Vegetarianismo X Onivorismo: Uma Perspectiva Da Propaganda Ideológica.

Marco Antônio Bastos GOMES[11]

Marli Barboza da SILVA[2]

Queila Silva do CARMO[3]

Universidade Federal do Paraná

Universidade do Estado de Mato Grosso

RESUMO

É crescente o número de adeptos do vegetarianismo no mundo e grande parte dos seguidores desta prática alimentar se inicia graças à influência de propagandistas da filosofia. As propagandas em geral consistem em recursos de mídia sobre a suposta tortura e matança que são infligidas aos animais. Além disso, vários estudos apontam para o fato de que uma dieta equilibrada onívora não se difere tanto em prós e contras de uma estritamente vegetariana. O presente trabalho faz parte de um estudo que visa o levantamento bibliográfico de dados nutricionais e ambientais, para a elaboração de recursos de propaganda que possibilitem uma escolha mais consciente, e um pouco menos mistificada, da população por qualquer hábito alimentar.

PALAVRAS-CHAVE: vegetarianismo; onivorismo; nutrição; conscientização; propaganda.

INTRODUÇÃO

A origem do vegetarianismo provém principalmente de fundamentos de religiões orientais, do hinduísmo e algumas outras religiões não permitem em seus pressupostos o consumo de carne, como forma de manter puro o corpo. A prática também é em grande

[1] Professor Mestre pela Universidade Federal do Paraná.
[2] Professora do curso de Comunicação Social – Habilitação em Jornalismo da Universidade do Estado de Mato Grosso. Mestre em Estudos Literários e Culturais pela Universidade Federal de Mato Grosso. Publicitária, pesquisadora na linha de Mídias: teorias e práticas. Membro do Núcleo de Estudos do Contemporâneo do Programa de Pós-Graduação do ECCO/UFMT. E-mail: marlibarboza@yahoo.com.br
[3] Discente em Jornalismo, 7 semestre, pela Universidade do Estado de Mato Grosso.

parte remetida ao filósofo Platão e outros filósofos gregos como Pitágoras que adotavam a prática vegetariana (GREIF, 2002; SANT'ANA, 2008; BEIG, 2009).

A partir da primeira década do século XX, a prática vegetariana começou a ser associada a outros fatores, dentre eles a conservação ambiental, a proteção aos animais, e a nutrição propriamente dita. Segundo a maior parte dos adeptos do vegetarianismo a crueldade com os animais justifica uma mudança alimentar radical no mundo, substituindo a carne por proteínas de origem vegetal.

Em 1919 Henry Sherman, químico e nutricionista propõe a prática vegetariana como forma de poupar alimento nas guerras. Mas somente a partir da década de 70 que a prática vegetariana como resposta a problemas nutricionais, ambientais e sócio-econômicos passa a utilizar de propagandas como forma de divulgação dessa. (GREIF, 2002)

Embora estudos recentes comprovem não haver grandes diferenças entre uma dieta vegetariana e uma dieta onívora, o número de adeptos da ideologia vem crescendo enormemente no mundo. Um dos motivos para esse crescimento é o aumento de propagandas e de recursos de mídia disponibilizados que pregam o vegetarianismo como forma de evitar crueldade contra animais e também como forma de auxiliar na preservação ambiental. Estes recursos em sua maioria mostram cenas de violência contra animais, criadouros sem cuidados básicos de higiene, etc.

Isto cria outros problemas, pois as propagandas enfocam a disponibilização de dados sobre a suposta crueldade contra os animais, em sua maioria, carecendo de outros de caráter nutricional e modos de consumo adequado a este tipo de dieta. Em sua maioria, os vídeos e textos que apregoam o vegetarianismo carecem de informações sobre as problemáticas geradas pela adesão ao vegetarianismo.

Há urgência em discutirmos estes enunciados performativos que habitam a publicidade há tanto tempo e que nos parecem naturais. Dietas vegetarianas estritas podem causar carência da vitamina B12, e em crianças pode também gerar carência de aminoácidos essenciais e problemas de crescimento (SANJURJO & OJEMBARRENA, 2001; TEIXEIRA et al, 2006), porém com cuidados básicos elas podem ser seguidas

sem grandes problemas. O maior problema não está na dieta escolhida pelo indivíduo, mas na forma como essa escolha é feita e como ela é conduzida.

Os vegetarianos podem ser classificados segundo o tipo de alimentos consumidos. Eles podem ser estrito (Vegan), não consomem carne nem derivados de origem animal; ovo-lacto-vegetariano, consomem ovos, leite e derivados; e semivegetariano, com uma dieta que incorpora esporadicamente carne de aves e peixes (SANJURJO & OJEMBARRENA, 2001; TEIXEIRA et al, 2006, FERREIRA et al, 2006).

O objetivo primeiro das propagandas é que atender a necessidades e demandas do consumidor, ou ainda criar novos nichos de mercado. Nesse caso especifico que a população se torne adepta do veganismo (vegetarianismo estrito), o veganismo apregoa a eliminação total do consumo de produtos de origem animal. Em geral os vegans evitam não apenas estes produtos na sua alimentação, mas também não consomem produtos feitos com peles de animais, nem produtos testados nos mesmos. São em geral também os mais radicais propagandistas da prática vegetariana, e pela eliminação da pecuária e também de testes da indústria e pesquisa que se utilize de cobaias animais.

Bueno (2009), defensora do vegetarianismo, cita os não vegetarianos como pessoas que simplesmente não querem parar de consumir produtos de origem animal por não se importar com a crueldade infligida aos animais, tornando todos os que seguem uma dieta onívora como omissos a essa suposta realidade.

O que é omitido na maior parte das propagandas é o fato de que todas essas práticas seguem parâmetros rigorosos descritos pelos governos para serem liberadas, além de seguirem preceitos éticos regidos por cada organização governamental, de industriários ou de cientistas de cada área. No Brasil o órgão que normatiza as práticas relacionadas à produção e consumo de animais é a ANVISA (Agência Nacional de Vigilância Sanitária), desde o processo de criação, abate, embalagem e venda desses produtos, normatizando como se deve proceder em cada caso.

Ocorre que principalmente filmes, usam imagens de procedimentos ultrapassados não permitidos hoje em dia, como abatedouros sem cuidados de higiene e trato dos animais, cetáceos mortos brutalmente no Japão. Isso acaba por criar nos

receptores da mensagem não uma aceitação e apreciação da dieta vegetariana, mas sim uma aversão a dieta onívora que incorpora o consumo de carne e outros produtos de origem animal. Além disso, faz surgir horror ao uso de cosméticos e medicamentos testados em animais, o que pode criar problemas ainda maiores de saúde na população e impedir o avanço científico no tratamento de doenças e no desenvolvimento de vacinas.

Outro viés comumente citado nas campanhas pró vegetarianismo é o da conservação ambiental e o principal foco é o do desmatamento para a plantação de pastos para a pecuária.

Greif (2002) apresenta dados bibliográficos procurando evidenciar o quanto a produção pecuária pode ser nociva ao meio ambiente, demonstrando que o consumo de pasto e grãos pelo gado é um dos principais motivos de desmatamento. Essas práticas são regulamentadas no Brasil pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Vale ressaltar que grande parte das áreas desmatadas para produção agropecuária se destina a produção de grãos e cereais que são os principais alimentos consumidos por vegetarianos, e que a maior parte dos produtos utilizados para a produção de ração não são grãos in natura, mas o subproduto restante após o processamento destes.

A adesão ao vegetarianismo ou a manutenção do onivorismo deve ser pensada principalmente no viés nutricional. É claro que não se refuta o fato de que cada prática está associada a vários outros aspectos, porém uma mudança deste tipo deve levar em consideração principalmente a saúde dos indivíduos.

Trabalhos que podem fornecer dados que ajudem nestas escolhas e na conscientização e esclarecimento da população, principalmente dos jovens, a respeito de uma nova dieta já estão amplamente publicados em revistas especializadas. O grande problema é que o acesso a esses dados, em sua grande maioria, está restrito ao pessoal técnico-científico especializado e não chega a grande massa da população.

A produção de trabalhos que resultem em recursos de mídia e propaganda, que sejam mais claros e menos radicais se mostra extremamente necessária, visto a crescente massa de adeptos do vegetarianismo como prática alimentar.

OBJETIVO GERAL

Analisar propagandas vegetarianas voltadas à expansão de novos nichos de Mercado, compilando dados que possam auxiliar na elaboração de novas práticas midiáticas, para grupos adeptos dessa prática alimentar.

MATERIAL E MÉTODOS

O trabalho foi desenvolvido a partir de pesquisas e análise documental e vídeos e propagandas veiculadas no YouTube por ser hoje um dos portais de maior acesso pela comunidade internauta. Foram também utilizados aportes teóricos provindos de fontes bibliográficas secundárias.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

A partir do conhecimento de que as imagens e mensagens tornam-se símbolos ou representações indiretas e figuradas de uma idéia, com certeza conseguiríamos, se aprofundarmos o estudo das propagandas, obter um melhor resultado do que está sendo passado a um determinado público através dos símbolos ali existentes.

Seguem as peças publicitárias veiculadas no YouTube sob as quais realizaremos algumas considerações.

Se um leão soubesse falar (BUENO, 2009)

O texto é um texto típico de divulgação da filosofia e política vegetariana. Em geral como já é conhecido, estes textos carecem de dados que deixem claras as vantagens e desvantagens reais da opção pelo vegetarianismo, pois além de passar dados insuficientes sobre as vantagens da nutrição desta dieta como fica claro no trecho que cita adeptos da filosofia vegan, que se abstém totalmente de produtos animais na dieta.

“Evidentemente, estas pessoas vegetarianas obtêm todos os nutrientes importantes na sua dieta, e não sofrem a falta de proteínas, porque as proteínas de

origem vegetal suprem perfeitamente o corpo humano na forma da soja (...)"; não fornecem também informações sobre as carências de outros nutrientes como a vitamina B_{12}, que segundo sanjurjo & ojembarrena, (2001); teixeira et al, (2006) podem gerar problemas no desenvolvimento de crianças e de adultos e que pode ser mascarada durante anos pelo próprio metabolismo desta no corpo.

Também são usadas informações incoerentes e sem embasamento, "Outros, considerando que atualmente os criadores de gado, galinhas, e outros animais para o consumo, colocam tantos hormônios na alimentação dos animais, e que as águas dos rios e dos mares estão tão poluídas, a carne e o peixe lhes estão criando problemas de saúde. (...)".

No Brasil e no mundo existem órgãos de vigilância que regularizam desde composição, métodos de obtenção e preparação, através de informações que são conseguidas através de pesquisas desenvolvidas, as quantidades de cada produto "químico" adicionado e fixado a qualquer alimento processado ou "in natura" produzido independente da origem ser animal ou vegetal, o método de coleta e/ou abate de animais e processamento destes produtos. No Brasil isso é regulado por códigos da ANVISA que podem ser acessados pelo site governamental http://portal.anvisa.gov.br/wps/portal/anvisa/home/alimentos.

Alguns pontos do texto são extremamente apelativos e emocionais, extirpando a racionalidade que se deve ter ao se escolher por uma mudança tão radical de dieta.

> "Você já viu um matadouro? Você já sentiu o cheiro do sangue quente do animal quando a faca corta a artéria e o sangue jorra, enquanto o animal grita, às vezes até defeca de dor? Você já viu como são criadas as galinhas em galinheiros apinhados, e que elas não têm nem espaço para dar uma corrida? Você já brincou com um porquinho e viu como ele é inteligente como um cachorro?"

Neste trecho fica claro a provocação emocional que é comumente usada para evocar sentimentos que levem estas pessoas a mudar seus hábitos, sem pensar em como isso vai impactar a sua vida. E ainda vários outros trechos são usados com o mesmo fortuito.

Outro ponto que é problemático neste tipo de texto, e também muito comum nos outros veículos que fazem propaganda da prática vegetariana, é o que existe uma cobrança psico-emocional dos indivíduos que consomem carne para que estes pensem que o fato de consumirem carne os torna pessoas cruéis, que são simplesmente omissas ao suposto fato da carnificina e crueldade que são infligidas a esses animais.

> "Será que a razão disto está baseada na nossa necessidade de nos afirmarmos "donos do planeta" a cada passo e a cada refeição? Seria isto uma coisa que precisamos para nos assegurarmos de que todos os demais animais estão sob o nosso domínio? É esta uma coisa da qual não conseguimos fugir porque, ao fim e ao cabo, estamos ainda muito próximos daqueles ferozes humanos que comiam qualquer carne, mesmo a de outros seres humanos?
>
> Ou será porque, simplesmente, estamos acostumados a comer carne, e não queremos parar de saborear aquilo que nos dá prazer, mesmo que este prazer seja obtido a custa do sofrimento dos demais habitantes do nosso planeta?"

Porém mais uma vez o texto foge à responsabilidade de dizer que comer carnes e outros produtos de origem animal, suprem as necessidades que serão difíceis de suprir numa dieta vegetariana extrema como já é conhecido na bibliografia científica.

Crueldade Com Animais Na Carne Que Você Come (Denúncia)

http://www.youtube.com/watch?v=Ut2Wdg8-WCU&feature=related

A internet tem se tornado um meio de divulgação e propaganda cada vez mais usado para divulgar a ideologia vegetariana. Este vídeo postado no You Tube como veículo "informativo" visa a abstenção do consumo de carne pelos que os vêem. Porém, como tantos outros, usa informações parciais e de imagens chocantes para atrair adeptos ao vegetarianismo.

O vídeo como muitos outros não passa informações necessárias de como se deve iniciar uma alimentação sem produtos de origem animal, pois sua preocupação é apenas causar repudio ao consumo destes. O ponto chave é como a grande maioria das propagandas a “crueldade” sofrida pelos animais desde a criação ao abate.

No caso em especial deste vídeo é detalhado o caso do baby-beef, bifes feitos da carne de animais abatidos ainda jovens. Neste vídeo são mostradas práticas antiquadas de criação e abate, e uma falta de critérios de assepsia, regido por normativas estabelecidas através de estudos científicos.

Vale ressaltar que estes métodos são normatizados, controlados e fiscalizados no Brasil pela ANVISA que não permite que haja falta de higiene e muito menos tortura animal como mostrado no vídeo.

Estes vídeos mostram práticas não admitidas pelo Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento, e gera revolta em quem os assistem. O grande problema é que há uma dificuldade de fiscalização, porém, sempre que um método ilegal é identificado ele responde segundo as penalidades legais estipuladas pelos órgãos competentes.

> Sou vegetariana desde os 13 anos de idade. Sempre soube dessas BARBÁRIES E SELVAGERIA= POUCAS pessoas são contra ESSE HORROR!!!!!!!! Vão pro inferno e sejam fritos VIVOS= Há de acontecer!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!!

A simbologia nesse anúncio produz comentários como este, postados aos montes em resposta a visualização desses vídeos, o que nos leva a crer que este tipo de mídia utilizada dessa forma descuidada pode gerar ódio e revolta nos receptores da mensagem.

Esses vídeos se focam na “tortura” sofrida pelos animais, porém fazem uma analogia direta a crueldade humana por comer esses animais. Frases como “Condenados à morte. Seus crimes: Não pertencer a espécie humana.” são repetidas a todo momento no filme, como se o abate de animais fosse na verdade uma pena de morte e não simplesmente uma forma de obtenção de alimento. Ao mesmo tempo são lançadas imagens apelativas para reforçar a idéia de que se formos olhar para os animais como fonte de alimento deveríamos aceitar de bom grado o canibalismo, o que vai de contra muitas teorias de preservação de espécie.

Esta imagem reforça essa idéia de forma grosseira, visto que para montar o boneco de carne que se assemelha a um bebê foi necessária a morte de um animal, fato este repudiado como idéia central deste vídeo. Podemos inferir que a publicidade como uma das formas da indústria cultural busca horizontalizar o comportamento para facilitar o consumo dos produtos anunciados, cada vez mais estandartizados, voltados para grupos sociais cada vez maiores, ao trabalhar com essas imagens chocantes.

A Carne é Fraca – Instituto Nina Rosa

Este filme foi feito com o objetivo claro e direto de conquistar adeptos ao vegetarianismo. Já de inicio é colocado por um dos entrevistados no documentário que “se a gente quiser resolver o problema da fome, da distribuição de renda, da camada de

ozônio, nos temos que trabalhar o consumo de carne no planeta". Esse radicalismo não está embasado em pesquisas sérias, pois apesar da produção de carne estar associada ao desmatamento, sabe-se já que o mundo produz comida o suficiente para alimentar todas as pessoas do planeta e o grande problema é a distribuição da mesma.

O filme coloca a produção da carne de gado como o principal problema para a manutenção da água do planeta. E também como principal problema do desmatamento brasileiro.

> "O que o consumidor dos Estados Unidos, da Europa e do Japão precisam saber é que essa carne consumida por eles vem com cheiro de floresta queimada, carimbada com a destruição da camada de ozônio do planeta, vem carimbada é... com toda essa cadeia de sofrimento e problemas que ela significa." João Meireles Filho, Instituto Peabiru – Belém – Pará.

Embora a publicidade, via propaganda, seja a principal ferramenta da comunicação de marketing, não é a única "responsável" pelo quadro acima descrito. Essa citação ignora que o fato do desmatamento brasileiro precede em grande parte à legislação ambiental em vigência regulamentada pelo Ministério do Meio Ambiente, que a liberação de gases responsável pela destruição da camada de ozônio é principalmente relacionada com a liberação de poluentes por empresas e carros no planeta, e principalmente que as exigências da exportação de carne é regulamentada não somente pelo governo brasileiro, mas sim pelos compradores cada vez mais exigentes quando a qualidade sanitária e ambiental de seus produtos.

No documentário também é trabalhado a questão da "crueldade" com os tratos com os animais, uma tentativa de humanizar os animais para criar uma sensibilizar os receptores da mensagem, é redundante reafirmar que todo esse processo é controlado e normatizado, porém é impressionante o fato de que as práticas são colocadas como se estivéssemos dentro de um livro de George Orwell, e fosse necessária uma revolução dos bichos pelos "maus tratos" sofridos.

É claro que é deprimente pensar no método de produção do foigrass (onde os animais são amarrados pelo bico pra comer), mas é notório que a população mundial

que consome este tipo de alimento não é sequer relevante em termos estatísticos. Felipe (2006) discute os padrões éticos da considerabilidade moral dos seres vivos, e nesse texto fala sobre como esses padrões estão relacionados com a conservação da espécie o que nos leva a pensar que devemos cuidar do ambiente, porém não às custas da sobrevivência da nossa.

É mostrada também a situação dos abatedouros e do baby beef já discutida a partir do vídeo "Crueldade Com Animais Na Carne Que Você Come (DENÚNCIA)", cujas peculiaridades acerca de como são colocadas as informações são basicamente as mesmas.

Por fim, se as imagens carregam sentidos, apresentam hábitos, modos de vestir, comportamentos, que constituem identidades (BAUMAN, 2005), talvez seja produtivo colocar em circulação na mídia outras formas de veiculação propagandista sobre a saúde e sua relação com o consumo de carne, afirmando, pois, que este consumo é prejudicial a saúde. No entanto é notório o fato de que estudos afirmam que dietas devem ser equilibradas independente do consumo de carne ou não e que mesmo a ausência total desta e de derivados de origem animal, pode ser prejudicial à saúde, inclusive de gestantes e lactantes. (SANJURJO & OJEMBARRENA, 2001; TEIXEIRA et al, 2006, FERREIRA ET AL, 2006).

Nesse sentido, as discussões que privilegiam e abordam a publicidade e demais artefatos culturais como produtores de estilos de vida e consumo são de suma importância, à medida que nos permitem olhar para a publicidade mais criticamente.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BAUMAN, Zygmunt. **Identidade**. 1º ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2005.

BEIG, Beatriz Bresighello. **A prática vegetariana e seus argumentos legitimadores: Viez religioso.** São Paulo, Revista Nures, 11, 2009.

BUENO, Eva Paulino. **Se um leão soubesse falar: Vegetarianismo e saúde.** Revista Espaço Acadêmico 100, 2009.

ECO, Umberto. **Apocalípticos e integrados**. São Paulo: Perspectiva, 1970.

FELIPE, Sônia T. **Da considerabilidade moral dos seres vivos: a bioética ambiental de Kenneth E. Goodpaster.** Florianópolis – SC, Ethi@ 5(3):105-118, 2006.

FERREIRA, L. Guimarães, et al. **Dietas vegetarianas e desempenho esportivo.** Campinas- SP Revista de Nutrição 19 (4): 469-477, 2006.

GEORGE, Orwell. **A revolução dos bichos.** Edição Ridendo Castigat Mores, Fonte Digital, 2000.

GREIF, Sérgio. **Sustentabilidade econômica e ecológica mediante opção pelo vegetarianismo.** Campinas- SP, Revista Caderno de Debates, vol. IX: 55-68, 2002.

MARANHÃO, Jorge. **A arte da publicidade**. Campinas/São Paulo: Papirus, 1988.

SANJURJO, P.; OBJEMBARRENA, E. **Problemática nutricional Del vegetarianismo em El embarazo, La lactancia y La edad infantil.** Universidade de Metabolismo. Acta Pediatrica española, 11(59), 2001.

TEIXEIRA, R.C.M.A.; et al. **Estado nutricional e estilo de vida em vegetarianos e onívoros – Grande Vitória – ES.** Revista Bras. Epidemeol. 9(1): 131-143, 2006.

FONTES ON LINE

Agência Nacional de Vigilância Sanitária

www.anvisa.gov.br

Ministério do Meio Ambiente

www.mma.gov.br