrentarão uma bancada ruralista com 99 deputados federais e 18 senadores. Enfrentarão o poder de lobby da indústria da exploração animal, dos grandes laboratórios farmacêuticos que testam em animais.

## ULTIMAÇÃO

Esta pesquisa se iniciou com o desafio de ser a primeira tese no campo da Comunicação no Brasil discutindo veganismo e direitos animais. O ineditismo paga o preço de desbravarmos caminhos tateando no escuro. É mais difícil, incerto e demorado para encontrar as respostas. Por outro lado, lembro-me bem do tempo que costumava pintar, do quanto gostava de encontrar a tela em branco, do prazer que era preencher os espaços vazios com um pedaço de mim mesma.

Tivemos a ousadia de esboçar as bases para formulação de uma abordagem metodológica vegana. E novamente foi tela em branco, pois – ao menos não identificamos – não há nenhuma outra iniciativa neste sentido. Há muitas pesquisas sobre veganismo e direitos animais, mas nenhuma tinha enfrentado responder o que é uma pesquisa vegana, quais os princípios da investigação vegana. Longe de apresentar uma receita final, listamos alguns ingredientes básicos. Esse capítulo provavelmente será o mais questionado, colocado à prova, refutado, reescrito. Espero eu mesma ter a oportunidade de fazer isso, inclusive. A partir do amadurecimento das primeiras observações feitas neste trabalho, do encontro empírico com novas pesquisas veganas e do confronto ressonântico com pares veganos. Mas ser superado não desmerece o esforço inicial feito até aqui. Significa apenas que a ciência está em movimento, como tudo na vida está, inclusive nós mesmos.

Propusemos um giro epistemológico ao considerar que os direitos humanos são derivados dos direitos animais e não o contrário como normalmente tem sido sustentado até mesmo na literatura animalista. Sem assumir essa perspectiva, continuaremos a reproduzir o especismo também na ciência. Continuaremos fazendo teoremas sobre o animal – que também somos – a partir do nosso olhar, sem reconhecer que o animal que vemos nos olha de volta, sabe que é visto e também nos vê. E o que ele tem a dizer sobre o animal humano? Não ter a capacidade de entender o que dizem não nos dá o direito de continuarmos nos fazendo de surdos.

Propusemos analisar o movimento social em torno dos direitos animais a partir da constituição do direito (animal) achado na rua, em consonância com os princípios da escola de O Direito Achado na Rua, que consideramos como uma teoria animalista não

convencional (TANC). A partir dessa perspectiva, vimos que o fundamento dos direitos animais não está nas normas positivadas, mas no movimento reivindicatório de luta por direitos. Essa luta é empreendida, sobretudo, pelo ativismo animal, mobilizando com sua comunicação as agendas pública, midiática e política, para que os animais não humanos passem a ser reconhecidos como seres sencientes, com direito à subjetividade e a viverem suas vidas para os próprios propósitos. Complementarmente, traçamos um paralelo entre o modelo teórico de formação de políticas públicas de Subirats e o papel do ativismo animal como propulsor dessas políticas.

Discutimos a natureza da comunicação empreendida pelo ativismo animal, com vistas a influenciar essas agendas (pública, midiática e política). É comunicação pública com a função primordial de restabelecer referenciais ausentes, invisibilizados pela indústria da exploração animal. Enquanto a comunicação mercadológica desse setor mostra mascotes carismáticos para vender uma imagem bucólica de campos de concentração de animais, a comunicação pública do ativismo animal denuncia a violência por trás dos processos produtivos que desindividualizam bois, vacas, galinhas, peixes, que roubam as subjetividades de suas vidas, e os reduzem a bifes, leites, ovos, postas. Enquanto a comunicação pública governamental divulga estatísticas do agronegócio, como sinônimo acrítico de progresso e desenvolvimento, é a comunicação pública do ativismo animal denuncia que, por trás de cada animal explorado e morto, estamos colocando em perigo nossa própria espécie, colocando em xeque a sustentabilidade do planeta.

Ao mesmo tempo, falamos sobre as funções dessa comunicação, mostrando que o ativismo animal pode fazer comunicação contra hegemônica ao disputar a produção de sentido na sociedade, em que os meios de comunicação majoritariamente contribuem para reproduzir – por meio de suas funções informativo-jornalística, promocional, educacional e lúdica ou de entretenimento – a cultura carnista.

Como questão epistemológica de fundo, discutimos que falar de veganismo e direito animal é falar de direito à comunicação e à informação. O cidadão tem direito de saber como são os processos produtivos da indústria da exploração animal e seu impacto para a vida dos animais não humanos e humanos. O consumidor tem o direito de saber do que é feito os produtos que consome, se contém ingredientes de origem animal, se testam em animais. Na mídia hegemônica a ausência de pluralismo e diversidade faz com que a cultura carnista seja

reproduzida e perpetuada, invisibilizando a experiência do veganismo, sufocando a insurgência dos direitos animais. O direito à comunicação fica subordinado ao lucro.

Do ponto de vista organizacional, vimos que a comunicação do ativismo animal ajuda a promover a mudança de valores na sociedade; serve de instrumento de cidadania, na medida em que proporciona o direito à informação; cumpre com uma função educativa ao orientar os debates na sociedade pelos direitos animais e, finalmente, tem a função ética, sendo instrumento da verdade, ao restabelecer os referenciais ausentes. A comunicação pública efetuada por grupos como a SVB, ANDA e Vista-se são as paredes de vidro pelas quais podemos ver as informações que nos são omitidas pelos empresários da exploração animal.

Tratamos ainda sobre estratégias de comunicação e a necessidade de o ativismo animal ter como horizonte a comunicação como sinônimo de relação e não apenas como produção de conteúdo. Num mundo saturado de informações, despejadas com uma velocidade estonteante em nossas *timelines*, conseguirá se comunicar efetivamente com seu público, transmitir seus valores, e cumprir com sua missão organizacional – no caso do ativismo animal, influenciar a mudança de consciência para a realização de um mundo vegano, livre da exploração animal –, quem conseguir estabelecer processos comunicativos significantes baseados em relações.

Ainda sobre a questão da saturação de conteúdo, refletimos que o excesso de matérias mostrando violência, maus-tratos, abusos, exploração animal pode resultar numa disfunção da comunicação. Em vez de gerar indignação, o efeito pode ser narcotizante. De forma que quantidade nem sempre trará os resultados esperados. Essa ponderação poderá ser foco de futuras investigações para validação empírica.

Ao mesmo tempo em que apontamos a importância das estratégias de comunicação, não deixamos de criticar sua concepção tecnicista. Planejar estrategicamente é importante, mas estabelecer políticas de comunicação em diálogo interno e com a sociedade, propicia as organizações escutarem, aprenderem e a transformarem-se. A si mesmo e o mundo a sua volta. Essa noção é particularmente relevante quando estamos tratando de ativismo animal cuja dimensão política é o cerne de sua existência. De forma que o ativismo animal precisa aprender a superar seus medos, tensões, expectativas, para enxergar o que mais importa: a dimensão do “outro”.

A partir de revisão sistemática de literatura revisitamos o conceito de veganismo, privilegiando trabalhos de autoras latino-americanas. Ao final, reivindicamos a atualização do conceito clássico de veganismo, proposto pela The Vegan Society na década de 40, para abarcar de forma explícita animais humanos e não humanos, vinculando as lutas comuns contra todas as formas de opressão, abuso e exploração. Nosso conceito: “veganismo é uma concepção filosófica e práxis social em busca de libertar os animais de qualquer espécie de todas as formas de opressão, preconceito, exploração e crueldade”, embora esteja contemplado nos principais referenciais teóricos que discutem veganismo desde a década de 1970, não é unânime entre a comunidade. Como em qualquer movimento social, além do enfrentamento externo, no ativismo animal também há intensas disputas internas na produção de sentido. Muitos ainda defendem que veganismo não é uma questão política; que não se pode misturar veganismo com pautas humanas. Eu me alinho a corrente mais radical do movimento vegano e advogo pela interseccionalidade do debate.

Discutimos ausências e emergências na soberania e segurança alimentar. Mostramos como o agronegócio pode ser prejudicial à soberania alimentar, pois está inserido nas pressões internacionais de preço. Afinal, no mundo capitalista, o alimento nem sempre serve para matar a fome, mas manter os lucros. Além disso, não contribui para a segurança alimentar, pois é própria do agronegócio a monocultura, modelo este que invisibiliza a riqueza nutricional que dispomos na natureza.

Buscamos apontar os limites e possibilidades de estratégias de comunicação pública do ativismo animal, por meio da comunicação empreendida pela SVB, ANDA e Vista-se, em três dimensões: na agenda pública, midiática e política. Vimos que as três agendas ao mesmo tempo são influenciadas e influenciam umas as outras, num movimento que pode ser provocado e/ou estimulado pela comunicação pública do ativismo animal.

Entre veganos e vegetarianos, como difusor da cultura vegana, o Vista-se destaca-se por sua capacidade de estabelecer diálogos e influenciar na agenda pública. Mais do que quantidade, velocidade e automatismos, o Vista-se preocupa-se em traduzir e tornar inteligível o mundo vegano, transformar informação em comunicação e a se relacionar com o público. Sabe captar inquietações e anseios do mundo real e transformá-los em oportunidade para falar sobre veganismo. É bastante educativo para quem adentra neste mundo, não só

utilizando a fala e as imagens para convencer e seduzir, mas abrindo as portas para a escuta e a troca.

Pela representatividade institucional, pela capacidade de produzir dados primários (como na pesquisa encomendada ao Ibope sobre o percentual de vegetarianos no Brasil), as estratégias da SVB têm melhor impacto na agenda midiática. A Sociedade também se destaca com suas estratégias políticas, na interlocução com parceiros privados e governamentais em torno de seus projetos institucionais, os quais acabam sendo foco prioritário de suas estratégias de comunicação. A SVB constrói, por meio da sua representatividade e papel histórico, a dimensão político-institucional da causa. Dessa forma, privilegia a articulação.

Quando iniciou uma ação civil pública para tentar impedir que novos embarques de animais vivos ocorressem no Porto de Santos, no litoral paulista, a ANDA demonstrou seu grande potencial de impacto na agenda política. Conseguiu pautar o tema na mídia nacional; milhares de pessoas que nunca tinham parado para pensar nas implicações desse tipo de comércio ou sequer sabiam de sua existência passaram a conhecer. Como resultado dessa atuação, a agenda política foi movimentada. A experiência exitosa sinaliza que mais do que informar, talvez seja tempo de educar e comunicar para transformar.

Nas redes sociais, mais importante do que a quantidade é a qualidade da comunicação realizada. Isso fica claro ao constatar que nem sempre quem tem o maior número de fãs ou seguidores é o que consegue manter o maior engajamento e comprometimento com o público. Também verificamos que a quantidade e a velocidade da informação pode marginalizar a comunicação. De forma que quem tem disposição para explicar e contextualizar as informações (em vez de simplesmente replicar mais e mais conteúdo) é quem realmente consegue estabelecer processos comunicativos significantes com o público.

Em suas estratégias de comunicação, o Vista-se consegue se apropriar dos três *topoi* mais recorrentes do discurso vegano – o *topos* do antiespecismo; o *topos* da não exploração animal; o *topos* da libertação animal –, disseminando de forma ampla a cultura vegana. Não se furta de temas políticos, nem despreza o potencial comunicativo das temáticas da vida mundana.

A ANDA transita suas estratégias prioritariamente pelo *topos* da não exploração animal e o *topos* do antiespecismo, com o intuito de informar para transformar. Mas,

conforme vimos a partir do confronto teórico e dados levantados em campo, o potencial de transformação é maior por meio de processos comunicativos relacionais.

As estratégias da SBV apontam para uma utilização mais ampla do *topos* da não exploração animal, que é a mais “universal” e a que dialoga com a maior parte do público. Ninguém quer que os animais sofram, nem mesmo quem não abre mão de comê-los (querem abate “humanizado” e galinhas “felizes”, por exemplo). A estratégia acaba sendo eficaz para atrair o novo público. Já entre veganos e vegetarianos, essa tática “benestarista” é causa de críticas.

Refletimos ainda sobre as principais motivações apontadas pelos interlocutores da nossa pesquisa para deixarem de comer carne. Documentários e filmes foram sinalizados como a motivação de 26% dos interlocutores da nossa pesquisa. Isso revela para um potencial ainda subutilizado pela comunicação dos sujeitos da pesquisa. A produção de curtas-metragens, animações, documentários poderia ser estimulada em parceria com cursos de audiovisual de universidades públicas, pela criação de um “prêmio” em cinema e direitos animais, dentre outras estratégias. Há possibilidades de financiamento coletivo em plataformas *online* de *crowdfunding* e alguns editais públicos de fomento à produção cinematográfica, os quais poderiam ser utilizados para a produção de novos projetos audiovisuais, que tanto arrebatam pessoas para a causa.

A empatia e a influência de celebridades, que respectivamente influenciaram 18 e 10% dos nossos interlocutores, têm sido bem aproveitadas nas estratégias de comunicação dos sujeitos da pesquisa. Mas ainda há margem para melhorar esse diálogo. De maneira geral, observamos que nas redes sociais há um descompasso entre as categorias com maior frequência de publicação e as com maior engajamento com o público. Isso contraria a regra de ouro das redes sociais: a alteridade. Mesmo o conteúdo institucional pode ganhar revestimento de empatia e se tornar atrativo para o público. A SVB fez isso em algumas de suas publicações institucionais e foram as que tiveram melhor desempenho.

Por outro lado, motivações que influenciam um grande número de pessoas, como a religiosa/espiritual (10%), acabam sendo pouco utilizadas, desperdiçando um potencial de comunicação importante, que poderia englobar entrevistas com lideranças religiosas, indicação de livros, postagens com trechos religiosos, por exemplo.

Comunicação sozinha não faz milagre, mas é um componente importante para influenciar na mudança cultural. Comer carne, explorar animais são hábitos enraizados em nossa cultura, mas que paulatinamente vem sendo modificados com a ajuda do ativismo animal. Vemos os resultados concretos a cada ano, com o aumento do número de pessoas veganas ou vegetarianas. A comunicação do ativismo animal encontra limitações organizacionais internas, mas, sobretudo, na mídia hegemônica, em que muitas vezes os interesses econômicos (publicitários) sobrepujam o social. A pauta do veganismo e dos direitos animais disputa espaço, enquadramento e atenção com quem tem poder de agenda.

O cenário futuro surge ameaçado com um governo que se declara abertamente contra o “ativismo”, que assume o poder apoiado pela bancada ruralista e setores que desprezam o meio ambiente. Mas também apresenta oportunidades, pois quanto mais ataques externos, mais propícia é a formação de coesão interna. Talvez as ameaças representem a oportunidade de superar diferenças e impulsionar ainda mais o ativismo vegano, criando uma identidade de grupo, de discursos e práticas.

Eu acredito que um mundo sem exploração animal é possível. Acredito. Mas não tenho esperança. Esperança é um substantivo que indica o ato de esperar por alguma coisa. Eu acredito, mas não espero. E justamente por acreditar que sigo lutando para que esse horizonte utópico tenha a chance de realização. Que nossos achados possam ser apropriados pelos sujeitos da pesquisa e outros sujeitos do ativismo animal. Que esta tese seja combustível para a luta. Pois é ato de quem não espera.

Chegamos ao final deste trabalho, que é apenas a largada para novos começos. Ainda há tanto por dizer, ainda há tantas inquietações sem respostas. Mas, sobretudo, ainda há tanto por ouvir. A etapa derradeira de uma pesquisa vegana é passar pelo crivo da comunidade investigada. É retornar os resultados encontrados e estabelecer diálogos sobre o que fazer com esse conhecimento. É quando a pesquisa sai da segurança e conforto da academia e se submete à prova da vida mundana. Afinal, sem ressonância não há pesquisa vegana.

## POSFÁCIO RESSONANTE

Se você está lendo este posfácio significa que esta tese foi submetida a uma Banca e foi aprovada. O crivo dos pares é um momento privilegiado da produção acadêmica. Mas é um trabalho que em geral acaba invisibilizado. Cinco pesquisadoras se debruçaram meticulosamente sobre esta pesquisa e colocaram à prova questões epistemológicas, metodológicas, teóricas, técnicas. Salvo pelo público, que acompanhou o momento da defesa, e por mim, essas questões acabariam se perdendo no tempo.

De forma que decidi registrar os principais pontos dessa interlocução com a Banca, até mesmo como forma de reconhecimento à contribuição de cada uma no avanço de minha pesquisa. Como já enfatizei, a ressonância é uma etapa fundamental da pesquisa vegana. A ressonância com as integrantes da Banca foi esse primeiro momento. Depois da defesa, incorporei como nota de rodapé algumas observações a partir do que foi suscitado. No entanto, três questões demandaram uma elaboração maior e busquei responder aqui.

**“Moralmente degradante”.** A professora Luisa Lima quis saber qual o conceito de moral está inserido em minha pesquisa, posto que em vários momentos afirmo ser “moralmente degradante” comer carne e explorar animais. Entendo a moral como um conjunto de normas que regulam o comportamento e as ações humanas em sociedade. Estas normas são constituídas ao longo do tempo, pela tradição, pela educação, pelo cotidiano, por leis. Estão em contínua mudança, sendo reformuladas pelos novos membros da sociedade, pelos novos tempos. Num processo lento, gradual, que perpassa as gerações. A moral é o que nos leva, em sociedade, a distinguir o bem do mal, o justo do injusto, o certo do errado, no contexto em que vivemos. Tem, portanto, um componente histórico e um atributo de escolha (ainda que influenciado pela cultura).

Se nossos antepassados por motivo de sobrevivência em algum momento se alimentaram de carne ou exploraram a mão de obra animal, hoje, salvo raríssimas exceções de tribos e grupos populacionais específicos, não há motivos para que essa exploração perdure. O ser humano não depende de comer carne ou explorar outros animais para sobreviver. Ademais, nossos antepassados estavam em pé de igualdade perante os demais animais. Quando saiam

para a caça, essa podia ser frutífera ou não. O ser humano era apenas uma das demais espécies lutando para sobreviver na natureza. Hoje, as condições de produção da carne, leite, ovos, elevaram a exploração animal a outro nível. Os processos capitalistas de produção tiraram do animal mais do que a sua vida. Tiraram o seu espírito, aquilo que faz cada animal ser único. Esses animais vivem confinados em condições que nada lembram sua vida natural. São vistos e tratados apenas como insumos. O animal humano de hoje, podendo escolher outro caminho, escolhe continuar explorando e matando os animais não humanos. É uma escolha moral.

Sabemos que, para muitos grupos, historicamente tem sido considerado moralmente aceitável a subserviência, a exploração e o consumo de animais não humanos. Então, o que faz então a moral mudar? O que faz um indivíduo, grupos e toda sociedade questionarem suas leis, normas, regras, desafiar costumes e tradições? É a ética.

Se a moral representa um conjunto de valores de uma sociedade, em determinado tempo histórico, a ética reflete sobre estes valores. A moral é conservadora; a ética é questionadora. A moral é recorrentemente utilizada como subterfúgio para a negação de direitos; a ética é emancipadora, aponta caminhos. Os questionamentos éticos são propulsores da renovação moral, com mudanças inclusive no paradigma punitivo.

Por exemplo, até 1964 leis estadunidenses proibiam os negros de se sentarem nos bancos da frente nos ônibus. Pessoas foram presas por questionarem esse padrão moral, vigente até meados do século XX nos EUA. Foi o olhar ético, transgressor, que enxergou que essa situação – moralmente aceitável na época – deveria mudar. A ética nos diz que quando leis e costumes são opressores, fundadas em paradigmas morais ultrajantes, a mudança está para acontecer. Pela moral, as injustiças se perpetuariam para sempre.

**“Decisão pessoal”.** A professora Janara Sousa ficou incomodada com a afirmação de que hoje comer carne é mais uma “decisão pessoal” do que um imperativo biológico ou ambiental. Para ela, esse argumento equivale ao que se diz de mulheres vítimas de violência doméstica: “está apanhando porque quer”. Reconheço a pertinência da inquietação, mas decidi manter a expressão até mesmo porque no texto está claro o reconhecimento de que essa decisão pessoal passa por diversas influências culturais, sociais, econômicas. Ainda assim, é uma decisão pessoal. Ou, do contrário, seria o mesmo que afirmar que as pessoas estão

irremediavelmente presas ao seu meio, ao seu tempo, sem nenhuma chance de mudar em qualquer aspecto da vida. Não posso endossar esse determinismo sociocultural.

Da mesma forma que a cultura influencia os membros de uma sociedade, ela também sofre de volta influência destes indivíduos, se atualizando, se reinventando. O animal humano não está obrigado por sua biologia a comer carne; ele não vai morrer se deixar de consumir produtos de origem animal. O meio ambiente também não obriga a pessoa a uma dieta carnista; de maneira geral e salvo raríssimas exceções de tribos e grupos populacionais específicos, o ser humano não depende mais daquilo que pode encontrar na natureza, como nossos antepassados. Ademais, como a própria pesquisadora pontuou, com mais acesso à informação a mulher tem mais condições de enfrentar a violência. Da mesma forma, acredito que com mais acesso à informação a pessoa tem mais elementos para decidir ou não parar de comer carne. Esse é, afinal, o cerne deste trabalho: a comunicação pública do ativismo animal como indutor da superação cultural da exploração animal.

**“Materialismo dialético”.** A professora Kênia Figueiredo observou que minha pesquisa é permeada pela noção do materialismo dialético. De fato, a concepção dialética de que nada é eterno e tudo está em perpétua transformação, em um contexto histórico e dinâmico, está evidenciada no meu texto. A tentativa de compreender como desaparecem certas concepções sociais e são substituídas por outras no curso da história certamente é um objetivo que me guia nesta pesquisa.

Entretanto, tenho dificuldades de aceitar a máxima de que se modificando os modos de produção, os meios de subsistência, os humanos naturalmente modificam suas relações sociais. Tenho para mim que o movimento das ideias é um grande impulsionador da realidade material, e não um elemento secundário como quer o materialismo dialético. Penso que há uma sincronicidade entre o mundo das ideias e a realidade material; ambas as dimensões são influenciadas e se influenciam mutuamente. Num primeiro momento, em que o ser humano não dominava a natureza, era refém da realidade material, comer carne foi um imperativo de adaptação e sobrevivência. No entanto, libertos do imperativo ambiental, são as ideias que podem criar as condições para emergência do veganismo, modificando a realidade material da exploração animal.

Ademais, penso que o enfrentamento da questão dos direitos animais não se responde pelo recorte de luta de classe (embora seja uma questão inerente ao tipo de veganismo que advogo). O recorte de luta de classe pode me dar pistas do por que comer carne é uma questão de *status* para classes econômicas menos favorecidas (“justo agora que posso comprar carne, você quer que eu deixe o meu churrasco?”). Mas não responde a pergunta crucial: como vamos construir um mundo, uma sociedade, onde caibam todos os animais humanos e não humanos, livres da exploração? A superação de uma sociedade capitalista pode responder à questão da exploração de humanos sobre outros humanos, mas não me responde, necessariamente, a questão da exploração dos animais humanos sobre os animais não humanos. O objeto do materialismo dialético passa necessariamente pelo antagonismo de classes, ou seja, o antagonismo entre o grupo dos exploradores e dos explorados. Eu certamente poderia assumir essa perspectiva se considerasse os animais humanos como o grupo dos exploradores e os animais não humanos como os explorados. No entanto, para discutir direitos animais olhando para a produção de sentido e significados entre os humanos, não tenho como identificar esse antagonismo direto. Salvo se fosse para colocar de um lado humanos que exploram animais e do outro humanos que não exploram animais. Mas o sujeito da lide – os animais não humanos – seria externo ao confronto. Fazer isso seria, nas palavras de Derrida, o mesmo que negar e desconhecer a experiência do animal que vê e olha de volta, seria tornar o animal “uma coisa vista, mas que não vê”.

Outrossim, o materialismo dialético pode me dar explicações do porquê em uma mesma sociedade as diferentes classes podem ter diferentes pontos de vista sobre o mesmo tema, mas não me explica como integrantes de classes diferentes, de mundos e condições materiais opostos, podem convergir em uma luta comum, quando tudo o mais os distanciam. A defesa dos direitos animais e sua transversalidade não pode ser explicada pela concepção de luta de classes. De forma que, embora permeado na pesquisa, o materialismo dialético não é efetivamente nossa abordagem metodológica.

Malgrado esforços, não tenho todas as respostas que gostaria para a formulação definitiva de metodologia vegana de pesquisa. Apenas algumas pistas, princípios, caminhos. As dúvidas e as inquietações que me consomem, parecem maiores do que quando comecei essa investigação. Outros capítulos virão. Os direitos animais e o veganismo é página aberta para quem quer ajudar escrever a história de um novo tempo.

## REFERÊNCIAS

**The Nielsen Company**, 2016. Disponível em:

<<https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/eu/docs/pdf/nielsen-global-ingredient-and-out-of-home-dining-trends-report-germany.pdf>>. Acesso em: 5 março 2019.

A Carne é Fraca. Direção: Denise GONÇALVES. [S.l.]: Instituto Nina Rosa. 2005.

ADAMS, C. J. **A Política Sexual da Carne: Uma teoria feminista-vegetariana**. Tradução de Cristina CUPERTINO. 2. ed. São Paulo: Editora Alaúde, 2018.

ANGROSINO, M. **Etnografia e Observação Participante**. Tradução de José Fonseca. Porto Alegre: Artmed, 2009.

ANJOS, A. D. (-1. **Eu e Outras Poesias**. Porto Alegre: L&PM Pocket, 1998.

ARTICO, A. M. **Ciberativismo e as estratégias comunicacionais nos movimentos abolicionistas veganos**. São Paulo: UNIP, 2015.

BEE Movie - A História de uma Abelha. Direção: Steve HICKNER e Simon SCOMUM. [S.l.]: [s.n.]. 2007.

BELTRÃO, L.; QUIRINO, N. D. O. **Subsídios para uma Teoria da Comunicação de Massa**. São Paulo: Summus Editorial, v. 13, 1986.

BENTHAM, J. Principles of Morals and Legislation. **Socialsciences**, 1781. Disponível em: <<https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/bentham/morals.pdf>>. Acesso em: 28 fevereiro 2019.

BLUMER, P. Por que ainda recomendamos o consumo de leite? **Drauziovarella.uol.com**, s.d. Disponível em: <<https://drauziovarella.uol.com.br/alimentacao/por-que-ainda-indicamos-o-leite/>>. Acesso em: 26 fevereiro 2019.

BNDES. Produção leiteira no Brasil. **Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social**, s.d. Disponível em: <[https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/1514/1/A%20mar37\\_09\\_Produ%C3%A7%C3%A3o%20leiteira%20no%20Brasil\\_P.pdf](https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/bitstream/1408/1514/1/A%20mar37_09_Produ%C3%A7%C3%A3o%20leiteira%20no%20Brasil_P.pdf)>. Acesso em: 30 janeiro 2019.

BOURDIEU, P. **Os usos sociais da ciência. Por uma sociologia clínica do campo científico**. São Paulo: Unesp, 2003.

BRANDÃO, E. P. Conceito de Comunicação Pública. In: DUARTE, J. ( . ). **Comunicação Pública: Estado, Mercado, Sociedade e Interesse Público**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009. p. 1-33.

BRASIL. Medida Provisória Nº 870, de 1º de janeiro de 2019. **Planalto.gov**, 2019. Disponível em: <[http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_Ato2019-2022/2019/Mpv/mpv870.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2019-2022/2019/Mpv/mpv870.htm)>. Acesso em: 27 fevereiro 2019.

CERTIFIED HUMANE. **Aproveite a demanda crescente dos consumidores e ganhe mercado**, s.d. Disponível em: <<https://certifiedhumanebrasil.org/por-que-certificar/>>. Acesso em: 12 fevereiro 2019.

CHABAD. Carne Casher, s.d. Disponível em: <[https://pt.chabad.org/library/article\\_cdo/aid/667123/jewish/Carne-Casher.htm](https://pt.chabad.org/library/article_cdo/aid/667123/jewish/Carne-Casher.htm)>. Acesso em: 05 fevereiro 2019.

CONSEA. Segurança Alimentar e Nutricional e Soberania Alimentar. **Planalto.gov**, 2017. Disponível em: <<http://www4.planalto.gov.br/consea/aceso-a-informacao/institucional/conceitos>>. Acesso em: 27 fevereiro 2019.

COWSPIRACY: O Segredo da Sustentabilidade. Direção: Kip Andersen ANDERSEN e Keegan KUHN. [S.l.]: [s.n.]. 2014.

DANTAS, B. S. **O Cinema Animalista: a imagem em/no movimento pelos animais**. Campinas: Universidade Estadual de Campinas, 2014.

DEFINITION of veganism. **The Vegan Society**, s.d. Disponível em: <<https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>>. Acesso em: 14 fevereiro 2019.

DERRIDA, J. **O animal que logo sou**. Tradução de Fábio LANDA. São Paulo: UNESP, 2002.

DESCARTES, R. Discurso del método. **Dominiopublico.gov**, 1637. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/bk000197.pdf>>. Acesso em: 28 fevereiro 2019.

DOMINION. Direção: Chris DELFORCE. [S.l.]: [s.n.]. 2018.

DOVE. Dove ganha o selo cruelty-free da PETA, s.d. Disponível em: <<https://www.dove.com/br/historias-Dove/sobre-Dove/no-animal-testing.html>>. Acesso em: 12 fevereiro 2019.

DUSSEL, E. **Filosofia da Libertação. Crítica à ideologia da exclusão**. São Paulo: Paulus, 1995.

EARTHLINGS. Direção: Shaun MONSON. [S.l.]: [s.n.]. 2005.

ECUADOR. Constitución de la República del Ecuador. **OAS.org**, 2008. Disponível em: <[https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp\\_ecu-int-text-const.pdf](https://www.oas.org/juridico/mla/sp/ecu/sp_ecu-int-text-const.pdf)>. Acesso em: 28 fevereiro 2019.

- EMBRAPA. Melhoramento genético. **Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária**, s.d. Disponível em: <<http://www.agencia.cnptia.embrapa.br/gestor/coco/arvore/CONT000gl5m652b02wx5ok0xkgyq5dmanf8w.html>>. Acesso em: 30 janeiro 2019.
- ENDE, S. Natureza e Proteção aos Animais. **Chabad**, s.d. Disponível em: <[https://pt.chabad.org/library/article\\_cdo/aid/2252654/jewish/Natureza-e-Proteo-aos-Animais.htm](https://pt.chabad.org/library/article_cdo/aid/2252654/jewish/Natureza-e-Proteo-aos-Animais.htm)>. Acesso em: 04 fevereiro 2019.
- FAPESP. Pesquisa avalia emissão de metano por bovinos, 2015. Disponível em: <<http://agencia.fapesp.br/pesquisa-avalia-emissao-de-metano-por-bovinos/20673/>>. Acesso em: 08 fevereiro 2019.
- FAUTH, J. D. A. A natureza jurídica dos animais: rompendo com a tradição antropocêntrica. **Âmbito Jurídico**, s.d. Disponível em: <[http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n\\_link=revista\\_artigos\\_leitura&artigo\\_id=16684#\\_ftn13](http://www.ambito-juridico.com.br/site/?n_link=revista_artigos_leitura&artigo_id=16684#_ftn13)>. Acesso em: 6 março 2019.
- FELIPE, S. T. Abolicionismo: igualdade sem discriminação. **Revista Brasileira de Direito Animal**, 3, 2008.
- FIGUEIREDO, K. A. **Comunicação Pública e Assistência Social**: conexão entre os direitos humanos e a democracia. São Paulo: Biografia, 2018.
- FLICK, U. **Qualidade da pesquisa qualitativa**. Tradução de Roberto Cataldo Costa. Porto Alegre: Artmed, 2009. 196 p.
- FOUCAULT, M. **Vigiar e punir**: nascimento da prisão. Tradução de Raquel Ramallete. 40a. ed. Petrópolis: Vozes, 2012. 291 p.
- FRANCIONE, G. L. **Introdução aos Direitos Animais**. Tradução de Regina Rheda. Campinas: Unicamp, 2013.
- FREIRE, P. **Pedagogia do Oprimido**. 60. ed. Rio de Janeiro: Paz & Terra, 2016.
- GERALDES, E. C. Política de comunicação nas organizações: a terceira esfera. In: RENAULT, D. (. **Muito além dos meios**: comunicação organizacional, desafios e interfaces. Brasília: UnB, 2014. p. 129-138.
- GERALDES, E. et al. **Um Grito no Ar – Comunicação e Criminalização dos Movimentos Sociais**. Brasília: FAC Livros, 2017.
- GLASS Walls. Produção: PETA. Intérpretes: Paul McCartney. [S.l.]: [s.n.]. 2007.
- GUIMARÃES, S. Todas as opressões estão conectadas. Veganismo é uma extensão lógica da luta anti-opressão. **Sul21**, 2018. Disponível em: <<https://www.sul21.com.br/ultimas->

noticias/geral/2018/04/todas-as-opressoes-estao-conectadas-veganismo-e-uma-extensao-logica-da-luta-anti-opressao/>. Acesso em: 15 fevereiro 2019.

GUZMÁN, M. J. P. Diversidad alimenticia segun las prescripciones religiosas: cuestiones juridicas. **Ilu. Revista de Ciencias de las Religiones**, Madrid, 23, 2018.

HFAC. Você sabe como o peru de Natal foi criado até chegar à sua mesa? **Certified Humane Brasil**, s.d. Disponível em: <<https://certifiedhumanebrasil.org/bem-estar-animal-e-como-deveria-ser-a-producao-para-festas-de-fim-de-ano/>>. Acesso em: 04 fevereiro 2019.

HITCHENS, C. Repensando A revolução dos bichos. In: ORWELL, G. **A Revolução dos Bichos**. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

IAC. Cultura do gergelim. **Instituto Agrônomo do Estado de São Paulo**, s.d. Disponível em: <<http://www.iac.sp.gov.br/cultivares/inicio/Folders%5CGergelim%5CIAC Ouro.htm>>. Acesso em: 27 fevereiro 2019.

IBGE. Em 2017, cresce abate de bovinos e suínos, mas cai o de frangos, 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/20523-em-2017-cresce-abate-de-bovinos-e-suinos-mas-cai-o-de-frangos>>. Acesso em: 08 fevereiro 2019.

IBGE. PPM 2017: Rebanho bovino predomina no Centro-Oeste e Mato Grosso lidera entre os estados, 2018. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/22648-ppm-2017-rebanho-bovino-predomina-no-centro-oeste-e-mato-grosso-lidera-entre-os-estados>>. Acesso em: 08 fevereiro 2019.

IBOBE. Pesquisa de Opinião Pública Sobre Vegetarianismo. **SVB**, 2018. Disponível em: <[http://www.svb.org.br/images/Documentos/JOB\\_0416\\_VEGETARIANISMO.pdf](http://www.svb.org.br/images/Documentos/JOB_0416_VEGETARIANISMO.pdf)>. Acesso em: 12 fevereiro 2019.

INTERVOZES. Quem Controla a Mídia no Brasil. **Brazil.mom**, 2018. Disponível em: <<https://brazil.mom-rsf.org/br/>>. Acesso em: 27 fevereiro 2019.

JOY, M. **Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows**. [S.l.]: Conari Press, 2009.

KANT, I. Fundamentação da Metafísica dos Costumes. **UFPR**, 1785. Disponível em: <[https://ufpr.cleveron.com.br/arquivos/ET\\_434/kant\\_metafisica\\_costumes.pdf](https://ufpr.cleveron.com.br/arquivos/ET_434/kant_metafisica_costumes.pdf)>. Acesso em: 28 fevereiro 2019.

KARDEC, A. **A Gênese**. Tradução de guillon RIBEIRO. Brasília: FEB, 2013.

KO, A.; KO, S. **Aphro-ism: Essays on Pop Culture, Feminism, and Black Veganism From Two Sisters**. New York: Lantern Books, 2017.

KUNSCH, M. M. K. Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada. 5. ed. São Paulo: Summus Editorial, 2003.

LAPPÉ, F. M. **Diet for a Small Planet**. 10. ed. New York: Ballantine Books, 1981.

LEONEL JR, G. **Direito à Agroecologia: a viabilidade e os entraves de uma prática agrícola sustentável**. Curitiba: Prismas, 2016.

LIMA, L. G. **Direito à comunicação e infância no Brasil: mudanças, conquistas e desafios**. Brasília: Universidade de Brasília, 2018.

LLOSA, M. V. **A tentação do impossível. Victor Hugo e Os Miseráveis**. Rio de Janeiro: Alfaguara, 2012.

LYRA FILHO, R. **O que é Direito**. 21a.. ed. São Paulo: Brasiliense, 2012.

MACHADO, L. Exportação de animais vivos para abate dispara e vira alvo de batalhas na Justiça no Brasil. **BBC**, 2018. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-43116666>>. Acesso em: 04 fevereiro 2019.

MANU Dharma Shastras, s.d. Disponível em: <<http://www.shri-yoga-devi.org/textos/Leyes-de-Manu.pdf>>. Acesso em: 10 fevereiro 2019.

MCDUGALL, J. The American Heart Association Continues to Harm the Public. **Drmcdougall.com**, 2002. Disponível em: <<https://www.drmcdougall.com/misc/2002nl/nov/021100letter.htm>>. Acesso em: 26 fevereiro 2019.

MELUCCI, A. **A invenção do presente: movimentos sociais nas sociedades complexas**. Petrópolis: Vozes, 1991.

MÉNDEZ, A. Nuevas culturas y estéticas en la Sociedad Red: cibercultura contra el especismo. **Instituto de Investigaciones Gino Germani**, Buenos Aires, 2015.

MÉNDEZ, A. La emergencia de nuevos imaginarios socio-ambientales. Críticas y alternativas al especismo institucionalizado. **Apuntes de Investigación del CECYP**, Buenos Aires, 2016. 159-185.

NAÇÃO Fast Food. Direção: Richard LINKLATER. [S.l.]: [s.n.]. 2006.

NAVARRO, A. Nuevas arenas de disputa por el sentido: discursos veganos y omnívoros en relación al habitus alimentario. **Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales**, Buenos Aires, 2013.

NAVARRO, A. Carnismo y educación especista: redes de significaciones en las representaciones sociales que estructuran el especismo antropocéntrico en Argentina. **Revista Latinoamericana de Estudios Críticos Animales**, Buenos Aires, maio 2016.

NAVARRO, A. X. C. **Representaciones e identidades del discurso especista: el caso de la carne vacuna y sus derivados en la Argentina (2000-2012)**. Buenos Aires: Universidad Nacional de La Plata, 2016.

NEGRINI, V. **Comunicação Pública e Efetividade da Justiça: Uma análise dos processos comunicacionais nos Juizados Especiais Cíveis do Distrito Federal**. UnB. Brasília. 2017.

NEGRINI, V.; GERALDES, E.; SOUSA, J. Comunicação e democracia: o impacto da cobertura televisiva nas manifestações de março no Brasil. In: SOUSA JR, J. G.; AL., E. **O Direito Achado na Rua: Introdução Crítica ao Direito à Comunicação e à Informação**. Brasília: [s.n.], v. 8, 2017.

NIELSEN. ¿Qué hay en nuestra comida y nuestra mente? **The Nielsen Company**, 2016. Disponível em: <<https://www.nielsen.com/content/dam/niensenglobal/eu/docs/pdf/nielsen-global-ingredient-and-out-of-home-dining-trends-report-germany.pdf>>. Acesso em: 5 março 2019.

OKJA. Direção: Bong JOON-HO. [S.l.]: [s.n.]. 2017.

ORWELL, G. **A Revolução dos Bichos**: um conto de fadas. Tradução de Heitor Aquino FERREIRA. São Paulo: Companhia das Letras, 2007.

PINTO NETO, G. M. Entre Ocupar e Invadir: a disputa midiática sobre o Direito. In: SOUSA JR, J. G., et al. **O Direito Achado na Rua - Introdução Crítica ao Direito à Comunicação e à Informação**. Brasília: FAC-UnB, v. 8, 2017. p. 396-414.

PLUTARCO. **Acerca de comer carne; Los animales utilizan la razón**. Palma de Mallorca: [s.n.], 2008.

PORFIRIO. **Sobre la abstinencia**. Tradução de Miguel Periago Lorente. [S.l.]: ESPA Ebook, 2016.

PRATES, C. et al. A fortuna crítica de O Direito Achado na Rua: História e Desenvolvimento. In: SOUSA JR, J. G. D. (. ). **O Direito Achado na Rua: Concepção e Prática**. Rio de Janeiro: Lumen Juris, 2015. p. 101 - 149.

RICARDO, C. Sala de espera. In: RICARDO, C. **Poesias completas**. Rio de Janeiro: J. Olympio, 1957. p. 263-26.

ROSSI, T. D. J. N. **Redes sociais e ciberativismo: Motivações, expectativas e esperança**. Rio de Janeiro: PUC-RJ, 2017.

ROUSSEAU, J.-J. Discurso sobre a origem e os fundamentos da desigualdade entre os homens. **Dominiopublico.gov**, 1775. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/cv000053.pdf>>. Acesso em: 28 fevereiro 2019.

SALT, H. Benestaristas e abolicionistas. **Revista Brasileira de Direito Animal**, Salvador, 5, 2010.

SANTOS, B. D. S. **O discurso e o poder**: ensaio sobre a sociologia da retórica jurídica. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 1988. 115 p.

SANTOS, B. D. S. **A gramática do tempo**. 2. ed. São Paulo: Cortez, 2008. 511 p.

SEBRAE-SP. Pesquisa Setor/Segmento Agropecuário de Leite. **Sebrae**, 2016. Disponível em: <<http://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SP/Pesquisas/Agropecuaria%20de%20Leite.pdf>>. Acesso em: 27 fevereiro 2019.

SELISTRE, A. V. A verdade sobre a exportação de Gado Vivo. **BeefPoint**, 2018. Disponível em: <<https://www.beefpoint.com.br/a-verdade-sobre-a-exportacao-de-gado-vivo-por-alexandre-valente-selistre/>>. Acesso em: 02 março 2019.

SILVA, E. R. A. D. O vídeo institucional na comunicação organizacional: modelos e possibilidades. In: RENAULT, D. (. **Muito além dos meios**: comunicação organizacional, desafios e interfaces. Brasília: UnB, 2014.

SINGER, P. **Libertação Animal**. Tradução de Marly WINCKLER e Marcelo Brandão CIPOLLA. São Paulo: WMF Martins Fontes, 2013.

SOUSA JR, J. G. D. **A vida é um cão cheio de perigos. Petição à Secretaria de Infra-Estrutura e Obra do GDF**. Brasília: [s.n.], 2006.

SOUSA JR, J. G. D. Concepção e prática do O Direito Achado na Rua: plataforma para um Direito Emancipatório. **Cadernos Ibero-Americanos de Direito Sanitário**, Brasília, 2017.

SOUSA JR, J. G. D. **Depoimento concedido à autora**. Brasília: [s.n.], 2019.

SOUSA JUNIOR, J. G. D. **Direito como Liberdade - O Direito Achado na Rua**. Porto Alegre: Sergio Antonio Fabris Editor, 2011.

SOUZA, C. C. D. **#Govegan: Veganismo, vegetarianismo e dever moral nos enquadramentos da mobilização pelos direitos animais no Brasil**. Curitiba: UFPR, 2016.

SUBIRATS, J. Análisis de políticas públicas y eficacia de la administración. **Intituto Nacional de Administracion Pública**, Madrid, 1992. Disponível em: <<http://www.inap.org.mx/portal/images/RAP/analisis%20de%20politicasy%20publicasy%20eficacia%20de%20la%20admin.pdf>>. Acesso em: 1 dezembro 2016.

TACO. Tabela Brasileira de Composição de Alimentos. **Conselho Federal de Nutricionistas**, 2011. Disponível em: <[http://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2017/03/taco\\_4\\_edicao\\_ampliada\\_e\\_revisada.pdf](http://www.cfn.org.br/wp-content/uploads/2017/03/taco_4_edicao_ampliada_e_revisada.pdf)>. Acesso em: 26 fevereiro 2019.

TARROW, S. **O poder em movimento**: movimentos sociais e confronto político. Petrópolis: Vozes, 2009.

TAYLOR, S. **Beasts of Burden: Animal and Disability Liberation**. New York: New Press, 2017.

TIRUKKURAI, s.d. Disponível em:

<[https://www.projectmadurai.org/pm\\_etexts/pdf/pm0153.pdf](https://www.projectmadurai.org/pm_etexts/pdf/pm0153.pdf)>. Acesso em: 10 fevereiro 2019.

TOPEL, M. F. As leis dietéticas judaicas: um prato cheio para a antropologia. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, 2003.

TORQUATO, G. **Tratado de Comunicação Organizacional e Política**. 2a. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

TOURAINÉ, A. **The voice and the eye – an analysis of social movements**. Cambridge: Cambridge Univ. Press, 1981.

VATICANO. Catequismo da Igreja Católica, s.d. Disponível em:

<[http://www.vatican.va/archive/ccc/index\\_po.htm](http://www.vatican.va/archive/ccc/index_po.htm)>. Acesso em: 09 fevereiro 2019.

VATICANO. Códigos de Direito Canônico, s.d. Disponível em:

<[http://www.vatican.va/archive/cdc/index\\_po.htm](http://www.vatican.va/archive/cdc/index_po.htm)>. Acesso em: 10 fevereiro 2019.

VISTA-SE. Pago pela pecuária, Drauzio Varella dá palestras pelo Brasil para incentivar o consumo de leite. **Portal Vista-se**, 2017. Disponível em: <<https://www.vista-se.com.br/pago-pela-pecuaria-drauzio-varella-da-palestras-pelo-brasil-para-incentivar-o-consumo-de-leite/>>. Acesso em: 26 fevereiro 2019.

VISTA-SE. PETA concede selo ‘cruelty free’ para produtos da Dove, marca que pertence à empresa Unilever. **Vista-se**, 2018. Disponível em: <<https://www.vista-se.com.br/peta-concede-selo-cruelty-free-para-produtos-da-dove-marca-que-pertence-a-empresa-unilever/>>. Acesso em: 12 fevereiro 2019.

WHAT the health. Direção: Kip ANDERSEN e Keegan KUHN. [S.l.]: [s.n.]. 2017.

WHITE, E. Ellen G. White’s Writings, s.d. Disponível em:

<<https://egwwritings.org/?searchform=book>>. Acesso em: 04 fevereiro 2019.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. 10. ed. Lisboa: Editorial Presença, 2009.

WOLTON, D. **Informar não é comunicar**. Porto Alegre: Sulina, 2011.

ZEMOR, P. **La Communication Publique**. Tradução de Elizabeth BRANDÃO. Paris: PUF, 1995. Disponível em

<https://comunicacaopublicaufes.files.wordpress.com/2011/12/comunicacaopublica-pierrezemor-traducao.pdf>.

## APÊNDICE I

### DESEMPENHO NO FACEBOOK<sup>144</sup>

**Quadro 28 - Frequência e engajamento de publicações da SVB no Facebook.**

<b>SVB</b>	<b>Frequência</b>	<b>Engajamento</b>	<b>Média</b>
Cotidiano (C)	14	1525	109
Empatia (E)	9	1195	133
Choque (H)	1	408	408
Institucional (I)	56	4618	82
Negociação (N)	14	1612	115
Celebridade (S)	6	1036	173
Total	100	10394	104

**Fonte: Elaboração própria.**

**Quadro 29 - Frequência e engajamento de publicações da ANDA no Facebook.**

<b>ANDA</b>	<b>Frequência</b>	<b>Engajamento</b>	<b>Média</b>
Cotidiano (C)	6	1494	249
Empatia (E)	27	3120	116
Choque (H)	32	6528	204
Institucional (I)	1	178	178
Negociação (N)	6	109	18
Celebridade (S)	15	6983	466
Política (P)	13	2425	187
Total	100	20837	208

**Fonte: Elaboração própria.**

---

<sup>144</sup> Levantamos feito no dia 17/02/2019. Foram analisadas as últimas 100 postagens de cada página.

**Quadro 30 - Frequência e engajamento de publicações do Vista-se no Facebook.**

Vista-se	Frequência	Engajamento	Média
Cotidiano (C)	37	16260	439
Empatia (E)	3	6092	2031
Choque (H)	11	5321	484
Institucional (I)	1	2239	2239
Negociação (N)	5	2054	411
Celebridade (S)	33	27040	819
Política (P)	10	4690	469
Total	100	63696	637

Fonte: Elaboração própria.

**Quadro 31 – Visão geral no Facebook da SVB, ANDA e Vista-se.**

FACEBOOK <sup>145</sup>	SVB <sup>146</sup>	ANDA <sup>147</sup>	VISTA-SE <sup>148</sup>
Curtidas na página	165 mil	149 mil	109 mil
Visão global	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ótimo tempo de resposta.</li> <li>Interage com outras páginas do Facebook.</li> <li>Responde a maioria dos comentários.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não interage com outras páginas.</li> <li>Os seguidores não podem postar.</li> <li>Deve melhorar a frequência de postagem.</li> <li>Não usa os eventos do Facebook.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Não interage com outras páginas.</li> <li>Os seguidores não podem postar conteúdo.</li> <li>Boa mistura de diferentes tipos de conteúdo.</li> <li>Publica a uma excelente taxa.</li> </ul>
Sobre	70% Pode melhorar as informações que fornece.	79% Bom trabalho em fornecer informações.	37% Pode melhorar as informações que fornece.
Pessoas falando sobre isso <sup>149</sup>	4,664	11,778	9,555
Índice de comprometimento <sup>150</sup>	3%	8%	9%

Fonte: Elaboração própria.

<sup>145</sup> Levantamento realizado no dia 16/02/2019, com a ferramenta <https://likealyzer.com>.

<sup>146</sup> <https://www.facebook.com/SociedadeVegetarianaBrasileira/>

<sup>147</sup> <https://www.facebook.com/ANDAnews/>

<sup>148</sup> <https://www.facebook.com/vistase/>

<sup>149</sup> Pessoas falando sobre isso (PTAT). Mede quantas pessoas interagiram com uma página nos últimos sete dias.

<sup>150</sup> A taxa de engajamento é calculada dividindo o PTAT (pessoas falando sobre isso) pelo número total de curtidas da página.

## APÊNDICE II

### DESEMPENHO NO INSTAGRAM<sup>151</sup>

**Quadro 32 - Frequência e engajamento de publicações da SVB no Instagram.**

<b>SVB</b>	<b>Frequência</b>	<b>Engajamento</b>	<b>Média</b>
Cotidiano (C)	17	65917	3877
Empatia (E)	18	93582	5199
Choque (H)	1	16747	16747
Institucional (I)	47	83886	1785
Negociação (N)	10	38279	3828
Celebridade (S)	7	51056	7294
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>349467</b>	<b>3495</b>

Fonte: Elaboração própria.

**Quadro 33 - Frequência e engajamento de publicações da ANDA no Instagram.**

<b>ANDA</b>	<b>Frequência</b>	<b>Engajamento</b>	<b>Média</b>
Cotidiano (C)	10	4494	449
Empatia (E)	20	13199	660
Choque (H)	17	11359	668
Institucional (I)	10	1216	122
Negociação (N)	11	7171	652
Celebridade (S)	13	6260	482
Política (P)	8	4261	533
<b>Total</b>	<b>89</b>	<b>47960</b>	<b>539</b>

Fonte: Elaboração própria.

---

<sup>151</sup> Levantamos feito no dia 17/02/2019. Foram analisadas as últimas 100 postagens de cada página.

**Quadro 34 - Frequência e engajamento de publicações do Vista-se no Instagram.**

<b>Vista-se</b>	<b>Frequência</b>	<b>Engajamento</b>	<b>Média</b>
Cotidiano (C)	37	53176	1437
Empatia (E)	2	9138	4569
Choque (H)	14	26024	1859
Institucional (I)	1	779	779
Negociação (N)	6	12455	2076
Celebridade (S)	32	104495	3265
Política (P)	8	13014	1627
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>219081</b>	<b>2191</b>

**Fonte: Elaboração própria.**

### APÊNDICE III

## VISTA-SE EM GRUPOS DE VEGANOS/VEGETARIANOS NO FACEBOOK<sup>152</sup>

**Quadro 35 - Conteúdo do Vista-se no grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil (2018, 2017 e 2016)**

VISTA-SE									
VEGetariANOS Iniciantes Brasil									
CATEGORIA	2018			2017			2016		
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Choque (H)	4	93	23	2	65	33	7	57	8
Negociação (N)	5	66	13	6	99	17	15	157	10
Política (P)	7	218	31	0	0	0	2	6	3
Cotidiano (C)	18	630	35	16	533	33	35	589	17
Celebridade (S)	5	234	47	7	361	52	11	288	26
<b>Total</b>	<b>39</b>	<b>1241</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	<b>1058</b>	<b>34</b>	<b>70</b>	<b>1097</b>	<b>16</b>

Fonte: Elaboração própria.

**Quadro 36 - Conteúdo do Vista-se no grupo Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016)**

VISTA-SE									
Veganos (as) e Vegetarianos (as) - Brasília									
CATEGORIA	2018			2017			2016		
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.
Empatia (E)	0	0		2	4	2	1	4	4
Choque (H)	1	3	3	1	7	7	1	9	9
Negociação (N)	1	3	3	4	44	11	8	196	25
Política (P) <sup>153</sup>	13	386	30	1	16	16	1	13	13
Cotidiano (C)	2	123	62	11	139	13	12	215	18
Celebridade (S)	1	3	3	6	94	16	7	212	30
<b>Total</b>	<b>18</b>	<b>518</b>	<b>29</b>	<b>25</b>	<b>304</b>	<b>12</b>	<b>30</b>	<b>649</b>	<b>22</b>

Fonte: Elaboração própria.

<sup>152</sup> O levantamento foi realizado no dia 7/02/2019 nos grupos nos grupos VEGetariANOS Iniciantes Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília, no Facebook. A busca de conteúdo foi feita pelo termo “Vista-se”.

<sup>153</sup> Foi deduzido deste grupo o maior valor encontrado para todas as postagens do Vista-se (191 curtidas).

**Quadro 37 - Conteúdo do Vista-se nos grupos VEGetarianOS Iniciais Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016)**

<b>VISTA-SE</b>										
<b>VEGetarianOS Iniciais Brasil + Veganos (as) e Vegetarianos (as) - Brasília</b>										
<b>CATEGORIA</b>	<b>2018</b>			<b>2017</b>			<b>2016</b>			<b>Todos</b>
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	2	4	2	1	4	4	3
Choque (H)	5	96	19	3	72	24	8	66	8	15
Negociação (N)	6	69	12	10	143	14	23	353	15	14
Política (P)	20	604	30	1	16	16	3	19	6	27
Cotidiano (C)	20	753	38	27	672	25	47	804	17	24
Celebridade (S)	6	237	40	13	455	35	18	500	28	32
<b>Total</b>	<b>57</b>	<b>1759</b>	<b>31</b>	<b>56</b>	<b>1362</b>	<b>24</b>	<b>100</b>	<b>1746</b>	<b>17</b>	

Fonte: Elaboração própria.

APÊNDICE IV

**SVB EM GRUPOS DE VEGANOS/VEGETARIANOS NO FACEBOOK<sup>154</sup>**

**Quadro 38 - Conteúdo da SVB no grupo VEGETARIANOS Iniciantes Brasil (2018, 2017 e 2016)**

SVB									
VEGETARIANOS Iniciantes Brasil									
CATEGORIA	2018			2017			2016		
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Choque (H)	0	0	0	0	0	0	1	10	10
Negociação (N)	3	30	10	0	0	0	3	7	2
Política (P)	1	14	14	0	0	0	0	0	0
Cotidiano (C)	3	28	9	3	41	14	3	4	1
Celebridade (S)	2	14	7	0	0	0	0	0	0
Institucional (I)	1	14	14	2	4	2	2	2	1
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>143</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>47</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>23</b>	<b>3</b>

Fonte: Elaboração própria.

<sup>154</sup> O levantamento foi realizado no dia 7/02/2019 nos grupos nos grupos VEGETARIANOS Iniciantes Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília, no Facebook. A busca de conteúdo foi feita pelos termos “SVB” e “Sociedade Vegetariana Brasileira”. Somente foram considerados conteúdo da SVB nacional. No grupo Vegetarianos (as) – Brasília, foram encontradas 15 publicações de 2018 e 12 de 2017, da SVB Brasília, as quais portanto, não foram analisadas.

**Quadro 39 - Conteúdo da SVB no grupo Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016)**

SVB									
Veganos (as) e Vegetarianos (as) - Brasília									
CATEGORIA	2018			2017			2016		
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Choque (H)	2	7	4	0	0	0	0	0	0
Negociação (N)	3	2	1	2	4	2	0	0	0
Política (P)	3	28	9	0	0	0	0	0	0
Cotidiano (C)	1	2	2	2	12	6	4	7	2
Celebridade (S)	2	8	4	0	0	0	0	0	0
Institucional (I) <sup>155</sup>	0	0	0	7	8	1	0	0	0
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>47</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>24</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>7</b>	<b>2</b>

Fonte: Elaboração própria.

**Quadro 40 - Conteúdo da SVB nos grupos VEGetariANOS Iniciantes Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016)**

SVB										
VEGetariANOS Iniciantes Brasil + Veganos (as) e Vegetarianos (as) - Brasília										
CATEGORIA	2018			2017			2016			Todos
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Choque (H)	2	7	4	0	0	0	1	10	10	6
Negociação (N)	6	32	5	2	4	2	3	7	2	4
Política (P)	4	42	11	0	0	0	0	0	0	11
Cotidiano (C)	4	30	8	5	53	11	7	11	2	6
Celebridade (S)	4	22	6	0	0	0	0	0	0	6
Institucional (I)	1	14	14	9	12	1	2	2	1	2
<b>Total</b>	<b>23</b>	<b>190</b>	<b>8</b>	<b>17</b>	<b>71</b>	<b>4</b>	<b>13</b>	<b>30</b>	<b>2</b>	

Fonte: Elaboração própria.

<sup>155</sup> Foi deduzido deste grupo o maior valor encontrado para todas as postagens da SVB (51 curtidas).

APÊNDICE V

**ANDA EM GRUPOS DE VEGANOS/VEGETARIANOS NO FACEBOOK<sup>156</sup>**

**Quadro 41 - Conteúdo da ANDA no grupo VEGetariANOS Iniciantes Brasil (2018, 2017 e 2016)**

ANDA									
VEGetariANOS Iniciantes Brasil									
CATEGORIA	2018			2017			2016		
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	0	0	0	1	21	21
Choque (H)	5	516	103	1	16	16	1	7	7
Negociação (N)	2	98	49	5	30	6	3	108	36
Política (P)	0	0	0	0	0	0	1	78	78
Cotidiano (C)	3	125	42	0	0	0	0	0	0
Celebridade (S) <sup>157</sup>	1	2	2	1	11	11	2	69	35
Institucional (I)	0	0	0	0	0	0	1	2	2
<b>Total</b>	<b>11</b>	<b>741</b>	<b>67</b>	<b>7</b>	<b>57</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>285</b>	<b>32</b>

Fonte: Elaboração própria.

<sup>156</sup> O levantamento foi realizado no dia 7/02/2019 nos grupos nos grupos VEGetariANOS Iniciantes Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília, no Facebook. A busca de conteúdo foi feita pelo termo “ANDA Agência”.

<sup>157</sup> Foi deduzido deste grupo o maior valor encontrado para todas as postagens da ANDA (1017 curtidas).

**Quadro 42 - Conteúdo da ANDA no grupo Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016)**

<b>ANDA</b>									
<b>Veganos (as) e Vegetarianos (as) - Brasília</b>									
<b>CATEGORIA</b>	<b>2018</b>			<b>2017</b>			<b>2016</b>		
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	1	0	0	4	6	2
Choque (H)	2	10	5	1	0	0	3	149	50
Negociação (N)	0	0	0	3	11	4	5	164	33
Política (P)	0	0	0	0	0	0	2	28	14
Cotidiano (C)	1	94	94	0	0	0	3	40	13
Celebridade (S)	0	0	0	1	17	17	1	21	21
Institucional (I)	1	27	27	1	66	66	0	0	0
<b>Total</b>	<b>4</b>	<b>131</b>	<b>33</b>	<b>7</b>	<b>94</b>	<b>13</b>	<b>18</b>	<b>408</b>	<b>23</b>

Fonte: Elaboração própria.

**Quadro 43 - Conteúdo da ANDA nos grupos VEGetariANOS Iniciais Brasil e Veganos (as) e Vegetarianos (as) – Brasília (2018, 2017 e 2016)**

<b>ANDA</b>										
<b>VEGetariANOS Iniciais Brasil + Veganos (as) e Vegetarianos (as) - Brasília</b>										
<b>CATEGORIA</b>	<b>2018</b>			<b>2017</b>			<b>2016</b>			<b>Todos</b>
	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Freq.	Eng.	Med.	Med.
Empatia (E)	0	0	0	1	0	0	5	27	5	5
Choque (H)	7	526	75	2	16	8	4	156	39	54
Negociação (N)	2	98	49	8	41	5	8	272	34	23
Política (P)	0	0	0	0	0	0	3	106	35	35
Cotidiano (C)	4	219	55	0	0	0	3	40	13	37
Celebridade (S)	1	2	2	2	28	14	3	90	30	20
Institucional (I)	1	27	27	1	66	66	1	2	2	32
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>872</b>	<b>58</b>	<b>14</b>	<b>151</b>	<b>11</b>	<b>27</b>	<b>693</b>	<b>26</b>	

Fonte: Elaboração própria.

## ANEXO I

## LISTA DE MATÉRIAS ANALISADAS

## "Fábio Chaves" and "Vista-se"

Quadro 44 - Categorização das matérias analisada do Vista-se

<b>Título / Veículo / Data</b>	<b>Categoria</b>	<b>Tipo mídia</b>
1. <u>BBB19: Militantes criticam Globo por apelidar Hana de 'vegana de ... Notícias da TV (liberação de imprensa)-16 de jan de 2019</u>	S	Nacional
2. <u>Se a morte do cão do Carrefour te chocou, tenho uma proposta ... Veja São Paulo-7 de dez de 2018</u>	H	Nacional
3. <u>Cantor famoso é acusado de maus tratos a animais e vem à público ... TV Foco (Blogue)-22 de nov de 2018</u>	S	Blog
4. <u>Bahia 'branca', grávida bêbada, galinha maltratada, incesto: As ... Observatório da Televisão (Blogue)-9 de nov de 2018</u>	H	Blog
5. <u>Globo é acusada de maltratar animais em cenas de Segundo Sol Antena Crítica (liberação de imprensa) (Blogue)-30 de out de 2018</u>	S	Blog
6. <u>Globo é acusada de maltratar animais em cenas de Segundo Sol Observatório da Televisão (Blogue)-30 de out de 2018</u>	S	Blog
7. <u>Ativista detona a Globo após cenas polêmicas com galinha em ... Boa Informação-30 de out de 2018</u>	S	Blog
8. <u>Ativista detona a Globo após cenas polêmicas com galinha em ... Observatório da Televisão (Blogue)-30 de out de 2018</u>	S	Blog
9. <u>Globo é acusada de maltratar animais em cena polêmica de Segundo ... Notícias da TV (liberação de imprensa)-30 de out de 2018</u>	S	Nacional
10. <u>1ª Feira Vegana de Cuiabá terá comida, palestras e até tatuagem MinutoMT (liberação de imprensa) (Blogue)-20 de out de 2018</u>	C	Regional
11. <u>TEDx Campinas divulga lista de palestrantes de sua 1ª edição ACidade ON (liberação de imprensa)-5 de mar de 2018</u>	C	Regional
12. <u>Felipe Neto posta ironia sobre veganos e é rebatido pela comunidade NE10-27 de dez de 2017</u>	S	Blog
13. <u>Campos do Jordão recebe maior evento vegetariano da América Latina Guiacampos.com - Campos do Jordão na Internet-14 de ago de 2017</u>	C	Regional
14. <u>Vegetarianos aproveitam Operação Carne Fraca para promover a causa Folha de S.Paulo-20 de mar de 2017</u>	N	Nacional
15. <u>Crescimento do veganismo desperta interesse do mercado CBN-2 de mar de 2017</u>	N	Nacional
16. <u>Matadouro da Bahia inicia abate de jumentos e mata 300 animais já ... Diário do Sertão (liberação de imprensa) (Blogue)-22 de jul de 2016</u>	H	Regional
17. <u>Sepultura: Derrick Green conta em vídeo porque se tornou vegetariano Whiplash.Net Rock e Heavy Metal-28 de mai de 2016</u>	S	Blog
18. <u>Saiba por que as pessoas se chocaram ao ver Rodrigo Hilbert ... Siga Mais-14 de mar de 2016</u>	S	Regional
19. <u>Derrick Green e Andre Matos: vocalistas falam sobre vegetarianismo e ... Whiplash.Net Rock e Heavy Metal-28 de jan de 2016</u>	S	Blog

<u>20. Dicas de lugares para comprar produtos sem nada de origem animal ... Siga Mais-9 de jan de 2016</u>	C	Regional
<u>21. Meu colega de trabalho falou que tinha “boi ralado” para o almoço e ... Siga Mais-11 de nov de 2015</u>	C	Regional
<u>22. Em breve, poderemos ter avisos em produtos à base de carne ... Siga Mais-27 de out de 2015</u>	N	Regional
<u>23. Entenda por que a instalação de um zoológico em Adamantina não é ... Siga Mais-15 de set de 2015</u>	H	Regional
<u>24. Arch Enemy: em novo álbum, banda critica testes em animais Whiplash! RockSite-10 de abr de 2012</u>	S	Blog
<u>25. Empresa Beagle Steak vai vender carne de cachorro no Brasil Gilmar Lopes (liberação de imprensa) (Blogue)-25 de ago de 2011</u>	C	Blog

**Fonte: Elaboração própria.**

**Legenda: Empatia (E); Choque (H); Negociação (N); Política (P); Cotidiano (C); Celebridade (S); Institucional (I).**

ANEXO II

LISTA DE MATÉRIAS ANALISADAS

“Sociedade Vegetariana Brasileira”

Quadro 45 - Categorização das matérias analisada da SVB

Título / Veículo / Data	Categoria	Tipo mídia
1. <u>SP faz parceria com Bela Gil por merendas vegetarianas nas escolas ... Hypeless (Blogue)-2 horas atrás</u>	S	Blog
2. <u>Tendências em hábitos de alimentação refletem no mercado de ... Brazil Beauty News-5 de fev de 2019</u>	N	Blog
3. <u>Merendas vegetarianas ganharão espaço na cidade de SP The Greenest Post (Blogue)-4 de fev de 2019</u>	C	Blog
4. <u>Festival debate veganismo e promove degustação de comida vegana ... JC Online-2 de fev de 2019</u>	I	Regional
5. <u>Festival Vegano é uma das atrações do Espaço Ciência neste sábado Entrevista VIP-1 de fev de 2019</u>	I	Regional
6. <u>Forró, rock e sertanejo animam fim de semana em João Pessoa OP9-1 de fev de 2019</u>	I	Regional
7. <u>Festival Vegano tem demonstrações culinárias, debates e feira de ... G1-1 de fev de 2019</u>	I	Nacional
8. <u>VegVerão, terceira edição de evento vegano acontece em João Pessoa Paraíba Online-30 de jan de 2019</u>	I	Regional
9. <u>Espaço Ciência abriga Festival Vegano neste sábado (02) Diário de Pernambuco-29 de jan de 2019</u>	I	Regional
10. <u>Opções veganas se multiplicam em BH e faturamento cresce até 10 ... Hoje em Dia-26 de jan de 2019</u>	C	Regional
11. <u>Guia vegetariano para crianças reúne orientações e receitas Catraca Livre-22 de jan de 2019</u>	C	Independente
12. <u>Guia alimentar vegetariano para crianças e bebês tem download grátis Hypeless (Blogue)-21 de jan de 2019</u>	C	Blog
13. <u>O Boticário começa a ter selo vegano em seus produtos O Progresso - Dourados-19 de jan de 2019</u>	C	Regional
14. <u>É possível criar uma criança vegana sem riscos? Saúde-16 de jan de 2019</u>	N	Nacional
15. <u>DEZ dicas para uma alimentação plant based: por Anna Garcia! Emais Estadão-14 de jan de 2019</u>	C	Nacional
16. <u>“Maionese vegana da Hellmann's é idêntica ou até melhor que a ... Gazeta do Povo-10 de jan de 2019</u>	C	Regional
17. <u>8 perfis de nutricionistas para seguir e equilibrar a alimentação Catraca Livre-2 de jan de 2019</u>	N	Independente
18. <u>Nutricionista monta ceia vegetariana completa e saborosa para o ... G1-23 de dez de 2018</u>	C	Nacional
19. <u>'Refrigerante natural' conquista o paladar belo-horizontino Sou BH (liberação de imprensa)-12 de dez de 2018</u>	C	Blog

<u>20. Número de vegetarianos salta e exige atenção das varejistas DCI-29 de nov de 2018</u>	N	Independente
<u>21. Natura incorpora campanha “Segunda Sem Carne” Consumidor Moderno (liberação de imprensa) (Blogue)-21 de nov de 2018</u>	C	Blog
<u>22. Hellmann’s lança versão Vegana CidadeMarketing (liberação de imprensa) (Blogue)-15 de nov de 2018</u>	C	Blog
<u>23. Feriado prolongado tem aula de yoga gratuita, feira vegana e adoção ... Gazeta do Povo-14 de nov de 2018</u>	I	Regional
<u>24. Programação diversificada marca final de semana no Novo Batel Paranashop (liberação de imprensa)-14 de nov de 2018</u>	I	Blog
<u>25. Hellmann's ganha versão vegana EXAME.com-13 de nov de 2018</u>	C	Nacional
<u>26. Hellmann's lança versão vegana Geek Publicitário (Blogue)-13 de nov de 2018</u>	C	Blog
<u>27. Natura decide cortar a carne do cardápio às segundas-feiras Cajamar Notícias (Blogue)-13 de nov de 2018</u>	C	Regional
<u>28. A onda de impactos do veganismo Portal O Taboanense-12 de nov de 2018</u>	N	Regional
<u>29. Curitiba recebe primeira feira voltada ao mundo saudável Paraná Portal-6 de nov de 2018</u>	I	Regional
<u>30. Natura adere ao movimento Segunda Sem Carne Portal do Jornal A Crítica de Campo Grande/MS-6 de nov de 2018</u>	C	Regional
<u>31. Ventura Shopping recebe “Vegan Day 2018” Bem Paraná-5 de nov de 2018</u>	I	Regional
<u>32. Programação do Veg Jampa 2018 tem palestras e oficinas culinária ... G1-1 de nov de 2018</u>	I	Nacional
<u>33. Manual: 5 passos para virar vegano Super-1 de nov de 2018</u>	C	Nacional
<u>34. Conheça a dieta Plant Based, baseada no consumo de alimentos ... Casa e Jardim-1 de nov de 2018</u>	C	Nacional
<u>35. Veganismo favorece crescimento de empreendedorismo em João ... G1-1 de nov de 2018</u>	N	Nacional
<u>36. Dia Mundial do Veganismo – 1º de novembro: 5 dicas para se tornar ... Sabor à Vida Gastronomia-30 de out de 2018</u>	C	Blog
<u>37. Como ler rótulos de alimentos a produtos de limpeza e saber o que é ... Gazeta do Povo-23 de out de 2018</u>	C	Regional
<u>38. Feira de produtos veganos oferece lanches, sobremesas e ... G1-19 de out de 2018</u>	I	Nacional
<u>39. #Agite! Confira opções de lazer para se divertir no fim de semanaDivirta-se DF (sátira) (liberação de imprensa) (Blogue)-19 de out de 2018</u>	I	Regional
<u>40. Entenda a diferença entre vegetariano e vegano RIC Mais Santa Catarina-18 de out de 2018</u>	C	Regional
<u>41. Feira BSB Vegan realiza sua 2ª edição neste fim de semana (20 e 21 ... Metrôpoles-17 de out de 2018</u>	I	Regional
<u>42. Meu filho virou vegetariano. E agora? Zero Hora-5 de out de 2018</u>	C	Regional
<u>43. É possível ser vegetariano ou vegano na periferia? Folha de S.Paulo-29 de set de 2018</u>	C	Nacional
<u>44. Vegetarianismo: tipos, como começar e receitas Minha Vida-26 de set de 2018</u>	C	Blog

<u>45. Tudo para você comer melhor e sem culpa Ativo.com (Blogue)-26 de set de 2018</u>	C	Blog
<u>46. Rio de Janeiro é incubadora para 5 startups que vão muito além da ... Terra-25 de set de 2018</u>	N	Nacional
<u>47. As 5 melhores fontes de proteína vegetal e seus benefícios Ativo.com (Blogue)-24 de set de 2018</u>	N	Blog
<u>48. Não deixe passar o Dia do Sorvete Folha de Pernambuco-23 de set de 2018</u>	I	Regional
<u>49. Conheça algumas marcas de slow beauty para seguir nas redes sociais Metrôpoles-21 de set de 2018</u>	C	Regional
<u>50. RMBH ganha casa especializada em cogumelos Diário do Comércio-18 de set de 2018</u>	C	Regional
<u>51. Conheça as duas bebidas veganas que o Starbucks lançou em todas ... Hypeless (Blogue)-5 de set de 2018</u>	C	Blog
<u>52. Califórnia proíbe venda de cosméticos testados em animais Gazeta do Povo-4 de set de 2018</u>	P	Regional
<u>53. Atriz americana lança grife com peças de materiais sintéticos para ... Correio Braziliense-4 de set de 2018</u>	S	Regional
<u>54. Ser vegano não se trata apenas de abolir a carne da alimentação Portal Uai (liberação de imprensa) (Blogue)-3 de set de 2018</u>	C	Regional
<u>55. Oito mitos e verdades sobre se tornar vegetariano Gazeta do Povo-15 de ago de 2018</u>	N	Regional
<u>56. AmazonBai inaugura unidade de despulpamento de açaí em Macapá Amazônia Brasil-13 de ago de 2018</u>	C	Regional
<u>57. Veganismo é o hábito alimentar menos sustentável, diz estudo Época Negócios-8 de ago de 2018</u>	N	Nacional
<u>58. Sociedade Vegetariana Brasileira tem primeiro encontro em Itu Jornal Periscópio-8 de ago de 2018</u>	I	Regional
<u>59. Proteína não é só carne: 10 ótimos tipos de proteína vegetal Metro Jornal-30 de jul de 2018</u>	N	Regional
<u>60. 'Arraiá' vegano promete iguarias juninas sem ingredientes de origem ... Portal Uai (liberação de imprensa) (Blogue)-20 de jul de 2018</u>	I	Regional
<u>61. Cresce o número de adeptos do vegetarianismo no Brasil SBT - Sistema Brasileiro de Televisão (liberação de imprensa)-17 de jul de 2018</u>	N	Nacional
<u>62. O novo sorvete vegano da Bacio Di Latte chega com um ingrediente ... Hypeless (Blogue)-13 de jul de 2018</u>	C	Blog
<u>63. Nutricionista Luciano Bruno retorna a Paulínia Paulínia VIP-10 de jul de 2018</u>	C	Regional
<u>64. Vegetarianismo melhora disposição do corpo e até previne doenças Correio*-9 de jul de 2018</u>	N	Regional
<u>65. Um restaurante quer que você coma um temaki vegano Revista PEGN-4 de jul de 2018</u>	C	Nacional
<u>66. Por que o estilo de vida vegetariano vem conquistando cada vez mais ... Revista Donna-29 de jun de 2018</u>	N	Nacional
<u>67. Garimpo Viver Bem: protetores labiais para o inverno a partir de R\$ 12 Gazeta do Povo-26 de jun de 2018</u>	C	Regional

<u>68. Operação carne falsa! Revista PODER mostra que o mercado vegano ... Glamurama-24 de jun de 2018</u>	N	Regional
<u>69. Nutricionistas ensinam como obter nutrientes necessários com dieta ... Jornal O Globo-24 de jun de 2018</u>	N	Nacional
<u>70. Crueldade contra animais é tema de suspense policial Metrôpoles-23 de jun de 2018</u>	H	Regional
<u>71. Já pensou em ser vegetariano? Entenda sobre o hábito alimentar que ... O Progresso - Dourados-21 de jun de 2018</u>	N	Regional
<u>72. Pesquisas recentes comprovam que o vegetarianismo faz bem à saúde Trânsito Estadão-19 de jun de 2018</u>	N	Nacional
<u>73. Grávida, Mayra Cardi é adepta do crudivorismo. Dieta é segura na ... Paraiba.com.br-18 de jun de 2018</u>	S	Regional
<u>74. 11 lugares em Goiânia que oferecem delivery de refeições ... Jornal Opção-17 de jun de 2018</u>	C	Regional
<u>75. Estilo de vida vegetariano requer cuidados e suplementação Paraná Portal-16 de jun de 2018</u>	N	Regional
<u>76. Dos primeiros hábitos às novas tecnologias: a evolução da saúde Super-13 de jun de 2018</u>	N	Nacional
<u>77. Vegetariano, mas nem tanto. Veja receitas para entrar no clima R7.COM-12 de jun de 2018</u>	C	Blog
<u>78. 34ª edição da Fispal Food Service tem início, no Expo Center Norte ... Revista Hoteis-12 de jun de 2018</u>	C	Blog
<u>79. Brasil já tem quase 30 milhões de vegetarianos Diário da Região-11 de jun de 2018</u>	N	Regional
<u>80. O que o mel de Alagoas, a renda do Sergipe, a cachaça do RJ e o ... Diário do Litoral-11 de jun de 2018</u>	I	Regional
<u>81. Abandonar a carne e se jogar no carboidrato, o principal erro dos ... Gazeta do Povo-11 de jun de 2018</u>	N	Regional
<u>82. Greve dos caminhoneiros: a paralisação chama atenção para os ... Terra-4 de jun de 2018</u>	H	Nacional
<u>83. Espaço Ciência exhibe área de agroecologia na Semana do Meio ... JC Online-3 de jun de 2018</u>	I	Nacional
<u>84. Pesquisa aponta crescimento histórico do número de vegetarianos no ... R7.COM-31 de mai de 2018</u>	N	Nacional
<u>85. Número de vegetarianos no Brasil sobe e chega a 29 milhões, diz Ibope Metrôpoles-24 de mai de 2018</u>	N	Regional
<u>86. Feira apresenta novas tecnologias para o mercado de alimentação ... Portal Nacional de Seguros-22 de mai de 2018</u>	I	Blog
<u>87. Nutricionista comenta sobre crescimento do veganismo no Brasil EBC-21 de mai de 2018</u>	N	Pública
<u>88. Cresce o número de brasileiros que se declaram vegetarianos Folha de S.Paulo-21 de mai de 2018</u>	N	Nacional
<u>89. 14% dos brasileiros se declaram vegetarianos, aponta pesquisa do ... Sul21-21 de mai de 2018</u>	N	Regional
<u>90. Brasil tem 14% de vegetarianos e 81% de adeptos à dieta com carne ... Globo.com-21 de mai de 2018</u>	N	Nacional
<u>91. Ibope aponta que 14% dos brasileiros se declaram vegetarianos Zero Hora-21 de mai de 2018</u>	N	Regional

<u>92. Veganismo chega a festas infantis e até a site de relacionamento TNH1 (Blogue)-20 de mai de 2018</u>	C	Blog
<u>93. 14% dos brasileiros se declaram vegetarianos, mostra pesquisa Ibope Correio Braziliense-20 de mai de 2018</u>	N	Regional
<u>94. Criança vegetariana: pode isso? Saúde-18 de mai de 2018</u>	N	Nacional
<u>95. Alimentação x Impacto Ambiental: o minimalismo pode ser um caminho Sabor à Vida Gastronomia-7 de mai de 2018</u>	N	Blog

**Fonte:** Elaboração própria.

**Legenda:** Empatia (E); Choque (H); Negociação (N); Política (P); Cotidiano (C); Celebridade (S); Institucional (I).

ANEXO III

**LISTA DE MATÉRIAS ANALISADAS**  
**“Agência de Notícias de Direitos Animais”**

**Quadro 46 - Categorização das matérias analisada da ANDA**

<b>Título / Veículo / Data</b>	<b>Categoria</b>	<b>Tipo mídia</b>
<u>1. Vereador de São Sebastião quer manter embarque de gado para abate Litoral Norte-4 de fev de 2019</u>	P	Regional
<u>2. Justiça arquiva ação contra embarque de carga viva e gados acabam ... Litoral Norte-3 de fev de 2019</u>	P	Regional
<u>3. Elefanta Teresita morre no zoo de SP após anos de sofrimento Catraca Livre-13 de jan de 2019</u>	H	Independente
<u>4. A sociedade civil reage ao “monitoramento” Outras Palavras-9 de jan de 2019</u>	P	Blog
<u>5. Animais em alguns rituais religiosos: direito ao culto ou crueldade? Manchete do Povo-31 de dez de 2018</u>	C	Regional
<u>6. Elenco de 'Friends' fatura US\$ 20 milhões por ano com reprises Burn Book (Blogue)-30 de dez de 2018</u>	S	Blog
<u>7. Disney World inclui menus veganos em resorts e parques Burn Book (Blogue)-29 de dez de 2018</u>	S	Blog
<u>8. Animais são homenageados em novas moedas no Quênia Catraca Livre-26 de dez de 2018</u>	C	Independente
<u>9. Circo na China obrigada animais a lutar para entreter platéia Catraca Livre-19 de dez de 2018</u>	H	Independente
<u>10. Carpas são forçadas a 'chupar chupeta' em restaurante de Jundiá Catraca Livre-19 de dez de 2018</u>	H	Independente
<u>11. Cães aguardam dono em porta de hospital e comovem funcionários Catraca Livre-18 de dez de 2018</u>	E	Independente
<u>12. Empresário pede proibição do uso de redes de pesca Catraca Livre-18 de dez de 2018</u>	E	Independente
<u>13. Gatos são envenenados em unidade do Carrefour no Rio de Janeiro Claudia-15 de dez de 2018</u>	H	Nacional
<u>14. Cremação de cachorro morto no Carrefour prejudica investigação Catraca Livre-4 de dez de 2018</u>	P	Independente
<u>15. Cachorro é brutalmente morto no Carrefour de Osasco Catraca Livre-3 de dez de 2018</u>	H	Independente
<u>16. Sábado tem adoção e concerto pelos animais; confira agenda F5-1 de dez de 2018</u>	I	Nacional
<u>17. Orquestra faz concerto pelos animais com temas de Rei Leão, Free ... Veja São Paulo-30 de nov de 2018</u>	I	Nacional
<u>18. Orquestra Jazz Sinfônica realiza concerto pelos animais em SP Catraca Livre-27 de nov de 2018</u>	I	Independente
<u>19. Jazz Sinfônica realiza apresentação do espetáculo “Animais em ... Portal do Governo do Estado de São Paulo-19 de nov de 2018</u>	I	Pública

<u>20. Bombeiros ajudam animais durante incêndio na Califórnia Catraca Livre-13 de nov de 2018</u>	H	Independente
<u>21. Por conscientização, SP cria Subsecretaria de Defesa dos Animais Portal do Governo do Estado de São Paulo-30 de out de 2018</u>	P	Pública
<u>22. Milhares de entidade repudiam declaração de Bolsonaro sobre ... EcoAgencia-25 de out de 2018</u>	P	Blog especializado
<u>23. Dia dos Animais: uma data pelo respeito a todos os seres vivos Catraca Livre-4 de out de 2018</u>	I	Independente
<u>24. Associação recorre da decisão que manteve o chimpanzé Black no zoo Jornal Cruzeiro do Sul-20 de set de 2018</u>	P	Regional
<u>25. Comissão internacional rejeita liberação da caça às baleias Catraca Livre-14 de set de 2018</u>	P	Independente
<u>26. Ararinha-azul é considerada extinta na natureza Catraca Livre-12 de set de 2018</u>	E	Independente
<u>27. Casal troca presentes de casamento por ração para cães de rua Catraca Livre-20 de ago de 2018</u>	E	Independente
<u>28. Orca deixa corpo de filhote morto após carregá-lo por 17 dias Catraca Livre-12 de ago de 2018</u>	H	Independente
<u>29. Animais abandonados serão protegidos por lei em Manaus EM TEMPO-21 de jul de 2018</u>	P	Regional
<u>30. Endometriose pode ter relação com consumo de carne vermelha Catraca Livre (Blogue)-7 de jul de 2018</u>	N	Independente
<u>31. Cavani, do Uruguai, caça javali e expõe animal morto em vídeo Boa Informação-26 de jun de 2018</u>	H	Blog
<u>32. Prefeitura estipula multa para quem alimentar pombos em SP Catraca Livre-15 de jun de 2018</u>	P	Independente
<u>33. Cão é encontrado morto em aeroporto durante escala de avião Catraca Livre-7 de jun de 2018</u>	H	Independente
<u>34. Fêmea de tubarão grávida morre após ficar presa em rede de pesca Catraca Livre-30 de mai de 2018</u>	H	Independente
<u>35. México e Espanha dão passo contra exploração de golfinhos Catraca Livre-28 de mai de 2018</u>	P	Independente
<u>36. Justiça determina que Black continua no Quinzinho de Barros Jornal Cruzeiro do Sul-27 de mai de 2018</u>	P	Regional
<u>37. Erika Januza incentiva a adoção de animais abandonados Catraca Livre-22 de mai de 2018</u>	E	Independente
<u>38. Ação quer tirar animal do zoo e levá-lo a santuário Jornal Cruzeiro do Sul-16 de mai de 2018</u>	P	Regional
<u>39. Série 'The Handmaid's Tale' tem relação com a indústria do leite Catraca Livre-15 de mai de 2018</u>	S	Independente
<u>40. Conheça seis fatos chocantes sobre a indústria de pele animal Catraca Livre-15 de mai de 2018</u>	C	Independente
<u>41. Baleia é encontrada morta após ingerir 29 kg de plástico Catraca Livre-12 de abr de 2018</u>	H	Independente
<u>42. Cachorro é espancado com um pau até a morte no Pará Portal do Dog-12 de abr de 2018</u>	H	Blog especializado
<u>43. Donatella Versace abole uso de pele animal em suas criações Catraca Livre-9 de abr de 2018</u>	S	Independente

<u>44. Filósofos pressionam reconhecimento de chimpanzés como pessoas Catraca Livre-9 de abr de 2018</u>	N	Independente
<u>45. Toronto: cidades são transformadas para evitar colisões de aves Catraca Livre-9 de abr de 2018</u>	P	Independente
<u>46. Uma em cada oito pessoas que consomem carne possui doença renal Catraca Livre-14 de mar de 2018</u>	N	Independente
<u>47. Conheça o 'mini porco' que está no centro de uma disputa entre ... Correio*-4 de mar de 2018</u>	N	Regional
<u>48. Cão some por 5 meses e é encontrado comendo pipoca no cinema Catraca Livre-17 de fev de 2018</u>	E	Independente
<u>49. Um gigantesco embarque de boi vivo expõe batalha entre ativistas e a ... EL PAÍS Brasil-6 de fev de 2018</u>	P	Nacional
<u>50. Justiça manda paralisar embarque de cargas vivas no Porto de Santos Globo.com-1 de fev de 2018</u>	P	Nacional
<u>51. Califórnia proíbe venda de animais criados em fábricas de filhote Catraca Livre-24 de nov de 2017</u>	P	Independente
<u>52. Leão desnutrido é abandonado após ser explorado para selfies Catraca Livre-24 de nov de 2017</u>	H	Independente
<u>53. Consumo de carne destrói 60% da biodiversidade global Catraca Livre-24 de nov de 2017</u>	N	Independente
<u>54. Gansos são vítimas de crueldade para a fabricação de roupas Catraca Livre-22 de nov de 2017</u>	H	Independente
<u>55. ONG cria vídeo comovente de incentivo à adoção de cães idosos Catraca Livre-9 de nov de 2017</u>	E	Independente
<u>56. Festival da Linguíça Vegana na Vila Mariana Guia da Semana-27 de out de 2017</u>	I	Regional
<u>57. Bebês esquilos reencontram mãe graças à bondade humana Catraca Livre-21 de out de 2017</u>	E	Independente
<u>58. Trump nega proteção para 25 espécies em risco de extinção Catraca Livre-20 de out de 2017</u>	P	Independente
<u>59. Whindersson Nunes apresenta cão adotado do Instituto Luisa Mell Catraca Livre-19 de out de 2017</u>	S	Independente
<u>60. Búfalos são forçados a lutar para entreter pessoas no Vietnã Catraca Livre-10 de out de 2017</u>	H	Independente
<u>61. Jogador de golfe usa taco para decapitar ganso na Finlândia Catraca Livre-10 de out de 2017</u>	H	Independente
<u>62. Senadores americanos ameaçam lei de proteção a animais selvagens Catraca Livre-9 de out de 2017</u>	P	Independente
<u>63. Dia Mundial dos Animais celebra a paz e o amor por todos os seres Catraca Livre-4 de out de 2017</u>	C	Independente
<u>64. Rinocerontes são mortos para produção de jóias com seus chifres Catraca Livre-25 de set de 2017</u>	H	Independente
<u>65. Elefantes e jacarés são eletrocutados e torturados em circo Catraca Livre-22 de set de 2017</u>	H	Independente
<u>66. Animais são explorados há quase 20 anos em programa de TV Catraca Livre-22 de set de 2017</u>	H	Independente
<u>67. Animais sentem uma dor mais intensa do que seres humanos Catraca Livre-15 de set de 2017</u>	H	Independente

<u>68. Macaca grávida fica cega e perde bebê depois de ser baleada Catraca Livre-13 de set de 2017</u>	H	Independente
<u>69. Conheça o santuário que oferece uma chance para gatos cegos Catraca Livre-1 de set de 2017</u>	E	Independente
<u>70. Atriz Ali MacGraw luta para salvar animais abusados em zoo Catraca Livre-29 de ago de 2017</u>	S	Independente
<u>71. Kim Kardashian é alvo de protestos por usar pele animal Catraca Livre-14 de ago de 2017</u>	S	Independente
<u>72. Chester Bennington é lembrado por seu ativismo e amor aos animais Catraca Livre-1 de ago de 2017</u>	S	Independente
<u>73. Pássaro faz despedida comovente para melhor amigo com câncer Catraca Livre-1 de ago de 2017</u>	E	Independente
<u>74. Bebê rinoceronte se recusa a abandonar corpo da mãe morta Catraca Livre-27 de jul de 2017</u>	H	Independente
<u>75. Ativistas salvam centenas de cães e gatos do Festival de Yulin Catraca Livre-14 de jul de 2017</u>	H	Independente
<u>76. Laços escondem cicatriz de cadela vítima de violência em rinhas Catraca Livre-9 de jul de 2017</u>	H	Independente
<u>77. Grife lança linha de bolsas feita com couro de abacaxi Catraca Livre-15 de jun de 2017</u>	S	Independente
<u>78. Cachorro é agredido brutalmente por funcionários de aeroporto Catraca Livre-2 de jun de 2017</u>	H	Independente
<u>79. Turistas salvam baleia recém-nascida encalhada em praia Catraca Livre-26 de mai de 2017</u>	E	Independente
<u>80. Casal lança cerveja vegana de bacon no Reino Unido Catraca Livre-26 de mai de 2017</u>	C	Independente
<u>81. Um milhão de animais são mortos em nome do ego de artista Catraca Livre-28 de abr de 2017</u>	H	Independente
<u>82. Pesquisa conclui que gatos amam tanto seus tutores quanto os cães Catraca Livre-28 de abr de 2017</u>	N	Independente
<u>83. Peixes-boi ficam gravemente feridos devido à colisões com barcos Catraca Livre-28 de abr de 2017</u>	H	Independente
<u>84. Absurdo: homem prende cão no capô de Fusca Blasting News-21 de abr de 2017</u>	H	Blog
<u>85. Criada por brasileiros, picanha vegana chega ao mercado Catraca Livre-19 de abr de 2017</u>	C	Independente
<u>86. Cães sofrem em “fábricas de filhotes” para satisfazer compradores Catraca Livre-10 de abr de 2017</u>	H	Independente
<u>87. Pitbull atacou ladrão e foi condenado à morte por juiz? Não, é boato. Momentoverdadeiro.com-4 de jan de 2017</u>	C	Blog
<u>88. Pitbull que atacou ladrão é condenado à morte por juiz! Será verdade? Gilmar Lopes (liberação de imprensa) (Blogue)-3 de jan de 2017</u>	C	Blog
<u>89. Conheça a história de Pascal, cão que quase morreu ao ter o corpo ... Bhaz (Blogue)-14 de nov de 2016</u>	E	Blog
<u>90. Resgate incrível salva 25 mini cavalos negligenciados Catraca Livre-12 de out de 2016</u>	E	Independente

<u>91. Após denúncia de ativistas, Inhotim cancela apresentação com cobras ... Revista Encontro (sátira) (liberação de imprensa) (Blogue)-19 de ago de 2016</u>	C	Regional
<u>92. Estudo pode ajudar na apuração de homicídios Jornal do Campus - USP-19 de ago de 2016</u>	N	Pública
<u>93. Cabras são forçadas a subir em árvores para distrair turistas Catraca Livre-19 de jul de 2016</u>	H	Independente
<u>94. Cão abandonado em terreno no Riacho Grande precisa de ajuda Blasting News-1 de jul de 2016</u>	E	Blog
<u>95. Dinamarca dobra multas em casos de crueldade contra animais Alagoas 24 Horas-11 de jun de 2016</u>	P	Regional
<u>96. Baleia sai da água em parque aquático em possível tentativa de suicídio Catraca Livre-10 de jun de 2016</u>	H	Independente
<u>97. Mais de 150 beagles são resgatados de laboratório e veem o sol pela ... Catraca Livre-7 de jun de 2016</u>	H	Independente
<u>98. Conheça 10 astros de Hollywood que são veganos convictos Catraca Livre-25 de abr de 2016</u>	S	Independente
<u>99. Campanha retrata animais em meio a lixo produzido por humanos eCycle (Blogue)-3 de abr de 2016</u>	E	Blog
<u>100. Bebê orangotango traumatizada abraça a si mesma por medo e ... Alagoas 24 Horas-29 de jan de 2016</u>	H	Regional

**Fonte: Elaboração própria.**

**Legenda: Empatia (E); Choque (H); Negociação (N); Política (P); Cotidiano (C); Celebridade (S); Institucional (I).**

## GLOSSÁRIO

**Animalista** – é quem advoga pela luta antiespecista, ou seja, considera a vida humana em pé de igualdade com a vida animal de qualquer espécie.

**Carnismo** – a expressão “carnismo” foi cunhada pela psicóloga social Melanie Joy, autora do livro *Why We Love Dogs, Eat Pigs, and Wear Cows* (JOY, 2009). O “ismo” tem o propósito de frisar que comer carne, para os animais humanos, é uma escolha político-cultural, não uma imposição biológica. Logo, carnista é quem pratica o carnismo.

**Direitos animais** – o termo “direitos animais” faz um paralelo linguístico com “direitos humanos” e tem sido utilizado preferencialmente por ativista em vez da expressão “direitos dos animais”.

**Ecofeminismo** – é um termo originalmente criado pela feminista francesa Françoise d’Eaubonne em 1974. É a teoria que busca o fim de todas as formas de opressão. Relaciona as conexões entre as dominações por raça, gênero, classe social, dominação da natureza.

**Especismo** – é a atribuição de valores ou direitos diferentes a seres dependendo da sua afiliação a determinada espécie. O termo é usado para se referir à discriminação que envolve atribuir a animais sencientes diferentes valores e direitos baseados na sua espécie.

**Ovolactarianismo** – é um regime alimentar que exclui da dieta todo e qualquer consumo de carne, bem como alimentos ou produtos derivados, mas admite a ingestão de ovos, laticínios e mel.

**Senciência** – é a capacidade dos seres de sentir sensações e sentimentos de forma consciente. Em outras palavras: é a capacidade de ter percepções conscientes do que lhe acontece e do que o rodeia.

**Veganismo** – o termo foi cunhado pela The Vegan Society, mais antiga sociedade vegana do mundo, fundada em 1944. Segundo ela, o veganismo é um modo de vida que procura excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade dos animais para alimentação, vestuário ou qualquer outro propósito. Nesta pesquisa, concebemos o conceito: “veganismo é uma concepção filosófica e práxis social em busca de libertar os animais de qualquer espécie de todas as formas de opressão, preconceito, exploração e crueldade”.

**Vegetarianismo** – é um regime alimentar que exclui da dieta todo e qualquer consumo de alimentos ou subprodutos derivados de origem animal, incluindo ovos, laticínios e mel.