

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL

FABÍOLA RIBEIRO DUARTE

**VEGANISMOS.BR:**  
UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO CIBERATIVISMO VEGANO NO BRASIL

GOIÂNIA  
2020



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

## TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

### E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFUG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFUG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

#### 1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação     Tese

#### 2. Nome completo do autor

Fabiola Ribeiro Duarte

#### 3. Título do trabalho

VEGANISMOS.BR: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO CIBERATIVISMO VEGANO NO BRASIL

#### 4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento  SIM     NÃO<sup>1</sup>

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

- a) consulta ao(à) autor(a) e ao(à) orientador(a);
  - b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.
- O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

**Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.**



Documento assinado eletronicamente por **FABIOLA RIBEIRO DUARTE**, Discente, em 10/02/2021, às 18:10, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.339, de 8 de outubro de 2013](#).

Documento assinado eletronicamente por **Janine Helfst Leicht Collaco**, Professora do Magistério Superior, em 11/02/2021, às 10:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.339, de 8 de outubro de 2013](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador 1871431 e o código CRC D8878F71.

FABÍOLA RIBEIRO DUARTE

**VEGANISMOS.BR:**

UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO CIBERATIVISMO VEGANO NO BRASIL

Dissertação apresentada como correquisito para a obtenção do título de mestra em Antropologia Social junto ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS) da Universidade Federal de Goiás (UFG).

Orientadora: Prof.<sup>a</sup> Dra. Janine Helfst Leicht Collaço

GOIÂNIA

2020

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação na (CIP)  
GPT/BC/UFG**

DUARTE, Fabíola Ribeiro  
Veganismos.br: um estudo etnográfico do ciberativismo vegano no Brasil  
/ Fabíola Ribeiro Duarte. - 2020.  
116 f.: il.

Orientadora: Profa. Dra. Janine Helfst Leicht Collaço.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás,  
Faculdade de Ciências Sociais (FCS), Programa de Pós-Graduação em  
Antropologia Social, Goiânia, 2020.

Bibliografia.

Inclui siglas, lista de figuras.

1.veganismo. 2. vegano. 3. alimentação vegana. 4. ciberativismo.  
5. consumo. I. Collaço, Janine Helfst Leicht, orient. II. Título.

CDU 316



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO

**ATA DA SESSÃO DE JULGAMENTO DA DISSERTAÇÃO DE Mestrado de FABIOLA RIBEIRO DUARTE, PARA OBTENÇÃO DO TÍTULO DE MESTRA EM ANTROPOLOGIA SOCIAL, ÁREA DE CONCENTRAÇÃO ANTROPOLOGIA SOCIAL**

Aos onze dias do mês de março de 2020, às 9h30, na Sala de Defesas AS-03, no Prédio de Humanidades II da Faculdade de Ciências Sociais da Universidade Federal de Goiás, realizou-se a sessão de julgamento da Dissertação de Mestrado de **FABIOLA RIBEIRO DUARTE**,

intitulada **VEGANISMOS: UMA ETNOGRAFIA DE PRÁTICAS VEGANAS A PARTIR DO FACEBOOK**. A Banca Examinadora foi composta pelas seguintes Professoras Doutoras: Janine Helfst Leicht Collaço (PPGAS/UFG/presidente), Juliana Abonizio (PPG ECCO/UFMT) e Talita Prado Barbosa Roim (PPGAS/UFG), com Renata Menasche (UFRGS) e Joana Aparecida Fernandes Silva (PPGAS/UFG) como suplentes externa e interna, respectivamente. A mestranda apresentou o trabalho, as examinadoras a arguíram e ela respondeu às arguições. Às 11:30, a Banca Examinadora passou o julgamento em sessão reservada, pelo qual foram atribuídos à mestranda os seguintes resultados:

**Resultado Final / Comentários / Observações: APROVADA**

Reaberta a sessão pública, a presidente da Banca Examinadora proclamou os resultados e encerrou a sessão, da qual foi lavrada a presente ata, que segue assinada pelas componentes da Banca Examinadora.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA

**VEGANISMOS.BR: UM ESTUDO ETNOGRÁFICO DO CIBERATIVISMO VEGANO NO BRASIL**



Documento assinado eletronicamente por Janine Helfst Leicht Collaço, Professora do Magistério Superior, em 11/02/2021, às 10:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.739, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por Carlos Eduardo Henning, Coordenador de Pós-graduação, em 03/03/2021, às 16:33, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.739, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador 1871413 e o código CRC 27D78372.

Referência: Processo nº 23070.009980/2020-30

SEI nº 1871413

## **DEDICATÓRIA**

Para Kim e Liz, com amor.

## AGRADECIMENTOS

Depois de uma longa jornada no curso de mestrado do PPGAS/UFG, a conclusão desta dissertação não seria possível sem a presença de pessoas maravilhosas que caminharam comigo e que não me deixaram desistir desse sonho, principalmente por ter de conciliar a pesquisa acadêmica e a tarefa de ser mãe.

Agradeço primeiramente à Prof.<sup>a</sup> Janine Collaço, orientadora e amiga, que me auxiliou em todo o processo de pesquisa. Mesmo que por vezes eu quisesse desistir, ela sempre lutou e contribuiu com minha permanência no curso de pós-graduação. Agradeço por todas as horas dedicadas às orientações, sugestões de leitura e ao acompanhamento do estágio docência, pois todas essas atividades foram fundamentais para minha formação.

Aos interlocutores da pesquisa, os veganos, por terem sido tão simpáticos e por abrirem as portas para a pesquisa, extremamente cordiais e solícitos com todas as dúvidas que surgiram no decorrer da investigação.

Aos professores do PPGAS/UFG, que sempre foram sensíveis e empáticos diante da minha situação e que tornaram possível a conclusão dessa dissertação.

Aos professores com os quais cursei disciplinas e contribuíram para o desenvolvimento da pesquisa: Carlos Eduardo Henning, Luis Felipe Hirano, Manuel Filho, Flávio Sofiati, José Ribeiro e Talita Roim.

A professora Joana pelas contribuições na banca de qualificação e no Entrelinhas.

Ao professor Jean Segata da UFGRS pela colaboração, principalmente na primeira fase da pesquisa.

Aos membros do GECCA (Grupo de Estudos Consumo, Cultura e Alimentação), pelos momentos de partilha e aprendizado. Em especial, ao doutorando em Sociologia Filipe Augusto pelas incontáveis contribuições no decorrer desta pesquisa.

A CAPES pela bolsa de pesquisa, a qual foi fundamental para sustentação no curso e a realização da pesquisa.

Ao governo do Partido dos Trabalhadores, com a presidência da Dilma Rousseff, que aumentou a oferta de vagas nos cursos de pós-graduação no Brasil, assim como aumentou o número de bolsas concedidas para os pesquisadores brasileiros.

Ao meu esposo Ricardo Kim, pelo companheirismo e a força durante todo o percurso.

Aos meus pais, Rita e Marcos, por me auxiliarem com minha filha, para que eu pudesse desenvolver a pesquisa.

E aos meus colegas de curso, pelo conhecimento compartilhado.

E, por fim, agradeço às professoras Juliana Abonízio e Talita Roim por tão gentilmente aceitarem fazer parte da banca de defesa.

“Não há apenas uma única maneira humana de ser. A ‘aptidão para a cultura’, [...] é uma capacidade de gerar diferença. Nesse processo criativo, que se realiza no curso ordinário da vida social, e através dele, é que a essência da condição de humanidade se revela como diversidade cultural”. (INGOLD, 1995, p. 8).

## RESUMO

O uso da internet está no cotidiano de boa parte da sociedade brasileira, e, principalmente, das redes sociais, que têm funcionado como facilitadoras para a propagação de informações. E, com isso, os movimentos sociais, como o veganismo, têm ganhado cada vez mais visibilidade. Esta dissertação tem como objetivo refletir sobre como o movimento vegano ocupa o Facebook, uma mídia social ou rede social de amplo alcance, estabelecendo relações sociais e a sua estratégia política para mobilização, criação e difusão de conteúdo. E, ainda, refletir sobre como a lógica capitalista neoliberal trabalha no sentido de se apropriar de alguns discursos do movimento na tentativa cooptar seus integrantes para o processo de normalização das condutas favorecido por uma ontologia Uni-Mundista. Considerando os vários elementos que se conjugam para formar a compreensão de um mundo social sem “exploração animal”, o olhar antropológico é um instrumento importante para analisar como as pessoas que fazem parte do movimento social vegano têm suas práticas, costumes e relações alterados por considerarem que humanos e animais têm direitos análogos por serem seres sencientes, e como estas utilizam as redes sociais para divulgar seu modo de vida e ao mesmo tempo para se fortalecer mantendo relações com outros veganos. As mesmas redes se tornam palco de diversas polêmicas, que serão descritas no decorrer desta dissertação, pois estas refletem diretamente a pluralidade de pensamento dentro do movimento.

**Palavras-chave:** veganismo; vegano; alimentação vegana; ciberativismo; consumo.

## ABSTRACT

*The use of the internet is part of the daily life of a good part of Brazilian society, and, mainly, of social networks, which have functioned as facilitators for the propagation of information. As a result, social movements, such as veganism, have gained increasing visibility. This dissertation aims to reflect on how the vegan movement occupies Facebook, a wide-ranging social media or social network, establishing social relationships and its political strategy for mobilizing, creating and disseminating content. And yet, to reflect on how the neoliberal capitalist logic works in the sense of appropriating some speeches of the movement in an attempt to co-opt its members for the process of normalization of conducts favored by a Uni-World ontology. Considering the various elements that come together to form an understanding of a social world without “animal exploitation”, the anthropological look is an important tool to analyze how people who are part of the vegan social movement have their practices, customs and relationships changed because they consider that humans and animals have similar rights, due to being sentient beings, and how they use social networks to publicize their way of life and at the same time to strengthen themselves by maintaining relationships with other vegans. The same networks become the scene of several controversies, which will be described in the course of this dissertation, as they directly reflect the plurality of thought within the movement.*

**Keywords:** *veganism; vegan; vegan food; cyberactivism; consumption.*

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> – Página inicial do Facebook em 24 de outubro de 2019. ....	43
<b>Figura 2</b> – Parte superior da página inicial do Vista-se no dia 26 de abril de 2019. ....	46
<b>Figura 3</b> – Parte superior da página inicial da Mercy For Animals no dia 26 de abril de 2019. ....	48
<b>Figura 4</b> – Página central do site Inferno da indústria de ovos no dia 27 de abril de 2019. ....	50
<b>Figura 5</b> – Parte central do site Terror dos Porcos, no dia 27 de abril de 2019. ....	51
<b>Figura 6</b> – Parte central da página Inferno dos Frangos no dia 27 de abril de 2019. ....	52
<b>Figura 7</b> – Página superior da página inicial do Vegazeta no dia 26 de abril de 2019. ....	53
<b>Figura 8</b> – Página superior da página inicial do Blog Veganagente (escrito por Robson) no dia 26 de abril de 2019. ....	54
<b>Figura 9</b> – Página superior do canal no YouTube do VegetariRANGO no dia 26 de abril de 2019. ....	55
<b>Figura 10</b> – Página inicial do grupo Veganismo em 20 de junho de 2018. ....	57
<b>Figura 11</b> – Página inicial do grupo VegAjuda em 20 de junho de 2018. ....	58
<b>Figura 12</b> – Página inicial do grupo Veganismo Social em 20 de junho de 2018. ....	59
<b>Figura 13</b> – Publicação no Grupo VegAjuda em 11 de março de 2018. ....	82
<b>Figura 14</b> – Comentário em grupo do Facebook. ....	83
<b>Figura 15</b> – Publicação no Grupo VegAjuda em 21 de Janeiro de 2018. ....	85
<b>Figura 16</b> – Publicação no Grupo Portal Veganismo em 19 de agosto de 2017. ....	89
<b>Figura 17</b> – Publicação no Grupo VegetariRANGO em 11 de março de 2018. ....	91
<b>Figura 18</b> – Publicação no Grupo VegetariRANGO em 19 de novembro de 2018. ....	92
<b>Figura 19</b> – Postagem do dia 04 de fevereiro de 2018. ....	94

## LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABMV – Associação Brasileira dos Médicos Vegetarianos.

ANVISA – Agência Nacional de Vigilância Sanitária.

BDTD – Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações.

GPA – Grupo Pão de Açúcar.

GPS – *Global Positioning System*.

IBCIT – Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia.

IBOPE – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística.

IDR – Ingestão Diária Recomendada.

LGBT – Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transexuais e Transgêneros.

MAPA – Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento.

MFA – *Mercy For Animals*.

MP – Ministério Público.

MPF – Ministério Público Federal.

OIT – Organização Internacional do Trabalho.

OMS – Organização Mundial de Saúde.

ONG – Organização não governamental.

PAVEP – Programa de Alimentação Vegana nas Escolas Públicas.

PEA – Projeto Esperança Animal.

PETA – *People for the Ethical Treatment of Animals*.

PNAE – Programa Nacional de Alimentação Escolar.

PNSAN – Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional.

SAC – Serviço de Atendimento ao Consumidor.

SISAN – Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional.

SMADS – Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento de São Paulo.

SRD – sem raça definida.

STF – Supremo Tribunal Federal.

SVB – Sociedade Vegetariana Brasileira.

TRF-3 – Tribunal Regional Federal da 3ª Região.

VDR – Valores Diários de Referência.

VEDDAS – Vegetarianismo Ético em Defesa dos Direitos Animais e Sociedade.

WFPBD – *Whole Food Plant Based Diet*.

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO .....	15
1.1 O advento do cibernético e o surgimento do mundo virtual .....	17
1.2 O campo.....	20
2 MÉTODO: ESTUDO DO MOVIMENTO VEGANO E SEUS SERES HÍBRIDOS .....	24
3 O QUE É SER VEGANO?.....	28
3.1 Revisão Bibliográfica do Veganismo no Brasil .....	33
3.1.1 Veganismo e Ativismo: o caráter ativista do movimento vegano.....	34
3.1.2 Veganismo e Feminismo (Veganismo Interseccional) .....	38
3.1.3 Comunicação Vegana.....	39
3.1.4 Alimentação Vegana .....	41
3.1.5 Vestimenta Vegana .....	42
3.2 <i>Log in</i> em campo .....	43
3.2.1 Vista-se.....	46
3.2.2 Mercy For Animals (MFA).....	48
3.2.3 Vegazeta.....	53
3.2.4 Veganagente.....	54
3.2.5 VegetariRANGO.....	55
3.2.6 Grupos no Facebook: Veganismo, VegAjuda e Veganismo Social.....	56
3.2.7 Comunidades e grupos em mídias sociais e veganismo: análises.....	59
3.3 Relação humano-animal: debates contemporâneos.....	70
3.3.1 Concepções outras sobre a animalidade.....	74
4 DISCURSOS VEGANOS NO FACEBOOK.....	79
4.1 Discurso abolicionista .....	79
4.2 Discurso sobre o movimento de uma causa só.....	83
4.3 Discurso Estratégico – Veganismo Estratégico (VE).....	86
4.4 Discurso baseado na saúde individual.....	90
4.5 Discurso interseccionalista .....	93

4.6 Ideias e estratégias do movimento vegano – diferenças nos discursos .....	94
5 VEGANISMOS CAPITALISTAS EMERGENTES.....	96
5.1 Veganismo em ascensão (?) .....	96
5.2 Aparato estatal e a violência contra os animais.....	100
5.3 Consumo vs. Classes sociais.....	102
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	105
7 REFERÊNCIAS .....	109

## 1 INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como objetivo apresentar e refletir sobre o modo de ser e agir do movimento vegano em uma rede social de grande alcance, o Facebook. O foco voltado para esse tema foi decorrente de um interesse pessoal de compreender as relações que os integrantes do movimento estabelecem entre si, e ainda, como percebem a relação que imaginam ter com animais não humanos que declaram representar.

Considerando os vários elementos que se conjugam para a compreensão de um mundo social sem exploração animal, o olhar antropológico é um instrumento importante para analisar como as pessoas que fazem parte do movimento social vegano têm práticas, costumes e relações alterados por julgarem que humanos e animais têm direitos análogos por serem ambos seres sencientes<sup>1</sup>, e como utilizam as redes sociais para divulgar seu modo de vida e ao mesmo tempo para se fortalecer mantendo relações com outros veganos. As mesmas redes se tornam palco de diversas polêmicas, que serão descritas no decorrer da pesquisa, pois estas refletem diretamente a pluralidade de percepções do modo de ser vegano dentro do movimento.

Particpei de grupos veganos por cerca de cinco anos, entre 2006 e 2010, período em que era militante do movimento em Goiânia, e que conheci a fundo o movimento que na época estava se difundindo de distintas formas, ora de caráter abolicionista, ora no viés bem-estarista, e outras vezes ainda menos politizado (ligado à alimentação de cunho individual). Lembro-me bem que, em 2006, a rede social mais aclamada era o Orkut<sup>2</sup>, e ao me tornar vegana procurei por comunidades que estivessem ligadas ao veganismo, vegetarianismo e defesa de animais na cidade de Goiânia, para conhecer pessoas com as mesmas preocupações que as minhas, e com isso encontrei uma comunidade chamada *Vegetarianos de Goiás*, que visava reunir adeptos em todo o Estado de Goiás. Inicialmente, a comunidade tinha três membros, assim, tornando-me eu seu quarto membro. Depois de conversarmos uns com os outros, resolvemos nos encontrar e passamos a ter reuniões periódicas para discutir a causa do movimento. Passado algum tempo, mudamos<sup>3</sup> o nome desta comunidade no Orkut para *Vegetarianos de Goiânia*, visando facilitar e localizar as tomadas de decisão quanto à militância no estado, pois o entendimento do grupo

---

<sup>1</sup> O termo “especismo” foi cunhado pelo psicólogo britânico Richard Ryder no início da década de 1970, utilizado para denominar o preconceito entre espécies. Nas palavras de Ryder, em um artigo de 2005: “The word speciesism came to me while I was lying in a bath in Oxford some 35 years ago. It was like racism or sexism – a prejudice based upon morally irrelevant physical differences”. (RYDER, 2005)

<sup>2</sup> Criado em 2004 e extinto em 2014, o *Orkut* foi uma mídia social filiada ao Google, uma grande empresa estadunidense, embora a maioria de seus usuários registrados serem do Brasil e da Índia. No Brasil, chegou-se ao número de mais de 30 milhões de usuários.

<sup>3</sup> Importante ressaltar que as decisões eram coletivas e votadas pelos participantes nos encontros presenciais.

foi de que localizar mais favoreceria as ações do movimento, sendo que a orientação na época foi a de que os participantes de outros locais de Goiás seriam bem-vindos para discutir a causa conosco, mas que estes deveriam criar as próprias comunidades locais, a fim mesmo de facilitar e aprofundar o contato entre os membros.

Em 2012, a comunidade foi migrada para a mídia social Facebook<sup>4</sup> com o mesmo nome (*Vegetarianos de Goiânia*), e, em 2018 (já no decorrer do trabalho de campo para esta pesquisa), a comunidade passou a contar com três mil seiscentos e sessenta e dois membros (3.662). Após 2010, deixei de militar ativamente no veganismo, pois voltei a consumir ovos e leite na minha alimentação, abdicando ao direito de me autodeclarar vegana, porém, ainda hoje, acompanho o movimento na cidade nas redes sociais, e continuo considerando importante a discussão que o movimento evidencia, fazendo com que reflitamos sobre o *status* privilegiado que o ser humano ocupa entre as demais espécies.

Durante minha graduação em Ciências Sociais (2008-2015), na Universidade Federal de Goiás, tive contato com diversos movimentos sociais que permeavam a universidade e davam luz a diversas pesquisas sobre suas trajetórias, assim como com grupos minoritários de outros seguimentos da sociedade que tinham suas vozes abafadas. Diante disso, escolhi voltar minhas pesquisas ao movimento vegano, para melhor compreender as suas reivindicações. Trata-se de um movimento com práticas sociais e culturais bastante distintas dos valores e hábitos comuns à sociedade brasileira, que se orgulha de ter uma economia baseada principalmente na pecuária, tornando os espaços de fala daquele movimento bastante reduzidos.

Ao final do curso, apresentei uma monografia sobre o movimento de defesa de animais em Goiânia. Fiz uma etnografia com dois grupos, um de proteção de animais domésticos e outro vegano abolicionista, e me deparei com as controvérsias travadas no campo sobre ser protetor de todos os animais e ser protetor de cães e gatos. De caráter abolicionista, o movimento vegano é considerado um grupo radical (até mesmo por outros grupos de defesa dos animais), e almeja a extinção de toda forma de uso/exploração animal.

Meu projeto inicial era investigar a trajetória dos movimentos vegetariano e vegano em Goiânia, porém, tive dificuldade de mapear o movimento, pois os grupos são muito instáveis, com muitas discordâncias e dissidências, acabando por se desfazerem e formar novos grupos. Portanto, a estratégia de pesquisa utilizada foi acompanhar os encontros articulados a partir da comunidade no Facebook *Vegetarianos de Goiânia*, visto que esta era a maior do segmento na capital, interligando em rede diversos grupos emergentes, o que facilitaria o seu mapeamento.

---

<sup>4</sup> O Orkut foi extinto e o Facebook se tornou a rede social mais utilizada no Brasil.

Ao iniciar o mestrado de que resulta a presente dissertação, tive contato com pesquisas feitas no ciberespaço, o que até então era uma novidade para mim, surgindo aí o interesse de adentrar e testar esse campo de estudo, visto mesmo que a internet se tornara uma grande aliada dos movimentos sociais minoritários, proporcionando-me um meio mais profícuo de estudar o movimento vegano. No ciberespaço, as experiências contemporâneas de sociabilidade não são concentradas em uma só mídia social, combinando diversas destas na internet, do Facebook ao YouTube, passando por Instagram, Pinterest, *sites* e *blogs* pessoais, além de diversos contextos e dispositivos, mobilizando computadores pessoais, *smartphones* e ainda encontros *off-line*.

Diante dessa diversidade de contextos e meio, resolvi reconstruir meu projeto e comecei a investigar nas mídias sociais grupos relacionados ao veganismo em todo o território nacional. Inicialmente, investiguei algumas redes, porém, era necessário definir meu campo de pesquisa, pois acompanhar diversos grupos em todas as mídias sociais e em curto tempo de pesquisa não era viável, de modo que acabei optando por seguir apenas grupos sediados no Facebook, por ser a mídia social de maior alcance e circulação de informações, incluindo ainda as histórias de vida de membros e seus rastros e patrimônios digitais, compartilhando postagens de *blogs* e de *sites* pessoais, fotos compartilhadas no Instagram e no Pinterest, vídeos postados no YouTube – além de ser a mídia social que evidencia uma maior interação entre os usuários, que estabelecem ali relações múltiplas, ora de sociabilidade (afetividade, amizade, encontros), ora de polêmica (desencontros, desentendimentos, disputa).

### **1.1 O advento do cibernético e o surgimento do mundo virtual**

Na atualidade, podemos pensar na importância que o mundo virtual tem na vida social. O uso que se faz das tecnologias acarreta em uma extensão da própria noção de pessoa e de sociedade. Tal realidade pode ser pensada a partir da noção de “ciborgue”, que Donna Haraway (2009) trabalhou em seu popular artigo *O Manifesto Ciborgue*. O ciborgue tal como entendido pela autora é um híbrido de máquina e organismo vivo. Na atualidade, somos todos ciborgues, junções animal-máquina, tornando o que parecia ser ficção científica uma realidade, e que tem que transcendem a questão do corpo. Nesse sentido, não estamos nos referindo somente aos aparatos biônicos da medicina, mas também e principalmente às interações em mídias sociais como exemplos dessa nova dinâmica societária.

Haraway (2009) destaca três quebras de fronteiras que o advento do ciborgue provocou: (1) a fronteira entre humano e animal, (2) entre humanos e máquinas, e entre (3) físico e não-físico. Esse elemento vai introduzir toda uma nova problemática e tensionar a velha dicotomia

ocidental natureza/cultura, abrindo novas possibilidades de se pensar essa relação, pois ficará cada vez mais difícil conceber tais noções em separado.

Nas sociedades contemporâneas, tempo e espaço também se confundem de forma nova, e, conforme apontam Siqueira e Medeiros (2011), as tecnociências têm um papel central nessa transformação e conjugação de duas categorias basilares da compreensão humana do mundo. Vivemos, portanto, em um meio híbrido de “tempo cronológico” com “tempo intemporal”, e de espaço urbano (presencial) com espaço eletrônico (virtual), fazendo com que os indivíduos se relacionem segundo novas dinâmicas e se recriem segundo este novo ambiente híbrido.

Nesse sentido, as práticas socioculturais se recriam por meio dos impulsos eletrônicos, suportada pelo quase instantâneo da velocidade da luz na informação digital e forma como isso redinamiza a vida social e relativiza as distâncias no mundo globalizado (CASTELLS, 1999). Celular, computador, GPS (e muitas outras máquinas) e a internet estão em presença constante no nosso cotidiano, do trabalho ao lazer, dos estudos às amizades, aos agrupamentos sociais e às fontes de informação em vários níveis, produzindo não somente um novo ambiente ciborgue, ou o “ciberespaço”, mas uma atualização da noção de pessoa, imprimindo uma nova dinâmica interpessoal e social, ou de “sociabilidade” (ESCOBAR, 2016a).

Com isso, a forma de interação foi modificada, e o convívio face-a-face (especialmente nas metrópoles, que experimentaram primeiro a globalização e sua evolução até o atual estado informático) passou a ter uma extensão ou mesmo ser substituído pelo convívio intermediado por dispositivos eletrônicos (mídia). E com a internet, mais especialmente a partir da revolução da *Web 2.0*,<sup>5</sup> novos espaços virtuais de sociabilidade foram criados, visando permitir uma maior proximidade entre as pessoas, que muitas vezes estavam distantes fisicamente, separadas pelo inchaço urbano e pela individualização das habitações nas metrópoles, ou mesmo por muitos quilômetros, às vezes, em uma outra cidade (outro estado, país ou continente).

Portanto, as mídias sociais são exemplos deste novo espaço ou ciberespaço de convívio, onde os usuários podem interagir e compartilhar experiências, utilizando recursos audiovisuais, como textos, imagens, mensagens de voz, vídeos e *emoticons*<sup>6</sup>.

No Brasil, o Facebook é uma mídia social muito popular. Segundo dados de 2016 do próprio Facebook,<sup>7</sup> cerca de 102 milhões de brasileiros se conectaram na sua plataforma virtual,

---

<sup>5</sup> Web 2.0 é o termo usado para se referir à segunda geração da internet, que é marcada pelo caráter interativo e dinâmico que as plataformas passam a proporcionar aos usuários. Alguns exemplos dessa interação são *wikis*, *blogs* e mídias ou redes sociais.

<sup>6</sup> Uma forma de comunicação que se utiliza de uma representação gráfica de uma emoção proporcionada por meio daquela experiência que se quer representar.

<sup>7</sup> Disponível em <https://www.facebook.com/business/news/102-milhes-de-brasileiros-compartilham-seus-momentos-no-facebook-todos-os-meses>. Acesso em: 28 fev. 2018.

ou seja, cerca de 45% dos brasileiros acessaram essa rede social ao menos uma vez ao mês. Com isso, o Facebook se tornou uma ferramenta muito utilizada para interação e para trabalho. Por ser uma mídia social que conecta grande parte da população brasileira e por possuir uma característica integrativa com outras plataformas, pessoas e empresas se utilizam do Facebook também para vender e divulgar seus produtos.

A página inicial do Facebook conta com inúmeros anúncios<sup>8</sup> baseados no interesse do usuário. Por meio dos algoritmos, cercam-se de dados de uso para oferecer produtos baseados no gosto do usuário. Por exemplo, se durante esta pesquisa utilizei com frequência a busca pelo termo “veganismo”, o Facebook me mostrou produtos “veganos” e que eu supostamente teria interesse em comprar: produtos prontos congelados, vitaminas, roupas, sapatos, caixas veganas com alimentos industriais gourmet, venda de e-book de receitas, entre outros. A rede também conta com uma página específica para venda de produtos, a aba *Markertplace*, que é destinada a compra e venda de produtos segundo a localização espacial do usuário.

Os grupos pesquisados são utilizados também para a divulgação dos mais diversos tipos de produtos que seriam de interesse para o usuário vegano. Alguns ativistas inclusive acabam tornando o seu trabalho voluntário em atividade rentável, seja oferecendo produtos caseiros ou abrindo lojas on-line, seja tornando YouTubers<sup>9</sup> e influenciadores digitais (que ganham dinheiro com a publicidade em suas páginas).

Observar todas essas dimensões que atravessam o Facebook nos permite compreender que não se trata de espaço neutro, e que é movido, entre outras coisas, pela força do capitalismo. Assim, ao mesmo tempo que dá liberdade às pessoas para se conectarem e navegarem segundo os seus interesses, abre-se espaço para novas relações de poder.

---

<sup>8</sup> Os anúncios no Facebook são pagos e podem ser contratados por qualquer pessoa que utiliza a plataforma. Tem um espaço interativo para criação do conteúdo, onde, ao responder algumas perguntas, como objetivo e público alvo, você pode escolher um formato e fazer o pedido de veiculação do anúncio que pode ser apenas no Facebook ou em outras plataformas como Instagram e Messenger.

<sup>9</sup> Um criador de conteúdo do Youtube que se torna famoso pelo grande número de visualizações em seus vídeos e de inscritos em seu canal.

## 1.2 O campo

A entrada em campo se deu por meio da minha conta pessoal do Facebook, e passei a pesquisar “grupos”<sup>10</sup>, “páginas”<sup>11</sup> e “seguir”<sup>12</sup> ativistas que estavam mais engajados na causa, e, quanto mais pesquiso sobre o termo veganismo, os algoritmos conspiram para me mostrar mais opções sobre o que estava procurando, chegando a um determinado momento que minha “linha do tempo”<sup>13</sup> estivesse tomada pelo mundo vegano (criando a ilusão que o mundo virou vegano e que só se fala nisso). E, com isso, a minha “linha do tempo” se tornou também um ambiente em que se discute todo o tempo sobre a opressão que animais sofrem por parte dos humanos, em que se divulga receitas vegetarianas, em que há propagandas de todos os tipos de produtos “veganos”, e tornou-se também o palco de conflitos entre ativistas da causa, os quais respondem às críticas sofridas em suas páginas pessoais, tornando assim públicos os conflitos existentes.

Os algoritmos do Facebook funcionam como um processo de filtragem de publicação vinda de amigos, grupos, páginas e pessoas seguidas, e propagandas. Com a missão de tornar mais agradável a experiência do usuário na rede, eles selecionam as publicações com base na interação dos usuários (curtidas, visualizações, comentários) e nas suas preferências.

Segata (2017) analisa que as nossas práticas aliadas às práticas dos algoritmos governam nossas vidas e nos colocam em circuitos bem reduzidos. No âmbito digital, percebemos que as redes parecem estar todas conectadas, o que pesquisamos no Google aparece como sugestão no Facebook, que por sua vez aparece em vídeos sobre o assunto no YouTube, e, a cada vez mais, os algoritmos vão se moldando aos nossos gostos e interesses (e nós nos moldando segundo a sua forma associativa e enredada).

Na fase inicial da pesquisa, busquei por “grupos” e “páginas” que continham um maior número de membros. E, embora as páginas encontradas tenham um grande alcance (com grande número de curtidas e/ou de seguidores), estas são alimentadas apenas pelos donos das mesmas, estabelecendo-se assim um grau de hierarquia, sendo eles quem escolhem os conteúdos a serem publicados, restando aos seus “seguidores” apenas comentarem os assuntos postados. Portanto,

---

<sup>10</sup> Espaço de sociabilidade no Facebook, onde pessoas com um objetivo em comum se reúnem para discussões privadas. As publicações podem ser feitas por qualquer integrante do grupo.

<sup>11</sup> As páginas foram criadas para facilitar o contato de uma pessoa/marca/ONG com o público. As publicações são feitas apenas pelo dono da página, e os usuários que os “seguem” podem apenas comentar.

<sup>12</sup> “Seguir” pessoas no Facebook é acompanhar pessoas e páginas. Selecionando a opção “seguir” a pessoa ou a página, aparecerão na página inicial do usuário todas as postagens que a pessoa ou página seguida publicar.

<sup>13</sup> A “linha do tempo” do usuário no Facebook exibe em ordem temporal tudo (a menos que este tenha ocultado) que a pessoa publicou, envolveu-se (curtiu) ou foi envolvido (marcado).

optei por não dar grande atenção às “páginas”, e foquei nos “grupos”, pois estes permitem a alimentação (a criação e a disseminação de conteúdo) por parte de todos os integrantes, além de possuírem um volume maior de comunicação entre os participantes.

Cada grupo criado tem uma definição institucional sobre o grupo, geralmente montada pelos administradores da página, às vezes, com a participação de outros integrantes (membros), o que cria e se desdobra em uma rede de significados que definem suas regras e seus sistemas simbólicos: como a descrição do grupo e as regras, que servem como um código de ética e de conduta – há até avisos sobre condutas passíveis de banimento (ou “BAN”, tal como chamam). Assim, idealmente, ao entrar e permanecer, o integrante está assumindo que leu e que concorda com as regras do grupo.

Utilizei *tags* de busca com os termos “vegano” e “veganismo” – “vegano” no sentido de uma prática individual e “veganismo” como prática de um movimento coletivo (e plural).

Com o termo “veganismo”, o grupo Veganismo e o VegAjuda chamaram a atenção por aparecerem em primeiros lugares na lista do Facebook e por ambos terem mais de cinquenta mil membros. Também chamaram atenção, principalmente pela nomenclatura empregada, os grupos do Facebook: *Veganismo e Libertação Animal*, *Veganismo de Verdade* e *VEGANISMO-IGUALDADE ENTRE ESPÉCIES*. Mas, tendo acompanhado estes últimos grupos, mostraram-se de pouca relevância para a pesquisa, pois quase não havia interação e na prática são postadas as mesmas notícias e divulgam os mesmos eventos que os outros grupos que já acompanhava. Passei a procurar então por grupos que tratassem de forma mais ampla da temática, encontrando o grupo *Veganismo Social – Discussões interseccionais*, que associa o veganismo a outras lutas sociais.

Os grupos *Receitas Veganas*, *Ogros Veganos* e *Veganos Pobres Brasil* chamaram muito a atenção também pela quantidade de membros, sendo os dois primeiros compostos por mais de cem mil membros, e o último por aproximadamente 90 mil. Os três grupos são dedicados à publicação de receitas e pratos veganos, por isso, com o caminhar da pesquisa e as escolhas que se fizeram necessárias, deixei de segui-los, pois o objetivo aqui é conhecer a multiplicidade de pensamento e de ação do movimento vegano, de modo que os grupos mais ativistas poderiam me proporcionar uma melhor compreensão das maneiras de ser e agir dentro do movimento.

Portanto, os grupos selecionados para a pesquisa foram: o grupo *Veganismo*, que discute temas mais gerais a respeito do movimento, o grupo *VegAjuda* (antigo *TrollAjuda*), que ajuda na transição das pessoas que almejam atingir um modo de vida vegano e o *Veganismo Social – Discussões Interseccionais*, que tem uma abordagem mais crítica dentro do movimento.

A priori o tema do trabalho era “veganismo no Facebook”, mas com o passar do tempo, com as “idas” e “voltas” ao campo, conexões e reconexões, percebi que esse movimento não é *uno*, coeso, que há luta e disputa, e que esta transparece e/ou é travada no âmbito das mídias sociais, ou vulgarmente, das redes sociais.

Para pensar a rede social que estrutura o movimento do veganismo e os seus conflitos e disputas internos, pode-se mobilizar conceitos como o de “campo”, de Bourdieu (2004), o qual nos mostra, por exemplo, que nem mesmo a Ciência está livre do imaginário social, das pressões internas e externas, e de uma correlação de forças e de capitais que a estruturam e guiam. Ou seja, o campo conjectura confronto, tensão, luta, “é um campo de forças e um campo de lutas para conservar ou transformar esse campo de forças” (BOURDIEU, 2004, p. 22-23). Trazendo a noção de campo do autor para pensar as características que se encontra no movimento vegano (no Facebook), tem-se que os indivíduos veganos estabelecem relações, e os sujeitos que mais se mostram ativistas, ou ciberativistas, transmitem determinados saberes veganos, formando as correntes que atam ramos diversos dessa rede, o que Bourdieu (2004) chamaria de “estrutura das relações objetivas” (BOURDIEU, 2004, p. 23) e suas divisões. Esses ciberativistas atuam on-line e alguns deles também off-line, e em geral estão atuantes e/ou à frente de alguma ONG (Organização Não-Governamental) ou coletivo. Portanto, visando dar uma maior amplitude e fidelidade à temática da pesquisa, refiro-me ao movimento em termos de veganismo(s), pois o movimento é plural, dinâmico e controverso.

O *veganismo abolicionista* é uma parte desse movimento que ajuda a pensar as relações interespecíficas, um interesse relativamente recente na história da Antropologia, ainda mais em um contexto que pretende ampliar a concepção de relações humanas com animais não humanos e com isso incluí-los na nossa comunidade moral, e, para tanto, utilizam a noção de senciência para criticar o antropocentrismo. O que, por um lado, leva-nos mais uma vez a questionar sobre a dicotomia ‘natureza/cultura’, que perdura há séculos dentro e fora da disciplina antropológica, como um resquício do modelo cartesiano das sociedades ocidentalizadas, que coloca natureza e cultura como sendo diametralmente opostas; atribuindo-se à natureza tudo o que é instintivo, irracional e irrefletido, e à cultura tudo o que é racional, construído e estruturado. Assim sendo, os animais não humanos fariam parte do domínio da natureza e os humanos da cultura, em um dualismo sagrado na Ciência e nas religiões ocidentais. O questionamento desta dualidade como parte constituinte da metafísica ocidental e a concepção de outra possibilidade para as culturas que desta derivam parecem situar o veganismo como pioneiro de uma nova virada ontológica.

Historicamente, porém, na relação de poder estabelecida entre humanos e animais, fica a critério do domínio humano categorizar e questionar as suas próprias categorias, sendo que,

cada categoria (ser humano ou ser animal) é determinada por cada cultura e os símbolos que instituem sobre essas definições – tendo em vista que, por exemplo, durante muitos séculos, no medievo, os homens brancos europeus ocidentais consideraram os povos “negros”, as mulheres e as crianças como menos humanos e mais animais em relação a si mesmos. (THOMAS, 1988)

O veganismo pode ser considerado como um movimento de resistência que aborda essa relação de poder de forma a questionar o *status* privilegiado que o próprio ser humano se atribui diante das outras espécies animais, pois aquele defende que os animais humanos e não-humanos devem ser iguais nos seus direitos mais fundamentais, que têm os mesmos interesses, sendo o principal o de viver, seguido pelo de não sofrer dor e nem dano desnecessariamente, o que é chamado dentro do movimento “igual consideração de interesses”. E, com este modo de pensar, os veganos questionam as suas práticas sociais e culturais, intrinsicamente aprendidas, como o hábito de comer carne e utilizar animais para fins de trabalho ou entretenimento. Por outro lado, utilizar a noção de “senciência” para criticar o antropocentrismo, como analisa Segata (2016), é reduzir o diálogo a uma perspectiva mais biológica, e, nesse sentido, segundo o autor, “o que distingue e o que assemelha os humanos e os animais não têm mais como referência indivíduos inteiros, mas elementos partilháveis” (SEGATA, 2016, p. 843), e, em se apelando aos aspectos que assemelham humanos e não-humanos em suas funções neurais, não há um respeito ao valor do animal não humano em si, mas apenas uma valoração que deriva de sua humanidade relativa, o que é também antropocêntrico.

## 2 MÉTODO: ESTUDO DO MOVIMENTO VEGANO E SEUS SERES HÍBRIDOS

Os dados aqui expostos remetem à fase intensiva da pesquisa, que durou cerca de um ano. Teve início em janeiro de 2018 e durou até dezembro deste mesmo ano. Durante esta fase de pesquisa de campo, visitei constantemente os grupos selecionados a fim de interagir com seus membros e identificar os principais temas que são discutidos. Procurei entrevistar alguns interlocutores, que aceitaram participar da pesquisa por intermédio do aplicativo de mensagens instantâneas do próprio Facebook, que é o Messenger, incorporando ao método as ferramentas que a própria mídia social disponibiliza aos seus usuários. As entrevistas foram feitas de forma semiestruturada, iniciando-se sempre com perguntas a respeito de suas trajetórias de vida, para depois passarmos ao momento em que se tornaram veganos. Os nomes dos entrevistados estão alterados, para preservar o anonimato dos participantes, além de que, devido às controvérsias e conflitos dentro do próprio campo do veganismo, não cabe transformar esta pesquisa em outro espaço de disputas entre diferentes visões sobre o movimento. Foram mantidos apenas os nomes de pessoas públicas, pois não há como separá-los de suas respectivas páginas.

Há um tempo, estive envolvida com alguns grupos de veganos, não necessariamente no Facebook, e, pelas mídias sociais, acompanhava apenas o grupo da minha cidade, mas não tinha uma participação ativa – considerando que o veganismo é um movimento transnacional e que funciona segundo uma dinâmica “glocal”, ou como um “globalismo localizado” tal qual coloca Boaventura de Souza Santos (2005), algo como uma tradução local de uma prática hegemônica ou contra-hegemônica na ordem mundial.

A partir do meu conhecimento básico e pessoal sobre a causa, adentrando o trabalho de campo, tinha já algumas noções sobre o que estava em discussão, o que facilitou em parte a minha inserção como pesquisadora junto aos pesquisados, ao mesmo tempo que me colocou algumas dificuldades. Por vezes, tive que refletir sobre as experiências de “proximidade” e de “distância” – que Geertz (2014) pontua –, tanto devido à imersão em campo, quanto para não me precipitar e querer responder aos problemas desta investigação, como alguém que é também sujeito da sua própria pesquisa.

A esse respeito, vale considerar o que Velho (1987) coloca:

Assim, em princípio, dispomos de um mapa que nos familiariza com os cenários e situações sociais de nosso cotidiano, dando nome, lugar e posição aos indivíduos. Isso, no entanto, não significa dizer que conhecemos o ponto de vista e a visão de mundo dos diferentes atores em uma situação social nem

as regras que estão por detrás dessas interações, dando continuidade ao sistema. (VELHO, 1987, p. 127).

E esse é um dos problemas epistemológicos corriqueiros com os quais vai se deparar o antropólogo urbano ou o etnógrafo da cidade, ao investigar redes sociais com as quais as suas próprias redes se entrelaçam. E a internet projeta essa relação para o cosmopolita e conecta em sua maioria indivíduos com um estilo de vida urbano, de grandes cidades e centros culturais modernizados e ocidentalizados, difundindo e interligando modos de ser locais e regionais em redes sociais globais, âmbito que expressa muito bem a genética social do movimento vegano.

Assim sendo, a presente pesquisa foi desenvolvida à luz dos trabalhos antropológicos e etnográficos contemporâneos na História da Antropologia, pois o método de pesquisa no ambiente on-line se mostrou diferente ao trabalho de campo realizado face-a-face. Trata-se de seguir os nativos, entrar na esfera que eles habitam, tentar compreender a forma com que eles veem o mundo, e compreender seus sistemas simbólicos e os significados que eles próprios dão as suas ações; são estas as principais preocupações de um etnógrafo. Porém, no ambiente on-line, por mais realista que seja essa experiência, não podemos estar juntos fisicamente dos nossos interlocutores, mesmo que possamos acompanhar por meio de palavras escritas e *emoticons*, exige um cuidado diferenciado analisar essas formas de expressão dadas no campo de pesquisa escolhido.

Nesse sentido, ao dizer que realizei algo semelhante ao que classicamente fundou parte do método etnográfico e da disciplina antropológica, tal como uma “observação participante” – como propôs Malinowski (1978) – em meio a grupos e comunidades conectados pela mídia social Facebook (uma das que circula mais informações sobre os veganismos), estou dizendo algo sobre o trabalho do etnógrafo em seu objetivo central, que é tentar interpretar os modos de expressão de determinado grupo e seus indivíduos, buscando iluminar as suas práticas e regras partindo de uma perspectiva que se pretende algo “de dentro” e “de perto” (MAGNANI, 2002).

Neste sentido, entretanto, o presente trabalho se assemelha à “participação observante” que propõe Loïc Wacquant (2001), em sua etnografia urbana sobre os pugilistas negros de um gueto dos EUA, em que ele se tornou também um pugilista para poder compreender e viver as experiências que fazem parte do universo do boxe e daquela comunidade. Da mesma forma, ao estudar o movimento vegano, de que fiz parte e de certa forma ainda faço, pois acompanho suas discussões e experiências, essa vivência pode me possibilitar uma leitura mais complexa sobre o movimento, que, caso o conhecesse somente superficialmente e/ou apenas durante o período em campo da pesquisa, não seria possível. E o veganismo é uma prática social que está inscrita

no corpo dos participantes do movimento. E ter sentido no meu corpo a seriedade da opção de me tornar vegana propiciou que eu compreendesse melhor o universo que estive descrevendo.

Assim, embora eu sentisse que poderia responder algumas das questões da pesquisa, por já estar imersa no campo antes mesmo de a pesquisa começar, o que se busca aqui é acessar os pontos de vista dos nativos, relativizando o meu olhar de pesquisadora, ou como coloca Geertz (2014, p. 62), de maneira informal: o que “importa é descobrir que diabos eles acham que estão fazendo”.

Nenhum desses autores pensou o trabalho de campo em meio digital, mas os métodos que desenvolveram se aplicam não somente a pesquisas face-a-face, e podem ajudar a pensar as abordagens intermediadas por computadores e pelas novas mídias sociais. Pois, no básico, o trabalho de observação é praticamente o mesmo: trata-se de analisar as “formas simbólicas”; que Geertz (2014, p. 63) definiu como as “palavras, imagens, instituições, comportamentos – em cujos termos as pessoas realmente se representam para si mesmas e para os outros, em cada um desses lugares”.

Além disso, no trabalho de campo on-line, recorri não somente às rotinas etnográficas de “observação”, mas também a entrevistas semiestruturadas, visando captar dados sociais mais controlados e objetivos sobre os processos de subjetivação dos interlocutores nos grupos e nas comunidades on-line, e também aprofundar a análise no sentido de suas trajetórias, principais bandeiras de luta e suas articulações políticas. As entrevistas realizadas se deram por meio de interação por escrito, na troca de mensagens de texto instantâneas, e/ou por chamada de vídeo (em ambos os casos por meio do aplicativo Messenger, ligado à mídia social Facebook). Os interlocutores entrevistados, em geral, foram aqueles que tinham um maior destaque na rede, os que mais participavam, ora criando conteúdo, ora reproduzindo conteúdo de terceiros.

Todavia, no decorrer do trabalho de campo, percebi que, para atingir o meu objetivo de tentar captar os modos de ser e agir do movimento vegano no Facebook, seria mais interessante investir tempo observando as discussões nos grupos do que focar em realizar entrevistas, pois, na situação da entrevista, o interlocutor se prepara para me responder, reflete com calma sobre as questões levantadas e me oferece uma performance estratégica projetando uma imagem para mim, já na comunidade ou no grupo (no campo), eles agem de uma forma mais próxima à com que agiriam se eu (a pesquisadora) não estivesse presente. Para a pesquisa utilizei algumas postagens selecionadas que mostraram tensão no campo, onde as opiniões se divergiam e assim, pude captar essas variadas formas de ser e agir dentro do movimento.

Durante o trabalho de campo, utilizei-me do recurso “*print screen*” para coletar dados, que transforma em imagem tudo que está na tela do computador. Desta forma, pude selecionar

alguns trechos de diálogos e imagens emblemáticos e que marcaram também a pesquisa. Como métodos de entrada e saída do campo, observava as disputas e acompanhava o desenrolar dos acontecimentos durante alguns dias, o Facebook inclusive disponibiliza as opções para “salvar publicação”, ou/e, “ativas notificações dessa publicação”, onde é possível receber notificações sobre as novas interações na publicação escolhida.

O desenvolvimento desta dissertação está dividido em três seções. A primeira, intitulada *O que é ser vegano?*, está dividida em três partes. Nesta, procuro situar o leitor em relação ao veganismo, contextualizando o movimento, as suas categorias e sua articulação na *web*, e ainda informar sobre a pluralidade do movimento e das nomenclaturas associadas ao veganismo. Em primeiro lugar (3.1), trago uma revisão de literatura, objetivando vislumbrar como o veganismo vem sendo estudado nas Ciências Humanas nos últimos anos. Em seguida, na subseção (3.2) intitulada *Log in em Campo*, faço uma análise de como a rede se torna um campo para produção de subjetividades e espaço de sociabilidade para os interlocutores adeptos do veganismo; e, ao final deste capítulo, no tópico 3.3, retomo a discussão sobre a dicotomia natureza e cultura e a relação humano-animal na Antropologia, com considerações a este respeito com base nos ideais e categorias próprias do movimento vegano.

Na segunda seção do desenvolvimento (capítulo 4), analiso as subcategorias de discursos veganos encontradas durante a pesquisa, fazendo a tentativa de distinguir o movimento vegano em pelo menos quatro vertentes: abolicionista, bem-estarista, individual e interseccional.

E, na terceira e última seção do desenvolvimento desta dissertação, de título *Veganismos capitalistas emergentes*, refleti sobre o modelo econômico das sociedades ocidentalizadas e a cooptação das subjetividades inerentes ao movimento, e sobre a forma como o capitalismo têm influenciado de forma transversal os veganismos e alterado suas relações sociais, subjetividades e as relações propostas para com a natureza e o mundo animal.

### 3 O QUE É SER VEGANO?

Para entender o que é veganismo, temos antes que voltar para a definição do que é ser vegetariano. A mídia tem dado ênfase nesse tema, colocando o veganismo como uma forma de alimentação sem ingredientes de origem animal. Portanto, se faz necessário elucidar algumas diferenças entre essas práticas e os valores envolvidos.

O vegetariano é aquele que exclui todo tipo de carnes da sua alimentação. E, segundo a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), o vegetarianismo costuma ser classificado a respeito do tipo de regime alimentar escolhido: a) ovolactovegetariano<sup>14</sup>, que inclui também ovos, leite e derivados em sua alimentação; b) lacto vegetarianismo, que consome leite e derivados; c) ovo vegetarianismo, que abre exceção apenas para os ovos<sup>15</sup>; d) e o vegetariano estrito, aquele que não consome nenhum ingrediente de origem animal em sua alimentação, excluindo, para além da carne, do leite e dos ovos, até mesmo o mel.

O *site* Veganize traz ainda mais duas variações de vegetariano estrito, o “frugívoro”<sup>16</sup>, que come apenas frutas; e o “crudívoro”, que come frutas, sementes e verduras cruas.

A mídia se remete também ao termo “semivegetariano” como uma categoria possível. Os semivegetarianos seriam pessoas que são vegetarianas e comem peixe. E ainda recentemente surgiu o termo “flexitariano”, popularizado por entusiastas da “alimentação natural”, que seria quem é predominantemente vegetariano, mas, ocasionalmente, come carne. Essas duas últimas categorias sofrem resistência a sua inclusão no movimento, tanto pelos veganos, quanto pelos vegetarianos, pois se alega que para ser considerado um vegetariano é necessário ao menos não comer carnes, de nenhum tipo – como uma regra de identificação do movimento.

No Brasil, conforme uma pesquisa feita pelo Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), em 2012, estimava-se 15,2 milhões de adeptos ao vegetarianismo, ou seja, 8% da população. Em 2018, foi divulgada uma nova pesquisa, encomendada pela SVB, e feita também pelo IBOPE, em que se estimou o número de que cerca de 14% da população brasileira se considera vegetariana, ou seja, são aproximadamente 30 milhões de brasileiros<sup>17</sup>. Quanto aos

<sup>14</sup> Informação disponível no *site* da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), em: <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>. Acesso em: 24 jun. 2018.

<sup>15</sup> Parte do movimento vegano, tende a não concordar que pessoas que consumam leite ou ovos possam ser chamadas de vegetarianas e sim protovegetarianas<sup>15</sup> (tem inclinação a ser, mas ainda não é), pois pela etimologia da palavra o vegetariano seria aquele que se alimenta exclusivamente de vegetais, deixando neste grupo apenas os vegetarianos estritos.

<sup>16</sup> Informação disponível em: <http://veganize.com.br/alimentacao-vegana/page/2/>. Acesso em: 24 jun. 2018.

<sup>17</sup> Informação disponível em: <https://www.svb.org.br/2469-pesquisa-do-ibope-aponta-crescimento-historico-no-numero-de-vegetarianos-no-brasil>. Acesso em: 26 jun. 2018.

veganos não temos dados exclusivos<sup>18</sup>, mas acreditamos que haja uma tendência de aumento similar, pois, nos últimos anos, houve um crescimento expressivo do número de notícias que são veiculadas sobre o veganismo na grande mídia (mesmo que por vezes de forma distorcida), assim como aumentou exponencialmente o número de estabelecimentos para o público vegano nas cidades e em lojas virtuais, além da oferta de alternativas e opções autoproclamadas veganas em estabelecimentos onívoros.

O veganismo, por sua vez, é um estilo de vida amplo e não se restringe à dieta, pois o que se busca excluir todas as formas de coparticipação na exploração animal. Eles seguem a dieta vegetariana estrita, mas não se restringem a isso. O termo em inglês *Vegan* é uma palavra cunhada em 1944 pela recém-criada *The Vegan Society* na Inglaterra. Na época, foi a reunião de pessoas que se desfilaram da *The Vegetarian Society* devido ao surgimento de diferenças ideológicas. Donald Watson<sup>19</sup>, que em 1944 inventou a palavra “*Vegan*”, definiu o veganismo “como um estilo de vida que procura excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade com os animais, para alimentação, vestuário e qualquer outra finalidade”.<sup>20</sup> A desfiliação dessas pessoas deu-se por acreditar que a sociedade vegetariana não estava agindo de forma crítica quanto ao consumo e uso de animais para além da carne, para este grupo não comer carne não bastava, deveriam fazer algo mais pelos animais.

Construíram assim, como ideal e movimento, o que se pode chamar de uma perspectiva animalista, em que os animais não humanos e nós humanos estamos em pé de igualdade. Para os adeptos da “libertação animal”, deve-se levar em conta o princípio da “igual consideração de interesses”,<sup>21</sup> um princípio que significa direitos mínimos garantidos: à vida, à liberdade, a não sofrer dor, nem danos. Segundo esse ideal, os animais têm os mesmos interesses dos seres

---

<sup>18</sup> A SVB arrisca uma estimativa baseada em pesquisas recentes sobre o número de veganos nos Estados Unidos e na Inglaterra. Nos Estados Unidos, segundo uma pesquisa do Instituto *Harris Interactive*, 50% dos vegetarianos se declaram veganos. Na Inglaterra, segundo o *Ipsos MORI Institute*, 33% dos vegetarianos se declaram veganos. A SVB estima que, se adotado o percentual mais conservador encontrado no Brasil, que é de 33% dos vegetarianos, teríamos aproximadamente 7 milhões de veganos no Brasil. Notícia disponível em: <https://www.svb.org.br/vegetarianismo1/mercado-vegetariano>. Acesso em: 27 jul. 2019.

<sup>19</sup> Donald Watson foi um carpinteiro que inventou a palavra *Vegan*. Nascido em 1910, em Mexborough, South Yorkshire, aos 14 anos, tornou-se vegetariano, decidindo não comer nenhum tipo de carne, depois de ver um porco ser morto na fazenda de seu tio. Em agosto de 1944, incomodado com o fato de que muitos vegetarianos se alimentavam de ovos e leite, Watson se reuniu com mais cinco vegetarianos estritos para discutir sobre a criação da *Vegan Society*. Esta foi fundada em novembro do mesmo ano com o objetivo de defender e divulgar um modo de vida totalmente contrário à exploração de animais. Informação disponível em: <https://vegazeta.com.br/donald-watson-origem-do-movimento-vegano/>. Acesso em: 3 mar. 2019.

<sup>20</sup> Tradução nossa, no original: “Veganism is a way of living which seeks to exclude, as far as is possible and practicable, all forms of exploitation of, and cruelty to, animals for food, clothing or any other purpose”. Disponível em: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>. Acesso em: 1 dez. 2016.

<sup>21</sup> Termo cunhado pelo filósofo Peter Singer (2010), em sua obra *Animal Liberation* (1975).

humanos e, assim, devem ser resguardados. E o veganismo para este movimento é uma prática dos direitos dos animais.

As práticas, valores e vivências desses atores que se intitulam veganos estão amparados por uma moralidade ética que concerne também à escolha alimentar, mas as suas novas escolhas e estilo de vida ultrapassam a esfera da alimentação (que não deixa de ser central), e começam a dar novos sentidos ao seu ser-no-mundo, e a partir daí sua identidade é reformulada, passando-se a adotar cada vez mais relações sociais e culturais em torno desta visão de mundo.

Deste modo, considero duas possibilidades de se buscar entender o veganismo, uma que diz respeito às práticas individuais dos sujeitos veganos e outra às práticas coletivas. A respeito da prática individual encontramos a abstenção de produtos de origem animal em suas dietas, a não participação na perpetuação da exploração animal em sua esfera íntima, a não utilização de produtos testados em animais, assim como a não participação em eventos que utilizam animais como entretenimento.

Enquanto práticas coletivas, os veganos se juntam e se organizam conforme a identidade comum (que os une), para se fortalecer (no que concerne à sua subjetividade), para sociabilizar (criar laços como outros indivíduos que pensam de modo semelhante entre si), e para discutir e estabelecer estratégias de luta (para atingir o objetivo do grupo que é acabar com a exploração animal no mundo). Desta forma, o veganismo pode ser compreendido como um tipo de novo movimento social, com caráter político ecológico; uma vez que atende às definições que propõe Gohn (2000):

Movimentos sociais são ações coletivas de caráter político, construída por atores sociais pertencentes a diferentes classes e camadas sociais. Eles politizam suas demandas e criam um campo de força social na sociedade civil. Suas ações estruturam-se a partir de repertórios criados sobre temas e problemas em situações de conflitos, litígios e disputas. As ações desenvolvem um processo social e político-cultural que cria uma identidade coletiva ao movimento, a partir de interesses em comum. Esta identidade decorre da força do princípio da solidariedade e é construída a partir da base referencial de valores culturais e políticos compartilhados pelo grupo. (GOHN, 2000, p. 13).

É possível associar algumas das características acima descritas à constituição de um movimento social entre os veganos. Trata-se de um grupo minoritário, que tem como ideal o fim da exploração animal, em altruísmo interespecífico. Os atores sociais que fazem parte do movimento se articulam tanto de forma on-line como de forma off-line, para discutir sua organização, as pautas e para construir estratégias de luta. O movimento é formado por pessoas de distintas classes sociais. Ao julgarem que utilizar animais para fins humanos é um problema,

começam a se organizar a politizar demandas que aparecem também circunscritas aos valores sociais que os membros do grupo possuem, mas também conforme a sua ideologia política. Ou seja, internamente, conforme as suas posições ideológicas, o grupo se subdivide e agrega mais perspectivas ao veganismo, valores que se evidenciam em situações de conflito e disputa, ou em torno de “controvérsias” (LATOUR, 2012).

No campo de disputa, há atrito em torno de diversas situações, como, por exemplo, para definir quem é ou não *vegano* de fato. Normalmente, encontra-se subdivisões que buscam essa “distinção” (BOURDIEU, 2007), como se denota das denominações pelos próprios integrantes, a exemplo do “veganismo de verdade” ou do “veganismo raiz”. Contudo, como o movimento é horizontal, cada agrupamento ou subdivisão vai determinar seu ativismo, sua pauta e sua prática conforme os valores sociais que o identifica e reúne. Portanto, quando proponho pensarmos em “veganismos” é porque um dos objetivos desta dissertação é compreender as diferentes formas de ação e de identificação como a própria pluralidade do movimento vegano, configurada pelos conflitos e intersecções que o enredam socialmente em um campo complexo.

Avançando na exposição, para além do estilo de vida das pessoas ligadas ao movimento, tem-se o ativismo como a principal ação política que esses atores sociais desenvolveram a fim de fazer cumprir a sua causa, que é acabar com a exploração e o sofrimento animais. A força do ativismo que tem sido praticado, tanto on-line, como off-line, foi condição *sine qua non* para que as demandas “veganais” ganhassem força no campo de disputa social.

O ativismo pelos direitos dos animais no Brasil no mundo off-line possui representação extensa no nível acadêmico, com a proeminência de cientistas e profissionais de diversas áreas nos últimos anos. O movimento agregou desde advogados, antropólogos, biólogos, filósofos, a médicos, nutricionistas e professores, entre outros, que passaram a dar uma maior sustentação ao argumento da viabilidade de uma vida sem exploração animal.

Em fevereiro de 2018, por exemplo, a classe médica criou um grupo intitulado Médicos Vegetarianos Ativistas, então, institucionalizado em novembro de 2018 na forma da Associação Brasileira dos Médicos Vegetarianos (ABMV) – contando com contribuição e participação de oitenta e um (81) médicos na produção de conteúdo favorável ao vegetarianismo estrito.

Há nutricionistas que contribuem com a feitura e/ou divulgação de pesquisas científicas que comprovam os benefícios para a saúde de se adotar uma alimentação baseada em vegetais. No campo do direito, os advogados, legisladores e promotores de justiça têm versado sobre o tema dos direitos dos animais e aperfeiçoado a legislação brasileira no que concerne aos crimes ambientais, assim como atuado em casos que demandam acionar a justiça, quando identificados “maus tratos” e outras formas de infringir sofrimento animal. Destacam-se ainda os biólogos

que lutam pelo fim dos experimentos em animais, inclusive divulgando métodos alternativos de simulação, disponíveis atualmente graças ao desenvolvimento da tecnologia cibernética e do virtual. E, desde os primórdios do movimento, há filósofos que se debruçam sobre a metafísica ocidental a fim de desconstruir o *status* de objeto atribuído aos animais. Some-se a isto o fato de ativistas organizados passarem a lutar por demandas como políticas públicas de proteção aos animais e por uma legislação favorável ao fim da exploração animal, e o resultado é que estes atores são articulados em torno de debates com toda a sociedade civil, como pela redução (ou até mesmo a substituição definitiva e total por modelos alternativos) do uso de cobaias animais em pesquisa, e pela redução (ou eliminação) do uso de carne na alimentação humana – sendo que algumas empresas e órgãos públicos já adotam iniciativas como a “Segunda sem carne”<sup>22</sup>, que instituiu um dia da semana para estimular e praticar a alimentação vegetariana.

Portanto, o movimento se utiliza de múltiplas táticas para dar visibilidade à luta pelo fim da exploração animal, a principal bandeira de mobilização é conscientizar o público para o sofrimento que os animais são submetidos, mas também lidam com estruturas do Estado para fazer valer as suas demandas.

On-line, os ativistas utilizam as redes sociais para difundir seus ideais e tecem uma rede de solidariedade para ajudar as pessoas que se interessam pelo veganismo, ajudando-as em sua transição para o modo de vida vegano, por exemplo, divulgando as listas de empresas que não promovem sofrimento animal, comunidades e grupos nas mídias sociais que podem auxiliar com informações, como canais no YouTube, com receitas e vídeos sobre o modo de vida vegano, *sites* sobre notícias da causa animal, etc., neste sentido, esses atores são denominados como “ciberativistas”, no sentido dado por Castells (2013), que analisa que esses novos movimentos sociais são conectados em rede de distintas formas, que “inclui redes sociais on-line e off-line, assim como redes preexistentes e outras formadas durante as ações dos movimentos” (CASTELLS, 2013, p. 163-164) e utilizam de uma forma multimodal para conectar em rede, fazendo uso das redes de comunicação da internet e dos dispositivos celulares.

Mesmo que sob o formato de mídias sociais ligadas a grandes corporações, o Facebook tem se mostrado um ambiente profícuo para a mídia independente, e, conseqüentemente, tem

---

<sup>22</sup> A campanha surgiu em 2003 nos Estados Unidos e foi trazida para o Brasil em 2009 pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB) para incentivar a alimentação vegetariana um dia por semana. Foram feitas parcerias com instituições públicas formadas pela rede de restaurantes populares Bom Prato, e por escolas estaduais e municipais de São Paulo. Recentemente também aderiram à campanha a Secretaria Municipal de Assistência e Desenvolvimento de São Paulo (SMADS) e a empresa de cosmético Natura, que servirá aos seus colaboradores em São Paulo e no Pará comida vegetariana um dia por semana. Disponível em: <http://www.segundasemcarne.com.br/>. Acesso em: 30 dez. 2018.

se mostrado também um espaço para a atuação dos movimentos sociais. Em uma mídia social como esta, os usuários podem interagir, fazer amizades, divulgar seu modo de vida e discutir pontos relevantes para sua causa. Com bandeiras de luta diversas, toda essa multiplicidade de grupos não hegemônicos (ou contra-hegemônicos) ganha espaço de fala. Como aponta Castells (2013), as principais características desses novos movimentos são o seu descentramento e a não hierarquização, deixando as pessoas mais à vontade para manifestar livremente suas opiniões.

Nesse sentido, é possível observar que o veganismo é um movimento social que adota diferentes estratégias para fazer resistência às práticas sociais dominantes, como, por exemplo, o costume difundido em várias culturas de explorar animais. E, nesse sentido, grupos engajados no movimento se organizam e se utilizam das redes sociais on-line para evidenciar esse modo de vida, que denominam, sem exploração animal.

A partir de agora, vamos compreender como a emergência do “veganismo” vem sendo percebida nas pesquisas em Ciências Humanas nos últimos anos.

### **3.1 Revisão Bibliográfica do Veganismo no Brasil**

Fazer uma revisão de literatura foi crucial para esta pesquisa, primeiramente, para saber como o veganismo vem sendo compreendido nas Ciências Humanas nos últimos anos, o que já temos de produção a respeito do tema e quais os contornos que o veganismo vem ganhando no Brasil. Pesquisei por teses e dissertações produzidas no Brasil dos últimos cinco anos (2013-2017), na área de ciências humanas, utilizando como termo de busca “veganismo” na base de dados da Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações (BDTD),<sup>23</sup> do Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT). Foram encontrados treze resultados em língua portuguesa, e subtraídos quatro que não dialogavam diretamente com a presente pesquisa, ainda que tratassem do tema em segundo plano. De forma mais geral, alguns dos assuntos principais abordados nesta dissertação foram encontrados nos trabalhos analisados, como: a conexão do veganismo com as mídias digitais, a intersecção com outros movimentos sociais, a discussão teórica sobre as formas de ser vegano, e ainda o hábito alimentar e de consumo dos veganos.

No levantamento, foi possível definir pelo menos cinco eixos temáticos nas abordagens ao veganismo no Brasil nos últimos anos: (1) a discussão que envolve veganismo e ativismo; (2) veganismo e feminismo (interseccionalidade); (3) a comunicação dos grupos veganos com a sociedade em geral; (4) alimentação vegana; (5) moda e veganismo.

---

<sup>23</sup> Disponível em: <http://bdtd.ibict.br/vufind/>. Acesso em: 13 fev. 2020.

### 3.1.1 Veganismo e Ativismo: o caráter ativista do movimento vegano

Diego Vilela (2013), que realiza pesquisa de mestrado na área de Antropologia Social, fez uma etnografia das atividades que os sujeitos veganos realizam coletivamente em Natal (RN), tanto das manifestações políticas, quanto nas reuniões grupais, e embora o trabalho tenha sido feito predominante em Natal, o autor acompanhou também grupos em Campina Grande (Paraíba) e no Recife (Pernambuco). Para a pesquisa, utilizou-se principalmente do trabalho de campo, com observação participante e a realização de entrevistas. O autor relembra que, embora o veganismo não seja uma dieta alimentar, a alimentação está sempre presente nos desafios de ordem prática, pois é em si uma forma de ativismo. Nesse sentido, vale ressaltar o ativismo que se associa ao “consumo alternativo” (SASSATELLI, 2015) e o seu papel para a “democracia”, mas não sem perder de vista os efeitos de “distinção” e o “*status*” que produzem (JOHNSTON; BAUMANN, 2010).

Voltando ao argumento dessa dissertação, Vilela (2013) faz uma contextualização das obras clássicas que norteiam o veganismo, e de como o não humano vem sendo abordado dentro da Antropologia. A atitude de tornar-se vegano passa por uma valorização da alimentação e do ato de cozinhar, inclusive como estratégia de intervenção política, mostrando que é possível ter uma alimentação gostosa sem produtos de origem animal. Vale notar que o elemento da escolha pela consciência alimentar e pela frugalidade no consumo e a sua articulação recente aos valores democráticos (ou de direitos dos animais no caso) e de sustentabilidade nos remete também aos “*foodies*” (JOHNSTON; BAUMANN, 2010) como sublimação e extrapolação da sua dimensão estética, ou seja, como os novos sujeitos se apropriam do consumo para politizar seu estilo de vida.

Vilela (2013) também mostra como fazer parte do movimento vegano transforma a vida das pessoas no seu círculo social, escolhendo fazer rupturas em alguns tipos de relacionamentos e construindo uma nova rede de sociabilidade. O boicote é também visto como uma ferramenta fundamental para “colocar em prática a ética que os guia” (VILELA, 2013, p. 154) – o que não é nada novo, em se observando que a prática do “boicote” foi utilizada, por exemplo, por consumidores ingleses há dois séculos, ao se recusarem a comprar o açúcar que mantinha as práticas escravistas nas colônias (MINTZ, 1986).

O autor analisa ainda como a postura política de propagação do veganismo é encarada como responsabilidade pelos integrantes do movimento, fazendo com que a retórica vegana se traduza como “conscientização, sensibilização, auto-atribuição de responsabilidade” (VILELA,

2013, p. 155), o que seria peça fundamental para o ativismo. E, enfim, por meio dos relatos de eventos e manifestações, o autor verifica as ideias abolicionistas presentes na ação dos ativistas.

Passando ao trabalho de Júlia Machado Souza (2013), também da área da Antropologia Social, aborda-se as militâncias em defesa dos animais para pensar a condição do não humano na cidade de Florianópolis (SC), sendo o seu objetivo apresentar e refletir sobre as militâncias e como questionam o antropocentrismo. Para com este seu objetivo, a autora escreve sobre as trajetórias de vida que levaram os interlocutores a militar na causa, e ainda sobre a produção de teorias e conceitos nativos em dois grupos distintos da cidade de Florianópolis. As categorias mais utilizadas pelos ativistas foram “Ciência” e “moral”. Sobre a Ciência, principalmente no campo da experimentação com animais (ou do uso de cobaias animais), os ativistas argumentam que, por sermos de espécies diferentes, não possuímos fisiologias iguais, logo, os animais não deveriam ser utilizados nas pesquisas com foco em seres humanos. E, em se tratando da moral, argumentam sobre a semelhança entre animais humanos e não humanos quanto às capacidades sensoriais de sofrimento e gozo, e que por sermos todos animais estaríamos no mesmo patamar moral, e, portanto, não deveríamos utilizar/explorar animais não humanos. A autora analisa que, em se tratando de moral na interação com animais, encontramos três vertentes de pensamento: conservadora, reformista e abolicionista. A conservadora defende que não deve haver nenhuma mudança na forma tratamos os animais não humanos, devendo-se manter a sua exploração em nosso benefício. Já a reformista está baseada no “bem-estarismo”, que prevê uma forma mais “humanitária” de tratar os animais, mas se os mantém na condição de subserviência. E, por fim, a vertente abolicionista visa o fim da utilização animal para todos os fins, mesmo que de forma gradativa. Ressaltando a causa desta última, tem-se que os “abolicionistas animais” almejam equiparar moral e juridicamente animais humanos e não humanos. A estratégia do movimento é acabar com a hierarquia de espécies.

Souza (2013) fez sua etnografia participando de eventos, destacando a sua participação em um curso de Ética Animal, e realizou entrevistas com interlocutores que aceitaram participar da pesquisa, nas quais abordou inclusive os conceitos veganismo e senciência, difundidos entre grande parte da militância. A autora analisa que o movimento intitulado de Libertação Animal é plural e que busca a abolição animal de formas distintas. Uma destas formas de abolição é a igual consideração entre animais humanos e não humanos, ou seja, o princípio de que, antes de praticar qualquer ato em relação aos animais, deveríamos pensar se faríamos o mesmo com os humanos, e se a resposta for negativa o caso é que estaríamos sendo especistas, ou privilegiando a nossa espécie dentre as demais.

Segundo a autora, em relação à utilização de animais pela Ciência, mesmo na educação, os adeptos de tais práticas são considerados pelo movimento como especistas ou como pessoas que precisam se atualizar quanto aos métodos substitutivos (são atrasadas). E ela conclui que em todo o discurso abolicionista está implícito um grande projeto civilizador rumo ao mundo vegano (sua utopia), atuando pela proposta principal de educar a população. Entre a militância abolicionista, a autora diz que há uma crescente sensibilização em relação aos animais, fazendo com que os militantes reformulem suas vidas, sensibilizem também outras pessoas (o que pode se dar com a dedicação ao movimento por meio de: ações diretas, panfletagem, manifestações etc.) e se envolvam em “pesquisas e estudos para poder embasar e demonstrar as incontestáveis razões para se tornar vegetariano ou vegano e militar em prol da *igual consideração* para com os animais” (SOUZA, 2013, p. 106).

A autora saliente ainda que a Antropologia tem um papel importante nesse debate, pois se a humanidade precisa reconsiderar sua forma de participar deste mundo, a Antropologia tem as principais ferramentas para corroborar com essa relativização, assim como para repensar o que nos torna humanos. Os militantes em defesa dos animais, segundo a autora, estão a todo o tempo repensando a barreira entre natureza e cultura, essas pessoas se aproximam dos animais de forma distinta à hegemônica. E finaliza com a reflexão: “Se levarmos a cabo o princípio de igual consideração, a ideia de libertação animal ou até do bem-estar animal, já estamos alterando nossa percepção, alargando nossa ideia em relação a essa forma de dominação ‘ilegítima’ da natureza” (SOUZA, 2013, p. 108-109).

Na pesquisa da autora Katharinne Magalhães (2015), que realiza seu trabalho na área de Ciências Sociais, faz-se uma investigação sobre “vegetarianismo, internet e ativismo”, nos termos do próprio título do estudo, e se objetiva principalmente conhecer em que medida o uso da internet transformou “as formas de se tornar e de ser vegano” (subtítulo da dissertação). Para a pesquisa, a autora entrevistou três veganos, uma estudante de veterinária, vegana há dois anos, um *chef* de cozinha, vegano há vinte anos, e Fábio Chaves, o criador do *site* Vista-se (um dos maiores *sites* de informação sobre direitos dos animais no Brasil), com objetivo de elucidar a construção da identidade destes sujeitos e os conflitos resultantes dela. E, com isso, a autora buscou identificar o comportamento dos interlocutores frente as possibilidades oferecidas pela internet, e o que pensam em relação à organização do movimento hoje. Trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa, com trabalho de campo, realização de entrevistas, o acompanhamento de eventos produzidos por um grupo em Fortaleza (CE), observação on-line do portal Vista-se, reunindo todas estas informações para compor um estudo de caso, em diálogo com os seus três interlocutores, em especial, no que concerne à “aceitação da própria identidade”, às “facilidades

e dificuldades para adotarem um estilo de vida vegano”, e, por fim, em termos do “acesso à informação” (MAGALHÃES, 2015, p. 23).

Concluindo, Magalhães (2015) constata que a internet representa um importante espaço para os veganos, anteriormente limitados a televisão e jornais, mas que os encontros presenciais ainda ocupam um papel central na realização de discussões sobre o futuro do movimento, seja em encontros de abrangência nacional, seja no âmbito local. E, ao analisar um *site* da internet (Vista-se), afirma ela que o sucesso da página se deveu ao fato de ser utilizada como fonte de informações gerais sobre o movimento, nas várias vertentes; e ainda por fornecer orientações práticas sobre a adoção do veganismo, inclusive como sendo um portal confiável para a compra de produtos veganos. E quanto ao ser vegano, a autora contrasta a diferença entre o ser vegano antes da era da internet e agora, com tanta informação disponível, dizendo que, para uma pessoa se tornar vegana há vinte anos atrás, as informações deveriam vir de outras pessoas veganas e de livros ou outras publicações; enquanto que, hoje dia, quase qualquer pessoa (em geral, classe média) que tenha acesso a internet pode descobrir o que é veganismo.

A tese de Terezinha Rossi (2017), na área de Psicologia, trata das (mídias) redes sociais e o ciberativismo, partindo da análise das manifestações no Brasil que ficaram conhecidas como *Jornadas de Junho de 2013*, e tem como objetivo investigar os impactos do ciberativismo na atualidade, em especial, no veganismo. A autora dialoga sobre a importância que a *Web 2.0* teve no cotidiano, com sua comunicação rápida e a possibilidade de criação de conteúdo pelos próprios usuários, propiciando aos movimentos sociais se apropriarem da rede para informar e mobilizar pessoas e fazer ciberativismo em prol de seus ideais. Na tese, a autora investiga como as principais mudanças sociais e culturais geradas pela internet e o ciberativismo transformaram o engajamento político e social, e aborda ainda as possíveis transformações subjetivas geradas pelo ativismo on-line. Por meio de revisão bibliográfica e extensa observação participante em *websites*, Twitter, Facebook e YouTube de grupos veganos, ela objetiva apreender as principais “características, processos de interação e processos subjetivos relacionados ao envolvimento das pessoas com o ciberativismo e o veganismo” (ROSSI, 2017, p. 17). A autora conclui que a Web 2.0 desempenhou um papel fundamental na transmissão de informações e no contato entre pessoas, e que os movimentos sociais se apropriaram da rede devido ao seu grande potencial para divulgar, debater e convocar pessoas para as suas causas. E quanto ao ciberativismo no movimento vegano, coloca ela que os ciberativistas utilizaram a rede para divulgar informações (vídeos, textos, campanhas) e questionar a forma com que animais são utilizados pela sociedade contemporânea, bem como questionar a cultura que sustenta essa relação.

### 3.1.2 Veganismo e Feminismo (Veganismo Interseccional)

Em dissertação apresentada ao Programa em Estudos Interdisciplinares sobre Mulheres, Gênero e Feminismo, Íris Neres do Carmo (2013) trata sobre o Feminismo Vegano. A autora destaca a presença de discursos e práticas veganas no feminismo, que vêm principalmente das identidades feministas jovens, e dedica a sua pesquisa a preencher a falta de estudos sobre essas novas gerações de jovens no Brasil. Nos eventos feministas etnografados pela autora, realizado nos estados de São Paulo, Rio de Janeiro e Bahia, serviu-se alimentação vegana, vindo daí a sua inspiração para abordar as “gastropolíticas” feministas. Dialogando com Appadurai (1981), a autora argumenta que essa categoria de gastropolítica “diz respeito a conflitos ou competições sobre recursos culturais ou econômicos específicos que emergem nas transações envolvendo a alimentação, entendida como um sistema semiótico.” (CARMO, 2013, p. 18). Para a construção do objeto de análise, a autora trabalha com as categorias gênero, sexualidade, geração e espécie – o que, nesta pesquisa, denomina-se como veganismo interseccional.

Os eventos etnografados pela autora foram: a 3ª edição do Liga Anti-Sexo (SP), a 1ª edição do EncontrADA (RJ), a 1ª edição do Festival Emancipar (ou Emancipar Fest) (SP), a 1ª edição do Ladyfestinha (SP), o lançamento do “zine” Sapatoons Queerdrinhos (SP) e a 3ª edição do Festival Vulva la Vida (BA), eventos feministas nos quais a alimentação vegetariana estrita se fez presente. A autora mostra a pluralidade dos movimentos feministas e veganos, e destaca como a alimentação marca as diferenças no interior do campo, apontando como os eventos são utilizados enquanto ativismo, em uma forma que difere dos modelos tradicionais, e transforma a partilha da comida “como um ideal de sociabilidade que contraria a centralidade do masculino nas relações sociais, mas que também diz respeito a uma solidariedade inter-espécie” (CARMO, 2013, p. 150). Segundo ela, as “gastropolíticas feministas” e veganas contestam as “matrizes de inteligibilidade moderna”, instituição que determinaria quais são os seres vivos que se deve considerar ou não como vidas. Segundo ela, a presença do veganismo no movimento feminista pode assumir uma coalizão política feminista interespecie, e conclui que o “feminismo vegano” está em curso, e está sendo construído no processo, com contradições, negociações e diálogos.

Lorena Monteiro (2014), que realiza a sua investigação na área de Sociologia, também dedica sua pesquisa ao “feminismo animalista”, porém, a autora privilegia grupos e indivíduos militantes que trazem nos discursos e práticas dimensões políticas que relacionam a exploração animal e o modelo capitalista patriarcal de exploração das mulheres. A autora tem no objetivo compreender as perspectivas teóricas e práticas dos discursos de jovens feministas veganas, a partir de seu ativismo. Entre os grupos que ela estuda, destacam-se a Cooperativa Manjeriçõ,

do Rio de Janeiro e a Cooperativa Rango Vegan, de Salvador, e ainda o Festival de contracultura feminista “*Vulva la Vida*”, realizado também em Salvador; e considera também casos de jovens feministas autônomas veganas. Segundo ela, no geral, tanto as cooperativas como as feministas autônomas aliam o trabalho com alimentação vegana à militância feminista e vegana, sendo as suas marcas a distribuição de “zines” e a organização de festivais em torno da causa.

A autora fez uma pesquisa qualitativa, com base em entrevistas em profundidade para a coleta de dados e análise de discurso, e na participação em três eventos feministas que serviam alimentação vegana. Concluindo que além da ligação entre o feminismo e o veganismo em suas diversas dinâmicas de aproximação e de distanciamento, houve um terceiro aspecto altamente discutido na pesquisa que é a militância contra o racismo, problematizando também o lugar da mulher negra na sociedade e na política, introduzindo mais uma interseccionalidade. E sobre a trajetória dessas jovens com o veganismo, a autora destaca dois momentos: a sensibilização de caráter pessoal ao sofrimento de outros seres, e a incorporação de um conhecimento político e filosófico sobre veganismo à causa feminista.

O discurso que liga o feminismo ao movimento de libertação animal é destacado de duas formas nas falas das interlocutoras, seja pelo argumento da senciência que considera igual a dor que os seres humanos e não humanos sentem, seja pelo fato de as mulheres estarem em posição social e política de exploração assim como os animais não humanos, e ainda outro grupos, como os negros (entre outros), e estar nessa posição de exploração permite a equiparação da opressão, sendo uma constante o pensamento que “as mulheres são tão objetificadas quanto os animais” (MONTEIRO, 2014, p. 73). E, por fim, a autora aponta que a intersecção entre os movimentos tende a “pensar uma desnaturalização e um caráter construtivo dos corpos, tantos dos animais, quanto das mulheres” (MONTEIRO, 2014, p. 73).

### **3.1.3 Comunicação Vegana**

Camila Carbornar de Souza (2016), em sua dissertação na área de Comunicação, trata da comunicação do movimento dos direitos dos animais no Brasil, especialmente, no que diz respeito ao enquadramento do abolicionismo animal. Segundo a autora, há um problema de comunicação do movimento com a sociedade, visto que o mesmo deseja abolir todos os usos animais na sociedade, e se utiliza em grande medida de linguajar jurídico para dizer que animais não devem servir de propriedade, pois assim como os humanos são seres sencientes, de modo que deveríamos levar o sofrimento e os interesses dos animais em consideração. Portanto, para a autora, fica difícil para a sociedade no geral compreender o significado do movimento, sendo

necessário um novo enquadramento interpretativo. Como observado pela autora, as mídias de massa não dão visibilidade ao movimento, mas ressalta que o movimento tem a internet para apresentar sua causa e defender seus posicionamentos.

A autora se vale da teoria da mobilização política, aspectos de enquadramento e da teoria do reconhecimento. Diz ainda que, devido ao movimento ter se consolidado a partir dos anos 2000, não há ainda estudos suficientes. Ela se concentrou em observar o movimento em âmbito nacional, utilizando principalmente as mídias sociais para mapear os grupos abolicionistas. O problema de pesquisa foi definido no sentido de se investigar: “como o movimento dos direitos animais mobiliza seus quadros – atividade estratégica de comunicação – para direcionar o debate público sobre a abolição animal em busca de reconhecimento para sua causa e seus membros?” (SOUZA, 2016, p. 16).

Os quadros, segundo a autora, são dois: o da abolição imediata e o da abolição gradativa. Para a pesquisa, a autora se utilizou do método de análise de enquadramento da questão animal e dos caminhos da ação política. O recorte da análise é definido em parte pela investigação dos *sites* das organizações e seus perfis no Facebook, e assim identifica como os grupos direcionam o debate e tentam mobilizar, e as diferenças interpretativas dentre eles. Para a pesquisa, foram utilizados cinco grupos: Camaleão, Onça, Revolução da Colher, SVB (Sociedade Vegetariana Brasileira) e VEDDAS (Vegetarianismo Ético em Defesa dos Direitos Animais e Sociedade). A autora conclui que o veganismo é colocado como a solução principal para o alinhamento dos quadros do movimento dos direitos dos animais, e que os grupos basicamente pedem adesão ao movimento de abolição animal informando, esclarecendo questões, reafirmando seus valores e estabelecendo interseccionalidades. Em suas páginas, os grupos não focaram os opositores, mas os valores que almejam difundir, e por vezes são encontradas evidências de conflito interno de estratégia (como abolição imediata vs. abolição gradativa). Segundo ela, os grupos que mantêm seus quadros mais fechados e que defendem exclusivamente a “abolição imediata” têm mais dificuldade de se comunicar com a sociedade, enquanto os grupos que mantêm seus quadros mais abertos e defendem a abolição gradativa abrem mais concessões no diálogo e têm mais sucesso na comunicação política.

Ainda segundo a autora, os ativistas que advogam em prol dos animais têm um papel fundamental no movimento dos direitos dos animais, pois eles defendem esta causa na esfera pública, organizam-se na tradução de suas demandas para a sociedade e nas politizações dessas demandas, “formando uma narrativa de convencimento sobre a abolição animal, propondo como solução o veganismo e o vegetarianismo estrito, mostrando a viabilidade de se adotar essa solução – é o empreendimento de *amplification* dos grupos” (SOUZA, 2016, p. 143).

### 3.1.4 Alimentação Vegana

Ugo Teixeira Werneck Vianna (2015), que defendeu seu trabalho em um Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Local, discorre em sua dissertação sobre um programa de alimentação vegana em escolas públicas, que é o Programa de Alimentação Vegana nas Escolas Públicas (PAVEP). O autor fala sobre a crescente adesão ao vegetarianismo e ao veganismo no mundo, e, apoiado pelos recentes estudos e pesquisas, diz que a dieta vegetariana estrita cada vez mais tem se mostrado uma alimentação viável e inteligente para a espécie humana, e que deveria existir mais interesse público de propagar esse tipo de alimentação, com a inclusão de “alternativas veganas” nas escolas públicas; e argumenta ainda que estas são um instrumento em potencial para o combate à má nutrição, ao aumento do consumo de vitaminas e de minerais, baseando-se nos documentos de referência sobre os Valores Diários de Referência (VDRs) e de Ingestão Diária Recomendada (IDRs), notadamente, estabelecidas pela Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), seguindo as recomendações da Organização Mundial de Saúde (OMS). (VIANNA, 2015, p. 22)

As alternativas veganas defendidas pelo autor visam incluir os mais de 15 milhões de brasileiros que se declaram vegetarianos, um número mais do que suficiente para sugerir que sejam formuladas e implementadas políticas públicas voltadas à questão, sejam leis, Planos ou Programas de inclusão. A pesquisa do autor tem como objetivo avaliar a inclusão de alternativas veganas em escolas de ensino da rede pública, partindo de um projeto de intervenção em uma escola pública estadual no Complexo do Alemão, Rio de Janeiro, que almejou promover uma merenda escolar balanceada e envolver toda a comunidade escolar com a educação ambiental, a sustentabilidade e o desenvolvimento local. O autor propõe um manual sobre os benefícios da alimentação vegana, então, ligado ao Programa de Alimentação Vegana nas Escolas Públicas (PAVEP), visando a possibilidade de incluir esta iniciativa ao “SISAN (Sistema Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional) como Política Pública integrante do PNSAN (Política Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional) por intermédio do PNAE (Programa Nacional de Alimentação Escolar)” (VIANNA, 2015, p. 24). Em conclusão, o autor argumenta que essa intervenção obteve sucesso na escola estadual em questão, e destacando os benefícios para a saúde humana e os impactos positivos da nutrição de milhões de pessoas, sugere um Programa Governamental nos moldes da alimentação vegetariana estrita proposta na pesquisa.

### 3.1.5 Vestimenta Vegana

Única nesta categoria de pesquisa, Gabriella Ribeiro da Silva e Araújo (2017) dedica a sua dissertação na área de Têxtil e Moda à aceitabilidade dos simulacros de materiais de origem animal (em geral, materiais artificiais) no vestuário de veganos. A autora, em uma pesquisa qualitativa, parte da ótica dos ativistas do movimento em São Paulo e problematiza para este público quais os aspectos e implicações conceituais e práticas em termos estéticos, semânticos, sociológicos e éticos possui a ideia de simulação de materiais de origem animal aplicada com materiais artificiais, em termos de sua maior ou menor aceitabilidade. Araújo (2017) discorre sobre a variedade de roupas e de acessórios que derivariam da morte e/ou exploração animal nas indústrias, fazendo com que a vida de diferentes espécies de animais seja reduzida ao valor comercial que possuem. Quanto aos seus substitutos sintéticos, a autora explica que eles foram desenvolvidos principalmente em virtude de sua viabilidade econômica, e não especificamente para atender o público que se abstém de explorar/usar animais. A autora afirma que a pesquisa é qualitativa e exploratória de caráter fenomenológico, utilizando entrevistas semiestruturadas em profundidade, questionários e a busca de comentários de ativistas veganos nas redes sociais da internet. Na pesquisa, ela privilegiou a visão de usuários veganos, de especialistas teóricos, historiadores, e de especialistas do campo da moda, a este não se atendo, de modo a contemplar também toda a extensão do veganismo, que rejeita o uso de seda, couro, chifres, pelos, pérolas e penas.

A autora conclui com a pesquisa que as roupas e adereços que são produzidos a fim de imitar os de origem animal não são aprovadas pelos usuários veganos, pois, embora não exista o sofrimento animal, contribui para perpetuar os padrões estéticos originais. A presença desses substitutivos por vezes engessaria o desenvolvimento de outros materiais e produtos originais em sua essência. Os usuários entrevistados muitas vezes não problematizavam a utilização de simulacros na alimentação (carne, embutidos e leite vegetais, por exemplo) diante da utilidade no cotidiano dessas pessoas, porém, ao adentrar no campo da moda, os veganos preferem que os empresários do setor estudem a viabilidade de novos produtos para o público que se abstém de explorar/usar animais.

Para além das discussões presentes nos trabalhos acima analisados, esta pesquisa visa a conhecer os vários discursos que circulam no interior do veganismo, identificar seus múltiplos desdobramentos dentro da mídia social Facebook, bem como os desentendimentos de caráter político-ideológico, suas conexões com outros movimentos e o fortalecimento da identidade

vegana. E, por fim, nota o estudo da própria rede como um campo de pesquisa sobre os modos de ser e agir do movimento vegano.

### 3.2 Log in em campo

O Facebook é das mídias sociais mais utilizadas no Brasil. Segundo dados da própria empresa, no primeiro trimestre de 2018, registrou-se a marca de 127 milhões de usuários brasileiros ativos mensais, tornando o Brasil o terceiro país com a maior quantidade de usuários na mídia social. Embora, agora em 2020, esteja em uma tendência de queda do número de usuários, segundo pesquisa do Datafolha<sup>24</sup>, nos últimos anos, foi a rede social mais popular entre os brasileiros.

Quando o Facebook é acessado, no canto superior direito há um espaço para fazer o login<sup>25</sup>, caso já seja cadastrado. Na lateral direita há um espaço para cadastro, caso seja novo usuário. E na lateral esquerda uma breve descrição daquele espaço.

**Figura 1** – Página inicial do Facebook em 24 de outubro de 2019.



Fonte: Facebook – adaptado pela autora.

<sup>24</sup> Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2019/04/facebook-registra-tendencia-de-queda-no-brasil-diz-datafolha.shtml>. Acesso em: 21 mai. 2019.

<sup>25</sup> O login é a forma de acesso a plataforma. Há um campo para inserir o e-mail do usuário e outro destinado a senha pessoal, cadastrados no primeiro acesso.

Nessa página inicial, a plataforma é apresentada conforme seu objetivo: “O Facebook ajuda você a se conectar e compartilhar com as pessoas que fazem parte da sua vida”. E se pode visualizar uma imagem com diversas figuras que indicam pessoas sendo ligadas por meio de linhas, que sugerem conexão. E ainda, no canto inferior direito, o botão “Criar uma Página”, destinado a celebridades, bandas ou empresas.

O Perfil do novo usuário conta com uma descrição e é preenchido com informações pessoais, como a cidade que reside, a cidade que nasceu, o seu estado civil, profissão, escola e universidade que frequentou etc. É também possível fazer um registro de interesses sobre livros, filmes, séries e jogos de que gosta. A partir daí os algoritmos da plataforma vão se movimentar para sugerir amigos, comunidades e páginas que possam ser do interesse do usuário, além de direcionar propagandas, produtos e serviços que possam interessar.

Perfil e Páginas são vistos de forma diferente pela plataforma, enquanto no Perfil você pode adicionar amigos e aumentar seu círculo de interação. A Página é destinada à comunicação da empresa ou pessoa pública com seu público, para divulgação de produtos e serviços. E os usuários podem acompanhar as atualizações das páginas que forem do seu interesse, por meio da opção “seguir” página.

A popularidade da mídia social Facebook no Brasil talvez se explique pela forma com que foi constituída, agregando diversas funcionalidades ao modo de operação na *web*, inclusive agregando outras mídias sociais como o Instagram e YouTube. No Facebook, o usuário pode fazer suas publicações, acompanhar as pessoas que escolhe seguir, interagir em grupos e em páginas, visualizar vídeos e fotos, além de acessar diversos *sites* de notícias e ser redirecionado ao mesmo ponto em que estava acompanhando.

Todas essas funcionalidades de textos, fotos e vídeos, interação e troca de mensagens, fazem com que a rede social tenha uma grande repercussão, tornando-se útil para contato com familiares, amigos e interação com outras pessoas que tenham interesses em comum. É também um ambiente útil para ONGs, movimentos sociais e ativistas, pois é um meio de divulgação do seu trabalho a baixo custo (se comparado a propagandas em redes de TV, *outdoors* ou mesmo *flyers* e *folders*), e que alcança uma grande quantidade de pessoas interessadas em um assunto. Pessoas diversas podem se aglutinar em torno de pontos de vista em comum, tornando-se uma mídia propícia ao ciberativismo.

André Lemos (2003) define o ciberativismo como as “práticas sociais associativas de utilização da Internet por movimentos politicamente motivados, com o intuito de alcançar suas novas e tradicionais metas” (LEMOS, 2003, p. 2). O trabalho dos ciberativistas veganos pode

ser percebido e acompanhado por meios das mídias sociais e da *web* como um todo (em *blogs*, *sites* etc.), o que é de suma importância para articular e divulgar o veganismo enquanto causa e movimento.

De acordo com Lemos (2003), há três categorias de ciberativismo: a) conscientização e informação; b) organização e mobilização, a partir da internet para uma determinada ação; c) hacktivismo, que é a junção dos termos hacker e ativismo. Nos portais e *blogs* veganos podemos encontrar todas essas categorias, sendo que a principal delas a primeira, pois se trata de uma forma de ação que comum dentro do movimento, e talvez seja um dos poucos pontos que todas as vertentes veganistas concordam – pois acreditam que a conscientização e a informação são os primeiros passos para as mudanças sociais que levarão ao fim da exploração.

Além disso, encontram-se também práticas alinhadas à segunda categoria, “organização e mobilização”, em que os ciberativistas estabelecem dinâmicas de articulação e são convidados a participar de ações off-line nas ruas das cidades.

E o hacktivismo, como ações na rede, envolve diversos tipos de atividades eletrônicas, tais como o envio de e-mails em massa, a criação de abaixo assinado e de listas de apoio para pressionar empresas e políticos, financiamento coletivo de ações e campanhas, entre outras. O hacktivismo é acionado principalmente quando há algum acontecimento importante e sobre o qual o movimento não pode deixar de se posicionar: flagrantes de situações de crueldade e de exploração animal, discussão sobre a aprovação de alguma lei que beneficie ou prejudique os animais etc.

Como o ciberativismo é um dos reflexos das formas de ser e agir dentro do movimento, passaremos agora a conhecer alguns *sites*, *blogs*, grupos e páginas de Facebook que têm ampla divulgação entre os grupos veganos. Os *sites* apresentados a seguir demonstraram ter uma maior divulgação no Facebook, principalmente, nos grupos pesquisados, e as postagens em geral são feitas pelos próprios autores, como é o caso do Vista-se, do Veganagente e do Vegazeta. Já a ONG Mercy For Animals foi somada para exemplificar o veganismo pragmático ou estratégico, que é alvo de intensas críticas dentre os grupos pesquisados. E há ainda o VegetariRANGO, que foi incluído devido a sua grande repercussão nas redes sociais.

### 3.2.1 Vista-se

**Figura 2** – Parte superior da página inicial do Vista-se no dia 26 de abril de 2019.



Fonte: Portal Vista-se – adaptado pela autora.

O Portal Vista-se é conhecido no meio vegano e apontado por diversos interlocutores como um veículo de informação importante dentro do movimento. Fundado pelo ciberativista Fabio Chaves, que se define como um “infoativista”, nascido em Campinas/São Paulo, filho de nordestinos, tornou-se vegetariano em meados de 2005, e, posteriormente, vegano em 2007. O portal tem esse nome porque, ao criar o domínio, Fabio tinha a intenção de vender estampas de camisetas com frases sobre o vegetarianismo. No início, conta que lançou quatro camisetas, e logo depois postou uma notícia sobre vegetarianismo, recebendo retornos positivos em seu e-mail de pessoas que gostaram daquela publicação. Então, ele passou a publicar mais notícias, e, assim, com o tempo, a venda de camisetas deixou de ser relevante, focando a atuação do *site* na divulgação de notícias. Todas as notícias que lia sobre direitos dos animais e veganismo no Brasil e no exterior ele publicava no canal, até chegar ao formato que é hoje: portal de notícias.

Fabio é um dos poucos ativistas que consegue se dedicar exclusivamente à causa animal, pois, com o sucesso que o portal alcançou, desde 2013 ele trabalha como funcionário em tempo integral do projeto que ele próprio criou<sup>26</sup>, alimentando o *site* com notícias e também com a venda de produtos veganos<sup>27</sup>.

Ao acessar o *site* ([vista-se.com.br](http://vista-se.com.br)), encontra-se logo de início a afirmação de que é “O maior portal vegano da América Latina, no ar desde 2007”. Encontramos notícias relacionadas à causa animal e ao veganismo, no Brasil e no exterior, receitas sem ingredientes de origem animal, divulgação de eventos, uma lista que consiste em expor se uma determinada empresa e/ou produto utiliza/tem ingredientes de origem animal, se testam em animais, ou se patrocinam eventos cruéis (como rodeios, vaquejadas e similares) – esta lista conta hoje com informações a respeito e 371 produtos.

Em geral, Fabio escreve em terceira pessoa, o que reproduz um caráter mais jornalístico, informativo. Mas, quando em situação de conflito dentro do movimento vegano, ele tende a se posicionar em primeira pessoa, demonstrando claramente a opinião dele. A postura do ativista circunscreve mais a vertente abolicionista do movimento vegano.

O portal utiliza de diversas redes sociais da internet para divulgação do seu conteúdo. O link do conteúdo publicado no site é compartilhado pelos canais de comunicação nas redes sociais que Fabio administra, Facebook, Instagram, Twitter e YouTube.

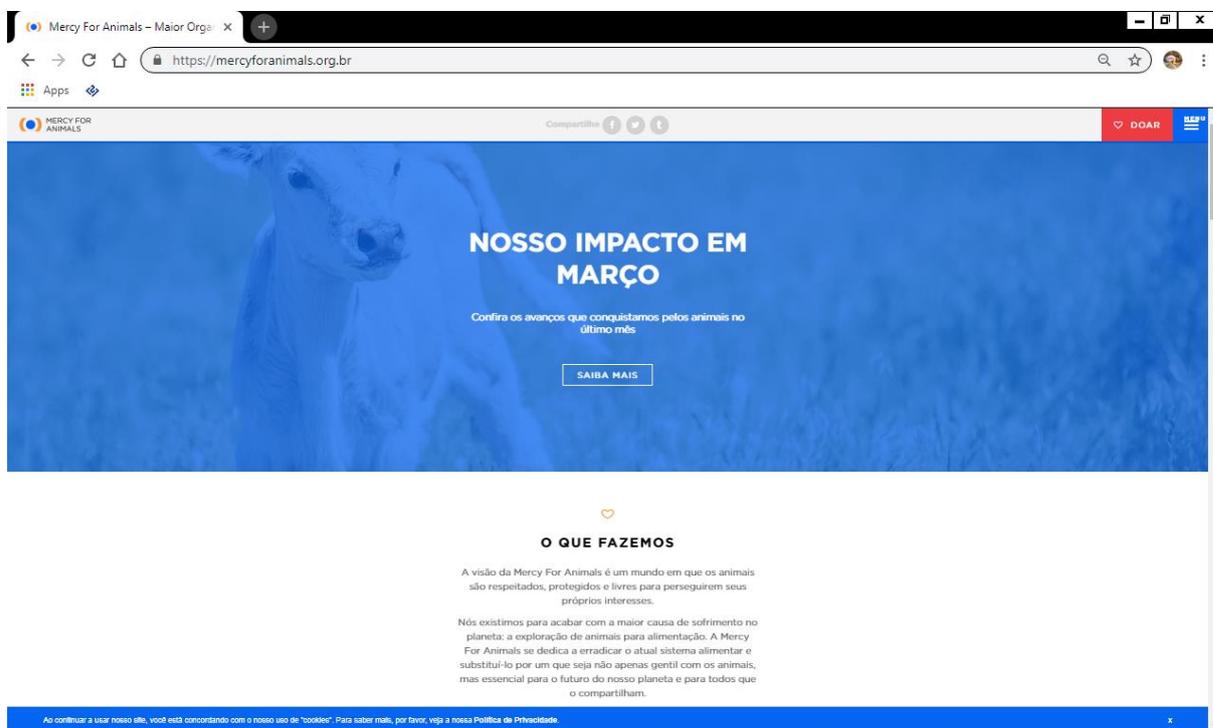
---

<sup>26</sup> Informação disponível em: <https://www.vista-se.com.br/o-dia-em-que-o-Vista-se-ganhou-seu-primeiro-funcionario/>. Acesso em: 26 abr. 2019.

<sup>27</sup> A loja é hospedada em um *site* próprio <http://loja.vista-se.com.br/>.

### 3.2.2 Mercy For Animals (MFA)

**Figura 3** – Parte superior da página inicial da Mercy For Animals no dia 26 de abril de 2019.



Fonte: ONG Mercy For Animals - Brasil – adaptado pela autora.

A Organização Não-Governamental (ONG) *Mercy for Animals* (Misericórdia para os Animais, tradução livre) foi fundada em 1999 no Estados Unidos da América. Conhecida hoje como uma das maiores organizações de direitos animais do mundo, começou a se expandir para outros países em 2015, como Índia, China e América Latina, chegando ao Brasil em 2016, sobre a coordenação de Lucas Alvarenga.

O principal objetivo da MFA é combater a crueldade contra animais explorados para o abate, que segundo a ONG representam mais de 99,5% de todos os animais mortos no mundo. O Brasil representa o sexto maior mercado consumidor de carne no mundo, e o terceiro maior produtor, ficando atrás apenas de China e Estados Unidos da América<sup>28</sup>.

O trabalho da MFA inclui investigações secretas, engajamento governamental e também corporativo, capacitação de voluntários e engajamento social. O foco da entidade é expor ao público a crueldade que esses animais sofrem. O argumento da ONG é que, quanto mais as pessoas souberem o que acontece dentro dos abatedouros, mais elas vão se conscientizar de que

<sup>28</sup> Informação disponível em: <https://mercyforanimals.org.br/mercy-for-animals-ateriza-no-brasil-2>. Acesso em: 27 abr. 2019.

não precisam compactuar com esse sofrimento, e assim deixarão de consumir animais – outro efeito dessa atuação é a difusão da ética do movimento, que, em princípio, diminui a culpa ou a responsabilidade de quem consome, mas esta por si só não transforma o hábito, demandando a atuação em outras frentes.

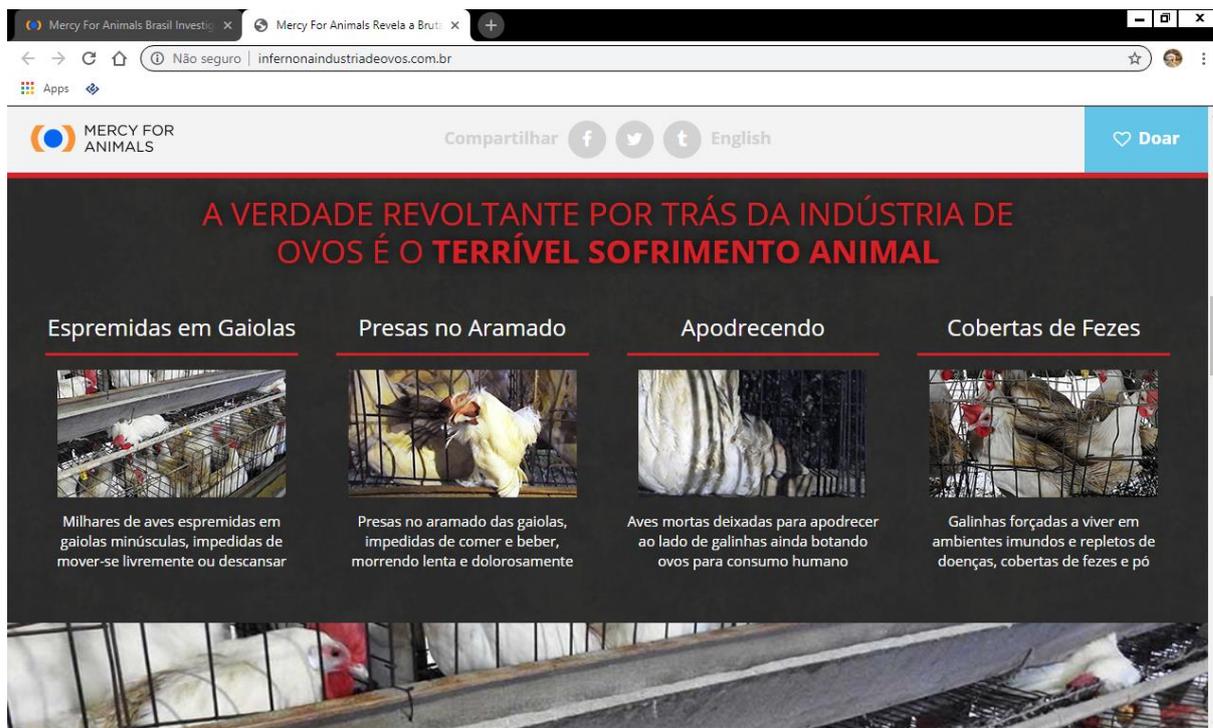
Como foi dito, o trabalho da MFA inclui realizar investigações secretas. Com ativistas infiltrados e câmeras escondidas, eles expõem as condições em que os animais são abatidos. Nos Estados Unidos, a organização é famosa por este trabalho e já causou muito incômodo aos pecuaristas.

No Brasil, a ONG está iniciando seu trabalho, mas já divulgou resultados de algumas investigações. Em 2017, apresentou duas investigações, a primeira sobre uma granja de ovos onde as galinhas são criadas em gaiolas de bateria e outra de uma granja de porcos. O nome da granja de galinhas em que as imagens foram filmadas não foi informada, mas se revelou que se trata de um fornecedor do Walmart<sup>29</sup>. As imagens mostram galinhas presas em pequenas gaiolas sujas, algumas coladas ao aramado, informando que cada gaiola pode ter até seis galinhas, que ficam apertadas a ponto de não conseguir nem ao menos esticar suas asas. A ONG convida o público a exigir do Walmart Brasil que pressione os seus fornecedores de ovos pelo fim desse formato de confinamento, e para isso disponibilizam uma petição, que as pessoas assinam no intuito de aumentar a pressão sobre o grupo. Alegam que a rede Walmart tem o poder e o dever de garantir que ovos vendidos na rede não sejam provenientes de galinhas torturadas. E ainda pede para o público não compactuar com essa crueldade, deixando de consumir os ovos.

---

<sup>29</sup> Disponível em: <http://infernonaindustriadeovos.com.br/>. Acesso em: 27 abr. 2019.

**Figura 4** – Página central do site Inferno da indústria de ovos no dia 27 de abril de 2019.



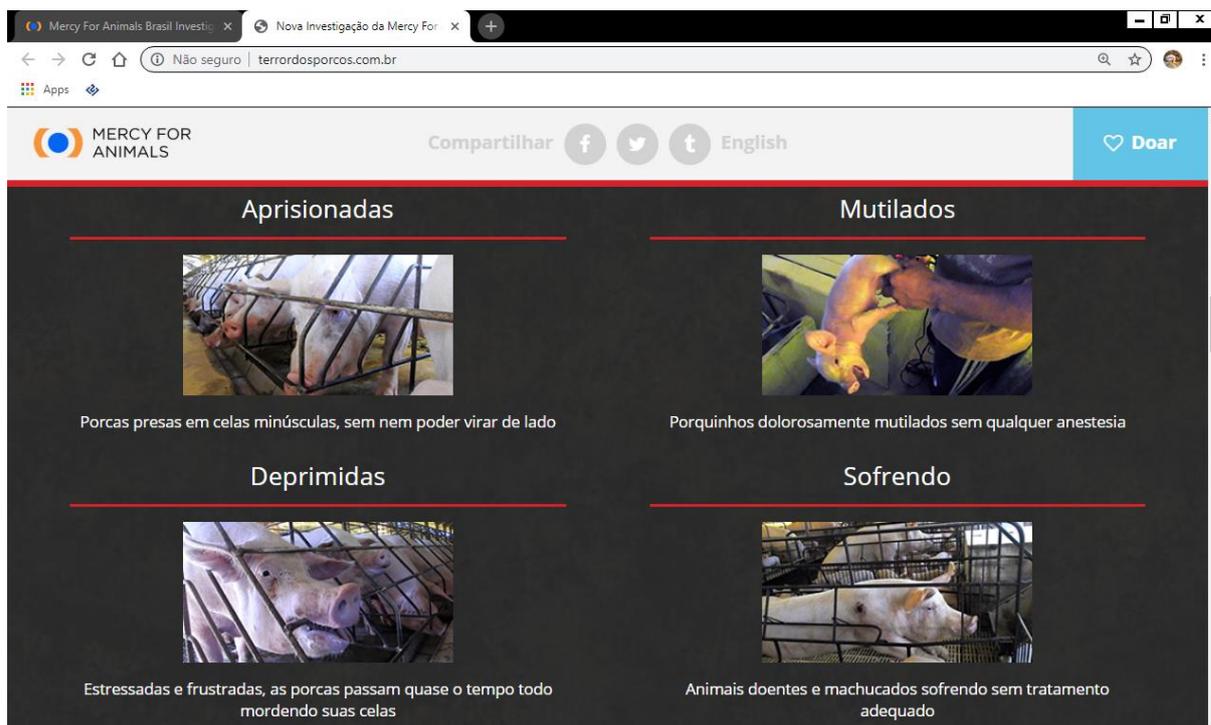
Fonte: Inferno da indústria de ovos – Mercy For Animals – adaptado pela autora.

A investigação da granja de porcos mostra imagens de uma granja cooperada da empresa Aurora<sup>30</sup>, onde as porcas são confinadas em celas de metal apertadas, que não permitem que elas se virem de lado ou se deitem. A cena mostra as porcas mordendo suas celas, o que segundo o narrador do vídeo é devido ao estresse e sinal que estão enlouquecendo. As imagens mostram os filhotes sendo separados de suas mães e, em seguida, os funcionários serrando seus dentes, fazendo buracos em suas orelhas e cortando os seus rabos, tudo isso sem anestesia.

O vídeo convida o público a ajudar a acabar com esse sofrimento, e a se juntar à MFA para pedir que o Grupo Pão de Açúcar (GPA), que vende os produtos da Aurora nas lojas Extra, Pão de Açúcar e Assaí, exija que seus fornecedores parem de confinar os animais em celas ou em gaiolas, e deixem de realizar esses absurdos procedimentos sem anestesia. E, para isso, o *site* disponibiliza uma petição dirigida ao GPA, em que o público pode assinar para aumentar a pressão sobre o grupo. E se coloca ainda que a melhor forma de ajudar os porcos e os outros animais é os mantendo fora do seu prato.

<sup>30</sup> Disponível em: <http://terrordosporcos.com.br/>. Acesso em: 27 abr. 2019.

**Figura 5** – Parte central do site Terror dos Porcos, no dia 27 de abril de 2019.

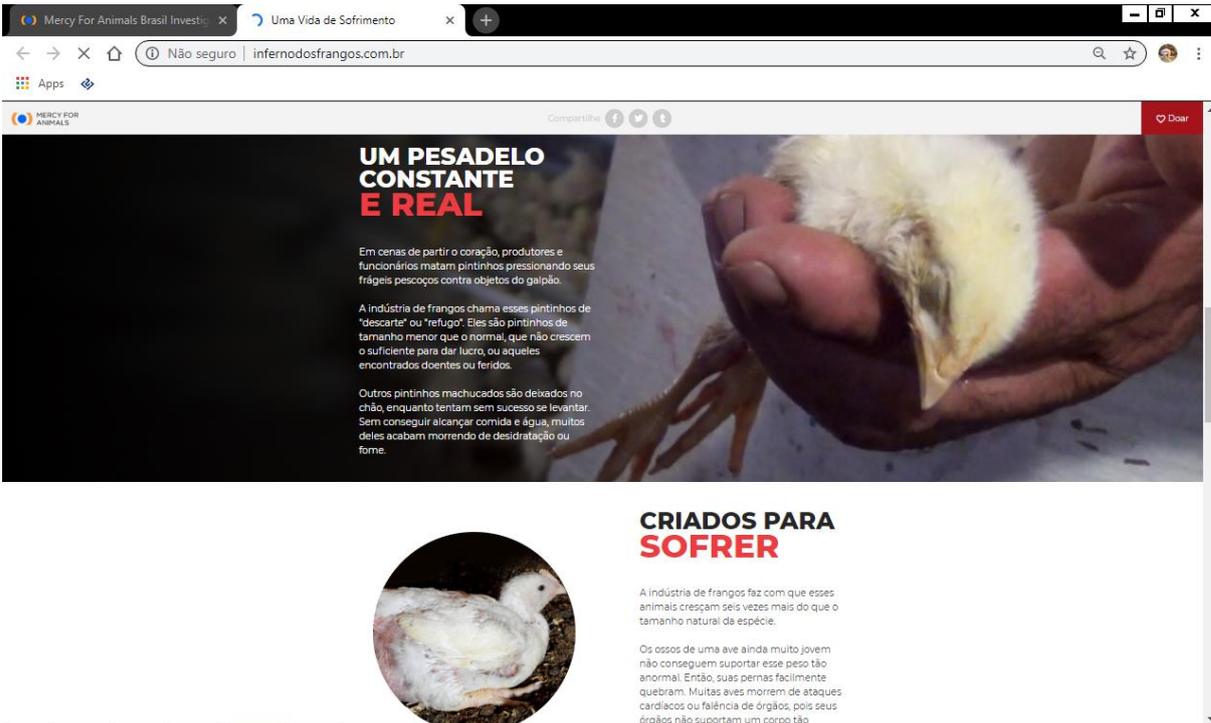


Fonte: Terror dos porcos - Mercy For Animals – adaptado pela autora.

Em 2018, divulgou-se imagens capturadas em diversas das granjas industriais no Brasil, incluindo aí as granjas integradas da JBS, Ad'oro, BRF, Friaves<sup>31</sup>. As imagens mostram frangos amontoados em galpões sujos e apertados, e que, pelas condições de vida, desenvolvem vários problemas motores, fazendo com que muitos não consigam nem mesmo andar, e pintinhos que são mortos por funcionários ao terem seus pescoços esmagados contra objetos. Afirma-se ser esta a realidade de mais de seis bilhões de frangos criados e mortos a cada ano no Brasil. E, por fim, como de praxe, convidam o público a não compactuar com esse sofrimento, sendo a melhor maneira deixar os frangos de fora do prato. A ONG convida ainda o público a conhecer receitas veganas e a baixar o guia vegetariano para iniciantes, que a própria página disponibiliza, além de convidar o público a ser tornar ativista.

<sup>31</sup> Disponível em: <http://infernodosfrangos.com.br/>. Acesso em: 27 abr. 2019.

**Figura 6** – Parte central da página Inferno dos Frangos no dia 27 de abril de 2019.



**UM PESADELO CONSTANTE E REAL**

Em cenas de partir o coração, produtores e funcionários matam pintinhos pressionando seus frágeis pescoços contra objetos do galpão.

A indústria de frangos chama esses pintinhos de "descarte" ou "refugo". Eles são pintinhos de tamanho menor que o normal, que não crescem o suficiente para dar lucro, ou aqueles encontrados doentes ou feridos.

Outros pintinhos machucados são deixados no chão, enquanto tentam sem sucesso se levantar. Sem conseguir alcançar comida e água, muitos deles acabam morrendo de desidratação ou fome.

**CRIDADOS PARA SOFRER**

A indústria de frangos faz com que esses animais cresçam seis vezes mais do que o tamanho natural da espécie.

Os ossos de uma ave ainda muito jovem não conseguem suportar esse peso tão anormal. Então, suas pernas facilmente quebram. Muitas aves morrem de ataques cardíacos ou falência de órgãos, pois seus órgãos não suportam um corpo tão

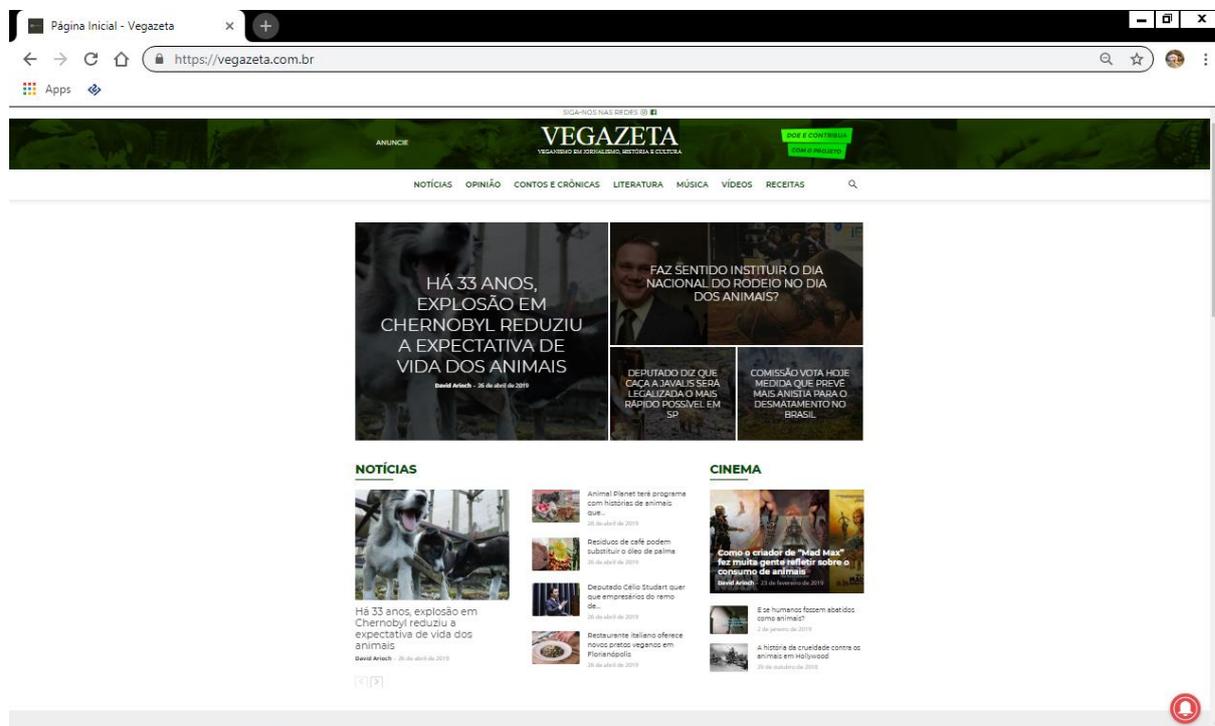
Fonte: Inferno dos frangos - Mercy For Animals – adaptado pela autora.

Além das investigações secretas, a MFA tem ações junto ao governo, implementando em órgãos públicos programas de substituir a proteína animal por proteína vegetal, uma ou duas vezes na semana, semelhantes ao “Segunda Sem Carne”. Promove-se treinamento e capacitação de *chefs* de cozinha para produzir refeições veganas, treinamento e capacitação de voluntários para atuarem em nome da MFA (na maioria dos estados brasileiros). E se estimula a sua atuação junto a grandes redes de supermercados, que consiste basicamente em pressioná-las a parar de vender produtos de empresas que se utilizam de métodos cruéis de criação de animais, métodos que segundo a ONG causa um sofrimento desnecessário aos animais, como no caso das galinhas criadas em gaiolas de baterias e das porcas criadas em celas de gestação, denunciados por meio das investigações secretas.

Por fim, destaca-se que a MFA, para impulsionar o seu trabalho, utiliza diversas redes articuladas em torno das mídias sociais: Facebook, Twitter, YouTube, Instagram e Tumblr.

### 3.2.3 Vegazeta

**Figura 7** – Página superior da página inicial do Vegazeta no dia 26 de abril de 2019.



Fonte: Vegazeta – adaptado pela autora.

O *site* Vegazeta foi criado recentemente pelo jornalista David Arioch para substituir o *blog* que mantinha registrado em seu nome, mas a estruturação dos conteúdos não se alterou. O subtítulo do *site* é *Veganismo em Jornalismo, História e Cultura*. Funciona como um *blog*, em que o autor atualiza as principais notícias a respeito do veganismo e dos direitos animais, artigos de opinião, contos e crônicas, literatura, música, vídeos e receitas. Além de informar os leitores sobre notícias recentes da causa animal e veganismo, o autor também cria diversos conteúdos, a maioria relacionados às biografias de personagens históricos que lutaram pela causa animal e pelo veganismo.

David também atua criando e adaptando receitas à dieta vegetariana, e as publica no *site* Vegaromba<sup>32</sup>, cujo nome vem da junção de vegano e maromba<sup>33</sup>, por ser um assíduo praticante de musculação, que cria receitas com grande aporte de calorias e proteínas para quem quer obter ganho ou definição de massa muscular. Em todas as receitas, o autor toma o cuidado de calcular os valores nutricionais e com isso auxiliar na montagem da dieta do visitante. Mas, o que mais

<sup>32</sup> Disponível em: <https://vegaromba.com/>. Acesso em: 20 fev. 2020.

<sup>33</sup> Termo utilizado para designar praticantes de musculação – “marombeiros”.

chama atenção nas receitas são os nomes. David toma o cuidado de nomear de forma lúdica as suas receitas: Brucutu, Coralino, Mimoso, Na Maciota, Nada Não, Trevoso, Matador e Queijo Vegano da Discórdia são algumas das receitas encontradas na página.

Além do *site*, David se utiliza das mídias sociais Facebook, Instagram e YouTube para divulgar seu trabalho.

### 3.2.4 Veganagente

**Figura 8** – Página superior da página inicial do Blog Veganagente no dia 26 de abril de 2019.



Fonte: Veganagente – adaptado pela autora.

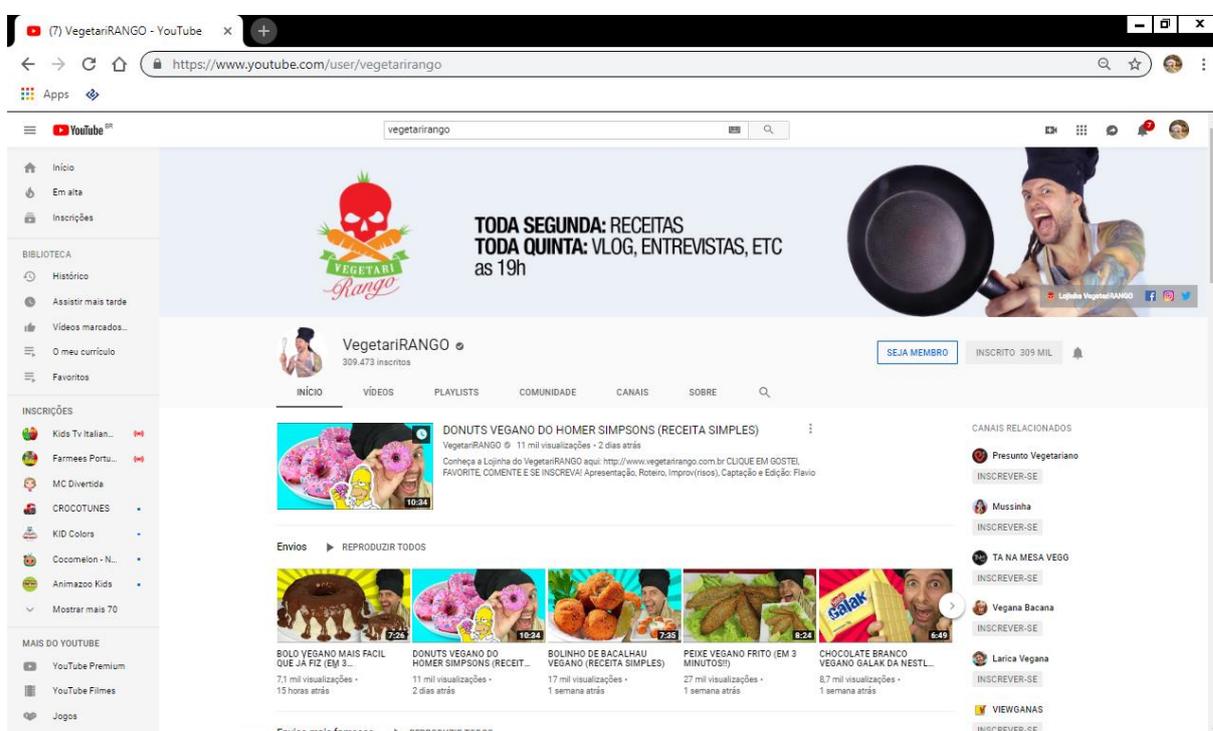
Veganagente é um *blog* sobre direitos dos animais e veganismo interseccional. O *blog* foi criado pelo cientista social e ativista Robson Fernando de Souza, para trazer informações sobre veganismo e direitos dos animais, e receitas. O que difere o trabalho do Robson do de outros portais sobre veganismo, especificamente, o Vista-se e o Vegazeta, é que estes têm um tom mais jornalístico, com intuito de informar sobre as notícias recentes que afetam a causa animal, usando um tom de “neutralidade”, e só se posicionando pessoalmente em momentos de controvérsias. Já o trabalho do Veganagente é de uma linguagem mais próxima a de um artigo de opinião, trazendo mais a responsabilidade social que o autor tem, no sentido de informar e

formular linhas mais críticas ao movimento. O conteúdo deste *site* tem uma linha abolicionista marcante, porém, estabelece também diálogos interseccionais.

O criador do Veganagente é também autor de dois livros sobre veganismo: *Veganismo: as muitas razões para uma vida mais ética* (DE SOUZA, 2017b) e *Direitos animais e Veganismo: consciência com esperança* (DE SOUZA, 2017a).

### 3.2.5 VegetariRANGO

**Figura 9** – Página superior do canal no YouTube do VegetariRANGO no dia 26 de abril de 2019.



Fonte: YouTube / Canal VegetariRANGO – adaptado pela autora.

Flavio Giusti é criador do canal e programa de culinária vegetariana VegetariRANGO. *Chef* de cozinha, ator e palhaço (entre outras), ele se utiliza de todas as suas formações para apresentar um programa que ensina receitas vegetarianas com um tom de humor. O Projeto que deu origem a esse programa já foi transmitido por canais de televisão, como Chef TV e Rede Brasil, mas agora o é exclusivamente pela internet.

Flavio conseguiu uma grande repercussão, e talvez sua passagem pela televisão aberta tenha influenciado nesse quesito, e hoje o seu canal no YouTube conta com mais de 310.760

inscritos<sup>34</sup>. Em vídeo publicado no canal, ele conta que se tornou ovo-lacto-vegetariano aos 16 anos, por influência da prática de Yôga, que proporcionou a ele leituras acerca dos malefícios da carne para a saúde. Mas, foi somente a partir de 2012, com o projeto piloto do que é hoje o VegetariRANGO, que ele passou a pesquisar e a estudar sobre culinária. E, tendo lido artigos científicos sobre os malefícios dos leites e ovos para a saúde, ele decidiu dar um passo à frente na dieta e na defesa dos animais, e se tornou vegano. Desde então, ele tem aprendido, criado e ensinado receitas vegetarianas e as divulgado nas suas redes sociais.

### **3.2.6 Grupos no Facebook: Veganismo, VegAjuda e Veganismo Social**

Os grupos selecionados para a pesquisa foram: o grupo Veganismo que discute temas mais gerais a respeito do movimento, VegAjuda (antigo TrollAjuda) que ajuda na transição de pessoas para o modo de vida vegano e o Veganismo Social – Discussões Interseccionais que tem uma abordagem mais crítica ao movimento.

O grupo Veganismo é um “grupo fechado” (o que significa que as suas publicações são visíveis apenas para quem faz parte do grupo), que conta com cinquenta e um mil, trezentos e dois membros<sup>35</sup>. A imagem de capa do grupo é uma foto com os olhos de dezenas de animais, incluindo humanos, répteis, aves, mamíferos etc., causando o efeito de que estão todos olhando para quem está atrás da tela), com uma frase em destaque sobre a imagem diz: “Veganismo = Respeito aos animais, Pelo Fim do Especismo e Antropocentrismo”. Os administradores do grupo definem veganismo enquanto a prática dos Direitos dos Animais, que conta com uma série de informações sobre veganismo, saúde, receitas veganas, meio ambiente, industrialização / ciência e sobre a organização do mesmo. A descrição do grupo é de caráter abolicionista, mas, para um grupo com mais de cinquenta mil membros, a postagem da descrição e regras do grupo tem apenas oitenta e nove reações<sup>36</sup>, não deixando claro, portanto, se todos os membros leram e/ou estão de acordo com a descrição do grupo.

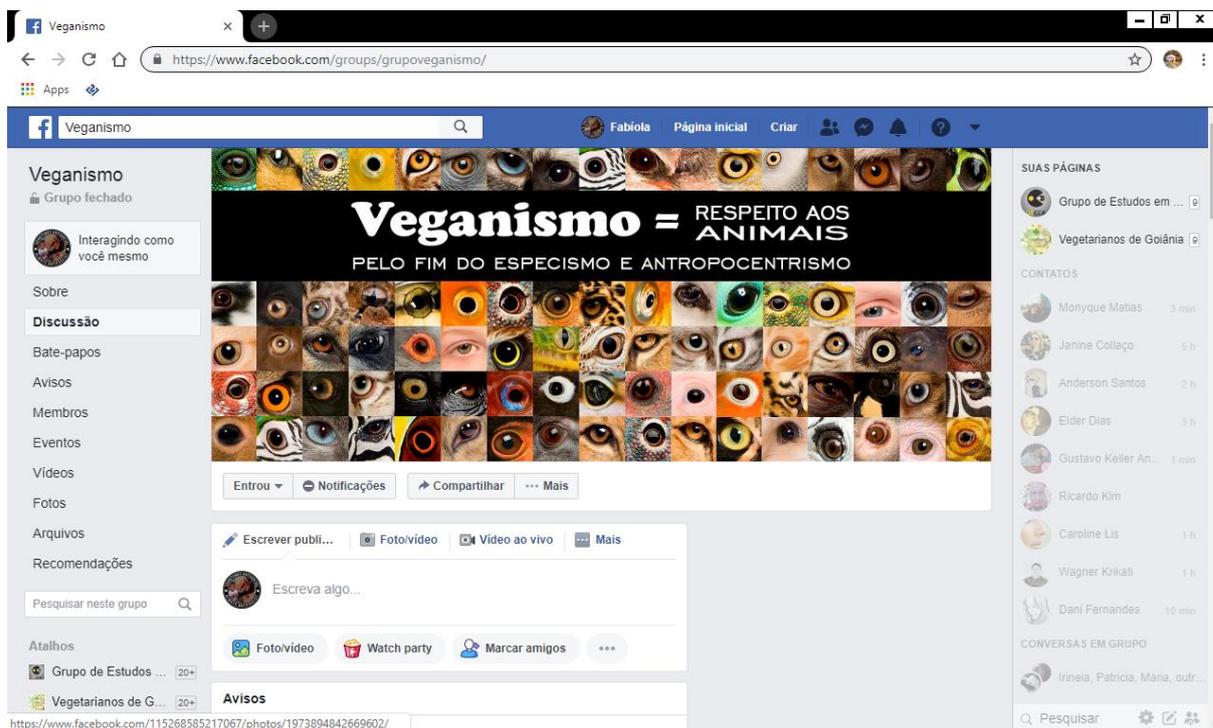
---

<sup>34</sup> Dados do dia 30 de abril de 2019.

<sup>35</sup> Quanto ao número de membros nos grupos, as informações foram colhidas dia 05 de março de 2018, porém, os números aumentam a cada dia.

<sup>36</sup> Reações são expressões que o Facebook disponibiliza para demonstrar que gostou (ou não, e como) da postagem: “Curtir”, “Amei”, “Haha” (risada), Uau (impressionado), Triste e Grr (bravo).

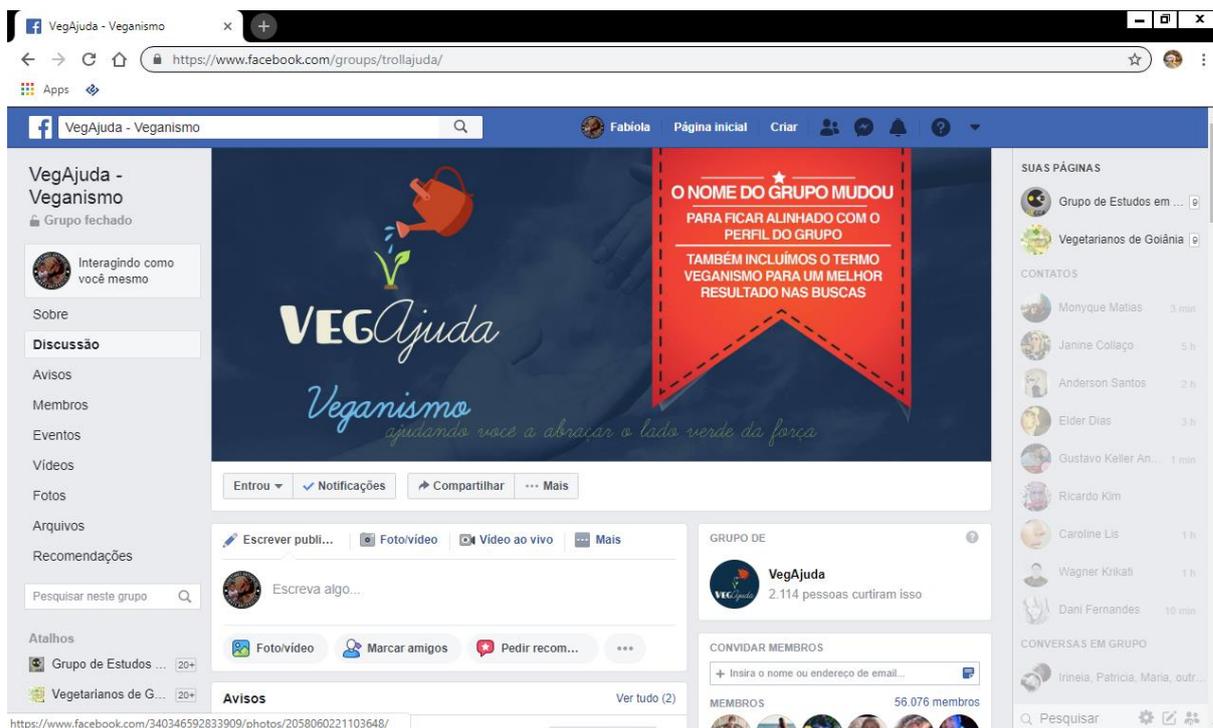
**Figura 10** – Página inicial do grupo Veganismo em 20 de junho de 2018.



Fonte: Facebook/Grupo Veganismo – adaptado pela autora.

O VegAjuda (antigo TrollAjuda) é também um grupo fechado, contando com quarenta e nove mil, cento e noventa membros, e que tem o intuito de dar suporte para a transição ao veganismo: esclarecer dúvidas; disponibilizam uma biblioteca virtual, com livros de receitas e de teoria abolicionista; uma lista atualizada de produtos liberados para o consumo de veganos, ou seja, que não tenham ingredientes de origem animal, que não sejam testado em animais, e cuja empresa não financie crueldade com animais (rodeios, desfiles de pele etc.); informações sobre a vitamina B12, importância da vitamina, sintomas de carência, indicação de exames para verificar suas taxas e a dosagem de suplementação indicada; e as regras do grupo. O *post* com as regras do grupo tem cento e cinco reações, sendo que o tópico exclusivo de regras tem apenas onze reações.

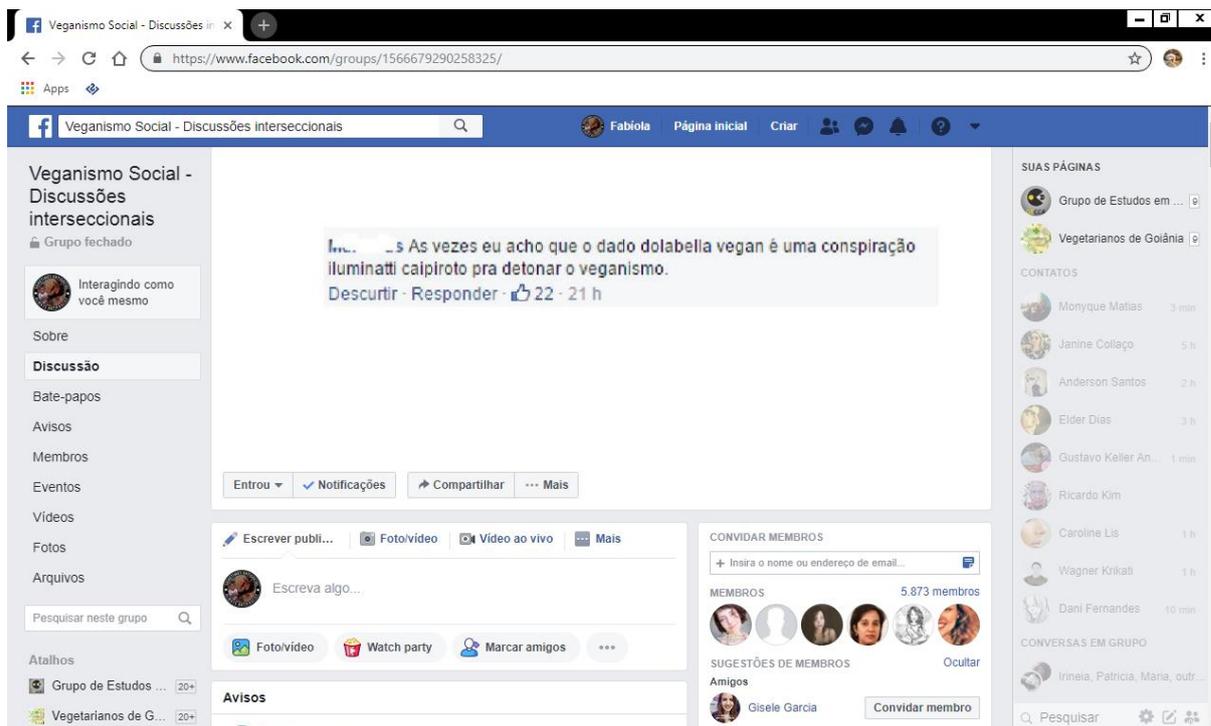
**Figura 11** – Página inicial do grupo VegAjuda em 20 de junho de 2018.



Fonte: Facebook/Grupo VegAjuda – adaptado pela autora.

O grupo Veganismo Social – Discussões Interseccionais é um grupo fechado, que conta com seis mil, duzentos e nove membros. A imagem de capa do grupo à época da visita remetia a um “meme” postado na rede, que diz “As vezes acho que o dado dolabella vegan é conspiração iluminatti caipiroto para detonar o veganismo”. A frase, de cunho cômico, faz menção ao ator que comumente se envolve em escândalos na grande mídia televisiva brasileira, como agressão de mulheres e uso de drogas ilícitas, e que recentemente deu declarações de que tinha se tornado vegano, fazendo com que esta parte do movimento (veganismo social) sinta certo desconforto. O grupo discute sobre as formas de integrarem o veganismo (enquanto direitos dos animais) a outros movimentos sociais (interseccionalidade), almejando se articular às críticas em torno do feminismo, da homofobia e transfobia, da xenofobia, do capacitismo, entre outros, agregando-os ao movimento vegano, inclusive denunciando posturas preconceituosas dentro do próprio veganismo. As regras do grupo seguem as mesmas diretrizes, não sendo admitidos machismo, racismo, lesbofobia, homofobia, transfobia, xenofobia, capacitismo e gordofobia.

**Figura 12** – Página inicial do grupo Veganismo Social em 20 de junho de 2018.



Fonte: Facebook/Grupo Veganismo Social – adaptado pela autora.

Os grupos foram visitados diariamente durante a fase ativa da pesquisa de campo, o que me levou a descobrir que grande parte do conteúdo criado para divulgar e discutir o veganismo no Brasil é produzido por poucas pessoas. Os ciberativistas que se dispõem a criar e divulgar conteúdo, em geral, têm os seus próprios perfis para a propagação do conteúdo e páginas no Facebook com o nome dos seus *sites* ou *blogs*. E esse conteúdo se espalha pelos grupos, muitas das vezes, por meio dos próprios autores.

### 3.2.7 Comunidades e grupos em mídias sociais e veganismo: análises

A internet é um terreno adequado para o surgimento de comunidades, como Howard Rheingold (1993) já indicava em seu livro *The Virtual Communities*, sobre o aparecimento de uma nova forma de comunidade, uma comunidade virtual que reúne pessoas on-line em torno de vivências e de valores em comum. Quando Rheingold escreveu, estava apenas começando a surgir comunidades virtuais e ainda não estava claro para o autor o grau de sociabilidade que elas viriam permitir.

Hoje, após quase duas décadas da explosão dessas comunidades, propiciada pelas redes sociais, principalmente após o surgimento da Web 2.0, é notório que a dinâmica social sofreu

alterações. Os encontros de pessoas, conectadas pelas redes, diversificou-se, transformando as comunidades on-line em espaços de sociabilidade entre membros desses grupos. Os grupos do Facebook proporcionam a proximidade desses múltiplos atores.

O Facebook é um meio de propagação do modo de vida de diferentes atores sociais e sua característica interativa permite acesso rápido a qualquer assunto, no caso, desde explicações sobre o modo de ser vegano até publicações recentes de movimentos da causa animal. Assim, as redes sociais veganas constituídas no Facebook possibilitam diversas formas de comunicação e sociabilidade, além de suportar a organização e mobilização de pessoas que se identificam com a causa em diferentes escalas (locais, regionais, nacionais e internacionais). Nas páginas das comunidades e grupos, encontram-se disponíveis também conhecimentos sobre produtos veganos no mercado.

O espaço social é construído pelos grupos veganos no Facebook. Eles subsistem pela diferença com os demais, pela sua perspectiva animalista, isto é, pela concepção que o animal não humano, assim como, o animal humano é sujeito dos mesmos direitos, isto é, eles se unem em um espaço (no ciberespaço) onde procuram alento, e que pode ser visto como um espaço social de membros de uma mesma filosofia de vida.

Segundo Bourdieu (2013):

As noções de *espaço* contêm, em si, o princípio de uma apreensão *relacional* do mundo social: ela afirma, de fato, que toda a ‘realidade’ que designa reside na *exterioridade mútua* dos elementos que a compõem. Os seres aparentes, diretamente visíveis, quer se trate de indivíduos quer de grupos, existem e subsistem na e pela *diferença*, isto é, enquanto *posições relativas* em um espaço de relações que, ainda que invisível e sempre difícil de expressar empiricamente, é a realidade mais real (*ens realissimum*, como dizia a escolástica) e o princípio real dos comportamentos dos indivíduos e dos grupos. (BOURDIEU, 2013, p. 48-49, grifos do autor).

Neste espaço para trocas sociais, as pessoas se juntam, ao mesmo tempo se fortalecem. As construções sociais e culturais propiciadas por meio da internet se tornam espaço de interação, convivência e vivência, tendo sido fundamentais para tecer novas formas de sociabilidade no mundo contemporâneo, compartilhar seus anseios e propagar suas concepções filosóficas, em um espaço de reciprocidade que permite esta reaproximação com o outro, e, para tanto, fazendo o uso dos diversos dispositivos e contextos.

A reciprocidade entre indivíduos nas comunidades on-line também pode ser percebida enquanto característica do Movimento Vegano. Por exemplo, no grupo VegAjuda, sediado na mídia social Facebook, os seus usuários dispõem também de dezenas de páginas de orientações

de consumo, que funcionam quase como um sistema de autoatendimento para o consumidor, disponibilizando informações sobre produtos de alimentação, vestuário, calçados, vitaminas e cosméticos, seguindo uma linha mais rígida, abolicionista, que incita o boicote a empresas que testam em animais.

Páginas como essa servem como guia para juntar as informações colhidas a respeito das empresas. A exemplo do site da comunidade internacional *People for the Ethical Treatment of Animals (PETA)*<sup>37</sup> que disponibiliza uma lista de empresas internacionais que não realizam testes em animais, existe o Projeto Esperança Animal (PEA) no Brasil, que disponibiliza uma lista das empresas nacionais que não testam seus produtos em animais<sup>38</sup>.

Porém, para os veganos abolicionistas, essas informações não são ainda suficientes, de modo que necessitam cruzar mais fontes e informações, pois além de se certificarem de que as empresas não testam seus produtos em animais (ou que, mesmo indiretamente, não patrocinam qualquer forma de exploração animal), os produtos não podem conter quaisquer ingredientes de origem animal. Se, por exemplo, uma empresa que possui um frigorífico resolve fazer um produto dito “vegano” (uma empresa de salsicha resolve lançar uma “salsicha vegana”, assim denominada devido a dois fatores: composição vegetal e jogada de *marketing*), essa informação junto aos veganos pode alterar sua propensão à escolha deste produto, induzida pela composição e pelo nome que lhe é atribuído.

Para estes veganos, não basta um produto não conter ingredientes de origem animal, se a empresa promove sofrimento animal. No Brasil, temos um caso emblemático: o da indústria de cerveja. Em tese, seus produtos não possuem ingredientes de origem animal, mas muitas das grandes empresas brasileiras de cerveja financiam rodeios, portanto, estão na zona de confronto dos veganos abolicionistas.

O grupo VegAjuda no Facebook é uma rede de solidariedade<sup>39</sup> para reunir informações de produtos produzidos por empresa que não promovem sofrimento animal, conhecidas como *cruelty free* ou não. Montam uma lista e disponibilizam para *download* em formato PDF, sendo periodicamente atualizada.

O movimento social vegano abolicionista não considera que se trate apenas uma escolha alimentar, pois almeja a libertação animal, defende em sua visão de mundo o valor inerente da

---

<sup>37</sup> Disponível em: <https://www.peta.org/>. Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>38</sup> Disponível em: <http://www.pea.org.br/>. Acesso em: 15 ago. 2019.

<sup>39</sup> A teoria da dádiva de Marcel Mauss (2015) nos ajuda a compreender este contexto, porque a pessoa que recebeu informações sobre determinada empresa e/ou produto, certificando se esta e/ou este estão de acordo com os preceitos *cruelty free*, ela deve retribuir fazendo o mesmo em relação a outro produto e/ou empresa, postando no grupo ou na comunidade on-line essas informações, para que sejam também compartilhadas. O princípio da reciprocidade aqui é a troca de informações úteis ao movimento.

vida, portanto, a alimentação, o consumo e as lutas travadas são apenas consequências lógicas desta percepção, de modo que, o movimento considera o veganismo como a prática dos direitos dos animais.

Estamos nos caminhando rumo a um futuro em que a defesa da libertação animal será um movimento imparável. Mas pelo outro, grande parte do crescimento do veganismo não é motivado por ética, mas sim por desejo de aderir ao “estilo de vida da moda”, já que a mídia tem propagado o nome “veganismo” de forma totalmente despolitizada, dietética e pró-capitalista. (Entrevista R. 2 de nov. 2017, via Facebook)

Os enunciados midiáticos dizem por diversas vezes a respeito apenas da ótica do consumo, porém, ao adentrar no ciberespaço (espaço para produção de subjetividades) podemos perceber que vai muito além dos hábitos de consumo, há valores e práticas que perpassam pela sensibilidade, empatia e a percepção dos animais não humanos como sujeitos de direito.

A conversão ao veganismo pode ser desencadeada por uma série de fatores, mas na maioria dos casos os interlocutores dizem que não poderiam ficar inertes ao sofrimento dos animais, seja por meio de um texto, vídeo ou livro. Depois que têm conhecimento de como os animais são maltratados, principalmente na escala industrial, sentem-se impelidos a tomar uma atitude em defesa destes seres, que merecem uma igual consideração de interesses em relação aos humanos. Tom Regan (2006)<sup>40</sup> chama esse estalo na consciência de revelação damascena, fazendo uma analogia com a história bíblica de Saulo, que, quando a caminho de Damasco, teve uma revelação, e dali em diante mudou seu comportamento. No caso dos defensores dos direitos animais, adquiriram uma consciência do sofrimento animal e imediatamente mudaram a sua atitude perante os animais.

O veganismo tem uma visão de mundo em relação aos animais que se diferencia das práticas sociais e culturais dominantes, pois consideram os animais como agentes sociais, e por isso não aceitam que estes sejam tratados como instrumento (como coisas ou sujeitos inferiores) ou objeto para uso e consumo humanos. Os veganos consideram a prática social dominante em relação aos animais como desumana, e, diante disso, criaram uma comunidade social diferente, e utilizaram conhecimentos adquiridos na prática.

Os veganos têm como bandeira de luta o fim do “especismo”, que, segundo os nossos interlocutores, é um preconceito baseado em aparências. O humano usa e mata os animais para

---

<sup>40</sup> O autor Tom Regan (2006) apresenta três arquétipos da consciência do sofrimento dos animais: vinciana, a damascena e a relutante. A vinciana faz referência a Leonardo Da Vinci, que já nasceu com o dom; seriam pessoas que já nasceram com uma empatia demasiada pelos animais. Os damascenos seriam o que tiveram uma revelação; após algum episódio em particular passam a ter consciência animal. E os relutantes são pessoas que têm consciência animal, mas relutam a tomar uma atitude, até que enfim tomam e passam a lutar pelos direitos dos animais.

seus próprios fins apenas porque são diferentes dos humanos. Porém, conhecimento e dedução se misturam, pois não há uma fórmula pronta e acabada sobre o que é o veganismo. A partir de suas representações, a visão de mundo se consolida no que concerne ao valor inerente da vida, mas a prática é construída por meio de redes de relações, e, portanto, diferenciam-se umas das outras. Buscando também apoio na Ciência, esse agrupamento de pessoas vai ganhando cada vez mais força, número de adeptos e bases teóricas mais sólidas para sustentar sua visão de mundo, ajudando-os a embasar as defesas que eram feitas até então com base em percepções e empatia.

Os veganos conseguiram visibilidade em sua luta no decorrer dos anos, e isso apesar de haver uma resistência muito grande a respeito da sua visão de mundo no seio da sociedade, que comumente assume o consumo de carne e o uso de animais como normal. E foi o meio digital que propiciou essa divulgação e emancipação do movimento. Nas mídias sociais, esses atores se reúnem virtualmente para discutir seu mundo social, trocar informações, construir táticas de enfrentamento e viabilizar ampla divulgação da causa.

Embora o movimento date seu início em 1944, com o surgimento da Sociedade Vegana (*The Vegan Society*), desde sua criação, este foi aos poucos ganhando força e sua divulgação se deu principalmente no campo acadêmico, com o trabalho de filósofos como Peter Singer, Tom Regan e Gary Francione, os quais escreveram sobre valores como a “igual consideração de interesses”, o “valor inerente da vida”, a “senciência” e a “consideração moral com animais não humanos”. No Brasil, nos últimos dez anos, o movimento ganhou mais força, visibilidade e número de adeptos, e isso se deve em parte a sua propagação e disseminação por meio das mídias sociais, anteriormente por meio do Orkut, hoje pelo Facebook. Houve várias motivações para o crescimento e aumento da popularidade do movimento, tais como a facilidade de acesso a conteúdo sobre sofrimento animal, saberes médicos e nutricionais que passaram a considerar o consumo de carne como nocivo quando em excesso e como estando associado a doenças<sup>41</sup>, a preocupação com os impactos ambientais da criação de animais, e ainda as descobertas sobre a consciência dos animais não humanos.

Embora a legislação brasileira reconheça certas práticas como abusivas em relação aos animais, sendo vedado pelo Art. 32 da Lei de Crimes Ambientais (Lei 9605/98) “praticar ato de abuso, maus-tratos, ferir ou mutilar animais silvestres, domésticos ou domesticados, nativos

---

<sup>41</sup> Embora os saberes médicos e nutricionais não sejam únicos e nem coesos, há uma parcela, extremamente relevante, que defende que o consumo de insumos de origem animal é primordial para uma boa saúde e para o bom desenvolvimento do corpo humano.

ou exóticos” (BRASIL, 1998), não é muito comum que se problematize o uso e o consumo que são feitos dos mesmos.

A maior parte da população concorda que é errado maltratar um cachorro, por exemplo, mas em sua maioria não concorda que comer um boi é errado. A respeito de aspecto cultural semelhante na sociedade estadunidense, Sahlins (2003) analisa como cavalos e cachorros são amados e bovinos e porcos são pensados como comestíveis, criando categorias e hierarquias de animais domésticos; de modo que, para a maior parte das pessoas, seria inconcebível comer cachorros, gatos e cavalos, aos quais damos nomes e temos uma relação de afeição, enquanto que bois e porcos, os quais mantemos mais afastados (ao menos nas grandes cidades) e com os quais não estabelecemos um vínculo afetivo, estes sim são para alimentação. Sabemos que essas categorias mudam de uma cultura para outra.

Para exemplificar como a diferenciação entre essas categorias é percebida na sociedade brasileira, podemos analisar dois casos recentes ocorridos no Brasil em 2018. Primeiro, temos o caso da cachorra Manchinha, que no dia 28 de novembro de 2018, sofreu múltiplas agressões com uma barra de metal no Hipermercado Carrefour em Osasco/SP. O acusado de praticar a violência foi um segurança do local que estava seguindo ordens de tirar a cadela do local, pois clientes reclamaram da sua presença ali. A cadela sem raça definida (SRD) era branca com manchas no pelo, por isso, ganhou o nome de Manchinha. Ela apareceu em novembro na porta do Carrefour de Osasco e passou a ser alimentada por funcionários, e acabou morrendo em vista dos ferimentos.

As cenas do segurança segurando uma barra de metal e, posteriormente, da cadela tentando andar toda ensanguentada ganharam repercussão nacional, espalhando-se rapidamente pelas mídias sociais, tendo virado manchete nos principais veículos de imprensa. Houve vários protestos e mensagens de repúdio nas mídias sociais, manifestações em frente ao hipermercado e uma petição pública com mais de 1,5 milhão de assinaturas exigindo retratação. O Ministério Público (MP) de São Paulo e a Polícia Civil instauraram um inquérito para apurar a ocorrência.

O senador Randolfe Rodrigues (REDE/AP) propôs um projeto de lei (PLS 470/2018) que aumenta a pena de 1 ano para 3 anos de prisão<sup>42</sup> para quem praticar maus-tratos a animais e multa para os estabelecimentos comerciais que recorrerem à prática de maus-tratos a animais. O Carrefour ainda foi condenado a pagar R\$ 1 milhão, em um termo de compromisso firmado entre o MP-SP e a prefeitura de Osasco, dinheiro este destinado à prefeitura para esterilização

---

<sup>42</sup> A Lei 9.605/1998 prevê 3 meses a 1 ano de prisão para o crime de maus-tratos a animais.

de cães e gatos, para a compra de medicamentos para o Hospital Veterinário municipal e doação de ração para associações e ONGs que cuidam de animais na cidade de Osasco.

Contrastando com este caso, temos o caso do navio NADA, ocorrido em fevereiro de 2018 no Porto de Santos, em que houve o embarque de 27 mil bois vivos para serem abatidos na Turquia. Os animais pertenciam à empresa Minerva Foods, e o caso ganhou repercussão nacional depois que ativistas pelos direitos dos animais conseguiram gravar algumas imagens que mostravam bois mergulhados numa mistura de fezes, urina e lama. A ONG Fórum Nacional de Proteção e Defesa Animal entrou na Justiça para impedir que a embarcação deixasse o país, alegando maus-tratos.

O processo foi recebido pelo juiz federal Djalma Moreira Gomes, da 25ª Vara Civil de São Paulo, que nomeou uma veterinária do município para inspecionar as condições em que se encontravam os animais. A veterinária constatou indícios de maus-tratos, além das condições de higiene precárias, em que alguns animais estavam mergulhados nas próprias fezes, e ainda espremidos em um espaço de um metro quadrado. Além disso, constatou-se crimes ambientais, pois cada animal defeca cerca de trinta quilos por dia, e esses dejetos seriam jogados no mar sem qualquer tratamento. E caso animais viessem a morrer na viagem, estes seriam triturados e também jogados ao mar. O juiz federal suspendeu as exportações de animais vivos em todo território brasileiro, mas sua decisão foi derrubada pela Ministra Grace Mendonça da Advocacia Geral da União, que recorreu ao Tribunal Regional Federal da 3ª Região, atendendo pedido do então Presidente Michel Temer e do Ministro Blairo Maggi do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), sob o argumento de que essa decisão incorreria em grande prejuízo econômico para o Brasil.

A maior parte dos animais vivos vai para países muçulmanos por uma questão religiosa, pois os animais precisam ser abatidos segundo suas regras próprias, para garantir que sejam *halal*, ou seja, próprios para o consumo seguindo os preceitos islâmicos.

O desfecho dos dois casos atendeu a interesses muito distintos dentro da sociedade. Enquanto o primeiro gera uma comoção, por ser considerado um ato brutal contra um animal indefeso, com amplo apoio da sociedade, e gerando até um movimento de boicote a toda rede de lojas do Carrefour, o segundo caso é bem mais problemático, pois o apoio não é tão grande assim, e bois servem para serem comidos para a maioria das pessoas. Embora tenha sido inédita a repercussão de um caso desse tipo, para um bovino, espera-se que ele morra para servir de alimentação, mas desde que seja um procedimento rápido, que siga as normas de bem-estar animal, e em que se condene qualquer sofrimento tido por desnecessário. Os interesses

econômicos envolvidos neste caso envolvem o grande setor agropecuário do país, e o lobby da agroindústria não permitirá que o debate a respeito do tema se prolongue.

Além do aspecto das categorias e hierarquias que determinam a escolha de quais animais devem ser comidos e quais animais devem ser amados, temos que analisar a questão do valor que a carne assume na alimentação da maioria dos brasileiros. Sahlins (2003) chama a atenção para a ambiguidade que o termo “valor” possui: “pode referir-se ao preço de alguma coisa, ao seu significado (como o conceito diferencial da palavra), ou de uma maneira geral como tudo aquilo de que as pessoas gostam por motivos morais ou monetários” (SAHLINS, 2003, p. 212). A carne foi significada como uma necessidade proteica, uma fonte de alimento essencial para o organismo humano, de modo que não é mais o boi que está ali, é uma porção de animal morto que serve para a alimentação. Como analisa Froehlich (2011), os animais vendidos em açougues e mercados foram desmembrados e comercializados separadamente, descaracterizando com as peças de carne os seus animais de origem.

A lógica da produção capitalista requer racionalidade dos processos. Os abatedouros foram afastados para cantos mais periféricos nas cidades brasileiras<sup>43</sup>, e as formas de criação e comercialização da pecuária foram alteradas de forma a atender o grande mercado consumidor brasileiro e também as demandas de exportações. A criação extensiva e intensiva, o uso do solo e impactos ambientais são assuntos que por muitos anos tiveram um tímido debate na sociedade, mas que nos últimos anos tem ganhado evidência, principalmente pelo trabalho de movimentos ambientalistas. Dentre eles, estão os movimentos de defesa de animais, que fazem a crítica por via dupla, tanto pela utilização em si do animal para o consumo, quanto pelo desgaste ambiental gerado pela prática de consumir produtos de origem animal.

Como salienta Sahlins (2003), ao analisar o valor de troca pela produção de objetos, há também a produção de símbolos: “A produção racional visando o lucro se move junto com a produção de símbolos” (SAHLINS, 2003, p. 213). Ou seja, os agentes econômicos que visam garantir a continuidade do lucro incorporam também pressupostos desses movimentos de defesa ambiental, desenvolvendo produtos para atender às novas demandas, seja empregando agentes menos poluentes, seja criando produtos com critérios visando o bem-estar animal, ou feitos sob medida para cativar consumidores veganos, moldando-se, assim, junto à criação desses novos símbolos, fazendo a transformação do movimento em rótulo.

---

<sup>43</sup> Ter os locais para abate longe dos centros urbanos, analisa Perrota (2015), foi uma prática que teve seu início em princípios do século XIX, e foi consequência dos processos de urbanização e de industrialização, que reorganizaram o espaço urbano das grandes cidades. A cidade de Chicago, nos Estados Unidos, foi pioneira desse reordenamento. No caso do Brasil, essa normativa começou a ser executada a partir de 1881.

Os veganos atribuem ao animal o valor de um signo (representação). A maioria dos veganos não tem contato direto com animais selvagens ou de pecuária (leões, zebras, vacas, porcos etc.), em geral, apenas com animais domésticos, mas se apegam ao signo que o animal proporciona baseados na empatia e nos conhecimentos neurocientíficos.

Em sentido semelhante, tem-se que o comum no movimento vegano é a abstenção de produtos de origem animal, mas existem distinções que remetem a quais produtos se utilizar em substituição a estes que deixaram de consumir, escolha que está na ordem das classes e ideologias de consumo. Daí surgem novas dissidências, pois as escolhas que fazem de alguma forma se transformam em marcas sociais.

O crescimento do mercado vegano que foi de sessenta por cento nos últimos anos.<sup>44</sup> Faz-se notório o surgimento de estabelecimentos como restaurantes e lojas especializadas no segmento, principalmente nas capitais, sem contar a oferta on-line de produtos alimentícios, roupas, calçados, maquiagens e suplementos vitamínicos. Há ainda a possibilidade de se fazer as próprias receitas veganas – uma rápida pesquisa no Google por receitas vegana mostra mais de três milhões seiscentos e sessenta mil resultados<sup>45</sup>.

A tecnologia trouxe um aumento na possibilidade de comunicação, principalmente por meio da *web*, que suporta a difusão da ideologia vegana pelo mundo. O que antes do processo de globalização era mais seletivo a algumas pessoas que tinham acesso a outras pessoas veganas, e ficavam sabendo por meio destas sobre o veganismo, agora tem uma extensão maior de informações disponíveis na internet e nos meios de comunicação em geral. Mas as condições ideológico-simbólicas vêm desde a criação do veganismo como derivado do movimento de vegetarianos, por ter uma ideologia mais contundente em relação aos animais. Enquanto os vegetarianos não comem produtos de origem animal, os veganos acreditam em uma postura de não utilizar nada que venha do animal, por intermédio de exploração ou apenas uso no processo. O vegano é marcado por sua perspectiva animalista, onde humanos e animais ocupam a mesma esfera de consideração moral, não devendo se sobrepor uma espécie à outra, sendo que ambos são capazes de sentir e ter seus próprios interesses.

Enquanto o sistema capitalista ocidental vê os animais como mercadorias, o fator de diferenciação dos veganos é que estes veem os animais como sujeitos que devem ser livres, assim como se idealiza para os animais humanos. Chegamos então a um ponto chave da dificuldade de aceitação do modo de ser vegano, o sistema econômico capitalista, que se utiliza

---

<sup>44</sup> Disponível em: <http://exame.abril.com.br/pme/negocios-faturam-com-onda-de-produtos-para-veganos/>. Acesso em: 12 nov. 2016.

<sup>45</sup> Última pesquisa realizada no dia 22 de maio de 2019.

dos animais com fins comerciais, são utilizados para alimentação, vestimenta, entretenimento, trabalho, testes laboratoriais e produtos diversos, geram muito lucro para os empresários, pois se tornam uma alternativa muito barata e que não requer muito investimento, garantindo assim sua margem de lucro muito alta.

Após mais de sete décadas que o termo “veganismo” fora cunhado, e com a ampliação do movimento e disseminação de sua causa, percebemos uma certa inquietação dos setores da indústria da pecuária (de corte e leiteira), pois mesmo que os números deste setor continuem mostrando um crescimento do consumo de produtos de origem animal, é um crescimento que não acompanha o do aumento da população mundial. Diante disso, essa indústria reage criando campanhas publicitárias de incentivo ao consumo de seus produtos, tais como: Beba Mais Leite, Academia da Carne da Friboi, Universidade BeefPoint.

A campanha Beba Mais Leite é apresentada como sendo feita de forma independente por mulheres que são mães e médicas veterinárias, com o objetivo de incentivar o consumo de leite e contrapor argumentos de que o leite pode fazer mal à saúde, levando informação baseada em pesquisas científicas sobre a necessidade de beber leite para ter uma boa saúde. A campanha é apoiada por uma grande quantidade de empresas que vendem leite, carne e ração animal.

A Academia da Carne da Friboi foi desenvolvida para ensinar tudo sobre carnes e sobre as formas de preparo em cada situação e com diferentes tipos de carnes. Informações e receitas desenvolvidas por especialistas são apresentadas para munir o público de mais informações e conhecimento sobre o preparo. Trata-se, pois, de uma jogada de *marketing* e publicidade, que é perceptível por meio do aumento das propagandas na televisão que trazem a mensagem que comer carne é necessário para uma boa alimentação, mas não qualquer carne, tem que ser de qualidade, por isso associam a qualidade do produto à marca. No caso da Friboi, o *slogan* “Peça Friboi. Carne confiável tem nome” foi parte de um plano de reestruturação da marca que iniciou em 2011, visando dar credibilidade ao produto, e certificando o consumidor sobre a “garantia de origem” e “rigoroso controle de qualidade” associados à marca. Ao pesquisar sobre o bem-estar associado ao consumo de carne, Froehlich (2016) analisa esse tipo de campanha a partir de especialistas no agronegócio da carne, os quais defendem que desenvolver marcas de carne agrega valor ao produto, tornando-o assim mais competitivo no mercado externo e interno.

Já o projeto Universidade BeefPoint está baseado em uma comunidade, que conta com mais de cem mil pecuaristas cadastrados, e em que se oferece cursos sobre a cadeia produtiva da carne, focados em temas como manejo racional, gerenciamento, melhoramento genético e conservação de forragens. Além de oferecer cursos, a plataforma funciona como um dispositivo

para divulgação de notícias relacionada ao consumo de carne e os seus benefícios para saúde humana.

É perceptível também uma movimentação dos atores políticos que recentemente estão colocando em debate a autenticidade e o uso dos termos carne e leite para produtos de origem vegetal. Há dois projetos de lei que foram propostos e que serão analisados na Câmara Federal: um, de autoria da deputada Tereza Cristina (DEM-RS), intenta proibir o uso da palavra leite em produtos de origem vegetal (PL 10556/2018)<sup>46</sup>; outro, de autoria do Deputado Nelson Barbudo (PSL/MT), visa proibir o uso da palavra carne em produtos de origem vegetal (PL 2876/2019)<sup>47</sup>.

As informações das Ciências Médicas são divergentes e há profissionais e estudos feitos tanto no sentido de condenar quanto de mostrar os benefícios na adoção de proteínas de origem animal na dieta humana. Embora haja um crescente aumento de estudos nas Ciências Médicas relacionados ao benefício de ter uma dieta exclusiva de vegetais (Whole Food Plant Based Diet – WFPBD), há uma inquietação dos setores da pecuária e o seu suporte a estudos que podem contrariar essas argumentações. Quais são os interesses defendidos por esses atores? Condenar toda a indústria baseada em carnes e leites, e criticar as consequências de degradação ambiental que produzem, causa um incômodo muito grande nos empresários que vivem desse sistema, e também nos políticos, escolhidos por eles para representar seus interesses – a bancada ruralista é atualmente a maior do Congresso Nacional brasileiro, e conta com mais de 200 parlamentares para os representarem (dado de 2018).

Atualmente, há uma emergência dos atores sociais que se colocam neste campo. Por um lado, há os agropecuaristas, que têm grande representatividade no governo e representam eles próprios os interesses (hegemônicos) de continuar utilizando animais, e, de outro, vem surgindo um grupo (não-hegemônico), que luta pelo fim da exploração animal e utiliza as forças políticas que possui para contestar este uso – forças concentradas em torno de práticas como boicotar produtos de origem animal (alguns grupos boicotam empresas que exploram animais e o meio ambiente), fazer ativismo no sentido de divulgar atrocidades cometidas pela indústria, e buscar confrontar os políticos que defendem os interesses dos agropecuaristas.

---

<sup>46</sup> O PL proíbe que as palavras leite, queijo e seus derivados, manteiga, leite condensado, requeijão, creme de leite, bebida láctea, doce de leite, leites fermentados, iogurte, coalhada, cream cheese sejam utilizadas em embalagens e rótulos de alimentos que não tenham por base o leite de origem animal. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1675731&filename=PL+10556/2018](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1675731&filename=PL+10556/2018). Acesso em: 23 mai. 2019.

<sup>47</sup> O PL decreta que “a palavra ‘carne’ assim como seus derivados ‘bife’, ‘hambúrguer’, ‘filé’ e ‘bacon’ fiquem exclusivamente reservadas a todos os tecidos comestíveis de espécies de açougue, englobando as massas musculares, com ou sem base óssea, gorduras, miúdos, sangue e vísceras, podendo as mesmas ser *in natura* ou processados”. Disponível em: [https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop\\_mostrarintegra?codteor=1747535&filename=PL+2876/2019](https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/prop_mostrarintegra?codteor=1747535&filename=PL+2876/2019). Acesso em: 23 mai. 2019.

### 3.3 Relação humano-animal: debates contemporâneos

O papel do antropólogo é também o de mapear as categorias nativas encontradas no campo, e, no caso dos movimentos veganos, as principais categorias que saltam aos olhos são: antropocentrismo, senciência e consideração moral. A argumentação da relação humano-animal dentro do movimento está enraizada a esses conceitos.

Tim Ingold (1995), ao relatar a história de um viajante que, em 1647, encontrou pessoas com caudas semelhantes às dos gatos e hábitos de comerciar e navegar similares aos europeus, mas que não desenvolveram a linguagem, faz-nos refletir: “Se algumas populações têm pele branca e outras negra, se alguns são extremamente altos, enquanto outros têm uma estatura diminuta, por que não seria possível que uns tivessem rabo outros não?” (INGOLD, 1995, p. 3). O autor recorda que pessoas com a pele negra foram por muito tempo afastadas do gênero humano pelo pensamento europeu, sendo então consideradas como animais. Ou seja, a linha animal/humano é muito tênue, e depende do consenso da maioria entre aqueles que têm direito de fala em determinada época e/ou sociedade.

A espécie *Homo sapiens* acredita que está no topo da escala evolutiva das espécies, nós que procuramos subterfúgios para oprimir e colocar ao nosso serviço seres da mesma espécie, e que por ventura desenvolveram certas características diferentes das consideradas dominantes pela sociedade ocidental; como: o negro deve servir o branco, a mulher deve servir o homem; e por muito tempo tratamos homossexuais e pessoas com algum tipo de deficiência física como seres a serem eliminados, aberrações. Agora que avançamos um pouco na luta contra o racismo, o sexismo e a homofobia, apenas para citar alguns exemplos entre as frentes principais, há quem pense além da nossa espécie, criticando o fato de subjugarmos animais não-humanos para servir à espécie humana, devendo este “especismo” (RYDER, 2005) ser problematizado.

Segundo o “pai” da teoria da evolução, Charles Darwin (2003), em sua teoria sobre *A origem das espécies* (1859), tem-se que a origem do homem e sua evolução são produtos dos mesmos processos evolutivos responsáveis por toda a diversidade da vida no planeta, incluindo-se aí, portanto, os animais. Entretanto, a civilização ocidental faz grande esforço para distinguir em conceitos o que é próprio do humano e o que é próprio do animal. Ingold (1995) nos ajuda a refletir acerca dessa contradição do pensamento ocidental:

Cada geração reconstrói sua concepção própria de animalidade como uma deficiência de tudo o que apenas nós, os humanos, supostamente temos, inclusive a linguagem, a razão, o intelecto e a consciência moral. E a cada geração somos lembrados, como se fosse uma grande descoberta, de que os

seres humanos também são animais e que a comparação com os outros animais nos proporciona uma compreensão melhor de nós mesmos. (INGOLD, 1995, p.1).

Os veganos lutam por uma nova concepção de animalidade, uma que inclua os animais sencientes<sup>48</sup> e os humanos em uma mesma esfera de consideração moral. Para os adeptos da Libertação Animal, deve-se levar em conta o princípio da “igual consideração de interesses”<sup>49</sup>, um princípio que se pauta em direitos fundamentais (à vida, à liberdade, a não sofrer dor, nem danos etc.) sobre os quais os animais têm os mesmos interesses dos humanos, devendo, assim, serem resguardados.

Para este agrupamento de pessoas, que se intitula como Abolicionistas Animais, animais não humanos fazem parte da mesma esfera de consideração moral que os humanos, pois ambos são seres “sencientes”. Nesta acepção, teríamos o lado biológico, que aproxima os humanos e animais, e o lado da moralidade cristã, que historicamente distanciou os animais e os humanos, com a justificativa que Deus teria feito os animais para servirem os homens, como demonstrou Keith Thomas (1988), cuja argumentação a respeito da dominação do homem sobre a natureza é construída a partir da Inglaterra, na transição do medievo para a modernidade. Thomas (1988) destaca o quanto a filosofia cristã ocidental influenciou na justificativa moral para que o homem tratasse a natureza da forma que lhe aprouvesse, sendo o homem incumbido, segundo algumas interpretações bíblicas, da responsabilidade de dominar a natureza, como um mandamento de Deus.

A sociedade euro-americana considera a exploração e o uso de animais como normal. Na legislação brasileira, por exemplo, os animais estão inseridos na categoria de propriedade. Os veganos destoam dessa narrativa, sendo um movimento político que almeja restituir aos animais o seu papel de sujeitos de direito. Os argumentos que norteiam a causa estão associados à capacidade do animal de sentir, e, além de sentir, de ter consciência. Em 2012, neurocientistas cognitivos, neurofarmacologistas, neurofisiologistas e neurocientistas computacionais se reuniram na Universidade de Cambridge para assinar um documento que ficou conhecido como *Declaração de Cambridge sobre Consciência*<sup>50</sup>. Neste documento, afirmam que animais não humanos possuem consciência, incluindo aí mamíferos, aves e muitas outras criaturas, como o polvo, por exemplo. Esses cientistas assinaram essa declaração apenas de forma figurativa, para tornarem notórias as suas descobertas, abrindo espaço para a discussão na sociedade sobre o

---

<sup>48</sup> Veremos mais adiante no texto críticas a esta defesa (exclusiva) dos animais sencientes.

<sup>49</sup> Termo cunhado pelo filósofo Peter Singer (2010), em sua obra *Animal Liberation* (1975).

<sup>50</sup> A Declaração original está disponível em:

<http://fcmconference.org/img/CambridgeDeclarationOnConsciousness.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2017.

que fazer com esta informação. E, naturalmente, os veganos se apropriaram dos resultados dessa pesquisa para sustentar a perspectiva animalista que caracteriza o modo de vida vegano. Pois, se os animais sentem e têm consciência, isso significa que a vida é algo importante para cada um deles – eles se percebem, reconhecem sua família, os da sua espécie, o meio em que vivem etc., sendo inclusive identificados os mesmo hormônios em outros animais, como, por exemplo a ocitocina, o hormônio do amor, que leva ao parto e à capacidade de amamentar.

Ingold (2007), ao analisar a história da espécie humana, notou que, do início até hoje, estivemos imersos em relações interespecíficas. Nesse sentido, o que significa ser um animal ou um não humano? Sobre isso, pormenoriza o autor: “é suposto que todo atributo considerado como unicamente nosso estará, conseqüentemente, ausente nos animais; então, o conceito genérico de animal é constituído negativamente pela soma dessas deficiências” (INGOLD, 2007, p. 4). Quais outras justificativas a sociedade ocidental utiliza para continuar explorando os animais? Questionam os veganos. Alega-se: eles não falam, eles não escrevem, não projetam coisas grandiosas como os humanos. Tratam-se, na verdade, de desdobramentos dos mesmos argumentos.

[...] quaisquer que sejam os atributos que possam ser usualmente selecionados como marcas distintivas da humanidade (e estes variam de uma cultura para outra), nós encontraremos algumas criaturas nascidas do homem e da mulher que – por uma razão qualquer – não se enquadram. (INGOLD, 2007, p. 4-5).

Se admitíssemos (como os veganos o fazem) que os animais não humanos estão na mesma esfera de consideração moral que os humanos ficaríamos embaraçados ao tentar justificar nossas atitudes, segundo Ingold (2007), turvaríamos “aquelas distinções confortáveis com as quais organizamos nossas vidas: domesticação e escravidão, caça e homicídio, comer carne e canibalismo” (INGOLD, 2007, p. 5).

O filósofo Luciano Cunha (2009) rememora alguns dos argumentos mais utilizados para demonstrar a singularidade humana. O primeiro deles diz que humanos devem ser respeitados enquanto sujeitos, e não tratados como coisa, pois são da espécie humana; o que não demonstra motivos, mas apenas atesta que os seres humanos devem ser privilegiados enquanto tal. Em seguida, o autor traz a capacidade de pensar e diz que, se os humanos são privilegiados apenas por terem a capacidade de razão plena, estariam excluídos “nossos bebês, as crianças muito pequenas, os humanos com graves lesões cerebrais, e os idosos senis”, tornando a capacidade cognitiva um argumento extremamente frágil. Ainda segundo o autor, a “senciência” seria o único parâmetro realmente válido ao se avaliar a quais espécies devemos consideração moral;

portanto, humanos e animais indistintamente deveriam ser respeitados, resguardado seu direito a não sofrer dor desnecessariamente.

Fazendo o exercício de tradução dos moldes em que foram amparados os argumentos veganos abolicionistas, teríamos, portanto, uma defesa com base em parâmetros biológicos e jurídicos. Biológicos pois participamos do grupo classificatório de espécies da biologia do reino *animália*, utilizando-se da nomenclatura animal humano e animal não humano para corroborar com essa identificação; e compartilhamos a senciência, que é a capacidade de sentir sensações e sentimentos de forma consciente. E jurídico, pois, como uma estratégia do movimento vegano abolicionista, utiliza-se da prerrogativa da igual consideração de interesses, que é um princípio jurídico que permite colocar o animal não humano na mesma esfera de consideração moral que um humano.

Recentemente, autores como Segata (2016) e Lewgoy e Sordi (2017) nos remeteram a uma crítica muito importante para esta discussão: almejar um patamar de igual consideração entre humanos e animais é simplificar o debate sobre a relação humano/animal não respeitando a qualidade do animal em si, apenas acentuando aspectos que podem ser comparáveis aos seres humanos (como o é argumento da “senciência”), no sentido de que se trataria apenas de mais um parâmetro antropocêntrico; ou seja, trata-se, pois, de uma reprodução indireta do mesmo antropocentrismo que os movimentos veganos almejam combater.

Utilizar a noção de “senciência” para criticar o antropocentrismo, como analisa Segata (2016) é reduzir o diálogo a uma perspectiva biológica; segundo o autor, “o que distingue e o que assemelha os humanos e os animais não têm mais como referência indivíduos inteiros, mas elementos partilháveis” (SEGATA, 2016, p. 843). Pois, em se apelando para os aspectos que assemelham animais e humanos em suas funções neurais, não há um respeito do valor do animal não humano em si, e sim um processo de humanização deste animal, o que é antropocêntrico. O discurso construído com base nos referenciais teóricos do movimento abolicionista teve como base filósofos e juristas que utilizaram como estratégia de defesa dos animais pensar os animais enquanto pessoas (sujeitos de direito), como foi problematizado pelos autores Lewgoy e Sordi (2017) ao analisar dois casos distintos: (1) o pedido de *habeas corpus* impetrado em favor de chimpanzés e (2) as políticas públicas para animais domésticos em situação de abandono. Os autores chegam à conclusão de que utilizar da esfera jurídica para realizar essa defesa não seria mais do que estabelecer critérios para expandir o humanismo: tratar-se-ia de “mais um capítulo do humanismo moderno ou seja, da convencional construção moderna de sujeitos de direitos, acoplada a expansão das responsabilidades do Estado-Providência” (LEWGOY; SORDI, 2017, p. 170). Os autores colocam ainda que pode ser mais profícuo aos militantes da causa fazer uma

aproximação dos seus argumentos ao que nos ensinam os “saberes e tradições não ocidentais” (LEWGOY; SORDI, 2017, p. 170). E é esta aproximação que proponho discutir a seguir.

### 3.3.1 Concepções outras sobre a animalidade

Sociedades não ocidentalizadas não utilizam o argumento da “senciência” para agregar valor (consideração) aos humanos, animais, plantas ou objetos. Descola (1998)<sup>51</sup> – que trata da relação dos povos ameríndios com os animais – critica o dualismo das sociedades modernas, que separam humanos e não-humanos em domínios ontológicos distintos, o que não ocorre do mesmo modo em todas as sociedades humanas, a exemplo das cosmologias amazônicas, que “estabelecem uma diferença de grau, não de natureza, entre os homens, as plantas e os animais” (DESCOLA, 1998, p. 25); de forma que apenas nas sociedades modernas faria sentido lutar pelos direitos dos animais, pois é somente nestas que se encara o animal como um “sujeito de direito tutelado”.

Proteger os animais outorgando-lhes direitos – ou impondo aos humanos deveres para com eles – é apenas estender a uma nova classe de seres os princípios jurídicos que regem as pessoas, sem colocar em causa de maneira fundamental a separação moderna entre natureza e sociedade. A sociedade é fonte do direito, os homens o administram, e é porque são condenadas as violências para com os humanos que as violências com relação aos animais se tornam condenáveis. Não é nada disso para numerosas sociedades pré-modernas, que, encarando os animais não como sujeitos de direito tutelado, mas como pessoas morais e sociais plenamente autônomas, se empenham tão pouco em estender-lhes sua proteção, quanto julgam desnecessário velar pelo bem-estar de vizinhos distantes. (DESCOLA, 1998, p. 25).

O autor critica ainda o antropocentrismo no argumento dos movimentos de defesa de animais, construindo singularidades apenas para algumas espécies, que sejam mais próximas a espécie humana.

O antropocentrismo, ou seja, a capacidade de se identificar com não humanos em função de seu suposto grau de proximidade com a espécie humana, parece assim constituir a tendência espontânea das diversas sensibilidades ecológicas contemporâneas, inclusive entre aqueles que professam as teorias mais radicalmente anti-humanistas. (DESCOLA, 1998, p. 24).

---

<sup>51</sup> Descola (1998) analisa que a discussão sobre domínios da natureza só faz sentido para sociedades modernas, que têm a concepção de que a natureza existe em si e separadamente do humano (ou da cultura) e que foi primeiramente maltratada. Para sociedades não-modernas, como é o caso dos Achuar da Amazônia equatoriana, a natureza não existe como esfera autônoma, portanto, estabelecem uma diferenciação de grau, e não de natureza (categoria), entre homens, plantas e animais.

Sociedades não ocidentais não são pautadas pela perspectiva do argumento biológico, tentando aproximar humanos e não humanos em sua defesa. Nestas, a consideração moral pelos humanos, animais, plantas ou objetos (que têm agência) tem como referência estes seres em si mesmos, podendo haver uma relação de devoção espiritual, de símbolo ou outra forma, nunca se recorrendo à perspectiva da senciência. Pensar a relação humano-animal com a perspectiva do movimento vegano, porém, sobre outras bases, que não as da biologia ou do direito, poderia nos ajudar a pensar outras formas de consideração dos mundos orgânico e inorgânico, pelo seu valor em si.

Como apontam os autores Lewgoy e Segata (2017), basear argumentos no valor moral dos animais é uma estratégia do discurso e que se assume quando o animal está sendo ameaçado pelo humano, pois, quem atribui esses valores morais são os próprios humanos. O animal que é carnívoro quando está com fome caça, não dá para argumentarmos com o leão que comer uma zebra é imoral. A consideração moral ou as moralidades são especificidades da espécie humana, como toda a teoria dos direitos e deveres.

Tem-se que o veganismo é um movimento de defesa dos animais predominantemente urbano, sendo que a maioria dos seus integrantes não tem contato com animais, a não ser os de convívio doméstico, usualmente cães e gatos, mas, raramente, porcos, vacas e galinhas, animais que estão na posição de “híbridos” entre a natureza e a sociedade (LEWGOY; SORDI; PINTO, 2015) – o que se faz notório quando postam fotos de seus “filhos” não humanos os exibindo no Facebook, seja em seus perfis ou nos grupos e comunidade de que participam.

Tratando ainda do contexto urbano, Andréa Osório (2017) analisa as predisposições e o processo de conversão à atividade de proteção de animais de rua, que remetem sempre a uma sensibilidade em relação ao sofrimento animal, ao se compadecerem desse sofrimento, tomando para si a responsabilidade de findá-lo. A autora destaca ainda os aspectos morais, denotando a responsabilidade humana pelo sofrimento dos animais.

Osório (2017) também retoma o trabalho de Despret (2013), que traz a reflexão sobre a agência animal, permitindo que a subjetividade dos animais seja considerada, o que fortaleceria a ambos (humanos e animais) na relação. Segundo a autora:

[...] essa experiência transforma tanto humanos (que se tornam, então, protetores) quanto animais, que passam a ganhar uma agência que não lhes era creditada. Afetando-se mutuamente, tocando-se mutuamente, convivendo num mesmo espaço, humanos e animais engendram relações nas quais fazem, um ao outro, capazes. (OSÓRIO, 2017, p. 269).

A autora diz sobre o processo de subjetividade no caso de protetores de animais de rua, mas, ao olharmos o movimento vegano, percebemos também como eles atribuem agência aos animais que defendem. Mas, a atribuição de agência no caso dos veganos não depende de uma relação direta com os animais, mas de uma expectativa, ou melhor, de uma perspectiva dessa relação. Eles são capazes de atribuir agência aos animais que estão fora do convívio. Creditam agência a uma classe abstrata de animais sencientes.

Seres considerados não sencientes estão ainda fora do foco da militância em defesa dos animais, pois, por não possuírem um sistema nervoso central desenvolvido, escapam ao que é uma das bases da consideração moral do movimento, que é a senciência. Mas é possível pensar um movimento de defesa de animais que vá além da consideração apenas de seres sencientes, pois, pensando em uma ampliação dessa sensibilização é possível considerar que, no futuro, o movimento estará falando de relações interespecíficas, e por meio de um discurso que considera cada espécie como uma fonte de valor em si mesma (e por si mesma).

Um olhar diferente para as relações interespecíficas pode ser encontrado no ensaio da antropóloga Anna Tsing (2015), que trata das relações interespecíficas humanos e cogumelos; refletindo sobre a história do capitalismo e do patriarcado tendo como pano de fundo os fungos. A autora diz que cogumelos são amplamente conhecidos como companheiros, e os amantes dos cogumelos perambulam e procuram a companhia de árvores e de cogumelos. A autora também aponta o companheirismo interespecífico entre fungos e raízes de plantas, em que os fungos, ao entrarem em contato com as raízes de plantas, sintetizam condições de vida em meio adversos, possuindo um papel essencial na renovação da fertilidade dos solos e, com isso, de todo um ecossistema. Tsing diz que a interdependência entre espécies é um fato célebre, a menos quando diz respeito aos humanos:

*O excepcionalismo humano nos cega. A ciência herdou das grandes religiões monoteístas narrativas sobre a superioridade humana. Essas histórias alimentam pressupostos sobre a autonomia humana e levantam questões relacionadas ao controle, ao impacto humano e à natureza, ao invés de instigar questões sobre a interdependência das espécies. (TSING, 2015, p. 184).*

A autora analisa que nossa perspectiva seria totalmente diferente se a ideia de natureza humana não tivesse sido cunhada com base em teorias autocráticas e militaristas, mas com base na relação entre espécies, pois é um fato evolutivo que a natureza humana se fez e modificou “com variadas teias de dependência entre espécies”. E, ainda nesse mesmo sentido, pensando as relações atuais que mantemos com os animais, diz a autora que é necessário entender mais “sobre as variadas teias de domesticação nas quais nós humanos nos enredamos”, pois as bases

sobre as quais pensamos a domesticação hoje são antropocêntricas, dizem da gerência humana sobre as outras espécies. Em uma inversão de perspectivas, Tsing (2015) nos lembra que até mesmo os cereais domesticaram o humano, isso há mais de dez mil anos, com o cultivo de trigo e de cevada. E foi por meio da monocultura e do sistema de *plantations* que a Europa dominou o mundo, modificando a própria “natureza de ser espécie”. (TSING, 2015, 190)

Lewgoy e Segata (2017) retomam o filósofo Francis Wolff (2012) e como este propõe pensar em éticas nas relações que temos com os animais. E é sobre esta perspectiva que vamos discorrer adiante. Tirar o “homem” do centro do mundo, que é a base do antropocentrismo, não é tarefa fácil. Pensar em relações interespecíficas de forma não hierarquizante e considerar os humanos, animais sencientes e não sencientes, plantas e ainda seres inanimados requer um tipo especial de atenção.

No mesmo sentido, visando combater o antropocentrismo, a filósofa Sônia Felipe (2009) vem recentemente retomando a noção de ética biocêntrica, apresentada originalmente por Paul W. Taylor (1986), no livro *Respect for Nature*, em que coloca uma série de questionamentos quanto às éticas baseadas no antropocentrismo e no senciocentrismo, que escravizam animais não humanos e os ecossistemas naturais.

A perspectiva biocêntrica leva em conta o bem próprio dos pacientes morais, considerado o valor mais elevado a ser preservado nas ações que têm a pretensão de serem consideradas éticas. O bem próprio de um indivíduo, no entanto, não pode ser resumido ao bem-estar físico ou a um estado mental correspondente de não-sofrimento. O bem próprio, na qualidade do valor moral mais elevado, deve ser compreendido como a totalidade da expressão da vida animal e orgânica, ainda que o indivíduo não seja dotado nem de razão nem de sensibilidade, no sentido mais conhecido, que implica a posse de uma mente com uma central definida do ponto de vista anatômico e fisiológico. Todo animal e planta, na concepção biocêntrica de Taylor, tem um valor inerente, por ter um bem próprio que ninguém deve destruir. (FELIPE, 2009, p. 16).

Paul Taylor (1986; 1989) sintetiza quatro regras fundamentais para ser coerente com o respeito pela natureza: a regra da não-maleficência, a da não-interferência, a da fidelidade e a da justiça retributiva. A não-maleficência diz respeito apenas aos agentes morais (os humanos) que têm a capacidade de distinguir entre fazer ou não mal a um ser vivo que é incapaz de fazer o mal ou compreender o mal que lhe é infringido. A não-interferência visa restringir as ações humanas que produzam a restrição à liberdade de organismos individuais, que utilizam da sua liberdade para buscar o seu bem próprio. E para seguir esta regra o agente moral deve ainda “adotar a regra da imparcialidade em relação às espécies” (FELIPE, 2009, p. 19), e assim evitar

o especismo eletivo. A regra da fidelidade diz do dever de não trair a confiança de um animal nas interações humanas (caso da caça, pesca e outras formas de captura de animais). E, por fim, a regra da justiça retributiva, que propõe que qualquer mal causado a uma entidade natural deve produzir um bem em contrapartida, e que o bem deve ser maior que o mal que causou.

Chegando ao fim desta seção, é possível afirmar apenas que ainda não estão claros os limites e os desafios que a ética biocêntrica instigaria no movimento vegano se adotada, ou se frente aos novos estudos sobre relações interespecíficas pode se alterar o modo-de-ser vegano, porém, é certo que estas reflexões podem constituir uma via para se questionar efetivamente o antropocentrismo, tanto atacando o cerne do argumento que coloca o homem no centro de tudo, quanto o que coloca os atributos igualáveis aos dos seres humanos como o centro de tudo, vindo a colocar em pauta para a sociedade a discussão sobre o valor em si dos animais e plantas – e de outros humanos, como é importante de se ressaltar diante do etnocentrismo e do racismo que caracterizam a cultura mundial hegemônica –, independentemente de qualidades comparáveis às humanas (europeias e ocidentais), enriquecendo o debate sobre as relações interespecíficas.

## 4 DISCURSOS VEGANOS NO FACEBOOK

Ao analisar as redes sociais, podemos identificar a multiplicidade de defesas e ações que ocorre dentro do movimento vegano. O que pode ser melhor explicado utilizando a analogia de rizoma utilizado por Deleuze e Guattari, o rizoma é uma de raiz de árvore que cresce de forma horizontal.

Um agenciamento é precisamente este crescimento das dimensões numa multiplicidade que muda necessariamente de natureza à medida que ela aumenta suas conexões. Não existem pontos ou posições num rizoma como se encontra numa estrutura, numa árvore, numa raiz. Existem somente linhas. (DELEUZE; GUATTARI, 2004, p. 17).

O movimento vegano cresce de forma rizomática, um movimento que se conecta por meio da extensão estruturalmente indefinida de suas raízes. As formas que serão descritas as várias percepções do veganismo durante este capítulo, é apenas uma maneira de analisar e compreender as múltiplas formas que os atores que fazem parte deste movimento encontram maneiras de disseminar a sua causa, por meio de múltiplos discursos a respeito da causa.

### 4.1 Discurso abolicionista

Os que se denominam abolicionistas animais são considerados como os mais radicais do movimento vegano, tanto intra, como inter movimento. O objetivo deste grupo é a abolição do uso de animais, objetivo este que pode ser estendido a todo o movimento vegano, mas o que diferencia essa parcela dos ativistas é a forma com que apregoam esta abolição, feita sempre de forma imediata, a partir do momento em que se tem consciência do sofrimento dos animais, ou seja, são ativistas reativos, e que apostam na ação direta e em campanhas que se concretizam em na forma de *smart mobs*, a mobilização de pessoas desconhecidas com o intuito de agir em prol de uma causa e/ou objetivo comum, agindo rapidamente para interromper situações que promovam o sofrimento animal.

A teoria que baseia a atuação dos abolicionistas animais vem de uma corrente defendida pelo professor Gary Francione, formulada em contraposição a outra vertente do movimento de direitos animais que é conhecida como bem-estarista. O bem-estarismo tem muitas vertentes, sendo conhecido dentro do movimento como um agrupamento de ativistas que consideram que a abolição do uso de animais não será imediata, mas a longo prazo, e que por isso reivindicam mudanças que diminuam progressivamente o sofrimento desnecessário de animais na indústria,

em outras palavras, que os animais sejam tratados de forma mais “humanitária” pelos humanos que os consomem.

Os abolicionistas, porém, são enfáticos ao dizer que essas mudanças incrementais ao uso de animais não levarão à abolição do uso de animais, e sim farão com que a população se sinta mais “confortável” ao utilizá-los, pois farão isto com a consciência limpa acreditando que não estarão causando sofrimento desnecessário aos animais. Assim, a vertente abolicionista se contrapõe à bem-estarista, acusando-a de que esta não faria nada além de ajudar a regulamentar a exploração dos animais. Para ilustrar tal contraposição, os abolicionistas fazem uma analogia com as lutas pela abolição da escravidão no século XIX nos Estados Unidos, em que de um lado se reivindicava a regulamentação da escravidão e de outro se exigia sua abolição na prática.

Porém, a partir de suas práticas e sua posição radical, os abolicionistas não conseguem dialogar com o poder público, e nem com a sociedade em geral, limitando-se ao diálogo feito a partir do momento que as pessoas conhecem a realidade de sofrimento dos animais antes de chegar ao seu prato, instigando-se a mudarem imediatamente as suas vidas, tomando a atitude inicial que é se tornar vegano, e posteriormente a se tornarem ativistas da causa pelos direitos dos animais. E, quanto às mudanças legislativas, embora sejam muito difíceis de se alcançar, a posição vai no mesmo sentido, que é de instigar as pessoas para que lutem por leis que proíbam certos usos de animais, ao invés de as regulamentar. Portanto, não basta não consumir nenhum ingrediente de origem animal, deve-se ser um ativista “de rua”. Gary Francione chega a orientar que os ativistas conversem com pelo menos uma pessoa por dia sobre a exploração animal, pois se assim o fizerem durante um ano, convertendo ao menos uma pessoa ao veganismo, já terão feito mais pelos animais do que qualquer medida bem-estarista.

Gary Francione, como advogado, argumenta que o problema está na legislação (nas leis estadunidenses, que são o foco do autor), como, por exemplo, nas leis brasileiras, que apregoam o *status* de propriedade do animal. Em seu princípio abolicionista, pretende uma reformulação do *status* do animal, considerado hoje como propriedade, para o *status* de sujeito, pois, assim, será sujeito de direito, e garantirá seu direito à vida e à liberdade.

O grupo de Facebook de nome Veganismo foi criado em 2011, e é definido como um grupo abolicionista. Nas regras do grupo há todo um aparato informativo sobre o veganismo e se evoca constantemente o seu objetivo, que é abolir totalmente o uso de animais.

Veganismo é o Primeiro passo em busca de divulgar e incentivar os Direitos Animais na sociedade, é a primeira ferramenta (urgente e necessária) do movimento de justiça social animalista em defesa dos interesses e dos direitos deles para que nós, seres humanos, vivamos sem usá-los e explorá-los.

É uma forma de se posicionar no mundo motivado pela ética, o Veganismo procura evitar ao máximo o uso antropocêntrico, a exploração e o abuso dos animais. É a prática diária e busca da abolição do uso de animais para alimentação, vestuário, apropriação, trabalho, comercialização, caça, pesca, vivissecção, confinamento e toda atividade que envolva colocar animais (indivíduos) em condição de propriedade/objeto.

Sendo assim, as pessoas que se tornam veganas procuram abolir qualquer atitude que trate animais de maneira preconceituosa (especista), que use ou explore animais, zelando pela preservação da liberdade e integridade pessoal (física e psíquica) deles.

É muito importante diferenciar o modo de viver vegano da dieta vegetariana. Veganismo não é dieta, mas sim um conjunto de práticas focadas nos Direitos Animais que, por consequência, adota uma alimentação 100% vegetariana (baseada exclusivamente em vegetais) para abolir a exploração dos animais também nesse segmento, ou seja, sem o uso de carnes, laticínios, ovos, mel, etc.

A alimentação é apenas uma das partes do conjunto de atitudes do Veganismo.

O Veganismo também não deve ser encarado como religião, estilo ou filosofia de vida (“life style”), lista de mandamentos ou “Modinha” como a Mídia gosta de anunciar; para ser Vegano ou Vegana são necessárias atitudes de abolir o uso de animais na alimentação e outros, NÃO para pertencer a um “grupo” e “ganhar o rótulo de aceitação” Vegan, mas são medidas incentivadas e praticadas porque são necessárias para colocar o tema (Direitos Animais) em pauta na sociedade e construir individualmente/coletivamente uma sociedade que respeite os animais verdadeiramente.

É fundamental dizer que como o Veganismo é a prática dos Direitos Animais e como nós, humanos, também somos animais (negar isso seria Antropocentrismo/Especismo), logo, o Veganismo inclui em sua defesa os seres humanos, afinal, somos animais e toda vida Senciente deve ser respeitada!<sup>52</sup>

Além de ter um guia do grupo com as principais informações levantadas sobre os temas mais relevantes sobre o veganismo – como saúde, ecologia e meio ambiente, industrialização e Ciência, atividades veganas, e organização (este último sugere aos integrantes que se organizem em seus Estados) –, apresentam algumas regras de convivência.

---

<sup>52</sup> Como se trata de um grupo fechado, o conteúdo somente pode ser visualizado por participantes, tendo a autora tomado a liberdade de extrair e publicar o trecho citado.

**Figura 13** – Publicação no Grupo VegAjuda em 11 de março de 2018.

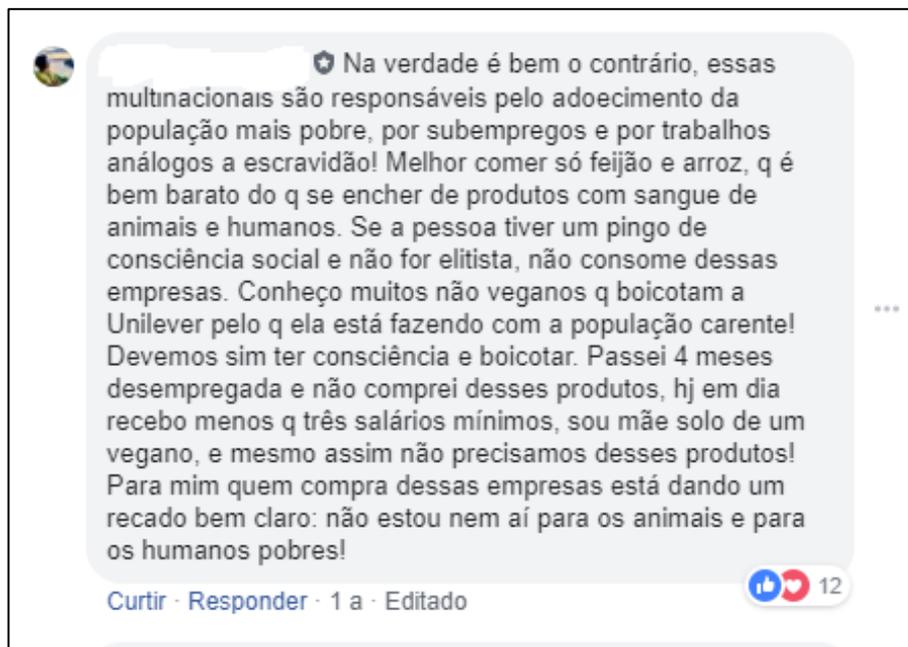


Fonte: Facebook / Grupo VegAjuda – adaptado pela autora.

Na publicação, o autor da postagem faz uma referência às grandes empresas capitalistas que estão lançando produtos ditos “veganos”, mas que possuem outros produtos testados em animais ou de origem animal, de modo que o consumidor que faz parte do movimento vegano ao se tornar cliente dessas empresas acaba é contribuindo para o enfraquecimento de pequenas empresas/negócios familiares de pessoas que também fazem parte da causa.

Assim sendo, pela lógica dos abolicionistas, os veganos deveriam consumir os produtos de pequenos comerciantes, pois são estes que estão realmente engajados na causa. E, em não se tendo acesso a destes produtos, seja por falta de recursos financeiros para comprar os mesmos, seja por sua disponibilidade limitada (visto que as pequenas empresas não conseguem distribuir e nem colocar preços competitivos em comparação às grandes empresas), dever-se-á substituí-los por alternativas mais acessíveis ainda.

**Figura 14** – Comentário em grupo do Facebook.



Fonte: Facebook – adaptado pela autora.

Portanto, não somente a causa do movimento é colocada nos argumentos abolicionistas, mas também a questão da desigualdade social, um tema bastante explorado se seus discursos.

#### **4.2 Discurso sobre o movimento de uma causa só**

Parte do movimento pelos direitos dos animais tentou construir uma visão de equidade baseada na igualdade das espécies dentro do veganismo, uma visão que em tese engloba todas as espécies animais humanas e não humanas e que corrobora com a luta pelos direitos sociais no mundo, dizendo ser “injusto” e “antiético” basear quaisquer prerrogativas discriminatórias em fatores como raça, sexo, opção sexual ou espécie como imperativo moral para se conceder direitos. Desta perspectiva, então, para os animais humanos e não humanos, deve ser garantido o direito de viverem em liberdade e não de serem tratados como propriedades.

Outra parte, que tem se tornado popular e visível, é a ala que tenta tornar o veganismo um movimento de uma causa só, e que diria respeito apenas aos animais não humanos. O seu argumento é que, assim como o movimento negro tem na sua bandeira a luta contra o racismo,

o movimento feminista a luta contra o sexismo e o movimento LGBT a luta contra a homofobia, o veganismo tem que ter sua bandeira de luta exclusiva pelos animais não humanos.

Nessa linha, surgem grupos para orientar consumidores, como VegAjuda, que funciona tanto como uma guia para iniciantes no veganismo, como também para os que já fazem parte do movimento, focando em se manter atualizado quanto aos produtos que tenham ingredientes de origem animal ou empresas que testam em animais. É uma guia para auxiliar os integrantes a agirem “corretamente”, com medidas que são feitas coletivamente, tanto pelos moderadores, como pelos demais participantes – como, por exemplo, escrever para o Serviço de Atendimento ao Consumidor (SAC) das empresas, questionando e se certificando dos insumos utilizados em cada produto.

O grupo VegAjuda se declara abolicionista, inclusive abominando a linha bem-estarista e as suas estratégias, mas fazem uma defesa bastante peculiar (isso, ao menos, por parte dos administradores da página) que é a de colocar o movimento como sendo exclusivamente de defesa de animais não humanos, ignorando suas interseccionalidades; de modo que as lutas por extinguir o sofrimento humano deveriam encontrar seus correspondentes movimentos, que não o veganismo.

Trago um exemplo, uma postagem com a manifestação do povo Munduruku, que trazia os dizeres “povo Mudukuru Diz: Não a Ferrogrão! China: A Soja que você compra tem sangue indígena. No Tapajós, Não Passará, Água é vida.”. Esta dizia respeito ao projeto do Governo Federal de criar a Ferrovia EF-170, ligando o Estado de Mato Grosso com o do Pará, que foi nomeada de Ferrogrão, com a intenção de criar um corredor ferroviário de exportação do Brasil pelo Arco Norte. O povo Mundukuru não aprova o projeto e nem foi consultado a respeito dos impactos que a ferrovia traria ao seu território.

**Figura 15** – Publicação no Grupo VegAjuda em 21 de Janeiro de 2018.



Fonte: Facebook / Grupo VegAjuda – adaptado pela autora.

A foto postada no grupo é de uma manifestação que impediu a realização de uma audiência pública que seria realizada em Ituituba/Pará, em que o povo Mundukuru se organizou de modo a bloquear todas as entradas do prédio em que seria realizada a audiência, e esta teve que ser cancelada. Ressalta-se que o Ministério Público Federal (MPF) já havia recomendado que fossem suspensas as reuniões até que os povos Munduruku, Kayapó e Kayabi e também as comunidades ribeirinhas que seriam impactadas fossem consultados de forma prévia, livre e informada, garantindo a Convenção 169 da Organização Internacional do Trabalho (OIT).

A referência à soja no cartaz faz menção ao fato de que a maior parte dos produtos que serão exportados é de soja, mas não apenas. E também faz menção à China, o maior mercado consumidor da soja do Brasil, mas outros países da Europa também são compradores dos grãos brasileiros.

A postagem causou reações adversas entre os membros dos grupos. De um lado, a tese que tenta definir o animal não humano como o protagonista de um movimento (como nunca foi em nenhum outro, mas “protagonista” entre aspas, pois os protagonistas ainda continuam sendo os humanos que lutam pelos animais, que não tem voz), que não é exclusivista. De outro, a tese que tenta simplificar o veganismo, tornando-o um movimento de uma causa só, enfraquecendo-o em termos de suas articulações.

Enquanto o movimento que já não é tão grande (representa uma porcentagem pequena da população) tem sua bandeira de luta focada exclusivamente no sofrimento dos animais não humanos, esquece-se do sofrimento do animal humano, com que, em teoria, também deveriam se importar.

Em parte, essa dinâmica não passa da cooptação do movimento por parte do capitalismo, que hoje inclui o “vegano” como uma opção de consumo, transformando o veganismo em uma dieta, oferecendo ao consumidor opções ditas “sem crueldade” materializadas em produtos de empresas que exploram seres humanos, exploram recursos naturais, e ainda exploram animais em outras áreas de funcionamento da empresa.

### **4.3 Discurso Estratégico – Veganismo Estratégico (VE)**

O filósofo David Sztybel, disseminador do Veganismo Estratégico ou do Veganismo Pragmático, advoga pela redução do sofrimento dos animais a curto prazo, almejando a longo prazo o fim do seu sofrimento. Segundo o pensador, medidas que visam abolir o uso de animais a curto prazo são impossíveis de se conseguir na prática, portanto, a estratégia de movimento mais relevante seria lutar por leis bem-estaristas, visando uma melhoria imediata da “qualidade de vida” dos animais utilizados para fins humanos.

O VE tem como missão abordar ações, campanhas e estratégias que denominam como sendo do ponto de vista pragmático, com o objetivo de promover o fim da exploração animal de forma eficiente, visando o impacto mais rápido na vida de uma maior quantidade de animais. A abordagem estratégica defende que as teorias sobre o movimento de defesa de animais são fundamentais, mas devem ser focadas em ações que tenham resultados mais práticos e efetivos. Contudo, o VE propõe alianças com as forças de mercado, sob a justificativa de a curto prazo diminuir o sofrimento dos animais que são utilizados pela indústria, com base em uma lógica de quantificação da dor do outro, no caso, dos animais.

Este agrupamento de pessoas defende que a abolição animal se dê processualmente, de modo a dar tempo para que a sociedade internalize as mudanças, havendo um diálogo maior com a sociedade e com o poder público, visto que as suas propostas são de mais fácil aceitação. Por exemplo: a campanha *Segunda sem carne* promovida pela Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), que convida a população em geral a abdicar do consumo de carne um dia por semana.

No Brasil, o Veganismo Estratégico (ou Veganismo Pragmático) é representado pelas ONGs Mercy for Animal e SVB.

O principal disseminador do VE no Brasil é o ativista Lucas Alvarenga, Vice-Presidente Internacional da Mercy for Animals, responsável pela vinda da ONG para o Brasil. Ele gerencia campanhas no Canadá, México, Brasil, China e Índia, sendo que o Brasil é o primeiro país a ter uma sede da ONG fora dos EUA.

Em postagem pública no Facebook, Lucas comemora o aniversário de três anos da ONG no Brasil:

Hoje eu faço 3 anos de Mercy For Animals e a Mercy For Animals faz 3 anos de Brasil. Três anos depois do primeiro dia oficial, hoje nosso time conta com 22 pessoas contratadas em período integral e mais de 1.000 voluntários capacitados em mais de 30 cidades em todo o Brasil.

Lançamos 3 investigações secretas que expuseram pela primeira vez a indústria de porcos no país.

Lançamos o programa Alimentação Consciente Brasil que acabou se tornando modelo para outros países onde a MFA atua. Conseguimos a adesão de quase 10 instituições fazendo com que milhões de refeições veganas sejam servidas anualmente em escolas públicas no país.

Participamos, em conjunto com outras grandes ONGs, de um movimento para banir as gaiolas em bateria, uma das piores práticas da indústria de alimentos que sujeita centenas de milhões de animais a viverem suas vidas inteiras em um espaço equivalente a uma folha de papel. Com esse trabalho, mais de 90 das maiores empresas alimentícias do Brasil se comprometeram publicamente a parar de vender ovos de galinhas confinadas em gaiolas.

Criamos plataformas inéditas para auxiliar milhares de pessoas em suas transições de hábitos alimentares como o site EscolhaVeg.com.br, um chat online, atendimento pelo WhatsApp e outros. Já foram mais de 100 mil interações individuais com pessoas buscando informações sobre veganismo ou vegetarianismo.

Lançamos também o Guia Vegetariano Gratuito para Iniciantes, um guia de 40 páginas, que já foi baixado em nosso site por mais de 1,5 milhão de pessoas. A versão reduzida já foi distribuída para mais de 600 mil pessoas em vários estados. Abrimos o primeiro escritório físico da MFA fora dos EUA. Um local de união, prosperidade e inspiração para todos os ativistas. Aprendemos a lidar com diversos tipos de adversidades, dentro como fora do movimento. Desenvolvemos a convicção de que estaremos sempre fazendo o nosso trabalho para agregar a todos, inclusive aos que divergem de nós. Tenho um orgulho enorme dessa família maravilhosa, sonhadora e global. Tenho certeza que a MFA dá mais esperança a milhares de ativistas. E tenho orgulho ainda maior de dizer, depois desses primeiros três anos: Estamos apenas começando. (Facebook – Lucas Alvarenga, publicação de 10 de novembro de 2018)

Essa ONG chegou ao Brasil de forma organizada, procurando sistematizar suas ações, e, de início, aproximar integrantes de grupos veganos e de direitos dos animais. Inicialmente, alguns voluntários viajaram pelas principais cidades do país, principalmente nas capitais, com o propósito de recrutar ativistas no território brasileiro. Procuraram por grupos no Facebook de vegetarianos e veganos das cidades que visitariam e chamaram os seus integrantes para discutir

as estratégias do movimento de defesa de animais, angariando assim os voluntários que atuam com eles e promovendo cursos de capacitação de voluntários e de distribuição de materiais para as campanhas (panfletos, faixas, camisetas etc.).

O linguajar que a ONG utiliza – “estratégia de movimento”, “abordagens pragmáticas”, “profissionalização do movimento vegano”, “foco nos resultados” – nos remete a um linguajar corporativo, que difere muito de como o veganismo se constituiu no Brasil, que foi enquanto movimento social. Lucas chega a afirmar em um dos seus sites<sup>53</sup> que “Uma Ong vegana deve ter a mentalidade de uma empresa”, mas que esta difere de uma empresa por esta não buscar o lucro, mas o ganho salvando animais.

Algumas campanhas da Mercy For Animals causam muitas polêmicas no meio vegano, pois são tidas como bem-estaristas, visando a rápida redução do sofrimento a um maior número de animais, como apoiar empresas a banir gaiolas em bateria. As empresas se comprometem a não confinar galinhas nas gaiolas em bateria, mas isso, segundo os veganos abolicionistas, não ataca a exploração animal. As galinhas vão continuar sendo exploradas para o consumo de ovos, só que em lugares maiores, fazendo com que o consumidor de ovos se sinta mais confortável ao comprar um produto vendido como “sem crueldade”.

A ONG Mercy for Animals dos EUA foi acusada pelo ativista Gary Francione de receber uma quantia milionária para parar de fazer campanha contra o consumo de ovos e passar a promover o consumo de ovos de galinhas criadas sem gaiolas.

Nos Estados Unidos, sede da MFA, a entidade foi acusada de ‘mudar de postura’ frente a utilização de ovos, antes da doação a ONG fazia campanhas pelo fim do uso de ovos, após a doação passou a incentivar o uso de ovos de galinhas criadas em galpões, condenando apenas a prática da criação em gaiolas de bateria.

A doação foi confirmada pela ONG, mas a entidade garante que foi apenas como um reconhecimento do trabalho da Mercy For Animals pela redução do sofrimento dos animais, e que eles não mudaram a sua postura, visto que continuam a se empenhar na luta pela redução do sofrimento dos animais.

---

<sup>53</sup> No site Veganismo Estratégico, disponível em: <https://www.veganismoestrategico.com.br/postagens/profissionalizacao-do-movimento-vegano-no-brasil/>. Acesso em: 10 mar. 2018.

**Figura 16** – Publicação no Grupo Portal Veganismo em 19 de agosto de 2017.

The image shows a Facebook post from the group 'Portal Veganismo'. The post is a graphic with a white background and a blue border. At the top, it reads: 'Mercy For Animals recebeu 1 milhão de dólares para fazer campanhas não-veganas (ovos cage-free)'. Below this is a photograph of a person's hands holding a small white chicken in a metal cage. A red circular logo with a white chicken silhouette and the words 'ACCREDITED' and 'CAGE FREE' is overlaid on the photo. At the bottom of the graphic is the 'Portal Veganismo' logo, which includes the text 'EM DEFESA DOS ANIMAIS!'. To the right of the graphic is the Facebook post interface, showing the group name 'Portal Veganismo', the date '19 de agosto de 2017', and the text of the post. The post text says: 'Mercy For Animals e a relação com o Bem-Estarismo! LEIA NA ÍNTEGRA: http://bit.ly/MFACruetly'. Below the text, it says: 'O Portal Veganismo encontrou dados recentes da própria Indústria de ovos afirmando que "as empresas não estão trocando uma jaula por outra (gaiola por galpão), e sim mantendo os animais nas mesmas condições e ainda criando NOVAS instalações para atender os consumidores que querem ovos (cage-fr... Ver mais'. The post has 1 million reactions (1 mil) and 179 comments (179 comentários). At the bottom of the post, there is a comment from 'Portal Veganismo' that says: 'Alguns dados da PRÓPRIA INDÚSTRIA DE OVOS afirmando que #ovos cage-free estão sendo...'. The Facebook interface also shows options to 'Curtir', 'Comentar', and 'Compartilhar'.

Fonte: Facebook / Grupo Portal Veganismo – adaptado pela autora.

A repercussão da doação foi malvista entre os veganos, que começaram a criticar a MFA, acusando-a de ter se vendido a grandes corporações, e a pedir esclarecimentos, tanto que, no *site* da entidade no Brasil, a MFA teve que se posicionar, e colocou na parte de “perguntas frequentes” respostas a acusações de cooptação.

Outra crítica emblemática de dentro do movimento ao VE é a de que os grupos desta vertente se posicionam pelo boicote a produtos e não empresas, aceitando a lógica de que se o produto tiver uma composição vegetariana estrita e não for testado em animais é válido o seu consumo, mesmo que a empresa teste outros produtos em animais. O argumento do VE é que se a empresa tiver uma grande margem de lucro vinda de produtos veganos passará a investir mais em produtos livres de crueldade animal, obtendo-se assim um efeito benéfico, segundo os defensores do VE, que é o de facilitar a transição de muitas pessoas ao veganismo e de atingir pessoas que também comem carne, que poderão vir a optar mais vezes por produtos de origem vegetal, diminuindo aos poucos a demanda por alimentos cárneos, e, com isso, levando também à diminuição do número de animais criados e abatidos.

#### 4.4 Discurso baseado na saúde individual

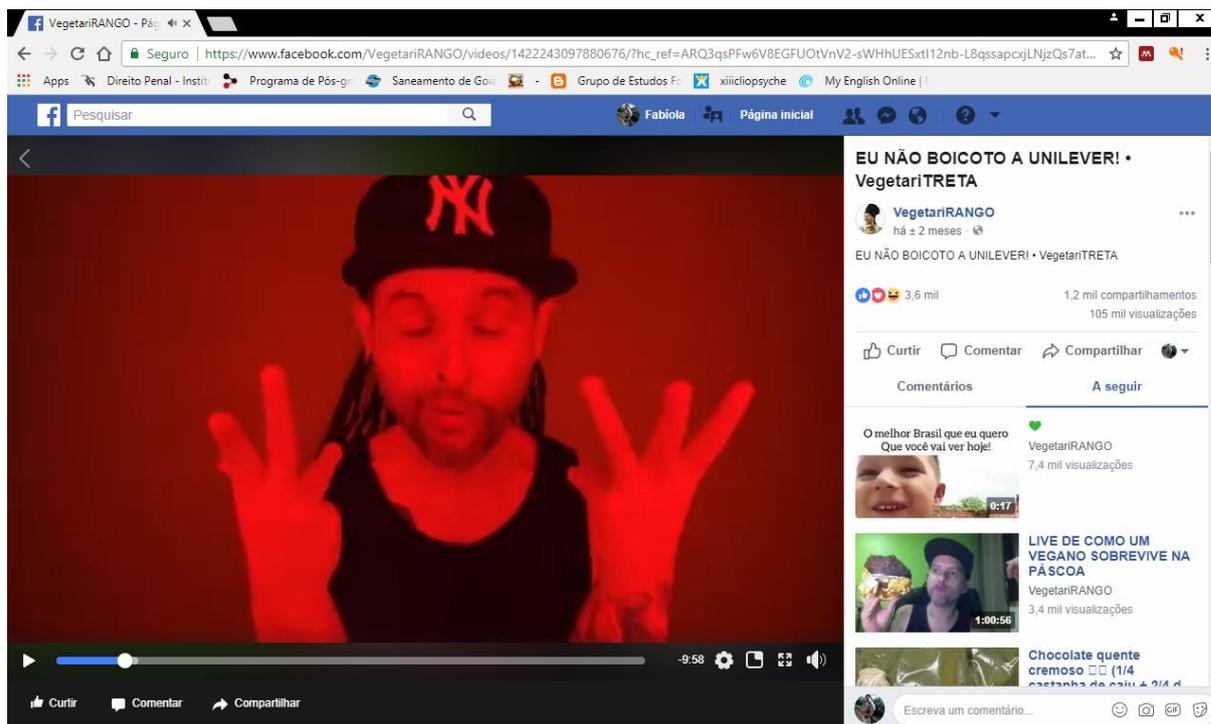
O discurso baseado na saúde individual é mobilizado por pessoas que são veganas, mas não consideram que devam militar pela causa. De uma perspectiva individualista, consideram que cada pessoa tem o seu tempo para perceber as transformações no mundo e para transformar a si mesmo. No geral, pessoas que incorporam esse modo de vida, gostam apenas de comentar receitas e serem entusiastas de novos produtos e lojas veganas, buscando ampliar sua opção de consumo. Alimentação e consumo são eixos que norteiam esse discurso.

Dia 11 de março de 2018, a página VegetariRANGO iniciou uma “treta” quando lançou um vídeo dizendo que o veganismo não deve boicotar marcas e sim produtos. O título do vídeo “Eu não boicoto a Unilever” trouxe uma discussão enorme no meio vegano, pois, usualmente, o movimento defende que empresas que fazem testes em animais de forma direta ou indireta (terceirizada) devam ser boicotadas, porque somente o boicote pode causar prejuízo financeiro na empresa ao ponto de ela deixar de testar em animais. Mas o vídeo do Flávio Giusti defendeu que se um produto for vegano por si só, mesmo que a empresa teste em animais, esta não deve ser boicotada, pois, segundo o *chef* de culinária vegana, no mundo, os veganos não boicotam empresas e sim produtos, e que boicotar empresas é uma prática do ativismo vegano brasileiro, que, segundo o mesmo, é cheio de “cagação de regras”. Inicialmente, o vídeo foi publicado no canal do YouTube<sup>54</sup> e compartilhado principalmente por meio do Facebook.

---

<sup>54</sup> Disponível em: <https://www.YouTube.com/watch?v=O9z4os2Pau0&t=77s>. Acesso em: 9 mai. 2018.

**Figura 17** – Publicação no Grupo VegetariRANGO em 11 de março de 2018.



Fonte: Facebook / Grupo VegetariRANGO – adaptado pela autora.

Na página do VegetariRANGO no Facebook, contaram-se três mil e seiscentas reações, mil e duzentos compartilhamentos e cento e cinco mil visualizações. Já no canal do YouTube, onde o vídeo foi originalmente postado, foram vinte mil, trezentos e vinte uma visualizações, com três mil e novecentas reações do tipo “gostei”, e duzentas e sessenta e nove de “não gostei”. Flávio defende que o veganismo tem de ser inclusivo para aumentar o número de adeptos.

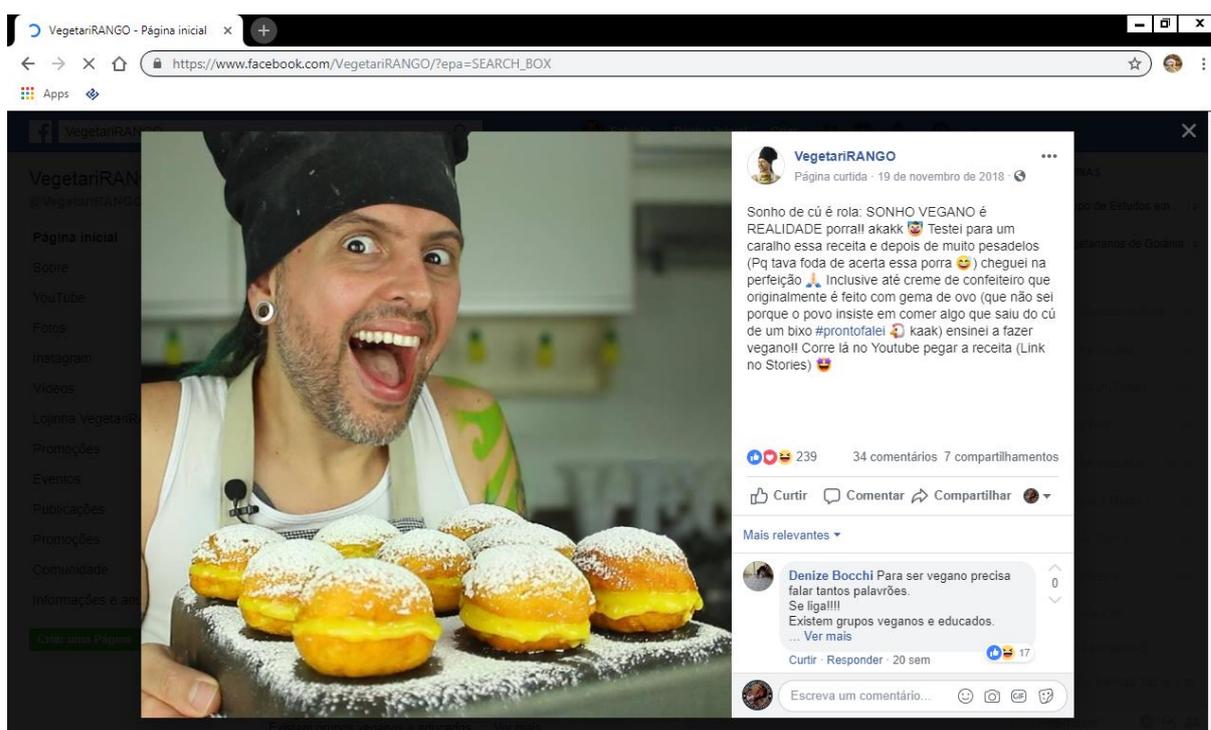
Vce pode discutir este ponto, ele é inclusivo? Lembra novamente daquela fala pobres=animais (inclusivo até que ponto essa informação é verídica? Uma maionese da helmans é por volta de 7 reais 250 gr, mais em conta um pouco que uma da Superbom, que custa em torno de 9 reais a mesma quantidade, porém dá para fazer uma maionese caseira, por menos de 2 reais em casa com ingredientes naturais. E a maionese industrializada tem muitos componentes químicos danosos a saúde.

Aqui já brevemente apresentado, Flavio Giusti, de quarenta e um anos, é o criador do VegetariRANGO, uma página de humor para ensinar receitas veganas, que, além de ministrar cursos de culinária em vários estados brasileiros, mantém uma loja on-line para vender produtos e livros de receitas de sua autoria. A página no Facebook do VegetariRANGO tem (no início de 2020) cerca de duzentos e cinquenta mil seguidores e aproximadamente o mesmo número

de curtidas, já seu o canal do YouTube tem duzentos e trinta e um mil, quinhentos e quarenta e três inscritos.

Flávio Giusti é uma figura muito controversa dentro do movimento vegano. Sendo ator, palhaço e *chef* de cozinha, morador de São Paulo, ele iniciou o canal VegetariRANGO em 2012 no *YouTube*, tendo saído da TV (Chef TV e Rede Brasil). A página no Facebook foi criada para divulgar o seu trabalho, que consiste em criar e divulgar receitas sem ingredientes de origem animal. O diferencial do *chef* de cozinha é utilizar um linguajar cheio de gírias, xingamentos e pornografia em seus vídeos e *posts*, o que acaba sendo ofensivo para parte do seu público, que é composto principalmente por veganos e vegetarianos, não se restringindo aos mesmo (fazem parte do seu público também onívoros que buscam uma alimentação mais natural), tendo sido por muitas vezes acusado de machista e misógino, entre outras coisas.

**Figura 18** – Publicação no Grupo VegetariRANGO em 19 de novembro de 2018.



Fonte: Facebook / Grupo VegetariRANGO – adaptado pela autora.

Inclusivo ou menos politizado? Flávio propaga um tipo de veganismo mais voltado à alimentação individual, que se assemelha ao discurso relacionado à saúde, tendo a abstenção de produtos de origem animal como um pilar para uma boa saúde – embora o discurso sobre a saúde e a dieta vegetariana seja ambíguo, pois há estudos e pesquisas tanto que comprovam os benefícios dos produtos de origem animal para o bom funcionamento da saúde humana, como

estudos que comprovam os malefícios destes mesmos produtos, e outros ainda que colocam a alimentação de origem vegetal como promotora de um bom funcionamento do organismo.

Há ainda discursos no sentido da pureza do corpo, afirmando que não consumir produtos de origem animal tornaria nosso corpo mais puro, pois estes estariam carregados de sentimentos negativos, advindos do sofrimento e morte do animal, e ainda que todas essas “energias” ruins estariam concentradas nas partes dos animais e suas secreções mamárias vendidas atualmente.

#### **4.5 Discurso interseccionalista**

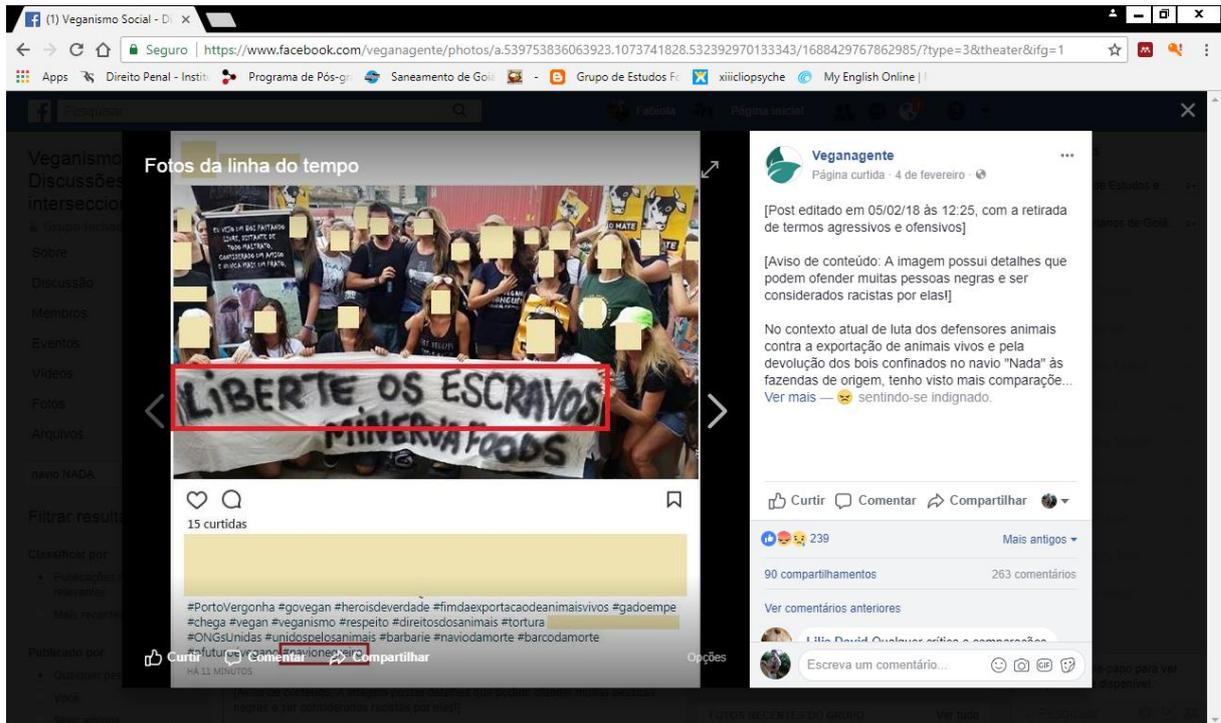
Uma nova corrente dentro do movimento vegano mostra a luta do movimento em defesa dos animais como sendo estrutural, e não apenas individual, visando agregar também outros movimentos sociais, e em que se discute de forma mais sistemática os métodos e comparações utilizadas pelo veganismo.

O conceito de interseccionalidade nasceu com o movimento de mulheres negras, a fim de esclarecer para o movimento feminista em geral que mulheres negras não sofriam as mesmas opressões que as mulheres brancas, visando explicar a inseparabilidade estrutural do racismo com outras formas de opressão.

O veganismo interseccionalista considera, por exemplo, que comparar o sofrimento de uma mulher com o de uma vaca seria uma forma de machismo, ou que falar que os animais são escravizados é racismo, ou ainda que falar em Holocausto Animal é antissemitismo.

Durante a pesquisa de campo, a discussão mais acirrada presenciada foi sobre o protesto ocorrido no Porto de Santos, como já relatado anteriormente. No protesto, que foi alvo de muitas críticas, ativistas seguravam uma faixa com os dizeres “Liberte os Escravos Minerva Foods”:

**Figura 19** – Postagem do dia 04 de fevereiro de 2018.



Fonte: Facebook – adaptado pela autora.

O problema encontrado pelo veganismo social foi ter comparado os bois a escravos, e o navio chamado NADA, que fez o transporte dos animais, a um navio negreiro, o que foi tido por pessoas do movimento negro como ato racista.

#### 4.6 Ideias e estratégias do movimento vegano – diferenças nos discursos

Considerando a reflexão de Escobar (2016b), podemos delinear algumas diferenças que caracterizam a visão de mundo do movimento vegano, que consiste basicamente em elementos de aproximação e afastamento do projeto “Uni-Mundista” traçado pela força da globalização neoliberal. O movimento vegano, por ser múltiplo e transnacional, não carrega uma bandeira única e coesa de defesa dos animais, o que muitas vezes torna mais inteligível suas estratégias de vida prática.

Podemos distinguir, entre os principais pontos tratados nos discursos dos veganos, duas principais diferenças, uma que se aproxima um pouco mais do projeto Uni-Mundista e outra que se aproxima do projeto da política relacional.

O discurso baseado no alinhamento do movimento a grandes empresas capitalistas se acredita neste projeto Uni-Mundista, com esperança nas forças capitalistas neoliberais ou na

crença de que as empresas perceberão um aumento do consumo de produtos à base de vegetais em detrimento dos produtos à base de animais e intensificarão a produção e oferta dos chamados produtos veganos. Neste discurso, notamos a ausência de uma visão relacional, que se refere a outros humanos e à preocupação com a devastação ambiental provocada pelas mesmas grandes empresas.

Já o discurso baseado na perspectiva relacional parte da defesa que humanos e não-humanos formam parte integral desses mundos em suas múltiplas inter-relações. Ao defender essa política relacional, conjugam-se humanos, animais e plantas como fazendo parte de um “pluriverso” (ESCOBAR, 2016b). Neste discurso, apregoa-se que uma alimentação à base de vegetais é apenas um passo alinhado à defesa mais ampla em relação a outros humanos, animais e vegetais. Ter uma alimentação simples, baseada em frutas, verduras e cereais; incentivar os pequenos produtores rurais (orgânicos, estimulando o consumo de produtos locais e sazonais, sem agrotóxicos); questionar a exploração do trabalho humano e animal; e se aproximar a outros movimentos sociais alinhados para enfrentar as múltiplas crises ecológicas e sociais produzidas por essa ontologia Uni-Mundista; estas são as práticas que esse discurso produz.

No próximo e último capítulo desta dissertação, tratar-se-á brevemente da tentativa de cooptação do movimento vegano por parte das empresas capitalistas alinhadas ao projeto Uni-Mundista, estadunidense e global, assim como do enfraquecimento da política relacional.

## 5 VEGANISMOS CAPITALISTAS EMERGENTES

Enquanto movimento, o veganismo é heterogêneo, e, na prática, as ações das pessoas que o compõem também são, havendo divergências entre os modos de agir em uma sociedade capitalista. A defesa dos animais se baseia principalmente na qualidade de seres que assim como humanos podem produzir respostas neurocognitivas compatíveis com as respostas do cérebro humano, portanto, aparece com uma tentativa de humanização dos animais, que parece ser o atributo veementemente consagrado.

O posicionamento firme sobre a não exploração de animais não humanos é uníssona, mas quanto a outros tipos de exploração de animais não sencientes, do meio ambiente e dos próprios animais humanos não é tão coerente assim.

Nos últimos 10 ou 20 anos, o veganismo vem crescendo muito no Brasil. Nota-se este fato, principalmente, por meio do que se divulga e se noticia nas mídias televisivas, nos jornais, nas mídias sociais, nos *blogs* pessoais etc., que relatam e transmitem este crescimento, ao trazer para o cotidiano informações básicas sobre o modo de vida vegano.

Outro fator que corrobora com a tese de que há um crescimento do veganismo no Brasil é o crescimento do mercado vegano: o aumento de bares e restaurantes veganos e vegetarianos (principalmente nas capitais), a disponibilização de produtos destinados a este público em lojas especializadas no atendimento desse público, ou ainda a oferta de produtos veganos em grandes redes de supermercados, com a recentemente criação de um selo “vegan”<sup>55</sup> de certificação.

Mas será que esse tipo de crescimento do veganismo voltado, principalmente, para o consumo individual como prática de intervenção está diretamente relacionado à diminuição do consumo de animais, ou, ainda, com a redução da exploração de animais no Brasil?

Neste capítulo, analisaremos o crescimento do veganismo dentro do prisma do mercado, para compreender a quem interessa este tipo de crescimento, e refletiremos também sobre as novas formas de produção capitalista voltadas a este seguimento da sociedade, e se estas novas formas corroboram com os ideais veganos de fim da exploração animal.

### 5.1 Veganismo em ascensão (?)

Ao escutarmos sobre o modo de ser vegano, pensamos automaticamente: é impossível ser vegano na cidade; os veganos necessitariam ir para o “meio do mato” ou para a “roça” tentar

---

<sup>55</sup> Criado pela Sociedade Vegetariana Brasileira – SVB – com o intuito de certificar produtos próprios para o consumo de uma pessoa vegana. Discorreremos sobre este assunto mais adiante.

um modo de subsistência sem exploração animal e em convívio com os mesmos; não é mesmo? Embora, o termo veganismo tenha sido atrelado ao que é “possível e praticável” por seu criador, deixa dúvidas quanto à possibilidade de ser praticado em meio a cidade. A cidade é estruturada, no geral, sobre o sofrimento animal. Quando nos debruçamos sobre as denúncias do movimento vegano, ficamos sabendo que tem ingredientes de origem animal em quase tudo que utilizamos, não apenas em comida e roupas, mas em pneus (de carro, bicicleta etc.), em lentes de óculos, e nas grandes telas dos cinemas espalhados pelo Brasil. Do boi, além de carne e couro, utilizam-se até mesmo dos seus cílios para se fabricar pincel. O asfalto tem insumos de origem animal. Até mesmo a inocente gelatina, toda cheia de cores, é feita de colágeno animal. E há os corantes alimentícios vermelhos, que podem ser feitos de inseto. E se tem ainda que a alimentação nossa de cada dia, onívora ou vegetariana, é um prato cheio de sofrimento animal, pois, quando não é o próprio animal que está sendo comido, são os vegetais também parte do problema, já que, para serem produzidos, matam milhares de animais com o desmatamento da área para plantio e outros milhares com o frequente uso de agrotóxicos.

O modelo de ação dos veganos é bem fluido, pois cada agrupamento de pessoas faz suas próprias escolhas do que entende como sendo a melhor estratégia para o movimento. Enquanto uma parte se alia ao sistema capitalista para dar mais visibilidade à causa, tornando maiores a oferta e as opções de produtos disponíveis para o consumo vegano, outra parte segue criticando o modelo econômico e seguindo a bandeira de boicote aos produtos feitos por grandes empresas multinacionais, que não carregam de fato uma bandeira de responsabilidade social e ambiental.

Nas sociedades ocidentais, o modo de ser urbano foi moldado ao longo das décadas pela economia capitalista e funciona com sua engrenagem própria de produtos e serviços a serem consumidos. Assim como analisa Sahlins (2003), na conclusão de seu livro “Cultura e Razão Prática”, sobre o sistema econômico capitalista nas sociedades ocidentais: “a economia, como locus institucional dominante: produz não somente objetos para sujeitos apropriados, como sujeitos para objetos apropriados” (SAHLINS, 2003, p. 214). Os produtos são assim, criados e recriados, para satisfazer, mas também criar necessidades, novos desejos e valores de troca.

O crescimento do veganismo enquanto prática individual tem sido notado por meio das mídias, em especial, das mídias sociais, em que se pode perceber vários apontamentos neste sentido. No Brasil, ainda não se tem nenhum levantamento de dados que estime o número de veganos na população brasileira, e apenas recentemente o número de vegetarianos começou a ser estimado, por meio de pesquisas encomendadas para o IBOPE, que na sua última estimativa trouxe um número bastante expressivo: tratam-se de 30 milhões de brasileiros que se declaram como vegetarianos (2018). Como base neste dado e em dado anterior, tem-se que, em pouco

mais de 5 anos, o vegetarianismo cresceu em torno de 75%, visto que uma pesquisa de 2012, com o mesmo questionamento, indicou o número de 8% da população. Embora o número de veganos ainda não seja estimado, está se tornando comum o apontamento de crescimento do chamado “mercado vegano” (levantamentos feitos por jornais e revistas: Estadão, Isto é, Folha de São Paulo<sup>56</sup>), que pode chegar a crescer pelo menos 40% ao ano.

Peter Fry (2002), ao estudar o consumo de produtos voltados para as pessoas negras no Brasil, analisa que o mercado tem um papel muito importante na divulgação de conceitos e ideias no Brasil. Ao dizer sobre o sucesso da revista *Raça Brasil*<sup>57</sup>, coloca:

[...] uma interpretação alternativa do sucesso da revista e da concomitante expansão do mercado de bens e serviços que promovem a beleza das pessoas mais escuras do Brasil é que esses bens e serviços não apenas suprem uma necessidade; na verdade, criam uma necessidade e, ao fazê-lo, disseminam sub-repticiamente uma “identidade negra” em todo o Brasil. (FRY, 2002, p. 315-316).

Ao analisar os produtos criados para atender a classe média negra no Brasil, Fry (2002) nos deixa dicas importantes para analisar também o mercado de produtos voltados ao veganos. O Mercado é responsável por criar necessidades e não apenas supri-las, e, no caso dos veganos, podemos perceber essa mesma motivação mercadológica: atender às demandas de uma classe média vegana no Brasil.

Ao disponibilizar produtos destinados ao público vegano, o mercado atende a demandas deste segmento social, mas não somente: o seu papel principal é a cooptação de subjetividades. O mercado voltado ao público vegano tem interesse em atender a uma demanda da população que ainda não foi suprida, e que pode ser ainda configurada, produzindo novos símbolos. Segundo Sahlins (2003), sobre a abertura de novos mercados de consumo, “a produção racional visando o lucro se move junto com a produção de símbolos” (SAHLINS, 2003, p. 213).

Alguns dos empresários que investem nesta nova forma de consumo surgem de dentro do próprio movimento vegano, a fim de suprir sua demanda por produtos sem ingredientes de origem animal. Mas surgem também outros interessados nesse novo mercado, ligados a grandes empresas e multinacionais, que, sempre antenados, possuem um aparelhamento próprio para pesquisar as principais tendências de cada setor da economia, sondando oportunidades de lucro. Uma vez que se mostra uma tendência de consumo, haverá desenvolvimento e pesquisa para

---

<sup>56</sup> Disponível em <https://www1.folha.uol.com.br/mercado/2016/07/1787773-pequenas-empresas-de-produtos-vegetarianos-crescem-40-ao-ano.shtml>. Acesso em: 21 mar. 2019.

<sup>57</sup> Revista criada em 1996, voltada para leitores negros de classe média.

fabricar produtos que satisfaçam ao público específico que exerce esse consumo, pois o objetivo aí não é propriamente o de suprir às novas demandas, mas o de garantir o lucro abocanhando uma boa fatia desse novo mercado.

Ao analisar os bens que se troca por dinheiro nas sociedades ocidentais, Sahlins (2003) coloca o fetichismo e o totemismo ligados às mercadorias e objetos como mecanismos próprios à dominância da economia em instituir valores em uma dada cultura, não sendo as necessidades (ou a natureza) que mobilizam a produção de símbolos, mas o inverso.

Pois graças ao desenvolvimento da produção industrial de mercado, isto é, à dominância institucional dada à economia, a relação tradicional funcional entre o conjunto cultural e o conjunto natural, hoje em dia, apresenta-se invertida: em vez de ser à diferenciação da sociedade pela diferenciação de objetos, toda distinção concebível da sociedade é posta a serviço de outra divisão de objetos. Fetichismo e totemismo; as criações mais refinadas da mente civilizada. (SAHLINS, 2003, p. 213).

Há casos recentes de empresas que atendem ao público vegano terem sido compradas por empresas multinacionais, que não demonstram nenhuma responsabilidade pela causa em si, visando apenas o lucro que podem obter desta parcela da população, visto que este lucro estava sendo direcionado a pequenas empresas, como foi um caso recente da compra da empresa Mãe Terra pela Unilever<sup>58</sup>. Em 2017, a Mãe Terra, empresa de produtos naturais e orgânicos muito estimada pelo público vegano, devido a sua gama variada de produtos de origem vegetal, foi comprada pela Unilever, uma das grandes empresas transnacionais que atua também no Brasil e que é responsável por uma grande quantidade de marcas de produtos distribuídos no território brasileiro. A Unilever, entretanto, é acusada pelo movimento de defesa de animais por ser uma das empresas que mais gastam com testes em animais no mundo, além de vender todos os tipos de produtos de origem animal, explorar trabalhadores e ser responsável por desastres ambientais em diversos locais do Brasil (poluindo os rios, emitindo fumaça tóxica no ar, desmatando áreas para monocultura etc.).

Entretanto, em seu *site* encontramos uma *Declaração sobre testes em animais*, que diz que a empresa não testa seus produtos em animais e que está comprometida com o fim dos testes em animais, desde sua proibição na Europa, em 2004<sup>59</sup>. Porém, a empresa admite que parte dos ingredientes são ocasionalmente testados pelos seus fornecedores, o que se daria com

---

<sup>58</sup> Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/negocios/noticia/unilever-anuncia-compra-da-empresa-brasileira-de-organicos-mae-terra.ghtml>. Acesso em: 23 mar. 2019.

<sup>59</sup> Disponível em: <https://www.unilever.com.br/about/innovation/declaracao-sobre-testes-em-animais/>. Acesso em: 1 mar. 2019.

o fim de cumprir exigências legais e regulatórias de alguns países, mas que os cientistas que trabalham para empresa estão envolvidos no desenvolvimento de técnicas alternativas a testes em animais, e que publicam as suas descobertas em revistas científicas e eventos científicos, e que estão comprometidos a apoiar iniciativas pelo fim dos testes em animais.

Outras empresas multinacionais também começaram sua investida em produtos veganos e vegetarianos, como, por exemplo: a Nestlé<sup>60</sup>, o Burger King e o McDonald's<sup>61</sup>. Além dessas empresas, o Grupo Mantiqueira, a maior empresa de ovos da América do Sul, lançou este ano o *N.ovo*, um substituto para ovos *plant based* (a base de vegetais).

## 5.2 Aparato estatal e a violência contra os animais

Animais são utilizados em todas as esferas da sociedade, para alimentação, vestimenta, força de trabalho, para realizar testes laboratoriais. Mas porque se utiliza animais? Em geral, por serem bens, propriedades. Se eu compro um animal e ele me pertence, posso fazer o que eu quiser com ele, pois é minha propriedade. Embora haja uma legislação que diga que animais não podem ser maltratados e que estão sob a tutela do Estado, há também uma legislação que define animais como propriedade, e o direito à propriedade no Brasil é algo inalienável. Em um Estado de direito como o nosso, as regras estão pautadas nos códigos das leis e das normas de conduta.

No Brasil, no caso dos animais, as leis em geral versam sobre a proteção de animais domésticos, exóticos e selvagens. Já as leis que dizem respeito a animais de consumo e testes laboratoriais estão no ramo bem-estarista, que visa provocar o mínimo de sofrimento possível no processo de abate e teste.

As categorias de animais que devem ser protegidos do ponto de vista jurídico no Brasil perpassam os animais considerados selvagens (como a Arara Azul, a Capivara, o Lobo-guará, o Mico-Leão-Dourado, entre outros), ou seja, animais que fazem parte da fauna nativa, e ainda os animais domesticados, considerados como animais de companhia, ou seja, os *pets* (que são os cães, gatos, alguns animais exóticos, como calopsitas, canários, cobras etc.). A legislação foca na proteção desses animais, os primeiros por serem considerados como parte integrante do nosso ecossistema, e os últimos por serem considerados mais que animais, protegidos por serem

---

<sup>60</sup> Disponível em: <https://exame.abril.com.br/negocios/nestle-entra-em-disputa-por-oferta-de-hamburguer-vegetariano/>. Acesso em: 3 abr. 2019.

<sup>61</sup> Informação disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2018/10/31/mcveggie-mcdonald-sanduche-hamburguer-vegetariano.htm>. Acesso em: 1 abr. 2019.

seres tutelados pelos cidadãos e com os quais têm uma relação afetiva (em muitos casos, diz-se que são considerados como membros da família). Já os animais domesticados utilizados para o consumo (vaca, galinha, porco, peixe etc.), para o trabalho (cães de caça, cavalo, jumento etc.) e para testes laboratoriais (coelhos, porquinhos-da-índia, ratos e até macacos), a legislação de direito à propriedade se sobrepõe àquela outra legislação.

As categorias de animais que devem ser protegidos ou não também variam dentro do movimento vegano no Brasil, sendo que os animais sencientes (e quanto mais comparáveis ou mais próximos dos seres humanos, mais protegidos) são privilegiados no discurso. Selvagens e domesticados são colocados como dignos de proteção por possuírem sistema nervoso central e serem capazes de produzir respostas cerebrais semelhantes às dos humanos.

Destarte, na legislação brasileira que diz respeito aos animais, tem-se que estes existem para atender os interesses estatais e econômicos, interesses que não focam o bem-estar animal em si, mas sim o mínimo de prejuízo em termos de lucros e impostos. E mesmo as normas que visam o bem-estar animal, quando vão contra o interesse econômico, são ignoradas, inclusive por representantes do próprio Estado. No início do ano de 2018, ativistas pelos direitos animais entraram na justiça para barrar o embarque de vinte e seis mil bois vivos no porto da cidade de Santos, com destino para a Turquia. O Fórum Nacional de Proteção e Defesa do Animal alegou haver situações de maus-tratos na embarcação. E, segundo os laudos veterinários, as condições de higiene estavam sendo descumpridas, além do comprimento inapropriado das baias. E, após decisão do Tribunal Regional Federal da 3ª Região (TRF-3), que deu ganho de causa às ações perpetradas pelos ativistas, o navio permaneceu no porto.

As denúncias dos ativistas causaram grande repercussão, inclusive resultando na criação de lei municipal que proíbe o embarque de cargas vivas em Santos. Porém, no caso, o Supremo Tribunal Federal (STF) interviu com uma decisão liminar (provisória), autorizando o embarque imediato dos animais. Em outubro do mesmo ano, o plenário do STF julgou o caso, declarando inconstitucional a lei municipal de Santos que vedava o transporte de cargas vivas<sup>62</sup>. E, apesar do constatado, um segundo laudo, desta vez emitido pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), atestou que os animais estavam limpos, as baias bem dimensionadas e a embarcação cumpria as exigências das leis federais para o transporte de cargas vivas.

Nesse sentido, pode-se afirmar que o aparato estatal brasileiro, moldado para atender à lógica do capitalismo, é também responsável pela matança e extermínio de animais, dando de sobra motivos aos ativistas. Pois, além de intervirem sempre que requisitado pela agroindústria,

---

<sup>62</sup> Informação disponível em: <http://www.stf.jus.br/portal/cms/verNoticiaDetalhe.asp?idConteudo=392548>. Acesso em: 25 mar. 2019.

os governos têm liberado um número extraordinário de agrotóxicos (especialmente, a partir do mandato presidencial vigente, que, já no primeiro ano de mandato, bateu o recorde histórico)<sup>63</sup> e ainda exigido testes em animais (pela ANVISA) antes da sua liberação para uso humano.

A legislação brasileira segue a normativa da Agência Nacional de Vigilância Sanitária (ANVISA), que prevê que todos os medicamentos sejam testados em animais anteriormente ao teste em humanos. Além disso, a maioria dos medicamentos disponíveis no território brasileiro tem algum ingrediente de origem animal. Embora muitos dos veganos sejam entusiastas da dita medicina alternativa (nomenclatura que está sendo atualizada para “terapias complementares e integrativas”) há casos de doenças que tornam imprescindível o uso de certos medicamentos, como as vacinas por exemplos, muitas das quais desenvolvidas e produzidas com base animal (com o uso de ovos e cavalos). Os veganos, porém, não deixam de lutar por uma reformulação da legislação, que desobrigue os testes em animais para medicamentos, pois, hoje já há novas e modernas tecnologias para testes *in vitro*, e simuladores capazes de reproduzir a fisiologia do organismo humano. União Europeia e Índia já alteraram sua legislação, regulamentando testes alternativos aos feitos em animais, que chegaram a ser proibidos, por exemplo, na indústria de cosméticos. No Brasil, a ANVISA aprovou em 31 de julho de 2015 alguns métodos alternativos ao uso de animais para a indústria de cosméticos, depois de muitos anos de luta do movimento, iniciando um processo que regulamenta dezessete métodos alternativos aprovados pelo órgão<sup>64</sup>. Mas, para o movimento vegano, a luta pela proibição dos testes em animais está longe do fim, pois, depois que forem proibidos tais testes na indústria cosmética, ainda terão uma infinidade de testes para medicamentos e para ensino e pesquisa a se combater.

### 5.3 Consumo vs. Classes sociais

O veganismo em si carrega uma bandeira forte de consumo: não consumir determinados produtos que advenham de um animal ou que lhe infrinja sofrimento é levantar o estandarte do consumo *cruelty free* (livre de crueldade). Para atender essa nova classe, que requer um “selo verde” em seus produtos, empreendedores veganos (e não veganos) aparecem para suprir essa demanda, muitas vezes, porém, sem escapar à lógica hegemônica no sistema. Percebendo essa

---

<sup>63</sup> De acordo com a reportagem de Pedro Grigori, da Agência Pública/Repórter Brasil: “O primeiro ano do governo Bolsonaro bateu o recorde histórico no número de agrotóxicos aprovados. Em 12 meses, foi publicada no Diário Oficial da União a aprovação de 503 registros, 53 a mais do que em 2018”. Disponível em: <https://reporterbrasil.org.br/2020/01/20-agrotoxicos-liberados-em-2019-sao-extremamente-toxicos/>. Acesso em: 20 fev. 2020.

<sup>64</sup> Informação disponível em: <http://portal.anvisa.gov.br/>. Acesso em: 5 fev. 2017.

nova “tendência”, grandes empresas de alimentos (principalmente, mas também de cosméticos e de moda) entram na corrida para fornecer produtos semelhantes, inclusive tomando medidas para serem certificadas pelo “selo vegano”. O selo vegano foi uma prática inicialmente adotada por pequenos produtores veganos, utilizando a letra “V” de vegetariano e o selo “vegano” com a intenção de sinalizar produtos exclusivamente vegetais e *cruelty free*, respectivamente. Essa prática começou sob os auspícios da Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB), que promoveu campanhas incentivando a adoção do selo vegano – qualquer empresa que atenda aos critérios de certificação pode adquirir o selo.

O “selo vegano” foi criado pela SVB em 2013, como uma campanha para certificação de produtos aptos a serem considerados “veganos”, seguindo três critérios<sup>65</sup>: (i) produto sem ingrediente de origem animal; (ii) empresa que não testa produto finalizado em animais; (iii) fornecedores que não testam ingredientes em animais.

Um produto pode ser considerado vegano? Ao estudar o movimento, percebemos que há um discurso proeminente que denota o veganismo como um modo de vida, que prima por um conjunto de práticas focadas nos direitos dos animais, sendo uma bandeira não consumir produtos de origem animal, mas não somente. A guerra travada entre consumir ou não produtos sem ingredientes de origem animal de empresas que fazem testes em animais, justificando que para a empresa parar de testar em animais será necessário um consumo maior desses produtos, é um ponto muito delicado no movimento.

Além disso, problematiza-se inclusive o consumo de produtos ditos veganos, mas que são simulacros e substitutos de produtos de origem animal, como a carne vegetal e as salsichas, hambúrgueres, linguiças e o bacon (entre outros) veganos. Para uma parcela mais radical do movimento, propagar o consumo destes alimentos é um desserviço à causa, pois são produtos que, em vez de ajudar, podem atrapalhar na transição para os hábitos veganos, além de serem produtos industrializados e de alto custo, voltados à classe média alta, e, portanto, não acessíveis a todas as pessoas. Para esta parcela do movimento, deve-se propagar o consumo de frutas e de verduras *in natura*, pois, qualquer pessoa, em qualquer lugar do país, poderá ter acesso a tais alimentos, que, além de ter baixo custo, são mais saudáveis, favorecendo o movimento em todos os seus segmentos.

Outro caso emblemático no Brasil é o das monoculturas vegetais, que devastam regiões inteiras e suas matas nativas, dizimando também os animais, principalmente, de pequeno porte. Assim, há de se considerar também que milhares de animais morrem no cultivo de produtos de

---

<sup>65</sup> Informação disponível em: <https://www.selovegano.com.br/sobre/>. Acesso em: 25 mar. 2019.

origem vegetal, o que implica em ir além da simples exigência de não consumir produtos de origem animal. O grande massacre de animais (utilizados para alimentação ou que estejam no caminho das novas fronteiras agrícolas) é provocado pela indústria (direta ou indiretamente), e a crítica vegana só fará sentido se atacar as práticas atuais da indústria como um todo, ou ainda o próprio modo de produção industrial, não local e de larga escala.

Incentivar os pequenos produtores e consumir produtos locais (especialmente, frutas e verduras) da estação são recomendações que aparecem no discurso de uma parte do movimento como medidas que podem contribuir mais ainda com a vida dos animais e para frear os desastres ambientais causados pelas grandes indústrias do que consumir produtos veganos certificados. Além disso, esta é uma alternativa mais viável para o movimento vegano, que representa cerca de apenas 8% da população de Brasil, mas tem o potencial de ser adotada por toda a população brasileira.

A escolha da comida é individual e coletiva, sendo permeada por relações de poder que podemos analisar por meio dos discursos evocados. Há o discurso da indústria, o estatal, o da mídia, o da saúde (discurso médicos e nutricionais), os dos veganismos e os discursos híbridos com saberes individuais que circulam nas redes sociais e na internet.

Assim, novas tecnologias propiciam uma alteração nas relações sociais e de poder. Entre os grupos do movimento vegano no Facebook, faz-se perceptível a dinâmica das relações de poder associada diretamente ao modo de ação de seus moderadores, e como estes detêm o poder de moderar também o discurso dentro dos grupos, pois as pessoas que agem de forma diferente ou que discordam de suas posições são excluídas (banidas) dos grupos. Mas os pontos fortes do movimento são sua dispersão e diversidade (sua força está na diferença), e o seu dinamismo, ao estar sempre incorporando novidades científicas e políticas (renovando o seu poder de ação). Poder é uma relação, assim como, o poder de escolha de práticas de liberdade, a escolha se dá limitada entre as liberdades possíveis, portanto, também entre as relações possíveis.

## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo da presente dissertação, tentei apresentar e refletir sobre o modo de ser e agir dos veganismos no Brasil, mostrando e discutindo pontos comuns e diferenças que existem no seio do movimento. E o fiz tomando alguns grupos do Facebook como campo de análise, pois esta é a mídia social (ou rede social virtual) mais utilizada no Brasil dos últimos 10 anos, sendo também a maior do mundo. Para tanto, foi necessário a construção de três capítulos, cada um deles com intenções e objetivos diferentes.

No primeiro capítulo do desenvolvimento desta dissertação (3), busquei apresentar as questões que permeiam o movimento vegano, em toda sua diversidade, tais como: definição de veganismo, práticas individuais e coletivas que atravessam o ser vegano e o movimento vegano, respectivamente etc.; assim como apresentar também o percurso de sua ascensão no Brasil, e a relação deste processo com os avanços da Ciência e das tecnologias em geral, principalmente, com o advento da internet, sendo este movimento um produto original da cibercultura global, sem perder de vista suas especificidades locais. No primeiro tópico deste capítulo (3.1), fez-se importante uma revisão da literatura científica (na área de Ciência Humanas) para conhecer as perspectivas de análise com que o veganismo vem sendo abordado ou investigado nos últimos anos, no Brasil. Foram apresentados os temas, contornos e recortes feitos pelos pesquisadores brasileiros, que analisaram o ativismo vegano, suas interseccionalidades e a aceitação (ou nível de diálogo) do grupo para com a sociedade em geral.

Já no tópico 3.2, intitulado “*Log in* em campo”, apresento elementos levantados durante o trabalho de campo, como os principais *sites*, grupos e páginas do Facebook para refletir sobre o (ciber) espaço e as redes sociais constituídos por aqueles que se autointitulam “veganos” na *web*, sendo a internet, portanto, um importante meio de difusão e sociabilidade. E, ainda, busco situar as posições assumidas nesses *sites*, grupos e páginas relativamente a suas ações e os seus argumentos contra a exploração e os usos de animais no contexto da sociedade brasileira atual (capitalista e globalista), perpassando pontos que se referem também à legislação nacional. Este tópico confronta os interesses políticos e econômicos por trás da utilização de animais, e como os atores veganos se colocam frente a esses interesses.

E, por fim, ainda no primeiro capítulo do desenvolvimento, no seu tópico 3.3, procurei mostrar como a relação humano-animal vêm sendo abordada na Antropologia contemporânea das últimas décadas. Este foi um exercício particularmente desafiador, por se tratar de diferentes práticas sociais e culturais que tangem a questão, mas também bastante profícuo para se colocar em contraste as sociedades ocidentalizadas, donde insurgem os veganismos, especialmente no

sentido se relativizar a dicotomia cultura/natureza no âmbito das relações entre os animais não humanos e os humanos, colocando questões fundantes da nossa disciplina (a Antropologia) e que nos fazem enxergar as formas mais elementares e as mais complexas da nossa sociedade como socialmente construídas, desnaturalizando as próprias noções de animalidade e natureza.

Já no Capítulo 4 (e segundo do desenvolvimento), trago os principais discursos que têm mobilizado os veganismos, relacionando-os com as suas expressões reais encontradas durante a fase ativa da pesquisa de campo. Trata-se, pois, de uma tentativa, ao menos, de categorizar alguns dos elementos-chave que norteiam a vida de sujeitos que aderem ao veganismo, pois, em certa medida, a escolha discursiva diz também sobre os valores encarnados em dados grupos de sujeitos individuais (ativistas) e coletivos (movimento social). Ao levar em consideração o sofrimento que o animal passa (ou pode passar) nas mãos dos humanos, o sujeito se compadece e decide não mais compactuar a exploração animal. Mas, se esta postura (ou benevolência) irá se estender para outras formas de exploração, como a humana, a das plantas ou até mesmo de animais não sencientes (comumente deixados de lado nos discursos), não será devido a um fator intrínseco, mas que depende dos valores internalizados anteriormente pelos sujeitos individuais e pelos valores sustentados pelos grupos e redes sociais (no sentido clássico) nos quais se insere. Valores como igualdade, fraternidade e união contra o sistema capitalista Uni-Mundista, de um lado, ou os valores alinhados à lógica Uni-Mundista neoliberal, de outro, vão determinar se o engajamento dos sujeitos e grupos se alinharão a grupos veganos mais radicais ou defenderam que um compromisso ético e ambiental por parte das grandes empresas capitalistas é possível.

E, por fim, no Capítulo 5, trago uma análise das novas tendências mercadológicas e das tentativas de cooptação do movimento vegano por parte das empresas capitalistas alinhadas ao projeto Uni-Mundista (hegemonicamente, estadunidense e global), em um contexto no qual as forças neoliberais trabalham no sentido de se apropriar de uma parte superficial do discurso vegano para promover o que autora Viviana Zelizer (2013) chama de “comércio de sentimentos”.

Ao tornar produtos de origem vegetal simulacros de produtos que se assemelham em cheiro, textura e gosto a produtos de origem animal, querem continuar a normalizar as condutas hegemônicas do que é bom para comer; utilizando referências de comidas que tradicionalmente fazem parte dos hábitos alimentares dos sujeitos urbanos, para garantir assim o discurso de que quanto mais fácil for encontrar produtos de origem vegetal (mesmo que baseados na produção industrial para o consumo de massa, que têm minados a saúde desses sujeitos) as pessoas serão mais facilmente convencidas a mudar para uma alimentação sem exploração animal. Discurso aceitável por parcelas menos radicais do movimento vegano, mas que sofre uma série de críticas

das vertentes mais radicais, pois é muito mais fácil de se encontrar frutas e verduras em qualquer lugar do Brasil do que um Futuro Buguer da Friboi.

Assim, produtos ditos veganos, como os simulacros de hambúrgueres, salsichas, quibes, esfirras, leite, requeijão, queijo, manteiga e ovo, misturam-se ao emaranhado de apropriações culturais que foram adotados e são consumidos em massa no meio urbano, perpetuando a lógica da escala industrial e das redes multinacionais de *fast-food*. Assim como analisa Sahlins (2003), os produtos são criados e recriados não somente para satisfazer, mas para criar necessidades e novos símbolos de consumo.

Pois, embora os números cresçam no que concerne ao lucro vindo destes produtos que ressoam um suposto aumento do veganismo no Brasil, não podemos encontrar um decréscimo na exploração e abate de animais. Os números de abate diminuem apenas em situações de crise da agroindústria, como foi no contexto da Operação Carne Fraca (2016), em que se encontrou vestígios de papelão na composição de algumas carnes no país; e, sabendo disso, o movimento vegano mais radical procura formas de boicotar e sabotar ideologicamente o discurso que tem sustentado a continuidade das práticas de exploração, causando prejuízos aos seus promotores.

E, por fim, levando em consideração os modos de ser e agir dos veganismos no Brasil, podemos perceber redes fragmentárias e individualizadas no que concerne às práticas adotadas por certos integrantes que fazem parte deste movimento. Quando se está falando das relações do animal humano com o animal não humano, está-se falando de relações sociais, intermediadas por discursos e símbolos culturais, e não de relações sujeito/objeto. Cada tipo de relação social com não-humanos pode ter seus protocolos específicos, mas não são relações instrumentais e de uso (como define a lógica neoliberal ocidental).

Escobar (2010, 2015), em sua pesquisa sobre comunidades tradicionais e movimentos sociais na Colômbia, retoma a importância de se pensar em universos plurais, ou “pluriverso”, como uma forma de validação das diversas formas de existir e que não estão alinhadas com o projeto neoliberal de construir Um Mundo, que tem sua máxima na globalização capitalista e ocidental. Apesar de ser uma insurgência de dentro do próprio capitalismo global ocidental, o movimento vegano carrega elementos que o levam a conceber a relação natureza e cultura de forma diferente. Ao reivindicar que se estenda a igual consideração de interesses e direitos aos animais, este movimento rompe as fronteiras da ontologia Uni-Mundista.

Segundo Escobar (1999), os movimentos sociais se utilizam do ciberespaço, mesmo este sendo parte da economia capitalista globalizada, pois possibilita práticas políticas em defesa do lugar. Como um projeto teórico, político e ecológico, sabemos que nem mesmo a globalização está apagando da terra as práticas específicas do lugar. Assim sendo, conforme o autor, para os

movimentos sociais, e aqui eu incluo o veganismo, seria mais importante, para atender as suas demandas, alinharem-se aos movimentos por direitos ao território, pois estes são movimentos que fazem resistência a produtos transgênicos e à mercantilização da biodiversidade, e em que ainda podemos ver a defesa do corpo, da natureza e da alimentação como práticas locais, contra as práticas normalizantes da modernidade capitalista.

Portanto, o futuro do movimento vegano parece mais profícuo quando alinhado à luta de defesa animal baseada em um “pluriverso”, ou seja, que inclui a diversidade cultural, social e de espécies. Pois, como argumenta Escobar (2016b), a defesa de universos plurais é a saída para a armadilha epistêmica imposta pela visão de mundo dominante na modernidade ocidental (ou ocidentalizada).

## 7 REFERÊNCIAS

- ARAUJO, Gabriella Ribeiro da Silva e. **Aspectos e implicações associados à aceitabilidade de simulacros de materiais de origem animal, em materiais artificiais, no vestuário de usuários vegetarianos veganos.** 2017. 373 f. Dissertação (Mestrado em Têxtil e Moda) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2017. DOI: 10.11606/D.100.2017.tde-15022017-101354. Disponível em: [https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-15022017-101354/publico/Dissertacao\\_Gabriella\\_Araujo.pdf](https://teses.usp.br/teses/disponiveis/100/100133/tde-15022017-101354/publico/Dissertacao_Gabriella_Araujo.pdf). Acesso em: 6 fev. 2020.
- APPADURAI, Arjun. Gastro-politics in Hindu South Asia. *American Ethnologist*, [S. l.], v. 8, n.3, ago. 1981. p. 494-511. DOI: <https://doi.org/10.1525/ae.1981.8.3.02a00050>. Disponível em: <https://anthrosource.onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1525/ae.1981.8.3.02a00050>. Acesso em: 17 fev. 2020.
- BOURDIEU, Pierre. **A Distinção: crítica social do julgamento.** São Paulo: EDUSP; Porto Alegre: Zouk, 2007.
- BOURDIEU, P. **Os usos da ciência: por uma sociologia clínica do campo científico.** São Paulo, SP: Editora Unesp, 2004.
- BOURDIEU, P. **Razões Práticas: sobre a teoria da ação.** Campinas, SP: Editora Papirus, 2013.
- BRASIL. **Decreto nº 9.605, de 12 de fevereiro de 1998.** Lei de crimes ambientais. Brasília, fev. 1998. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/CCivil\\_03/leis/L9605.htm](http://www.planalto.gov.br/CCivil_03/leis/L9605.htm). Acesso em: 25 mar. 2018.
- CARMO, Íris N. do. **“Viva o feminismo vegano!”: gastropolíticas e convenções de gênero, sexualidade e espécie entre feministas jovens.** Dissertação (Mestrado em Estudos Interdisciplinares sobre Mulheres, Gênero e Feminismo) – Programa de Pós-graduação em Estudos Interdisciplinares sobre Mulheres, Gênero e Feminismo, Faculdade de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal da Bahia, 2013. Disponível em: <http://repositorio.ufba.br/ri/handle/ri/18540>. Acesso em: 8 fev. 2020.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** Tradução Roneide Venancio Majer e Klauss Brandini Gerhardt. 3. ed. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999. (Série A era da informação: economia, sociedade e cultura. v. 1.)
- CASTELLS, Manuel. **Redes de Indignação e Esperança: movimentos sociais na era da internet.** Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: Zahar, 2013. 271 p.
- CUNHA, Luciano Carlos. **Coisas que possuem mente.** 2009. Disponível em: <https://www.anda.jor.br/2009/04/coisas-que-possuem-mente/>. Acesso em: 30 mar. 2018.
- DARWIN, Charles. **A Origem das Espécies, no meio da seleção natural ou a luta pela existência na natureza.** Tradução Mesquita Paul. Porto: Lello & Irmão Editores, 2003. (v. 1)

DESPRET, Vinciane. From secret agents to interagency. **History and Theory**, Malden, v. 52, n. 4, p. 29-44, 2013. Disponível em: [www.vincianedespret.be/papers/from-secret-agents-to-interagency/](http://www.vincianedespret.be/papers/from-secret-agents-to-interagency/). Acesso em: 1 mar. 2015.

DELEUZE, Gilles; GUATTARI, Félix. **Mil platôs: capitalismo e esquizofrenia**. Tradução Aurélio Guerra Neto e Célia Pinto Costa. São Paulo: Ed. 34, 2004. (Coleção TRANS, v. 1).

DESCOLA, Philippe. Estrutura ou sentimento: a relação com o animal na Amazônia. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 4, n. 1, p. 23-45, abr. 1998. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93131998000100002>. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-93131998000100002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93131998000100002&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 8 fev. 2020.

ESCOBAR, Arturo. Bem-vindos à Cyberia: notas para uma antropologia da cibercultura. In: SEGATA, Jean; RIFIOTIS, Theophilos. (org.) **Políticas etnográficas no campo da cibercultura**. Brasília: ABA, 2016a.

ESCOBAR, Arturo. **Cultura, ambiente y política en la antropología contemporánea**. 1. ed. Colômbia: Instituto Colombiano de Antropología, 1999.

ESCOBAR, Arturo. Sentipensar con la tierra: las luchas territoriales y la dimensión ontológica de las epistemologías del Sur. **Revista de Antropología Iberoamericana**, Cali, v. 11, n. 1, jan.-abr., 2016b. p. 11-32. DOI: 10.11156/aibr.110102. Disponível em: <http://www.aibr.org/antropologia/netesp/numeros/1101/110102.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2020.

ESCOBAR, Arturo. **Territorios de diferencia: lugar, movimientos, vida, redes**. Tradução para o espanhol Eduardo Restrepo. 1. ed. Popayán, Colômbia: Evió Editores, 2010.

ESCOBAR, Arturo. Territorios de diferencia: la ontología política de los “derechos al territorio”. **Cuadernos de Antropología Social**, Buenos Aires, Argentina, n. 41, p. 26-38, 2015. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180942587002>. Acesso em: 28 fev. 2020.

FELIPE, Sônia T. Antropocentrismo, sencientismo e biocentrismo: perspectivas éticas abolicionistas, bem-estaristas e conservadoras e o estatuto de animais não-humanos. **Páginas de Filosofia**, São Bernardo do Campo, SP, v. 1, n. 1, p. 2-30, jan.-jul. 2009. DOI: <http://dx.doi.org/10.15603/2175-7747/pf.v1n1p2-30>. Disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-ims/index.php/PF/article/view/864/1168>. Acesso em: 7 fev. 2020.

FERNANDES, Camila. ZELIZER, Viviana A. 2011. A negociação da intimidade. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 19, n. 2, p. 400-402, aug. 2013. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-93132013000200012>. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-93132013000200012&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132013000200012&lng=en&nrm=iso). Acesso: 05 jan. 2020.

FROEHLICH, Graciela. Carne(ar), no passado e no presente: hábitos e práticas alimentares entre descendentes de imigrantes alemães. **Campos – Revista de Antropologia**, [S.l.], v. 12, n. 2, dez. 2011. ISSN 2317-6830. DOI: <http://dx.doi.org/10.5380/cam.v12i2.27369>.

Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/campos/article/view/27369/19784>. Acesso em: 8 fev. 2020.

FROEHLICH, Graciela. **O bem-estar na carne**: um estudo antropológico sobre as relações entre humanos e animais a partir da categoria de “bem-estar animal”. 2016. 282 f., Tese (Doutorado em Antropologia) – Universidade de Brasília, Brasília, 2016. Disponível em: <https://repositorio.unb.br/handle/10482/21510>. Acesso em: 8 fev. 2020.

FRY, Peter. Estética e política: relações entre “raça”, publicidade e produção da beleza no Brasil. In: GOLDENBERG, Mirian (org.). *Nu e vestido: dez antropólogos revelam a cultura do corpo carioca*. Rio de Janeiro: Editora Record, 2002. p. 303-326.

GEERTZ, Clifford. **O saber local**: novos ensaios em antropologia interpretativa. Tradução de Vera Mello Joscelyne. 14 ed. Petrópolis: Editora Vozes, 2014. 256 p. (Coleção Antropologia)

GOHN, Maria da Glória. 500 Anos de lutas sociais no Brasil: movimentos sociais, ONGs e terceiro setor. **Mediações**, Londrina, PR, v. 5, n. 1, p. 11-40, jan.-jun. 2000. DOI: <http://dx.doi.org/10.5433/2176-6665.2000v5n1p11>. Disponível em: <http://www.uel.br/revistas/uel/index.php/mediacoes/article/view/9194>. Acesso em: 8 fev. 2020.

HARAWAY, Donna J. Manifesto ciborgue: ciência, tecnologia e feminismo-socialista no final do século XX. In: TADEU, Tomaz. (org.) **Antropologia do ciborgue**: as vertigens do pós-humano. Tradução Tomaz Tadeu. Belo Horizonte: Autêntica, 2009.

INGOLD, Tim. Humanidade e animalidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 10, n. 28, p. 1-15, jun. 1995.

INGOLD, Tim. O que é um animal? **Antropolítica – Revista Contemporânea de Antropologia**, n. 22, p. 129-150, 2007.

INSTITUTO BRASILEIRO DE OPNIÃO E ESTATÍSTICA. **Dia Mundial do Vegetarianismo**: 8% da população brasileira afirma ser adepta do estilo. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/dia-mundial-do-vegetarianismo-8-da-populacao-brasileira-afirma-ser-adepta-do-estilo/>. Acesso em: 5 fev. 2020.

JOHNSTON, Josée; BAUMANN, Shyon. **Foodies**: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape. Nova Iorque; Londres: Routledge, 2010. 258 p

LATOUR, Bruno. **Reagregando o social**: uma introdução à teoria do ator-rede. Salvador: Edufba; Bauru, SP: Edusc, 2012. 400 p.

LEMO, André. Ciberativismo. In: **Correio Brasiliense**, Caderno Pensar, 15 de novembro de 2003. Disponível em: <https://facom.ufba.br/ciberpesquisa/lemos/ciberativismo.pdf>. Acesso em: 27 abr. 2019.

LEWGOY, Bernardo; SORDI, Caetano. Cosmologia emergente ou humanismo em expansão? Animais e cidadania no Brasil Contemporâneo. **Etnografias Contemporâneas**, San Martín, Argentina, ano 3, n. 4, p. 156-173, 2017. Disponível em:

<http://www.unsam.edu.ar/ojs/index.php/etnocontemp/article/view/218>. Acesso em: 8 fev. 2020.

LEWGOY, Bernardo; SORDI, Caetano; PINTO, Leandra Oliveira. Domesticando o humano: para uma antropologia moral da proteção animal. **Ilha Revista de Antropologia**, Florianópolis, v. 17, n. 2, p. 075-100, dez. 2015. ISSN 2175-8034. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8034.2015v17n2p75>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/2175-8034.2015v17n2p75>. Acesso em: 8 fev. 2020.

LEWGOY, B.; SEGATA, J. A persistência da exceção humana / The persistence of the human exception. **Vivência: Revista de Antropologia**, [S. l.], v. 1, n. 49, p. 155-164, out. 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/vivencia/article/view/12826>. Acesso em: 8 fev. 2020.

MAGALHÃES, Katharinne de S. M. **Vegetarianos, internet e ativismo**: as novas formas de se tornar e ser vegano. 2015. 120 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) – Programa de Pós-graduação em Ciências Sociais e Humanas, Universidade do Estado do Rio Grande do Norte, Mossoró, RN, 2015. Disponível em: [http://www.uern.br/controldepaginas/ppgcish-disserta%C3%A7%C3%B5es/arquivos/2963katharinne\\_de\\_sousa\\_marques\\_magalha%C6%92es.pdf](http://www.uern.br/controldepaginas/ppgcish-disserta%C3%A7%C3%B5es/arquivos/2963katharinne_de_sousa_marques_magalha%C6%92es.pdf). Acesso em 8 fev. 2020.

MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural, 1978.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, São Paulo, v. 17, n. 49, p. 11-29, jun. 2002. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69092002000200002&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69092002000200002&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 13 abr. 2018. [<http://dx.doi.org/10.1590/S0102-69092002000200002>.]

MAUSS, Marcel. Ensaio Sobre a Dádiva: Forma e Razão da Troca nas Sociedades Arcaicas. *In*: \_\_\_\_\_. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naify, 2015. p. 181-312.

MINTZ, Sidney W. **Sweetness and power**: the place of sugar in modern history. Nova Iorque: Penguin Books, 1986.

MONTEIRO, Lorena L. C. **Feminismo animalista**: a interseção entre discursos e práticas feministas e de libertação animal. 2014. 79 f. Dissertação (Mestrado em Sociologia) – Programa de Pós-graduação em Sociologia, Universidade Federal da Paraíba, João Pessoa, 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufpb.br/jspui/handle/tede/9757>. Acesso em: 8 fev. 2020.

OSÓRIO, Andréa Barbosa. Conversões e predisposições à proteção de animais de rua: vocações, sensibilidades e moralidades. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 23, n. 48, p. 253-274, mai./ago. 2017. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/s0104-71832017000200011>. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-71832017000200253&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-71832017000200253&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 8 fev. 2020.

PERROTA, Ana Paula. **Humanidade estendia**: a construção dos animais como sujeitos de direitos. 2015. 315 f. Tese (Doutorado em Antropologia Cultural) – Programa de Pós-graduação em Antropologia e Sociologia, Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2015. Disponível em:

[https://www.academia.edu/23910346/Humanidade\\_estendida\\_A\\_constru%C3%A7%C3%A3o\\_dos\\_animais\\_como\\_sujeito\\_de\\_direitos](https://www.academia.edu/23910346/Humanidade_estendida_A_constru%C3%A7%C3%A3o_dos_animais_como_sujeito_de_direitos). Acesso em: 9 fev. 2020.

REGAN, Tom. **Jaulas Vazias**. Porto Alegre: Editora Lugano, 2006.

RHEINGOLD, Howard. **The virtual community**: homesteading on the electronic frontier. London: The MIT Press, 1993.

ROSSI, Terezinha de J. N. **Redes sociais e ciberativismo**: motivações, expectativas e esperança. Tese (Doutorado em Psicologia) – Departamento de Psicologia na Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 2017.

RYDER, Richard. All beings that feel pain deserve human rights: equality of the species is the logical conclusion of post-Darwin morality. **The Guardian**. [S. l.], 6 ago. 2005. Disponível em: <https://www.theguardian.com/uk/2005/aug/06/animalwelfare>. Acesso em: 5 fev. 2020.

SAHLINS, Marshall David. **Cultura e Razão Prática**. Tradução Sérgio Tadeu de Niemayer Lamarão. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Por uma concepção multicultural de direitos humanos. *In*: \_\_\_\_\_. **Semear outras soluções**: os caminhos da biodiversidade e dos conhecimentos rivais. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2005. p. 427-461.

SASSATELLI, Roberta. **Consumer culture**: history, theory and politics. London: Sage, 2007.

SASSATELLI, Roberta. Contestação e consumo alternativo: a moralidade política da comida. **Tessituras**, Pelotas, v. 3, n. 2, p. 10-34, jul./dez., 2015. DOI: <http://dx.doi.org/10.15210/tes.v3i2.5964>. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/tessituras/article/view/5964>. Acesso em: 8 fev. 2020.

SEGATA, Jean. Quando o animal dura mais que a estimação. **Mana**, Rio de Janeiro, v. 22, n. 3, p. 831-856, dez. 2016. DOI: <http://dx.doi.org/10.1590/1678-49442016v22n3p831>. Disponível em: [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0104-93132016000300831&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-93132016000300831&lng=en&nrm=iso). Acesso em: 8 fev. 2020.

SEGATA, Jean. Cibercultura, imagem e ética na pesquisa. [Entrevista cedida a] Lorena Tamyres Trindade da Costa. **Revista Visagem**, v. 3, n. 2, p. 314-331, 2017. Disponível em: [https://grupovisagem.org/revista/edicao\\_v3\\_n2/acervo/entrevista\\_01.pdf](https://grupovisagem.org/revista/edicao_v3_n2/acervo/entrevista_01.pdf). Acesso em: 8 fev. 2020.

SINGER, Peter. **Libertação Animal**. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

SIQUEIRA, Holgonsi Soares G.; MEDEIROS, Márcio Felipe S. Somos todos ciborgues: aspectos sociopolíticos do desenvolvimento técnico científico. **Revista de Sociologia Configurações**, [S. l.], v. 8, p. 11-32, 2011. Disponível em: <https://journals.openedition.org/configuracoes/882>. Acesso em: 8 fev. 2020.

SOUZA, Camila C. de. **#GOVEGAN: Veganismo, vegetarianismo e dever moral nos enquadramentos da mobilização pelos direitos animais no Brasil**. 2016. 186 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-graduação em Comunicação, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2016. Disponível em: <http://hdl.handle.net/1884/44259>. Acesso em: 8 fev. 2020.

SOUZA, Júlia M. **O fim do antropocentrismo?** Propostas para repensar o não humano a partir das militâncias em defesa dos animais na cidade de Florianópolis – SC. 2013. 122 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia) – Programa de Pós-graduação em Antropologia, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/122759>. Acesso em: 8 fev. 2020.

SOUZA, Robson Fernando de. **Direitos animais e veganismo: consciência com esperança**. Recife: Edição do Autor, 2017a.

SOUZA, Robson Fernando de. **Veganismo: as muitas razões para uma vida mais ética**. Recife: Edição do Autor, 2017b.

TAYLOR, Paul W. **Respect for Nature: Studies in Moral, Political, and Legal Philosophy**. Princeton NJ: Princeton University Press, 1986.

TAYLOR, Paul W. The Ethics of Respect for Nature. In: ZIMMERMANN, Michael; CALLICOTT, J. Baird; SESSIONS, George; WARREN, Karen J; CLARK, John (Eds.) **Environmental Philosophy: From Animal Rights to Radical Ecology**. Upper Saddle River NJ: Prentice Hall, 1998. p. 71-86.

THE VEGAN SOCIETY. **Definition of veganism**. Birmingham, UK. Disponível em: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>. Acesso em: 01 dez. 2016.

THOMAS, Keith. **O homem e o mundo natural**. São Paulo: Companhia das Letras, 1988. 454 p.

TSING, Anna. Margens Indomáveis: cogumelos como espécies companheiras. **Ilha Revista de Antropologia**, Florianópolis, v. 17, n. 1, p. 177-201, jan.-jul. 2015. ISSN 2175-8034. DOI: <https://doi.org/10.5007/2175-8034.2015v17n1p177>. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/ilha/article/view/2175-8034.2015v17n1p177/30606>. Acesso em: 7 fev. 2020.

VELHO, Gilberto. Observando o familiar. In: \_\_\_\_\_. Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea. Rio de Janeiro: Zahar, 1987. p. 121-132.

VIANNA, Ugo T. W. **Programa de alimentação veganas nas escolas públicas: instrumento para o desenvolvimento local**. 2015. Dissertação (Mestrado Profissional em Desenvolvimento Local) – Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Local, Centro Universitário Augusto Motta, Rio de Janeiro, 2015.

VILELA, Diêgo Breno Leal. **Ativismo vegano em Natal:** uma etnografia de mobilização política, alimentação ética e identidades. 2013. 162f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) – Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2013. Disponível em:

<https://repositorio.ufrn.br/jspui/handle/123456789/19976>. Acesso em: 6 fev. 2020.

WACQUANT, Loïc. **Corpo e alma:** notas etnográficas de um aprendiz de boxe. Tradução Angela Ramalho. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002. 294 p.

WOLFF, Francis. **Nossa humanidade:** de Aristóteles às neurociências. Tradução Roberto Leal Ferreira. São Paulo: UNESP, 2012. 336 p.