

## Os Reflexos do Sexismo e do Especismo na Mídia <sup>1</sup>

Julia Guadagnucci <sup>2</sup>

Nathalia Parra <sup>3</sup>

Rafael Grohmann <sup>4</sup>

Faculdade Cásper Líbero, São Paulo, SP

### Resumo

Este trabalho delineará algumas intersecções entre o sexismo e o especismo. Ambos são formas encontradas pelo sistema patriarcal de oprimir mulheres e animais, transformando-os em objetos a serem consumidos pelo homem. A mídia é uma das responsáveis por reforçar a relação de dominação homem-mulher e homem-animal a partir de publicidades que objetificam o ser do sexo feminino e o ser não-humano. Tanto o corpo da mulher quanto o do animal são vistos pela mídia como produtos a serem consumidos pelo homem. Ambos ressaltam a masculinidade e a virilidade que a pessoa do sexo masculino deve possuir para ser bem aceita na sociedade e se adequar aos papéis de gênero.

**Palavras-chave:** feminismo; especismo; vegetarianismo; sexismo; objetificação

### Introdução

A partir do conceito de "gastropolítica", cunhado por Arjun Appadurai (1981, p. 497), analisaremos as implicações socio-culturais da dieta vegetariana. A noção de gastropolítica é um recurso analítico que estuda a politização da alimentação e "permite pensarmos as operações relacionadas à cozinha como produtoras de fenômenos de resistência, negociação e forjamento de identidades" (CARMO, 2013, p. 18).

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na Divisão Temática de Jornalismo, da Intercom Júnior – XI Jornada de Iniciação Científica em Comunicação, evento componente do XXXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Estudante de Graduação 2ºano do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, email: [julianucci@hotmail.com](mailto:julianucci@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante de Graduação 2ºano do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, email: [nathaliagparra@gmail.com](mailto:nathaliagparra@gmail.com)

<sup>4</sup> Orientador do trabalho. Professor do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, email: [rafael-ng@uol.com.br](mailto:rafael-ng@uol.com.br)

Utilizando-se desse conceito, este artigo traçará um panorama de relações entre sexismo e especismo e pesquisará as intersecções entre as representações da mulher e do animal na publicidade a partir da ideia de "referencial ausente", citada por Carol J. Adams em sua obra *A política sexual da carne*.

É necessário frisar que a escolha do tema se deu pela proximidade entre o objeto pesquisado e as pesquisadoras, uma vez que estas possuem vivências feministas vegetarianas.

### **As representações na mídia da relação mulher-animal**

A cultura contemporânea prioriza “a fragmentação, a transitoriedade e a multiplicidade de imagens, que se recusam a cristalizar-se numa forma cultural estável” (KELLNER, 2001, p. 327). Nesse sentido, a publicidade é uma das responsáveis pela construção de imagens simbólicas que podem levar o consumidor a uma autotransformação.

Há uma constante tentativa de associar produtos a características, como mudanças de comportamento, modo de vestir e aparência do consumidor. A partir da publicidade, o indivíduo se identifica com determinadas imagens e pode vir a comprar visões de mundos construídas em anúncios. Em *A Cultura da Mídia*, Douglas Kellner afirma que “tais anúncios expressam e reforçam imagens dominantes de sexo, pondo homens e mulheres em posições de sujeito bem específicas” (KELLNER, 2001, p. 322).

A publicidade muitas vezes corrobora os papéis impostos a cada gênero. Para o homem, a masculinidade e a virilidade; para a mulher, a feminilidade e a submissão. Kellner exemplifica o reforço da masculinidade com o anúncio do cigarro Marlboro, no qual foi construída a imagem de “homem Marlboro”. Este personagem é másculo, caubói, visto como “homem de verdade” e consumidor do cigarro Marlboro. Essa associação do produto ao personagem foi “uma tentativa de conquistar o mercado másculo com imagens e personagens masculinas arquetípicas” (KELLNER, 2001, p. 318).

Em 2010, a filial de Istambul da loja Beymen Blender estampou uma peça publicitária, elaborada pela agência Rafineri, que ilustra a ideia de mulher como carne a ser consumida. O anúncio retratava uma modelo nua, adequada aos padrões de beleza, fatiada em pedaços, com suas partes penduradas por ganchos, como em um açougue.

Esta imagem reflete um modo metafórico de referente ausente: "os animais se tornam metáforas para descrever as experiências humanas" (ADAMS, 2012, p.79). Nesse caso, a experiência seria a relação da mulher com seus objetos, pulseiras e salto alto. A modelo é desprovida de qualquer indício de humanização, pois tem seu corpo violentado e exposto como retalhamento. A imagem nos transmite a ideia de que o corpo feminino possui uma única função: reproduzir a feminilidade a partir do uso de objetos de consumo dedicados apenas a mulher.



O corpo passa por três processos: objetificação, fragmentação e consumo. Primeiro, ele torna-se objeto, isso é, à mulher lhe é negado o direito a liberdade. Em seguida, uma vez que o ser não tem o poder de consentimento, ele é fragmentado ou esquartejado para, finalmente, ser consumido. Assim, as imagens das mulheres são consumidas o tempo todo, principalmente pela publicidade, que as usufrui para atrair pessoas do sexo masculino.

O ser não-humano percorre o mesmo ciclo citado acima. Os animais vivos são separados da ideia de carne. De início, a tecnologia e algumas expressões como "unidade de produção de alimentos" e "coletor de proteínas" transformam o animal em um não-ser, ou seja, negam sua existência. Após isso, há o processo da "linha de desmontagem", no qual o animal é desmembrado. Segundo Adams, tal linha "muda como conceituamos os animais"

(ADAMS, 2012, p. 87) e eles passam a ser vistos como, por exemplo, "um corpo comestível dividido em costelas, lombo e pernil" (ADAMS, 2012, p. 87).

Depois do retalhamento, as partes do corpo são renomeadas para que haja esse distanciamento entre o animal e a carne. Então, o animal está pronto para o consumo do homem. "Numa cultura patriarcal, a carne fica sem o seu referente" (ADAMS, 2012, p. 88). Devido a isso, muitos consumidores esquecem que aquela carne presente em sua refeição é, na verdade, um animal morto.

Esse sistema é claramente ilustrado na publicidade da marca Friboi, empresa do setor frigorífico que faz parte do conglomerado Grupo JBS. No vídeo campanha publicitária "Peça Friboi", lançada em 2013, o ator Toni Ramos descreve a produção de carne da marca enquanto esta é mostrada em vídeo.



Como mostra este *frame* do vídeo (disponível em: <https://youtu.be/ZZclkTpFIDs>), os funcionários da empresa aparecem com roupas brancas, extremamente higienizadas e sem nenhuma mancha de sangue, cortando pedacinhos da "peça" de carne que passa em uma esteira rolante, como em uma linha de montagem fordista, neste caso, de desmontagem.

O animal vivo, no caso uma vaca, aparece por apenas dois segundos no vídeo (16' ao 18') enquanto o ator diz "Friboi é a carne com garantia de origem", mostrando ao consumidor que a carne provém de um animal sadio. Como se não fosse esta mesma, o pedaço de carne rolando na esteira, o animal morto e esquartejado.

## O que é feminismo?

O feminismo é um movimento social, filosófico e político que busca a conquista de direitos equânimes entre homens e mulheres e o fim do sistema patriarcal. Esta estrutura é responsável pela construção de papéis de gêneros, que, por meio de padrões, cria uma hierarquização entre aquilo que é considerado masculino ou feminino. Às pessoas do sexo feminino é atribuída uma socialização fundamentada na ideia de inferioridade, isto é, na imagem de mulher subordinada ao ser do sexo masculino. A relação de dominação e de exploração existente impõe padrões que são, ao mesmo tempo, opostos e complementares e, leva a sociedade a classificar todas coisas do mundo como masculinas ou femininas. Pierre Bordieu, em sua obra *A dominação masculina*, delinea algumas características desses enquadramentos de gênero:

Cabe aos homens, situados do lado do exterior, do oficial, do público, do direito, do seco, do alto, do descontínuo, realizar todos os atos ao mesmo tempo breves, perigosos e espetaculares, como matar o boi, a lavoura ou a colheita, sem falar do homicídio e da guerra, que marcam rupturas no curso ordinário da vida. As mulheres, pelo contrário, estando situadas do lado do úmido, do baixo, do curvo e do contínuo, vêem ser-lhes atribuídos todos os trabalhos domésticos, ou seja, privados e escondidos, ou até mesmo invisíveis e vergonhosos, como o cuidado das crianças e dos animais, bem como todos os trabalhos exteriores que lhes são destinados pela razão mítica, isto é, os que levam a lidar com a água, a erva, o verde (como arrancar as ervas daninhas ou fazer a jardinagem), com o leite, com a madeira e, sobretudo, os mais sujos, os mais monótonos e mais humildes. (BORDIEU, 2010, p. 41)

Sendo assim, constrói-se a masculinidade como sinônimo de poder, virilidade e superioridade, que serve para justificar o controle do homem sobre outros corpos. Enquanto isso, a mulher está, de acordo com Bordieu, "naturalmente destinadas ao baixo, ao torto, ao pequeno, ao mesquinho, ao fútil etc. Elas estão condenadas a dar, a todo instante, aparência de fundamento natural à identidade minoritária que lhes é socialmente designada (...)".

Uma vez que o homem possui o domínio de outros corpos, ele se utiliza destes para reforçar seus privilégios na sociedade, os reprimindo e os explorando. O sistema patriarcal objetifica os corpos femininos ao seu favor, isto é, cria a ideia de que estes são mercadorias a

serem vendidas e consumidas. Para a autora Caroline Heldman (2012), a objetificação consiste em analisar alguém no nível de um objeto, sem considerar atributos emocionais e psicológicos (HELDMAN, 2012).

Dessa forma, o homem lucra e satisfaz seu bel-prazer a partir da construção da imagem da mulher como um ser banido de racionalidade e endossando a ideia de que o corpo da mulher é vulnerável e está sempre disponível ao homem.

As propagandas de cerveja ilustram bem essa objetificação feminina. Nas imagens, a sexualização do corpo da mulher é o elemento principal, a partir do fetichismo das partes do corpo, ou seja, o enfoque dado a apenas a fragmentos do corpo feminino, principalmente à bunda e aos seios. Para a autora Carol J. Adams, "tudo é separado: intelecto de sentimento e/ou imaginação; ato de consequência; símbolo de realidade ; mente de corpo. Algumas partes substituem o todo e o todo é sacrificado em favor da parte" (ADAMS, 2012, p.101). Depois de fragmentado, as partes do corpo perdem a sua especificidade e ignoram o fato de pertencerem a um indivíduo específico para se tornarem símbolos sexualizados do prazer masculino.

Utilizam-se da sensualidade da mulher para vender produtos que não são destinados a elas - e sim, aos homens. As propagandas sugerem uma disponibilidade sexual do sexo feminino a todo instante, tornando nossos corpos suscetíveis a abusos e violências. Segundo a pesquisadora Jean Kilbourne, que dedicou seus estudos à relação entre a publicidade e a mulher, tornar o corpo feminino em "coisa" é o primeiro passo para justificar a violência contra esse gênero.

A publicidade corrobora com a construção do papel de submissão da mulher perante ao homem e reitera essa imagem que efetiva a opressão, a aniquilação da vontade, da identidade separada. A figura feminina muitas vezes é vista como brinde de alguns produtos. Por exemplo, se uma pessoa do sexo masculino consumir a cerveja de determinada marca, as mulheres o desejarão porque esta marca é a mais vinculada à masculinidade. Assim, ao homem é atribuído valores positivos para na sociedade, como conquistador e "mulherengo".

Esse sistema de objetificação é conceituado por Adams em *A Política Sexual da carne* como uma "estrutura de referentes ausentes" que institucionalizam os valores patriarcais, para a autora:

"O referente ausente está a mesmo tempo presente e não presente. Está presente por meio da interferência, mas sua significação se reflete apenas naquilo a que ele se refere, porque a experiência que lhe deu origem, literal, que fornece o significado, não está presente. Deixamos de atribuir a esse referente ausente a sua própria existência." (ADAMS, 2012, p. 80)

Enquanto isso, a mulher é desmembrada e desumanizada e há uma supervalorização da aparência, que deve respeitar normas estéticas impostas como ser magra, branca, alta e jovem. Cabe à mulher agradar o homem, adequando-se a padrões e condutas vistos como ideais.

Uma das condutas impostas ao sexo feminino é a da passividade. O homem, por ter o direito de ocupar o espaço público, possui uma voz que ecoa e é aceita pela sociedade. Já a mulher está destinada ao silêncio e à negação de desejos. Com o objetivo de desqualificar suas falas e calar as pessoas do sexo feminino, o discurso da maioria dos homens tende a classificar mulheres como histéricas e loucas - principalmente se a fala destas tiverem um viés feminista.

Segundo Adams, "quando os vegetarianos tentam desarmar o controle dominante da linguagem, eles são vistos como seletivos, exigentes, ácidos, hipócritas, confrontadores e particularmente sentimentais" (ADAMS, 2012, p.123). O mesmo ocorre com as feministas - ainda mais com feministas vegetarianas. As mulheres são excluídas do poder do discurso oral, já que este é pertencente ao homem, e, sendo assim, têm suas vozes e pensamentos silenciados em um mundo predominantemente masculino.

### **O que é vegetarianismo?**

O termo "vegetariano" foi cunhado em 1847, após a fundação da Sociedade Vegetariana da Inglaterra, e representou um importante marco para essa luta pelo direito dos animais. Derivada do latim *begetus*, a palavra vegetariano tem o sentido de “forte”, “vigoroso”, “saudável”, e não de “vegetal”, "assim, os vegetarianos ingleses estavam tentando frisar tom filosófico das vidas que eles tentavam dirigir , e não simplesmente fomentando o uso de legumes e verduras na dieta".

Proteína animalizada e feminilizada designa a comida obtida com o corpo de animais, ou seja, animais alimentados com vegetais e grãos, incorporam esse alimento, para depois serem consumidos. Carol Adams elucida a questão mostrando o significado político do termo:

"O termo "animalizada" aludindo à carne atinge o objetivo de reinserir o referente ausente da discussão, atuando como um lembrete do processo usado para produzir a carne- alimentação e engorda de animais. Por meio da animalização da proteína, os animais são reduzidos a meios para os nossos fins; deixam de ser alguém para ser *algo*. São vistos como corpos a serem manipulados como incubadores de proteína." (ADAMS, 2012, p. 127)

Já a proteína feminilizada refere-se aos ovos e ao leite. As criaturas do sexo feminino tornam-se, dessa forma, duplamente oprimidas pela sua condição de fêmea: vivem enclausuradas e são exploradas para a obtenção desses produtos e, quando velhas, são mortas e tornam-se proteína animalizada.

Entretanto, o termo vegetariano foi ressignificado pela cultura dominante. Atualmente, esse conceito se refere a indivíduos que possuem uma dieta ovo-lacto-vegetariana. Ou seja, indivíduos que se abstém do consumo de produtos que impliquem na morte de animais, sendo permitido laticínios e ovos.

A diluição o termo "vegetariano" levou Donald Watson a criar a palavra "vegano", que pode ser definida como aquele que se abstém de produtos fabricados a partir de qualquer tipo de exploração animal. Essa filosofia que se baseia em restrições alimentares é fundamentada por quatro argumentos:

1-) Fome mundial: dialogando com o conceito de proteína animalizada, esse ponto argumenta que há uma perda muito grande em se consumir a carne morta de um animal para a obtenção de proteína quando se é possível consumir vegetais e grãos. A taxa média de cereais empregados na alimentação do gado, por exemplo, é de 3 kg para produzir 450 g de alimento aproveitável e a produção de 0,5 kg de carne normalmente consome cerca de 9.500 litros de água. (Lappé, 1985;p.88). Além disso, sabe-se que um terço dos grãos produzidos no mundo são utilizados para alimentar o gado enquanto poderia alimentar diretamente a população humana.



2-) Devastação ecológica: segundo Heron Santana, Presidente do Instituto Abolicionista Animal, "a pecuária é uma das principais fontes de poluição do meio ambiente e responsável pelo desmatamento de quase um quarto da área terrestre do planeta. No Brasil, por exemplo, onde o gado é criado em pastos, este quadro se torna ainda mais dramático, e já se constitui em uma das principais causas da destruição da Mata Atlântica e da Amazônia, duas das principais reservas de biodiversidade do mundo. Além disso, o índice de poluição dos mananciais hídricos por fezes e carcaças de animais mortos para o consumo humano é elevadíssimo, o que faz aumentar ainda mais a escassez de água no mundo."

3-) Saúde humana: doenças como câncer, obesidade, diabetes e doenças cardiovasculares normalmente são originadas ou agravadas pelo consumo excessivo de carne. O vegetarianismo já se apresenta como uma das principais vertentes da medicina preventiva (Patrícia Bertron; p.32). O Banco Mundial não financia mais projetos econômicos relacionados ao gado de corte pois essa atividade tem empobrecido o planeta e aumentado a fome nos países pobres.

4-) Político-filosófico: filósofos como Peter Singer e Tom Regan defendem a dieta vegetariana como instrumento político na luta pela libertação animal, ou direito dos animais. Ambos argumentam sobre o vegetarianismo pautando-se no sofrimento animal. Singer defende-os pela capacidade de sentir e Regan adverte para tratarmos os animais como "fins em si mesmos" e não como meios dos quais provém alimento humano.

Na perspectiva feminista vegetariana, o especismo é o ponto principal a ser enfrentado com a dieta vegetariana. O especismo pode ser definido a partir da ideia de hierarquia de espécies. O ser humano, apesar de também ser um animal, acredita ser muito diferente dos animais não-humanos e, por isso, prioriza seus interesses em detrimento dos direitos das outras espécies. Especistas defendem a superioridade da raça humana tomando como base argumentativa a nossa capacidade de raciocinar, de planejar o futuro e a falta de empatia para com os não-humanos.

Entretanto, esses argumentos excluem da "classe de animais humanos" bebês, pessoas com deficiência e em estado de coma e tentam retirar daqueles que não pertencem a aos seres capazes de raciocinar, planejar o futuro e ter empatia o direito a ter direitos somente por pertencerem a uma espécie diferente.

É possível fazermos um paralelo entre pessoas negras e mulheres, que são e foram tão explorados e escravizados quanto os não-humanos são pela indústria alimentícia pelo fato de o grupo opressor identificar características nesses grupos que, na opinião dos opressores, são inferiores.

De acordo com Adams, "a palavra que o corpo humano fala é vegetariana" (ADAMS, 2012, p.219). Nossa constituição anatômica associa-se mais com a dos herbívoros do que com a dos carnívoros. Isso se dá pois "os indícios dos dentes, da saliva, dos ácidos gástricos e da extensão do intestino foram apontados como definição do corpo humano vegetariano". No entanto, apesar de nosso sistema vegetariano, por confrontar a cultura dominante, tal movimento é visto como doença na sociedade patriarcal, uma vez que nega o "elemento essencial" das refeições: a carne.

Em todos os argumentos aqui apresentados, o alimento é enfocado como vetor de ação política e social, como elementos simbólicos ou ideológicos e como suportes de práticas culturais. Os pesquisadores Ulpiano de Meneses e Henrique Carneiro que investigam a História da Alimentação elucidam que a indústria e o consumo criaram alimentos signos

"cuja ingestão corresponde a introduzirmos em nosso corpo biológico um fragmento do imaginário social; em decorrência, "se o alimento constitui nosso ser biológico de dentro pra fora, desde o invisível do orgânico ao visível da pele, o alimento-signo nos constitui de fora para dentro, do visível do signo ao invisível da consciência, ou seja, conforma nossa identidade social".

O antropólogo Arjun Appadurai (1981) também investigou as propriedades semióticas dos alimentos como uma forma de "gastropolítica". Para ele "a alimentação serve duas funções semióticas diametralmente opostas: pode homogeneizar ou heterogeneizar os indivíduos que a transacionam (Appadurai, 1981)", descreve Rosa Maria Perez em seu artigo *Alimentação e codificação social- Mulheres, cozinha e estatuto* no qual analisa as relações de gênero e suas intersecções com a alimentação na Índia rural. Para Appadurai, as gastropolíticas surgem

[...] quando a comida é manipulada de modo a levar mensagens entre os atores, embora eles possam compartilhar os significados fundamentais do sistema [...],[eles] estão envolvidos numa luta acerca de uma particular cadeia sintagmática dos eventos alimentares nos quais estão envolvidos.

Nessa perspectiva semiótica da alimentação, a carne deve ser analisada como um símbolo de poder masculino, pois está intimamente ligada a noção de virilidade. Enquanto o consumo de vegetais se relaciona com passividade e atraso. Comer carne é um costume patriarcal pois a carne é o alimento masculino, assim como seu consumo também o é. Nas palavras de Adams:

"Que qualidade da carne a converte num símbolo e na celebração do domínio masculino? Em muitos aspectos, a desigualdade de gêneros incorpora a desigualdade de espécie proclamada pelo consumo de carne, porque para a maioria das culturas a obtenção da carne era tarefa dos homens." (ADAMS, 2012, p.70)

O vegetarianismo estabelece uma nova relação de contato para com o corpo, pois uma vez que a alimentação pode ser considerada um ato político, a repulsa à carne faz parte do afronte à dominação masculina. Além disso, segundo Adams, "o vegetarianismo ético tornou-se uma representação simbólica e ao mesmo tempo literal de relações justas com os animais".

Entretanto, o sistema mascara a violência cometida com os animais seja através do "ciclo de objetualização, fragmentação e consumo" (ADAMS, 2012, p. 86), o mesmo ciclo que torna a mulher um referencial ausente na publicidade. O animal é objetificado, sua existência se resume ao consumo do opressor. Esses animais convertidos em "objetos mortos" são fragmentados, esquartejados em uma "linha de desmontagem" a qual damos o nome de matadouro. "Depois de retalhado, as partes fragmentadas do corpo frequentemente são renomeadas para que o fato de já terem pertencido a um animal seja obscurecido. depois da morte, as vacas se tornam rosbife, bife, hambúrguer; os porcos se tornam *bacon*, salsicha.", como descreve Carol Adams. E então, "nossa mente se desloca do ser convertido em objeto para a comida consumível".

Assim como as mulheres, os vegetarianos estão fadados ao silêncio neste sistema patriarcal. Esse silenciamento acontece por questões de linguagem e poder. Os vegetarianos se frustram na tentativa de desmascarar a violência contra os animais por terem que adaptar sua linguagem de maneira que não agrida a estrutura, pois, segundo Adams, "o ponto de vista dominante sustenta que pensar nos animais "não é um pensamento comum"".

Por exemplo, ao invés de se referir a um animal morto posto em mesa como "cadáver", o vegetariano deve mediar seu vocabulário e o adequar para a linguagem utilizada

pelo sistema, no caso, poderia ser "hambúrguer". Dessa forma, para as chances de silenciamento dos vegetarianos serem menores, é necessário que eles se utilizem da mesma linguagem usufruída pela sistema dominante na tentativa de combatê-lo.

### **Os entrelaces da teoria feminista-vegetariana**

Tanto as mulheres quanto os animais são vítimas de um sistema capitalista e patriarcal e, além disso, a violência contra ambos é naturalizada na sociedade. As pessoas do sexo feminino e os seres não-humanos são objetificados e privados de liberdade para satisfazerem ao homem.

Importante lembrar que tanto o sexismo quanto o especismo e o racismo pautam-se em características arbitrárias para justificar a superioridade de um sexo em relação ao outro, de uma espécie em relação a outra, de uma raça em relação a outra. Por isso, como elucida o artigo de Tamaya Dias:

"Não é a toa que o filósofo Peter Singer, escrevendo acerca da teoria ecofeminista fez tal conexão quando argumentou que os defensores da libertação para negros e mulheres deveriam apoiar também a libertação animal, isto porque tanto o sexismo quanto o racismo e especismo estão baseados no mesmo alicerce, qual seja: a mentalidade hierárquica, capitalista, patriarcal e andro-antropocêntrica. Trata-se de uma luta una que visa combater o preconceito enraizado no nosso sistema. Pois não existe nenhuma espécie ou sexo superior. Pensar de outro modo é ser não menos preconceituoso que os racistas"

O intuito da luta feminista e do vegetarianismo é o mesmo: ir contra essa cultura dominante que oprime seres considerados inferiores. "Onde termina o vegetarianismo e começa o feminismo, ou onde termina o feminismo e começa o vegetarianismo?" (ADAMS, 2012, p. 241). A teoria feminista-vegetariana possui uma relação de continuidade. Nossa "repulsa à carne age como uma alegoria para sentimentos sobre o domínio masculino" (ADAMS, 2012, p. 242) e nega um sistema que impõe a ideia de que um animal morto é um alimento a ser consumido.

A construção de gênero também reflete na alimentação, pois demarca os limites de cada sexo e indica o que um deve consumir. Adams afirma que "os alimentos que insistimos

em apresentar numa refeição remetem a uma classificação que reflete e reforça a nossa cultura mais ampla" (ADAMS, 2012, p.73). Uma refeição possui valores atribuídos a cada elemento que a compõe, como foi ilustrado anteriormente pela perspectiva da gastropolítica.

A carne é símbolo de virilidade e, conseqüentemente, marca da dominação masculina. Em contraponto, o vegetal remete à passividade, característica, essa, atribuída ao gênero feminino. "Comer um legume ou verdura é se tornar um vegetal e, por extensão, ficar parecido com uma mulher" (ADAMS, 2012, p.72) reflete a autora ao dar para o vegetal o sentido de monotonia, apatia.

A exploração faz parte do cotidiano tanto dos seres humanos do sexo feminino quanto dos animais. O tráfico de pessoas tem como principais vítimas as mulheres, que são subjugadas a situações de exploração como turismo sexual, prostituição forçada, escravidão sexual, casamento forçado e indústria pornográfica. Além desse tipo de exploração, as mulheres diariamente são submetidas a regras e condutas que as enquadram em situações de subordinação ao homem.

No caso dos animais, as fêmeas, como vacas e galinhas, são exploradas duplamente pela condição de proteína animalizada e feminilizada: as vacas devem estar constantemente prenhas, para produzirem leite, e seus filhotes são afastados da mãe, engendrando em um sofrimento psicológico para ambos. Após o esgotamento da vaca, esta é abatida e vendida como carne de segunda mão.

São vários os casos de violência que interseccionam a opressão das mulheres e dos animais não humanos. Muito comum, por exemplo, que as mulheres associem seus corpos a "pedaços de carne" ao se sentirem violentadas ou após serem vítimas de um caso de estupro. A frase "eu me senti como um pedaço de carne" é recorrente para representar o sentimento das mulheres nesses casos. Novamente, há a utilização do referente ausente- "qualquer coisa cujo significado original é solapado, ao ser absorvido numa hierarquia de significado diferente" (ADAMS, pag 80)- a experiência de morte dos animais é utilizada para ilustrar a experiência pela qual essas mulheres passaram.

Outro exemplo dessa intersecção é a relação entre casos de violência doméstica e maus-tratos com animais. No artigo *Violência Contra Animais e a Violência Doméstica: Qual a ligação?*, Rita Garcia explica que

"a crueldade contra os animais não deve ser ignorada, mas encarada como a manifestação da agressividade latente, pois pode mostrar sinais de um comportamento futuro violento contra humanos. “Quando animais sofrem abusos, as pessoas estão em perigo. Quando as pessoas sofrem abusos, os animais estão em perigo”, Associação Internacional dos Chefes de Polícia, 2000"

Para Carol Adams, "a mulher ou a criança ameaçada é o referente ausente quando se mata um animal de estimação".

## Conclusão

Neste artigo, propusemos uma discussão a cerca das intersecções no campo da Comunicação entre a luta feminista e o vegetarianismo. Através da análise de peças publicitárias, concluímos que a publicidade reforça os papéis de gênero estabelecidos pela sociedade patriarcal e objetifica as mulheres e os animais não-humanos, tornando-os referentes ausentes. Ou seja, ambos são destituídos de vida e ignorados como seres independentes.

Portanto, uma vez que podemos considerar o especismo uma forma de opressão análoga ao sexismo, é importante que o feminismo e o vegetarianismo caminhem juntos na construção de um espaço e de um discurso contrários à lógica machista, patriarcal e especista.

## Bibliografia

ADAMS, Carol J. **A Política Sexual da carne-** A relação entre o carnivorismo e a dominância masculina. Editora Alaúde, 2012.

APPADURAI, Arjun. **Gastro-politics in Hindu South Asia.** American Ethnologist, vol. 8, n.3, Symbolism and Cognition, 1981. p. 494-511.

BASTOS, Luisa. **Diz que é uma espécie diferente.** *Esquerda*, 2012. Disponível em: <<http://www.esquerda.net/opiniao/diz-que-%C3%A9-uma-esp%C3%A9cie-diferente/24327>>. Acesso em: 19 jun. 2015

BOURDIEU, Pierre. **A Dominação Masculina**, Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2010.

CARMO, Íris Nery. **“Viva o feminismo vegano!”: Gastropolíticas e convenções de gênero, sexualidade e espécie entre feministas jovens.** Salvador: Programa de Pós-Graduação, 2013. disponível em: <<https://veddasrn.files.wordpress.com/2013/08/viva-o-feminismo-vegano-borrando-fronteiras-de-gc3aanero-sexualidade-e-espcc3a9cie.pdf>> Acesso em: 19 jun. 2015

CARNEIRO, Henrique; MENEZES, Ulpiano T. Bezerra. **A História da Alimentação:** balizas historiográficas. Anais do Museu Paulista. São Paulo. N. Sér. v.5, p9-91- jan/dez. 1997. Disponível

em:

<[https://www.academia.edu/974779/A\\_Hist%C3%B3ria\\_da\\_Alimenta%C3%A7%C3%A3o\\_balizas\\_historiogr%C3%A1ficas](https://www.academia.edu/974779/A_Hist%C3%B3ria_da_Alimenta%C3%A7%C3%A3o_balizas_historiogr%C3%A1ficas)> Acesso em: 20 jun. 2015

DIAS, Tamaya Luna Publio . **A Defesa do direito dos animais sob uma ótica ecofeminista**. Revista Brasileira de Direito Animal - Doutrina Nacional, Vol. 3-No 4, 2008. Disponível em: <<http://www.portalseer.ufba.br/index.php/RBDA/article/viewFile/10469/7477>> Acesso em: 20 jun. 2015

GARCIA, Rita. **Violência Contra Animais e a Violência Doméstica: Qual a ligação?**. Informe Mensal sobre Agravos à Saúde Pública. Ano 2, No 9, 2005 Disponível em: <[http://www.cve.saude.sp.gov.br/agencia/bepal6\\_violencia.htm](http://www.cve.saude.sp.gov.br/agencia/bepal6_violencia.htm)> Acesso em: 20 jun. 2015

HELDMAN, Caroline. Sexual. **Objectification**. Part 1: What is it? 2012. Disponível em: . Acesso em: 20 jun 2015.

KELLNER, Douglas. **A Cultura da Mídia** : estudos culturais: identidade e política entre o moderno e o pós-moderno. Bauru, SP. EDUSC, 2001

LESSA, Patrícia. **"Coma arroz, tenha fé nas mulheres!"**- O feminismo-vegano e a crítica ao mercado de carnes e corpos. In: Simpósio Fazendo Gênero 10- Desafios atuais dos feminismo, Florianópolis, set. 2013.

LOURENÇO, A. C. S. ; ARTEMENKO, N. P. ; BRAGAGLIA, A. P. . **A objetificação feminina na publicidade**: uma discussão sob a ótica dos estereótipos. In: XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste Intercom Sudeste 2014, 2014, Vila Velha. XIX Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste Intercom Sudeste 2014. São Paulo: Intercom, 2014. v. XIX. p. 1-15

PEREZ, Rosa Maria. **Alimentação e codificação social**. Mulheres, cozinha e estatuto. Cadernos Pagu, No 39, jul-dez, 2012. Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/cpa/n39/08.pdf>> Acesso em: 20 jun. 2015

SANTANA, Heron José. **O Vegetarianismo como ação política**. Aracaju. Evocati Revista, No 12, dez.2006  
Disponível em: <<http://www.svb.org.br/publicacoes/trabalhos-academicos/file/Ensaio%20%7C%20Vegetarianismo%20como%20ac%CC%A7a%CC%83o%20poli%CC%81tica%20%7C%20Heron%20Santana%252Epdf>> Acesso em: 18 jun. 2015.

## Imagens

PEÇA Friboi. Disponível em: <<http://www.friboi.com.br/campanhas/>> Acesso em: 21 jun. 2015