

# PERCEÇÕES DA POPULAÇÃO PORTUGUESA RELATIVAMENTE A DIETAS, ANIMAIS E INDÚSTRIA AGROPECUÁRIA

*Perceptions of the Portuguese population concerning diets, animals and livestock industry*

*Rui Pedro Fonseca*

Doutoramento pela Universidad del País Vasco. Investigador no Centro de Investigação e Estudos em Sociologia – Instituto Universitário de Lisboa. Bolseiro, em regime de pós-doutoramento, pela Fundação da Ciência e Tecnologia.. E-mail: fonsecarppd@hotmail.com

Recebido: 30.09.2017 | Aprovado: 12.11.2017

**RESUMO:** A existência de grupos de consumidores/as que optam por diferentes dietas - que fazem uso ou que vetam produtos de origem animal - supõe distintas perceções relativamente às mesmas e, conseqüentemente, em relação aos animais explorados para o efeito. Considerando que as perceções e práticas respetivas são, necessariamente, reforçadas por crenças e por sistemas simbólicos culturalmente alicerçados, este estudo apresenta resultados (de natureza quantitativa e qualitativa) de uma população inquirida relativamente às respetivas dietas alimentares, aos animais explorados e à indústria agropecuária. Os dados da população inquirida são reveladores de tensões derivadas de perceções divergentes: a dieta tradicional omnívora é, tendencialmente, percecionada como mais relevante para a saúde humana, enquanto as dietas adotadas por grupos minoritários (vegetarianos e veganos) são consideradas como as mais inadequadas. Ainda em relação às dietas, a ‘carne’ surge como o alimento mais associado à força e à masculinidade, enquanto o consumo de verduras surge associado à feminilidade. No que diz respeito aos animais, o grupo consumidor de produtos de origem animal apresenta uma elevada tendência em concebê-los com diferenciadas capacidades de sofrimento, consoante as espécies. Já os vegetarianos e veganos reconhecem-lhes capacidades idênticas. Finalmente, no que concerne às práticas de exploração da indústria agropecuária, a opinião de grande

maioria da população inquirida revelou-se bastante desfavorável.

**PALAVRAS-CHAVE:** Percepções. População Portuguesa. Dietas. Animais. Agropecuária.

**ABSTRACT:** The existence of different groups of consumers who choose for different diets - which make use or boycott animal-based products - implies different perceptions regarding them and, consequently, regarding the exploited animals for the purpose. Considering that the respective perceptions and practices are necessarily reinforced by culturally based beliefs and symbolic systems, this study presents (quantitative and qualitative) data of a inquired population about their respective diets and animals, particularly those exploited by the livestock industry. The data from the inquired population reveals tensions from divergent perceptions: the traditional omnivore's diet is, tendentially, perceived as more appropriate to human health; while diets from minorities (vegetarians and vegans) are considered to be the most lacking. Still concerning diets, 'meat' appears high related with strength and masculinity, while the consumption of vegetables is mainly connected with femininity. Concerning non-human animals, meat eaters more likely conceived them with different suffering capacities, depending on species; vegetarians and vegans recognize them as having similar capabilities. Finally, regarding livestock industry, the opinion of the large majority of the surveyed population is very unfavourable.

**KEYWORDS:** Perceptions. Portuguese population. Diets. Animals. Livestock industry.

**SUMÁRIO:** 1. Introdução – 2. Metodologia – 3. Caracterização da população inquirida – 4. Indicadores sobre as dietas alimentares 5. Dimensões perceptivas (discriminatórias) sobre os animais não humanos – 6. Percepções em relação às dietas alimentares – 6.1. A 'carne': evocativa da masculinidade – 7. Percepções sobre os animais da pecuária e suas condições de exploração – 8. Análise dos dados e conclusões – 9. Notas de Referência.

## 1. INTRODUÇÃO

A asserção de que integramos um sistema sociocultural potencialmente condicionador de percepções e, por conseguinte, de atitudes diferenciadas quanto às espécies de animais é, ainda, objeto de escassa análise nas ciências sociais. No âmbito das percepções sobre os animais estará implícito mais que um mero reconhecimento quanto às suas distintas características biológicas (físicas, emocionais, comportamentais ou de outra ordem) que variam consoante a espécie, e que condicionam as nossas atitudes e comportamentos para com eles.

O que se pretende converter como tópico de discussão são as percepções culturalmente disseminadas, e por nós interiorizadas, nas quais os animais têm como (dogmático) desígnio o cumprimento de determinados papéis consoante a sua espécie que, impreterivelmente, giram em torno dos nossos interesses. Trata-se, portanto, de uma conceção instrumentalista e antropocêntrica. Por exemplo, com a exceção dos “animais de estimação” (que em muitos dos casos até podem vir a ser diretamente beneficiados da tutoria humana), os “animais usados para fins alimentares”, os “animais usados em entretenimento”, os “animais usados em experimentação”, etc., estão, comparativamente, posicionados bem mais abaixo num sistema que os explora em nosso benefício.

As designações comumente usadas, nomeadamente na legislação, fornecem pistas literais relativamente aos diferentes usos que a espécie humana faz dos animais. Os diferentes usos acarretam diferentes práticas exploratórias e, conseqüentemente, diferentes representações e percepções em relação às espécies de animais.

As instituições económicas e o Estado cumprem um papel fundamental no reforço dessas percepções interiorizadas e reproduzidas nas práticas sociais. As representações publicitárias, o cinema, o discurso noticioso, os concursos alimentares, os contos infantis, o sistema de ensino, e outras representações mais genéricas exercem um papel fundamental no processo de consolidação de uma convencionalizada ordem social que está assimilada na nossa estrutura interna: os animais de companhia (*e.g.*: cães) são convencionalmente representados como alegres, a correr atrás de uma bola, a interagir afetuosamente com os seus tutores, surgem como indivíduos com nomes, muitas vezes com direito a rituais

fúnebres. Inversamente, os animais usados para fins alimentares (e.g.: vacas) surgem mais vezes representados enquanto fragmentados, aquando do seu consumo, sem nomes, portanto desindividua- lizados. Expressamos sentimentos pelos primeiros e, muitas vezes, indignação quando são vítimas de maltrato ou mesmo convertidos em carne e usados para consumo noutras culturas. Quanto aos segundos, usualmente focamo-nos apenas no seu sabor e textura após serem convertidos em carne; o seu processo de vida, bem como a sua morte não as experienciamos nem em representações. É um processo cíclico em que as nossas crenças reforçam as nos- sas ações e vice-versa: quanto mais não comemos cães e comemos vacas mais reforçamos a crença que os cães não são comestíveis e que as vacas o são<sup>1</sup>.

Faz, então, sentido constatar que as nossas ações e crenças são reveladoras que os animais usados para fins alimentares (porcos, vacas, galinhas e algumas espécies de peixes) ocupam uma posição notoriamente inferior comparativamente aos animais de companhia (cães e gatos). Porque estas práticas e categorizações relativamente aos animais estão inculcadas por tradições, e porque são hegemonicamente reproduzidas, poder-se-á mencionar que possam ser consideradas, para a grande maioria da população que as reproduz, como neutras e, portanto, inquestionáveis.

Também não será assertivo afirmar-se que a sociedade atual revela uma total homogeneidade de valores e de práticas no con- cerne aos animais. As dinâmicas sociais, sobretudo a partir de finais do século XX, são reveladoras de tensões resultantes do crescente aparecimento de grupos minoritários que, além de ques- tionarem os ativos moldes ideológicos que legitimam as formas de exploração dos animais, também empreendem diversas formas de reivindicação dos seus direitos. Esses rompimentos de práticas es- tabelecidas em prole dos animais podem ser manifestos por indi- víduos e por movimentos associativos reivindicativos de direitos: seja pelos animais domésticos, pela abolição das touradas, pelo fim da experimentação científica, pela regulação das medidas de bem- estar dos animais para abate, pela abolição de todas as práticas que impliquem a exploração de animais, etc. É, portanto, constá- tável que apesar de existir um enquadramento de cognição social, generalizável à maior parte da população, que concebe os animais

numa lógica de relações utilitárias<sup>2</sup>, também existem grupos minoritários que se opõem a tal desígnio.

O principal objetivo deste estudo consiste em contribuir para uma mais esclarecida compreensão das diferentes, e por vezes opostas, dinâmicas percetivas da população portuguesa no que diz respeito aos animais não humanos, com especial ênfase nos explorados para consumo.

O particular interesse em constituir como tema de investigação os animais explorados para fins de consumo funda-se em quatro dimensões éticas (ambiente; sustentabilidade; direitos dos animais não humanos; direitos humanos) tácitas no modelo globalizado da produção industrial que assenta, sobretudo, num regime intensivo que acarreta impactos cada vez mais por organizações não-governamentais e por autores/as de referência.

Um relatório das Nações Unidas indica relevantes impactos ambientais, à escala global, dos sectores da pesca e da agropecuária - concretamente a poluição da água, a degradação dos solos e a perda de biodiversidade<sup>3</sup>.

A produção de alimentos de origem animal está também documentada como insustentável, precisamente pela sua elevada exigência de recursos naturais (*e.g.* água, solo, combustíveis fósseis e alimentos vegetais). O monopólio do mercado global por empresas multinacionais, sobretudo de produção de carne e de soja, direcciona cerca de 70% da produção de grão e de cereais para a produção intensiva de animais que, por sua vez, são consumidos pelas populações dos países mais desenvolvidos - acentuando as crises alimentares de populações dos países mais carenciados<sup>4</sup>.

A produção de alimentos de origem animal implica, necessariamente, o sofrimento e a morte imposta dos animais explorados para o efeito. Biologicamente, à semelhança da espécie humana, os animais não humanos (*e.g.*: mamíferos e peixes) são seres sencientes: capazes de interpretar informação, de analisar perigos e atuar em consonância, de sentir emoções, de estabelecer relações com pares do mesmo ou de outros grupos, e de sentir sensações (*e.g.*: dor, prazer, fome, sede, calor, frio, etc.). Apesar de os animais explorados para consumo possuírem uma condição biológica semelhante às dos cães, gatos e mesmo à nossa, são coisificados, expostos às mais diversas formas de opressão, privação, exploração

e violência<sup>5</sup>.

Nos países desenvolvidos, incluindo Portugal, estão também documentados impactos nocivos na saúde pública devido à ingestão de produtos de origem animal. Para além da obesidade e da diabetes tipo 2, a Balança Alimentar Portuguesa (2010, pág. 4) menciona as gorduras saturadas como um dos principais fatores de risco para o desenvolvimento de doenças cardiovasculares. Outras referências internacionais relacionam o consumo da ‘carne vermelha’ ou de ‘carnes processadas’ com o aparecimento de doenças como cancro do pulmão e colo-retal<sup>6</sup>.

Essas sintetizadas dimensões éticas fundamentam a realização deste estudo, bem como permitem dar a entender que na produção e no consumo de produtos de origem animal estão implicadas um conjunto de crenças e de práticas que, longe de se apresentarem como neutras, manifestam impactos preocupantes, e merecedores de reflexão. Nesse sentido, este estudo pretende apresentar-se como um primeiro contributo que ausculta as dimensões percetivas da população portuguesa relativamente a questões interrelacionadas que envolvem animais não humanos, dietas alimentares e a indústria agropecuária. A elaboração da metodologia empregue neste estudo foi antecedida com algumas questões de partida:

- Apurar quais as dietas alimentares preconizadas pelos diferentes grupos de inquiridos/as para este estudo bem como aferir a sua opinião sobre a importância das mesmas para a saúde humana;
- Compreender se as escolhas alimentares são consideradas pelos diferentes grupos de inquiridos/as como (a) naturais<sup>7</sup> ou como (b) veículos de aquisições simbólicas assentes em sistemas de crenças;
- Compreender os mecanismos percetivos dos diferentes grupos de inquiridos/as face à atribuição de maior relevância moral aos designados animais de companhia comparativamente com os animais de consumo;
- Apurar as opiniões da população inquirida no que se refere às práticas de exploração de animais pela indústria agropecuária.

## 2. METODOLOGIA

### USO E ACESSIBILIZAÇÃO DE QUESTIONÁRIO

A procura de respostas para estas questões implicou a disponibilização de um questionário *online* intitulado “*Representações sociais de animais não humanos no contexto português*”<sup>8</sup>. A divulgação e incitação ao preenchimento do questionário foram realizadas através de uma página de Facebook<sup>9</sup> e através do envio de *emails* a vários estabelecimentos de ensino secundário e superior de todo país.

### CONDIÇÕES DE PARTICIPAÇÃO

Foram estabelecidas aos/às respondentes algumas condições e garantias de participação, determinantes na validação dos questionários: a) nacionalidade portuguesa; b) residentes em Portugal; c) maiores de 18 anos; d) preenchimento do respetivo questionário apenas por uma vez; e) assegurado o anonimato e confidencialidade dos dados.

### TIPO E DIMENSÃO DA POPULAÇÃO INQUIRIDA

Para assegurar um levantamento de dados geograficamente representativos da realidade nacional foi definida uma amostra de 1071 cidadãos/ãs, correspondente a 0,01% da população portuguesa<sup>10</sup>. Foram sobretudo inquiridos/as alunos/as e docentes (dos ensinos secundário e universitário) dos 18 distritos do continente e ilhas da Madeira e Açores: Aveiro (72); Beja (16); Braga (87); Bragança (15); Castelo Branco (20); Coimbra (45); Évora (18); Faro (46); Guarda (18); Leiria (48); Lisboa (220); Portalegre (12); Porto (182); Santarém (47); Setúbal (89); Viana do Castelo (26); Vila Real (22); Viseu (39); Açores (25); Madeira (24). Os questionários que excederam o número delimitado para cada distrito não foram validados para análise.

### PERÍODO CORRESPONDENTE AO LEVANTAMENTO DE DADOS

O levantamento dos dados foi realizado entre 2013 e 2014.

### MÉTODO DE MEDIÇÃO DA POPULAÇÃO INQUIRIDA

A medição das opiniões da população inquirida foi concreti-

zada através da escala de *Likert*.

#### DISPOSIÇÃO E CONTEÚDOS SECCIONAIS PRESENTES NO QUESTIONÁRIO E NESTE ESTUDO

As questões do questionário foram dispostas de acordo com uma ordem correspondente às apresentadas neste artigo.

A secção 4 deste estudo incide nas dietas alimentares optadas pelos/as respondentes (omnívora; macrobiótica; vegetariana; vegana; outra).

A secção 5 aborda as dimensões perceptivas da população inquirida acerca dos animais não humanos. Para o efeito, foram utilizadas duas imagens – ‘cão assado’ e ‘leitão assado’ (respetivamente correspondentes, no contexto ocidental, aos convencionados animais de companhia e aos animais para consumo) - a partir das quais os/as inquiridos/as teriam de responder se elas suscitavam “apetite”; “indiferença”; “repulsa”; “ambivalência” ou “outra”. Foram também endereçadas questões idênticas relativamente a outras espécies de animais (terrestres e aquáticos). O objetivo desta secção consistiu em perceber se a população inquirida atribui mais relevância moral a alguns animais não humanos comparativamente a outros.

A secção 6 incide na opinião da população inquirida em relação a dietas alimentares (omnívora; macrobiótica; vegetariana; vegana) bem como a sua importância para a saúde humana (em particular em crianças e mulheres grávidas). Também se procurou aferir opiniões sobre o consumo da ‘carne’ - se é encarado como uma opção de carácter ideológico, ou uma necessidade biológica. Finalmente apurou-se, junto da população inquirida, a viabilidade das dietas alimentares vegetariana e vegana para a saúde humana<sup>11</sup>.

A secção 6 contém ainda o anexo (6.1.) que apresenta resultados das opiniões da população inquirida acerca da proteína animal (sobretudo a ‘carne vermelha’), e se a associam a atributos como a força, masculinidade e virilidade. Para o efeito, foi apresentada uma imagem de um atleta a partir do qual os/as respondentes o associaram às exigências alimentares um determinado tipo de dieta: omnívora; vegetariana; vegana ou outra.

A secção 7 incide nas percepções da população inquirida em



relação aos animais da pecuária e sobre as suas condições de exploração. Primeiramente, através da comparação de animais não humanos com plantas e humanos, mensuraram-se opiniões em relação à senciência<sup>12</sup>. Na questão seguinte (secção 7) a população inquirida respondeu se seria capaz de assistir e/ou participar na morte de um animal para consumo – o que permitiu compreender se há, ou não, uma tendência em manter desassociadas as práticas de consumo dos processos inerentes à exploração agropecuária (*i.e.*: manejo e abate). Por fim, apresentam-se as opiniões da população inquirida em relação às condições de produção de animais não humanos em campos, quintas e instalações de produção intensiva; bem como opiniões sobre as práticas exploratórias a que os animais estão sujeitos.

#### ARTICULAÇÃO DOS RESULTADOS QUANTITATIVOS COM A LITERATURA DE REFERÊNCIA

Para o tratamento qualitativo dos dados, de carácter interdisciplinar, foram utilizadas referências bibliográficas das áreas da sociologia da cultura, psicologia social e estudos culturais.

No que concerne às distintas atribuições de relevância moral entre os animais não humanos convencionalmente usados na alimentação comparativamente com os animais domésticos, recorreu-se ao contributo de Melanie Joy (2010) com o conceito de *carnismo*. Enquanto o termo *omnivorismo* refere-se à condição biológica de consumir carne e produtos de origem animal é, contudo, desconectado da escolha filosófica, moral (com base cultural) em relação à nossa alimentação. Já o termo '*carnismo*' (usado também neste artigo) designa um sistema de crenças, fundado culturalmente, que censura o consumo de algumas espécies de animais (*e.g.*: gatos) e legitima o consumo de outros (*e.g.*: vacas). Porque a alimentação tradicional também implica, por parte do sujeito, a incorporação de estruturas, costumes, normas e tradições aceites como 'certas' e 'naturais'<sup>13</sup>; também o conceito de *habitus*, de Pierre Bourdieu (2007) foi de indispensável abordagem.

A população inquirida para este estudo evidenciou a uma heterogeneidade crenças que sustentam as respetivas práticas alimentares e que, conseqüentemente, têm influência nos animais explorados para o efeito. Optou-se pela realização de uma abordagem

às suas diferentes dimensões perceptivas que regulam o consumo, ou o veto, em relação aos produtos de origem animal.

No que concerne às dimensões perceptivas da população inquirida que consome produtos de origem animal, recorreu-se à literatura de referência que aborda a centralidade da 'carne' nas refeições (Fiddes, 2004), não apenas pelos seus atributos gustativos, mas sobretudo pela sua dimensão simbólica, muitas vezes associada a atributos como a força (Adams, 2010), *status*, etnicidade, nacionalidade, região, classe, idade, sexualidade, cultura e género (Sobal, 2005). Também se fez uso da abordagem de Pierre Bourdieu (1998) relativamente ao consumo de 'carne', no contexto de uma ordem social estabelecida, que opera por meio de disposições, e que se impõe como neutra. Outro conceito de abordagem impreterível, porque também está diretamente relacionado com as percepções da população consumidora, foi o de '*referencial ausente*' (Adams, 2003) aplicado aos alimentos de origem animal - que surgem sempre dissociados dos processos de produção dos animais, permitindo a sua desindividualização e enfoque no seu disfrute (*i.e.*: sabor, textura, forma de conceção culinária, etc.). Finalmente, foi realizada uma abordagem aos potenciais choques ideológicos derivados das diferentes percepções (Regan, Tom *in* Singer, 1985) dos grupos inquiridos relativamente à alimentação e aos animais não humanos.

### 3. CARACTERIZAÇÃO DA POPULAÇÃO INQUIRIDA

Este estudo apresenta resultados quantitativos e qualitativos de uma amostra correspondente a 0,01% da população portuguesa<sup>14</sup> em relação às suas percepções sobre animais não humanos (designadamente os usados na alimentação), dietas alimentares e indústria agropecuária. A maior parte dos/as respondentes são estudantes e/ou docentes oriundos/as de estabelecimentos de ensino secundário e, sobretudo, do ensino superior de todo país.

Considerando os 18 distritos do continente mais as ilhas da Madeira e dos Açores, a amostra total efetivada é de 1071 cidadãos/ãs de nacionalidade portuguesa: Aveiro (72); Beja (16); Braga (87); Bragança (15); Castelo Branco (20); Coimbra (45); Évora (18); Faro (46); Guarda (18); Leiria (48); Lisboa (220); Portalegre (12); Porto (182); Santarém (47); Setúbal (89); Viana do Castelo (26); Vila Real

(22); Viseu (39); Açores (25); Madeira (24). 46% homens e 54% mulheres; 88% é de orientação heterossexual; 5% homossexual, 7% bissexual e 1% de orientação indeterminada.

A amostra é reveladora de uma distribuição equilibrada de idades 18-25 (20%); 26-35 (29%); 36-45 (22%); 46-55 (17%); 56-65 (12%). A grande maior parte dos/inquiridos/as que responderam ao questionário possui o ensino superior - 62%; 30% o ensino secundário; 2% o 3º ciclo; 1% o 2º ciclo; e 5% o 1º ciclo ou menos.

#### 4. INDICADORES SOBRE AS DIETAS ALIMENTARES

Não seria necessário aplicar qualquer tipo de estudo quantitativo para apurar que existe, à semelhança de outros países ocidentais, uma dieta alimentar dominante preconizada pela população portuguesa – e que implica o consumo de produtos de origem animal (*i.e.*: algumas carnes, alguns peixes, ovos e lacticínios). Numa análise introdutória, este sistema alimentar é hegemónico porque é reproduzido por quase toda a população portuguesa: na grande maioria das indústrias de restauração e de hotelaria, nos ambientes familiares, nos contextos laborais e contextos de ensino, bem como em outros contextos de convivialidade.

Como se procurará demonstrar nesta secção, bem como ao longo do artigo, os comportamentos apologéticos ou de boicote em relação aos produtos de origem animal não estão desassociados de sistemas de crenças e de dimensões percetivas específicas. Na quinta secção deste estudo<sup>15</sup> a análise é sobretudo centrada nas dimensões percetivas que a população inquirida tem relativamente à alimentação, designadamente em relação aos animais não humanos explorados pela indústria agropecuária.

Um primeiro princípio basilar que se retira desta amostra (*vide* gráfico 1) é que 88% da população abrangida segue uma dieta tradicional, consumindo alguns tipos de ‘carnes’, ‘peixes’ e outros produtos de origem animal (*i.e.*: lacticínios e ovos). 6% da população inquirida neste estudo é vegetariana, sendo que a designação convencional desse termo é mais abrangente, podendo incluir pessoas que não consomem animais não humanos, mas incluem na dieta lacticínios e ovos. 3% da população inquirida assume-se como macrobiótica<sup>16</sup>, uma dieta alimentar que pode também

incluir produtos de origem animal ('carnes', 'peixes', laticínios e ovos). 2% da população abrangida assume-se como *vegan*, preconizando a abstenção de todos os produtos (alimentos e artigos) de origem animal. Por fim, 1% dos/as respondentes não se enquadra em qualquer um das dietas supracitadas.

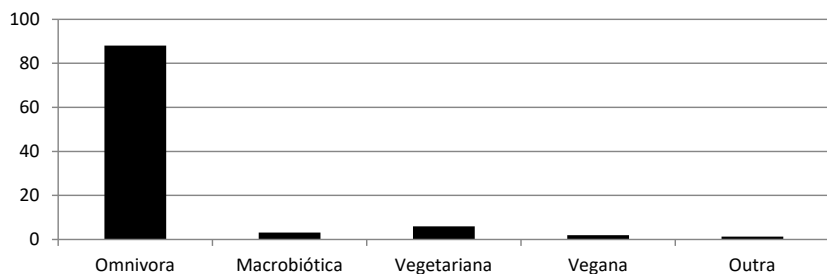


Gráfico 1: Dietas alimentares da população portuguesa

Apesar de na secção relativa às dietas alimentares do questionário os/as respondentes acederem ao termo *omnivorismo*, o seu uso convencional pode ser objeto de questionamento. O termo *omnivorismo* apenas pressupõe a capacidade biológica da espécie humana em consumir alimentos vários, incluindo os de origem animal. Contudo, este termo está despojado das escolhas morais e das representações inerentes às práticas culturais – centrais na alimentação de qualquer população culturalmente orientada. As cerimónias gastronómicas, os processos culinários, as práticas de socialização integradas, a linguagem utilizada constituem um sistema de crenças que classifica os animais não humanos em duas categorias opostas: os 'comestíveis' e os 'não comestíveis'. Como resultado, manifestamos nas nossas práticas afeto para com algumas espécies de animais e total desconsideração relativamente a outras. E é precisamente pela categorização hierárquica e discriminatória de animais não humanos que se faz valer o "*carnismo*"<sup>17</sup> – que é uma ideologia dominante, amplamente partilhada, que se exprime nos discursos e nas práticas (sentidas como neutras).

Esses diferentes posicionamentos da população inquirida relativamente a animais, que estão diretamente relacionados com as suas dietas alimentares, podem ser seguidamente observáveis nas

Figuras 1.1; 1.2 e no Gráfico 2.

## 5. DIMENSÕES PERCEPTIVAS (DISCRIMINATÓRIAS) SOBRE OS ANIMAIS NÃO HUMANOS

A hierarquização de animais não humanos pela maior parte da população portuguesa inquirida é uma realidade observável pelas reações às imagens da Fig. 1.1. – ‘leitão assado’ e da Fig. 1.2. ‘cão assado’. Enquanto a imagem do ‘leitão assado’ despoletou ‘apetite’ a 51%; ‘indiferença’ a 17%; e ‘repulsa’ a 22% da população inquirida; a imagem do ‘cão assado’ despoletou ‘repulsa’ a 80%; ‘apetite’ a 2% e ‘indiferença’ a 8% da população inquirida. Previsivelmente, confirma-se um desfasamento de atribuição de relevância moral comparativamente entre o ‘cão’ e o ‘leitão’, o que indica que a maior parte da população inquirida tem interiorizadas perceções e práticas hierarquizantes relativamente a essas duas espécies de animais não humanos.

Figura 1.1. Reações em relação a leitão assado

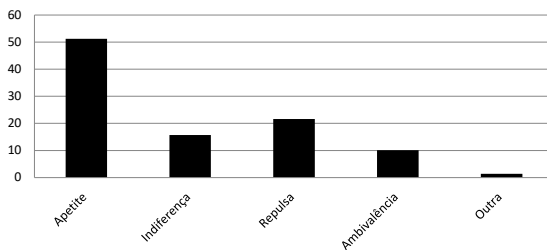
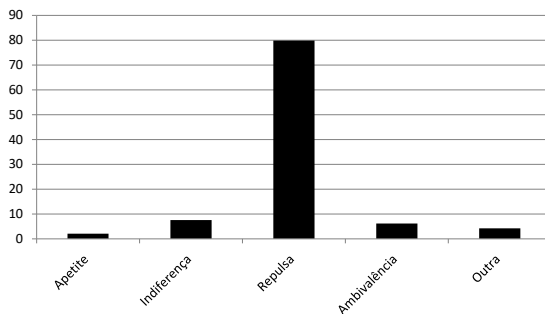


Figura 1.2. Reações em relação a cão assado



O gráfico 2 também é revelador no sentido de demonstrar que a população inquirida tende a hierarquizar, para além dos suínos e canídeos, outras espécies de animais não humanos. Embora a maioria dos/as inquiridos/as (52%) não considere que animais terrestres sejam ‘mais importantes’ que animais aquáticos (o que pressupõe que lhes atribui relevância ética equivalente), se o foco incidir apenas nos animais terrestres denota-se que existem distintas atribuições de valor moral, consoante a espécie. Por exemplo, a maioria dos/as respondentes (34% que concorda totalmente) considera que ‘animais como a vaca, o porco e a galinha não são dignos de estabelecer relações de proximidade com pessoas’. Essa realidade pode ser justificada por duas ordens de razões: uma primeira, devido à alimentação - uma vez que o consumo desses animais pressupõe, precisamente, um distanciamento físico e emocional; e por uma segunda razão a culturização, por via das suas arbitrariedades morais, legítima que essas espécies possuam menor relevância ética quando comparadas, por exemplo, com cães, gatos, golfinhos, baleias, etc. – posicionamento da população inquirida que pode ser confirmada no gráfico 2 (36% concorda com a premissa). Por fim, o gráfico 2 também confirma que a população inquirida (44% que concorda totalmente e 25% que concorda) que animais não humanos como ‘porcos, vacas e galinhas devam cumprir com desígnios utilitários, designadamente em terem de servir como alimento’.

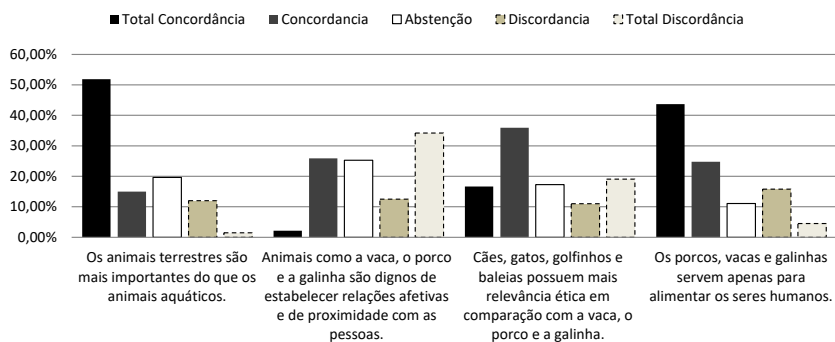


Gráfico 2. Hierarquização de animais não humanos

Também existem posicionamentos opostos nos grupos inquiridos, e os motivos estão muito provavelmente relacionados com o seu regime alimentar. A população vegetariana (6%) e, sobretudo, a vegana (2%) apresentam, tendencialmente, perceções completamente diferentes em relação aos animais e produtos de origem animal, comparativamente com a população participante que os consome. Tanto vegetarianos/as quanto veganos/as tendem a não hierarquizar animais não humanos. Ou seja, tendencialmente revelam equivalentes sinais de repulsa quer em relação ao consumo de ‘carne de cão’ quer em relação à de ‘carne leitão’ (*vide* figuras 2.1. e 2.2.), bem como não defendem a premissa que animais não humanos devam ter valorações morais diferenciadas (*vide* gráfico 2).

## 6. PERCEÇÕES EM RELAÇÃO ÀS DIETAS ALIMENTARES

O mercado dá indicações de que vivemos numa época de superprodução, conseqüentemente de sobreconsumo de produtos de origem animal, designadamente da ‘carne’. De acordo com o Diagnóstico Sectorial do Ministerio da Agricultura e Desenvolvimento das Pescas<sup>18</sup>, o valor total de produção de ‘carne’ em Portugal (em 2005) situou-se em «118.000 toneladas, o que significou um acréscimo de 24,5% face ao ano de 1996». O mesmo relatório afirma que, em média, «cada habitante consome cerca de 100,5 kg por ano»<sup>19</sup>. Já em 2008 registava-se uma média de 112,1 kg por ano por habitante. Contudo, devido à crise, o consumo desceu (em 2012) para 107,1 kg<sup>20</sup>.

Esses dados revelam que o consumo de produtos de origem animal é bastante rotineiro e consolidado para grande maioria da população portuguesa, e não apenas acessível a classes sociais privilegiadas, tal como acontecera outrora. Se as práticas alimentares que implicam o consumo de produtos de origem animal estão tão consolidadas e hegemónicas, significa que as perceções em relação às mesmas também o estão, por inerência. Os gráficos 3., 4. e 4.1. assim o confirmam. A maior parte dos/as respondentes que participaram no estudo privilegiam a dieta omnívora como a mais relevante (45% ‘importante’ e 25% como a ‘mais importante’) para a saúde humana. Inversamente, para a maior parte dos/as respon-

dentes, a dieta *vegan* é considerada a ‘menos relevante’ para a saúde humana (35% consideram-na pouco importante).

Os gráficos 4 e 4.1 demonstram a tendência que a população inquirida tem em biologizar, em particular, o consumo de ‘carne’: a maior percentagem dos/as respondentes (42%) consideram os seres humanos ‘carnívoros’ e, conseqüentemente, o consumo de ‘carne como natural, normal e necessário’ (37%). A tendência relativamente à necessidade de consumo de ‘carne’ é confirmada no gráfico 4.1.: 41% e 25% dos/as respondentes revelam ‘concordância’ e ‘total concordância’, respetivamente, que ‘as crianças devem consumir carne, peixe e outros produtos de origem animal’. As maiores percentagens (26% que ‘concordam totalmente’ e 29% que ‘concorda’) também surgem associadas à crença de que ‘as mulheres grávidas têm de comer carne obrigatoriamente’.

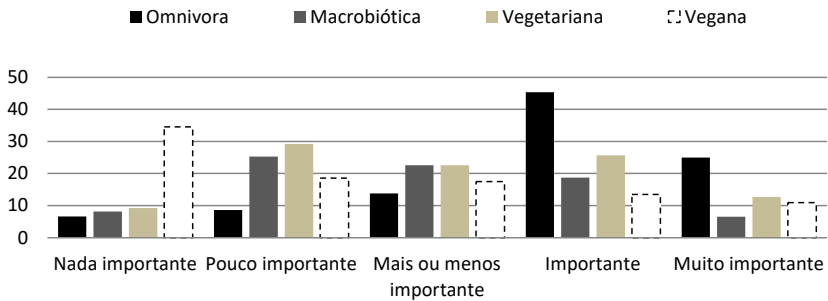


Gráfico 3. Importância das dietas alimentares para a saúde

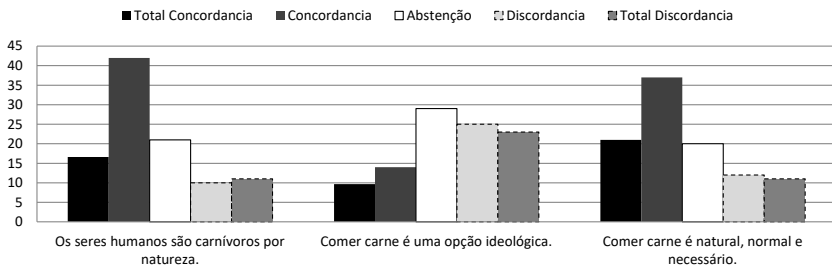


Gráfico 4. Percepções sobre o consumo da ‘carne’



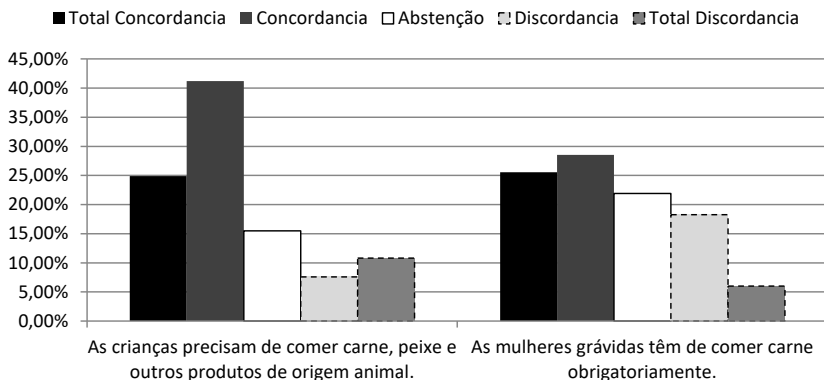


Gráfico 4.1. Percepções sobre o consumo da 'carne' e outros produtos de origem animal

Apesar de os regimes vegetariano e vegano serem perçecionados pela sua grande 'variedade de alimentos' (24% revela 'total concordância', 28% revela 'concordância' e 26% que se abstém - *vide* gráfico 5), a maior parte dos/as respondentes participantes (35% que 'concorda') acredita que estas duas dietas 'não oferecem acesso a nutrientes essenciais tais como a proteína, ómega 3, ferro, etc.

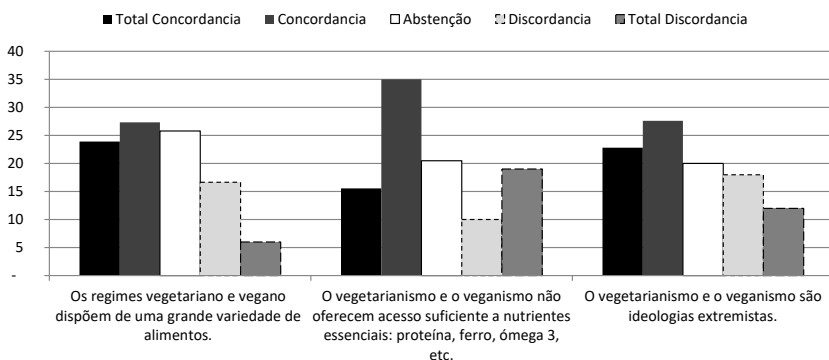


Gráfico 5. Percepções em relação ao vegetarianismo e veganismo

## 6.1 A 'CARNE': EVOCATIVA DA MASCULINIDADE

Uma das questões prementes que se pretendia averiguar junto da população portuguesa é se a proteína animal (sobretudo a 'carne vermelha') é despojada de significados ou se é, tal como alguns/

mas autores/as de referência defendem, associada a atributos como a força, masculinidade e virilidade. De acordo com a amostra realizada neste estudo, a maior parte da população portuguesa tem a opinião que a obtenção de massa muscular e / ou um aspeto atlético implicam o consumo de alimentos de origem animal. Embora o atleta da imagem<sup>21</sup> seja vegano, 62% da população que participou neste estudo crê, pela sua aparência, que consome produtos de origem animal.

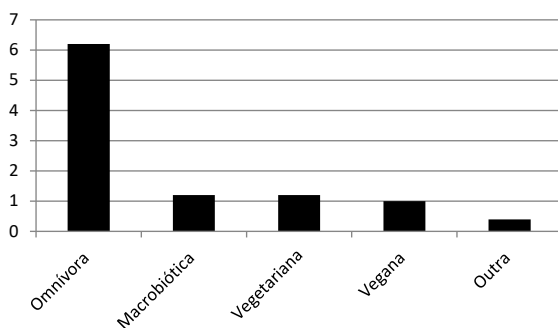


Gráfico 6. Aparência por via da dieta

O gráfico 7 atesta estas crenças: embora exista alguma taxa de ‘total discordância’ (18%), as taxas de ‘total concordância’ e de ‘concordância’ (21% e 36%, respetivamente) consubstanciam uma maioria de portugueses/as que acolhe a premissa que os ‘homens precisam de comer carne para ficarem fortes e viris’. Essa premissa é confirmada por outra idêntica (com 59% dos/as respondentes que revelaram ‘total concordância’ e 17% ‘concordância’): que ‘os homens que não comem carne são pouco masculinos’ (*vide* gráfico 7). Complementarmente, também se confirmou junto da maior parte da população inquirida uma maior correlação entre a ‘feminilidade e o consumo de verduras’: 30% (que revelou ‘total concordância’) e 32% (que revelou ‘concordância’) sustenta essa crença (*vide* gráfico 7).

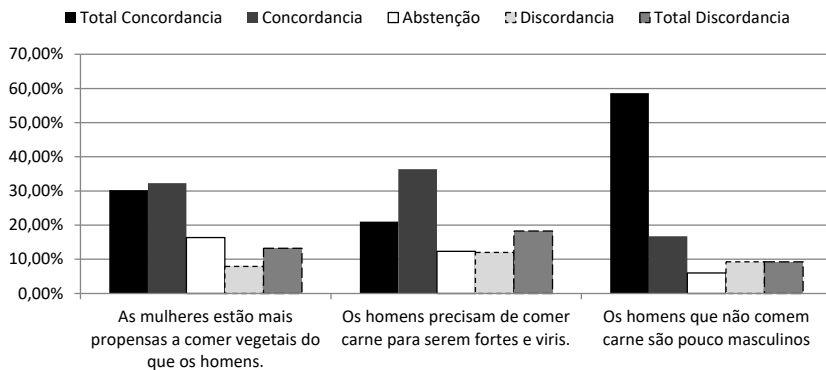


Gráfico 7. Associação do consumo de 'carne' à masculinidade

## 7. PERCEÇÕES SOBRE OS ANIMAIS DA PECUÁRIA E SUAS CONDIÇÕES DE EXPLORAÇÃO

A percepção da população consumidora em relação aos produtos de origem animal é uma questão crítica para a indústria agropecuária porque acarreta impactos diretos sobre a sua rentabilidade. Para a população consumidora comprar e ingerir produtos de origem animal de boa vontade, as percepções devem ser positivas.

A compra de 'carne' num espaço comercial resulta do culminar de um longo processo do qual tudo (desde os processos de produção até ao abate), com a exceção do produto final, é afastado da vista dos/as consumidores/as. Apesar da invisibilidade dos processos, a população consumidora participante revelou-se relativamente sensibilizada para questões relacionadas com o bem-estar animal e assumiu-se defensora da aplicação de medidas reformistas, não abolicionistas (*vide* gráfico 10). Por outras palavras, na sua generalidade, reconhece nos animais não humanos a capacidade de sofrimento, ainda que diferenciada consoante as espécies (*vide* gráfico 8), mas deseja continuar a consumir produtos de origem animal sob a condição que a indústria exploratória aplique medidas bem-estaristas<sup>22</sup>.

Relativamente ao reconhecimento da sciência<sup>23</sup> por parte da população que participou neste estudo, apesar de 24% dos/as participantes reconheceu que 'o consumo de carne é inconsistente

com o respeito pelos animais' realça-se, nesta questão, uma elevada taxa de abstenção (29%) (*vide* gráfico 8). A taxa de abstenção apresenta igual valor (32%) à taxa de 'total discordância' no que concerne à crença relativamente à 'capacidade de sofrimento das plantas comparativamente com os animais não humanos'.

Por fim, destacam-se as duas maiores taxas (18% que revela 'total concordância' e 27% que revela 'concordância') relativamente à 'superior capacidade de sofrimento das pessoas comparativamente com animais' (*e.g.*: vaca, porco, etc.). Essa crença, essencialmente expressa pelo grupo de inquiridos/as que consome produtos de origem animal, é contraditória com as definições oficiais, designadamente pelo setor da agropecuária portuguesa (*vide* Nota de Referência 23), que apontam semelhanças entre humanos e animais-não humanos. As taxas de 'discordância' (14%) e de 'total discordância' (15%) foram expressas por algumas pessoas que consomem produtos de origem animal mas, sobretudo, pelos grupos de pessoas vegetarianas e veganas que concordam que a sciência é transversal às demais espécies, incluindo humanos e animais não humanos.

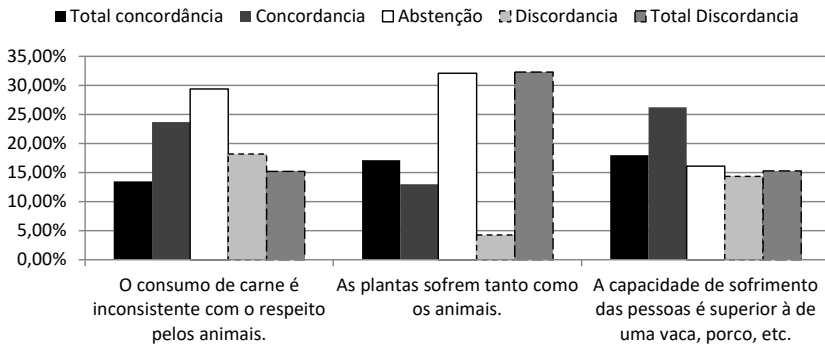


Gráfico 8. Animais não humanos e sciência

No que diz respeito à participação direta na morte de um animal não-humano (*e.g.*: vaca, galinha, porco, etc.), quer por assistência, quer pela ação de matar, destaca-se a maior taxa de 'total discordância' (49%), designadamente pela população consumidora de produtos de origem animal (*vide* gráfico 9). Ou seja, a maior par-

te da população consumidora desta amostra assume que pretende manter todo e qualquer indício de violência (particularmente a morte de animais) desassociada dos seus processos de consumo.

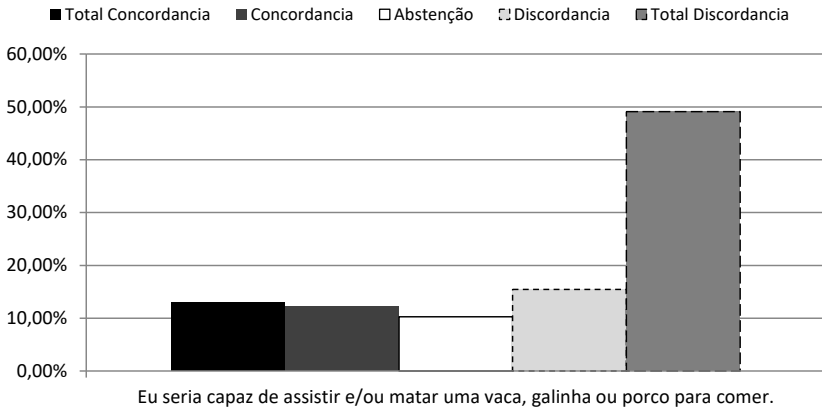


Gráfico 9. Assistir à morte e/ou matar um animal para comer

No que concerne às condições de produção de animais não humanos em diferentes contextos de exploração (campos, quintas e instalações de produção intensiva), a maior parte da população respondente desta revela-se como reformista. Ou seja, grande parte declara que pretende continuar a consumir produtos de origem animal, mas também deseja que os animais não humanos tenham melhoradas condições no decorrer dos seus processos de exploração. Essa orientação é verificável no gráfico 10: 63% + 18% dos/as respondentes declaram-se, respetivamente, 'muito desfavoráveis' / 'desfavoráveis' em relação às instalações de produção da pecuária intensiva. Por contraste, 28% revela-se 'favorável' e 48% 'muito favorável' relativamente à produção *free range*, ou em campos. Apesar de mais atenuados, os índices de aceitação das quintas mantêm-se relativamente positivos: com uma taxa de 32% 'favorável', e 23% de abstenção.

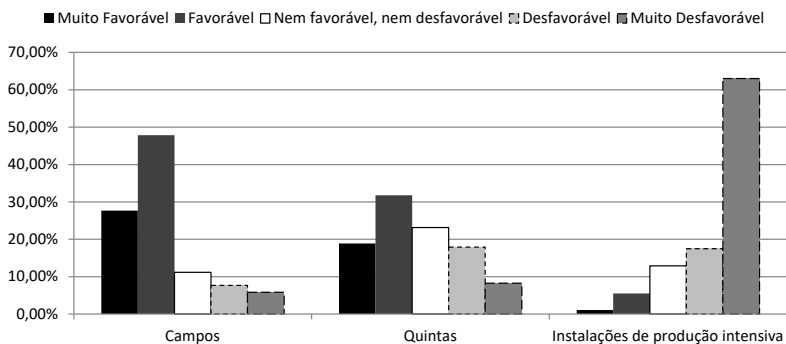


Gráfico 10. Opiniões em relação às condições de produção de animais para abate

Apesar de existirem consideráveis taxas de abstenção, as opiniões da população participante neste estudo relativamente às formas de tratamento da indústria agropecuária para com animais não humanos revela-se negativa: 64% dos/as participantes (32% que ‘discorda’ e 32% que ‘discorda totalmente’) que a ‘indústria pecuária use mecanismos que evitam, em absoluto, o sofrimento dos animais no momento do abate’. Já no decorrer dos processos de produção (inseminação, nascimento, alimentação e manutenção) da pecuária intensiva, a maior parte da amostra (65%) considera (28% ‘concorda totalmente’ e 37% ‘concorda’) que ‘os animais são violentados reiteradamente’. Por fim, 58% da amostra (26% ‘discorda’ e 32% que ‘discorda totalmente’) que ‘a industrialização tenha permitido elevar o bem-estar animal’ (vide gráfico 11).

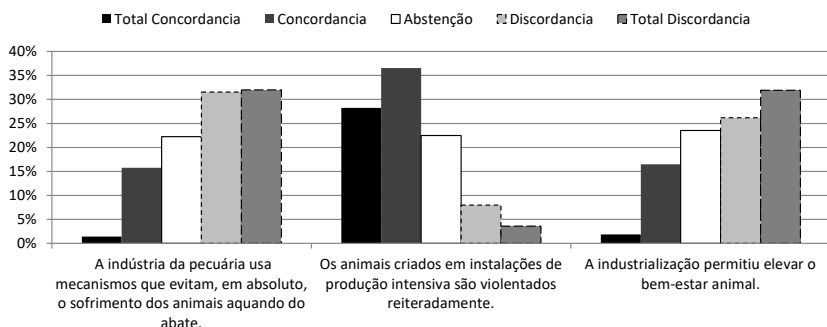


Gráfico 11. Opiniões relativamente ao tratamento da indústria agropecuária para com os animais explorados

## 8. ANÁLISE DOS DADOS E CONCLUSÕES

### INDICADORES SOBRE AS DIETAS ALIMENTARES

A maior parte da população inquirida para este estudo (88%) segue uma dieta tradicional; 6% é vegetariana; 3% da assume-se como macrobiótica; 2% da população assume-se como vegana (*vide* gráfico 1); 1% dos/as respondentes não se enquadra em qualquer uma das dietas supracitadas. Os dados são reveladores que essas diferentes práticas alimentares pressupõem a existência de diferentes grupos com distintas percepções<sup>24</sup>: relativamente às dietas e, conseqüentemente, em relação aos animais não humanos.

### DIMENSÕES PERCETIVAS SOBRE OS ANIMAIS NÃO HUMANOS

A maior parte da população inquirida neste estudo revelou um notório desfasamento de valorização moral relativamente aos animais não humanos – tal como é observável pelas reações às imagens da fig. 1.1. – ‘leitão assado’ e da fig. 1.2. ‘cão assado’ - o que é indicador de percepções hierarquizantes relativamente a essas duas espécies. O gráfico 2 também confirma essa tendência. Embora a maioria dos/as inquiridos/as (52%) não valorize mais os animais terrestres relativamente aos aquáticos (o que pressupõe que lhes atribui relevância ética equivalente), se o foco incidir apenas nos animais terrestres denota-se que existem distintas atribuições de valor moral, consoante a espécie. Por exemplo, como já referido anteriormente, a maioria dos/as respondentes (34% que ‘concorda totalmente’) considera que animais como a vaca, o porco e a galinha não são dignos de estabelecer relações de proximidade com pessoas – premissa que se confirma em duas ordens de razões: primeira, pela alimentação (uma vez que o consumo desses animais pressupõe, precisamente, um distanciamento físico e emocional); e porque, pela segunda razão, a cultura (produzida e reproduzida) legítima que essas espécies possuam menor relevância ética quando comparadas, por exemplo, a cães, gatos, golfinhos, baleias, etc. (*vide* gráfico 2 - em que 36% dos/as respondentes concorda com a premissa). O gráfico 2 também confirma que a população inquirida (44% que ‘concorda totalmente’ e 25% que ‘concorda’) que animais como porcos, vacas e galinhas devem cumprir com desígnios utilitários, designadamente em serem convertidos em alimento.

As percepções sobre animais são indissociáveis do consumo de produtos (e representações) de origem animal, e vice-versa. A maior parte da população inquirida (88%) neste estudo demonstrou ter incorporado um sistema de crenças legitimador da exploração de algumas espécies de animais para fins alimentares, mas revelou censura relativamente à exploração de outras para o mesmo efeito. Esse desfasamento de percepções valorativas e hierarquizantes relativamente aos animais não humanos pela maior parte da população inquirida (*vide* gráfico 1), central no apuramento dos dados, traduz um sistema de crenças designável por “*carnismo*”<sup>25</sup>. O “*carnismo*” implica a mobilização de um *habitus*<sup>26</sup> comum; estar-se submetido/a a um conjunto de valores e percepções que legitimam a exploração de determinadas espécies para fins alimentares, mas que, simultaneamente, sancionam o mesmo princípio quando aplicado a outras espécies (*i.e.*: ser apropriado comer porcos, mas ser inapropriado comer cães; ser apropriado comer bacalhau, mas inadequado para comer baleias, etc.).

A propensão apresentada pela maior parte da população inquirida relativamente a alguns animais não humanos deriva da desconexão moral / afetiva resultante das constantemente reforçadas representações culturais e práticas de socialização. Na cultura portuguesa o ‘leitão’ (em contraste com o cão) é desindividualizado e fragmentado<sup>27</sup> (à semelhança de outras espécies, *e.g.*: bovinos, aves, etc. – *vide* Gráfico 2) como parte do processo para ser convertido em alimento - proporcionando o consumo metafórico da ‘carne’, em detrimento do animal morto<sup>28</sup>. Este é o tipo de relação que a maior parte da população inquirida apresenta com tais espécies de animais: apenas quando são servidos às refeições (portanto desindividualizados) - fator determinante que reforça a desconexão emocional. Já os cães são cada vez mais integrados nas rotinas familiares, indivíduos aos quais se pode investir muito emocionalmente. Embora essas percepções e práticas, que se reforçam mutuamente, sejam hegemónicas e estejam enraizadas, não são neutras, precisamente porque são hierarquizantes e discriminatórias relativamente a animais não humanos.

Ao contrário da população participante que consome produtos de origem animal, as populações minoritárias vegetariana (6%) e, sobretudo, a vegana (2%) apresentam percepções divergentes em



relação aos produtos cárnicos. Ambos os grupos vegetarianos/as e veganos/as revelam equivalentes sinais de repulsa quer em relação ao consumo de ‘carne de cão’ quer em relação à de ‘carne leitão’ (*vide* figuras 1.1. e 1.2.), bem como foram os/as que mais evidenciaram que animais não humanos não devem ter valorações morais diferenciadas, independentemente da espécie (*vide* gráfico 2). A evidência de diferentes perceções relativamente aos animais não humanos, que se refletem nas opções alimentares, merecem esclarecimentos adicionais.

### PERCEÇÕES EM RELAÇÃO ÀS DIETAS ALIMENTARES

As diferentes opções alimentares da população inquirida refletem divergentes perceções relativamente aos animais não humanos. A mais abrangente perceção reproduzida pela maioria relativamente aos produtos de origem animal, e por conseguinte em relação aos animais usados para o efeito, funda-se na reprodução consolidada de tradições, representações e linguagem (inculcadas desde a infância) e que acarreta a interiorização de um esquema mental em que o consumo desse tipo de produtos é encarado como normal e desejável – essa pode ser designada pela “*dimensão perceptiva cultural*”<sup>29</sup>. A “*dimensão perceptiva cultural*” é objetivante porque define os animais não humanos não pela sua individualidade, mas eufemisticamente pela sua utilidade – enquanto produtos alimentares. Expressões como, por exemplo, ‘vacas leiteiras’, ‘animais para abate’, ‘bife’, ‘hamburger’, ‘filete’, etc., reforçam que os animais em questão cumprem com o desígnio em serem convertidos em alimento; o que exclui o princípio da sua autodeterminação. Nesse sentido, a linguagem é indicadora que os animais não são representados como seres únicos, dotados de sensibilidade, vontades e emoções, mas antes como produtos, como meios para os fins da população consumidora<sup>30</sup>.

Já a compra, a confeção, o desfrute do sabor e da textura (os momentos de prazer derivados) dos produtos de origem animal enquadram-se na *dimensão perceptiva prática*. Ambas as perceções são partilhadas pela grande maioria da população portuguesa (tradicionalmente designada como ‘omnívora’) que consome produtos de origem animal. E porque tais perceções são tão hegemónicas e secularmente constituídas através de tradições, esse vasto grupo

de consumidores/as tende a encarar as suas práticas e crenças alimentares respetivas como neutras (*vide* diagrama da Figura 2).

Já na alimentação macrobiótica, embora seja orientada essencialmente em prol do bem-estar do/a consumidor/a, pode fazer uso de produtos de origem animal (designadamente “carnes brancas”, peixes, laticínios e ovos) - por isso está centrada em ambas: na *dimensão percetiva cultural* e na *dimensão percetiva prática* (*vide* diagrama da figura 2).

Em relativa ou em total oposição, as práticas alimentares vegetariana e, sobretudo, a vegana, quando associadas a princípios éticos, pressupõem vários estádios de conhecimento sobre os impactos das indústrias agropecuária e piscatória (nos animais, no ambiente, na gestão de recursos naturais), o que fundamenta o veto parcial ou mesmo total relativamente aos produtos de origem animal (*vide* diagrama da figura 2). Mas, existem diferenciações entre ambas. Porque vegetarianos/as podem consumir produtos de origem animal (designadamente ovos e laticínios) fixam-se na *dimensão percetiva cultural* e na *dimensão percetiva prática*; também, devido ao veto relativamente às ‘carnes’ e ‘peixes’, também se fixam na *dimensão percetiva da produção*. Já a população vegana, quando eticamente motivada, restringe-se à *dimensão percetiva da produção* de produtos de origem animal, o que implica a adoção de práticas de consumo totalmente divergentes às da cultura alimentar dominante.

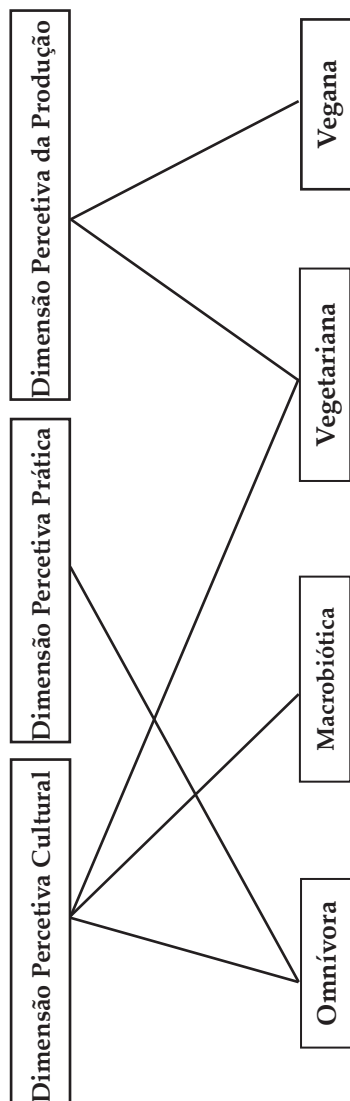


Figura 2. Diagrama das *dimensões perceptivas* respetivas às quatro dietas alimentares<sup>31</sup>

Os dados deste estudo revelam que a alimentação que incluía produtos de origem animal é percecionada como a mais relevante. Tal como se confirma nos gráficos 3, 4. e 4.1., a maioria dos/as res-

pondentes considera a dieta omnívora como a ‘mais importante’ para a saúde humana, essencial para crianças e mulheres grávidas (*vide* gráfico 5); enquanto o veganismo é percebido como a dieta menos importante, que ‘não oferecem acesso a nutrientes essenciais tais como a proteína, ômega 3, ferro, etc.’<sup>32</sup>. Porque são encaradas como desvios da norma, a dieta vegetariana e, sobretudo, a vegana são conotadas negativamente, designadas como ‘extremistas’<sup>33</sup>.

#### A ‘CARNE’: EVOCATIVA DA MASCULINIDADE

Na sociedade contemporânea, incluindo na portuguesa, a comercialização de bens e de serviços está, normalmente, drenada dos seus processos e contextos de produção. Ao invés, surgem geralmente agregadas, aos bens e serviços, representações cujos significados contêm uma carga positiva. O mesmo princípio é aplicável aos produtos de origem animal, designadamente a ‘carne’, cujos processos de produção são invisibilizados, dando antes lugar a atributos simbólicos positivos através das representações respetivas (*e.g.*: publicidade, contos infantis, linguagem, etc.).

A ‘carne’ surge em diferentes contextos, culturas e em períodos da história como o alimento supremo, em torno do qual é disposta uma refeição. A gama de análogos à carne, *i.e.*, os ‘substitutos’ (como a soja, o *seitan*, o tofu, etc.) testemunham a centralidade desse alimento. Uma “*refeição sem carne*” pressupõe uma lacuna no habitual sistema alimentar que precisa ser preenchido com algo que imite a sua forma e/ou o conteúdo nutritivo<sup>34</sup>. Expressões como essas revelam a básica suposição de que cozinhar com ‘carne’ é a norma, e que pratos sem carne são suscetíveis de serem ‘pobres’ no gosto e nutricionalmente. Concretamente, a ‘carne vermelha’ emerge na dieta alimentar como alimento essencial, com mais substância, associado à virilidade e à força masculina<sup>35</sup>, ao poder e prestígio, seguindo-se posteriormente o frango, o ‘peixe’<sup>36</sup>, depois os ovos e o queijo; os legumes têm um estatuto praticamente nulo, apresentando-se apenas como complemento<sup>37</sup>. O gráfico 7 atesta tais crenças: embora exista alguma taxa de ‘total discordância’ (18%) as taxas de ‘total concordância’ e de ‘concordância’ (21% e 36%, respetivamente) consubstanciam uma maioria da população inquirida que acolhe a premissa que os ‘homens precisam de comer carne para ficarem fortes e viris’. Essa premissa é confirmada

por outra equivalente (com 59% dos/as respondentes que revelaram 'total concordância' e 17% 'concordância'): que '*os homens que não comem carne são pouco masculinos*' (vide gráfico 7). Por oposição, também se observou uma relação metafórica entre a feminilidade e o consumo de verduras: a maior parte da população que participou neste estudo, 30% (que revelou 'total concordância') e 32% (que revelou 'concordância'), sustenta esta crença.

#### PERCEÇÕES SOBRE OS ANIMAIS DA AGROPECUÁRIA E SUAS CONDIÇÕES DE EXPLORAÇÃO

A invisibilidade promovida pelo setor da agropecuária permite que a população consuma milhares de milhões de animais por ano sem testemunhar uma única parte do processo pelo qual eles são convertidos em alimento<sup>38</sup>. Uma embalagem de 'carne', selada hermeticamente, é eficaz na sua dissociação ao animal: não há qualquer elemento associador da carne presente na embalagem ao animal vivo, que outrora respirou, caminhou e sofreu<sup>39</sup>.

Por conseguinte, devido à invisibilidade dos processos, juntamente com as representações (positivas) desfasadas dos animais não humanos, a população consumidora apenas tem contacto direto com os produtos de origem animal nos locais comerciais e, depois, no prato. Adicionalmente, os processos de exploração dos animais não humanos não fazem parte de tópicos ou fóruns de discussão dos *media* em Portugal, e o assunto é geralmente tabu nas dinâmicas comuns de interação social. É, precisamente, a desconexão e legítimo (mas hipotético) desconhecimento da população portuguesa em relação aos processos de produção agropecuária que despoletou questões relativamente às suas opiniões sobre os animais não humanos explorados, mas também em relação às formas como tratados pela indústria agropecuária. Apesar de a invisibilidade dos métodos de produção e de abate dos animais da indústria agropecuária, a opinião da maior parte da população inquirida para este estudo revelou-se bastante desfavorável (vide gráfico 11).

Sobretudo a população consumidora de produtos de origem animal concebe os animais não humanos com diferenciadas capacidades de sofrimento, consoante as espécies, (Vide gráfico 8). Embora a população que consome produtos de origem animal

subvalorize a sciência dos “*food-animals*”, é defensora da aplicação de medidas reformistas na produção agropecuária (vide gráfico 10). Por outras palavras, deseja continuar a consumir produtos de origem animal, assim como deseja a aplicabilidade de melhoradas condições de exploração pela indústria agropecuária. As taxas negativas relativamente às quintas e campos (vide gráfico 10) são reveladoras que pequena parte da população inquirida (vegetariana e, sobretudo vegana) é abolicionista, desejando suprimir toda a exploração de animais para fins alimentares.

Os dados são demonstrativos que a maior parte dos/as inquiridos/as que consome produtos de origem animal pretende manter todo e qualquer indício de violência (particularmente a morte de animais) desassociada dos seus processos de consumo (vide gráfico 9). Essa desassociação dos produtos de origem animal relativamente aos animais enquadra-se no conceito de “*referencial ausente*”<sup>40</sup>, o que permite o disfrute (*i.e.*: sabor, textura, forma de conceção culinária, contexto de interação social, etc.) sem o associar aos danos e ao sofrimento que os animais foram sujeitos. Assim, não existe “*vaca*” enquanto indivíduo, apenas o produto final<sup>41</sup>, como o ‘bife’ ou o ‘hamburger’. Por oposição, quando se concebe o ‘bife’ como um pedaço de um animal morto, outrora sujeito sensível, a conceção do alimento pode mudar podendo dar lugar à aversão, nojo, rejeição e mesmo revolta<sup>42</sup>. Melanie Joy refere-se à “*desindividualização*” enquanto processo em que indivíduos se tornam numa abstração, num grupo que não contém as suas próprias personalidades e preferências; *e.g.*, ver porcos como números, ou como ‘salsichas’, e não como indivíduos diferentes uns dos outros<sup>43</sup>. Se os animais não humanos forem concebidos como abstrações, ou itens alimentares, torna-se mais difícil reconhecer a sua individualidade e, por conseguinte, criar mecanismos de empatia.

A escolha e o consumo de alimentos não refletem apenas as relações entre consumidores/as e o seu contexto sociocultural. Este estudo também permite concluir que as opções alimentares são também uma declaração de ideologias partilhadas e afiliadas a um determinado grupo (omnívoro, vegetariano, vegano, macrobiótico, etc.) cujas dimensões percetivas – que repercutem entre a apologia ou mesmo o veto relativamente ao consumo de produtos de origem animal - acarretam implicações merecedoras de reflexão.

## 9. NOTAS DE REFERÊNCIAS (ENDNOTES)

1. Joy, Melanie. *Why we love dogs, eat pigs, and wear cows*. San Francisco: Conari Press, 2010.
2. *Relações utilitárias* no sentido de colocarmos os nossos interesses, que não os da sobrevivência, acima de outros indivíduos de outras espécies com o fim de prolongar com a sua exploração (independentemente da implementação de medidas de bem-estar).
3. Food and Agriculture Organization. *Livestock's Long Shadow – Environmental Issues and Options*. United Nations, 2006. Disponível em: <[http://www.shabkar.org/download/pdf/Livestock\\_s\\_Long\\_Shadow.pdf](http://www.shabkar.org/download/pdf/Livestock_s_Long_Shadow.pdf)>. Acesso em: 23 abr. 2016.
4. Cerca de 70% da produção mundial de grão e de cereais é utilizada para a produção de 'carne'. Produzir 1kg de 'carne' requer cerca de 13kg de grão, 30kg de feno e 100,000L de água (Pimentel, David & Pimentel, Márcia. Sustainability of meatbased and plantbased diets and the environment. *American Journal of Clinical Nutrition*, 2003. vol. 78, nº 3. Disponível em: <<http://www.ajcn.org/content/78/3/660S.full>>. Acesso em: 23 set. 2013).  
  
Comparativamente, 900L de água são necessários para produzir 1kg de milho; e 3,000L de água são suficientes para se produzir 1kg de arroz (Hoekstra, Arjen Y. *et. al* (Orgs.) *The Water Footprint Assessment Manual*. UNESCO-IHE, 2008. Disponível em: <[http://waterfootprint.org/media/downloads/TheWaterFootprintAssessmentManual\\_2.pdf](http://waterfootprint.org/media/downloads/TheWaterFootprintAssessmentManual_2.pdf)>. Acesso em: 26 out. 2016).
5. As práticas exploratórias dos animais usados para consumo estão dependentes da sua espécie, e muitas vezes do seu género e idade. Estão implícitos processos de regulação dos seus comportamentos naturais, desde inseminações artificiais, procriação reiterada das fêmeas, amamentação, separação das crias das progenitoras, tipos de alimentação (rações altamente proteicas), restrições nas suas relações com os seus pares da mesma e de outras espécies (Compassion in World Farming Trust. *Stop – Look – Listen: Recognising the Sentience of Farm Animals*, 2006. Disponível em: <[http://www.fao.org/fileadmin/user\\_upload/animalwelfare/stop\\_look\\_listen\\_2006.pdf](http://www.fao.org/fileadmin/user_upload/animalwelfare/stop_look_listen_2006.pdf)>. Acesso em: 2 abr. 2016).

São ainda frequentemente mutilados através da castração, cortes

de caudas, debicagem, descorna, etc. O frequente aparecimento de doenças de foro físico e emocional (*i.e.*: medo, *stress* e ansiedade) derivado das diversas violentas práticas exploratórias, implica que a indústria faça uso intenso de antibióticos e vacinas com o fim de manter vivos os seus ativos. São ainda constantemente submetidos ao designado ‘crescimento galopante’, quer através do tipo de rações, quer através do recurso a hormonas de crescimento [Consultar as práticas exploratórias da agropecuária portuguesa em: Fonseca, Rui Pedro. O ‘bem-estar animal’ e a ‘eficácia económica’ de acordo com o discurso oficial da agropecuária portuguesa. *Revista Brasileira de Direito Animal*, 2015].

6. Campbell, Denis. Cancer risk higher among people who eat more processed meat, study finds. *In The Guardian*, 2013. Disponível em: <[www.theguardian.com/society/2013/mar/07/cancer-risk-processed-meat-study](http://www.theguardian.com/society/2013/mar/07/cancer-risk-processed-meat-study)>. Acesso em: 11 abr. 2014.
7. Escolhas alimentares “naturais” no sentido biológico do termo, como se biologicamente estivessemos mais aptos para determinadas dietas.
8. *Link* da plataforma *online* onde se poderia aceder ao questionário: <https://docs.google.com/forms/d/1HdDb05HegtUrehHRI3LgZWq0a-szxqSQ-XAL1p5X7-w0/closedform>
9. Ligação do Facebook que auxiliou na divulgação do questionário: [https://www.facebook.com/representacoessociaisanimais/?modal=composer&ref=notif&notif\\_t=aymt\\_make\\_page\\_post\\_tip&notif\\_id=1497352074416617](https://www.facebook.com/representacoessociaisanimais/?modal=composer&ref=notif&notif_t=aymt_make_page_post_tip&notif_id=1497352074416617)
10. De acordo com o INE a população residente em Portugal foi (em 2013) estimada em 10.427,301 pessoas (Instituto Nacional de Estatística. Estatísticas Demográficas. 2014. Disponível em: <[https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_destaques&DESTAQUESdest\\_boui=218629052&DESTAQUESmodo=2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_destaques&DESTAQUESdest_boui=218629052&DESTAQUESmodo=2)>. Acesso em: 30 jan. 2016.
11. A perseguição do vegetarianismo e veganismo enquanto estilo de vida pode ser motivada por vários fatores: distinção pessoal pela anomia, razões de saúde e/ou motivações éticas. Contudo, há que diferenciar o vegetarianismo do veganismo. Enquanto o vegetarianismo pode implicar o consumo de laticínios, ovos, o veganismo implica um compromisso ético mais abrangente relativamente às práticas produtivas que abarcam as distintas formas de exploração de animais não humanos – o que acarreta o total boicote a produtos



de origem animal.

12. Sobre “sciência” vide o significado atribuído pela *Associação Portuguesa de Criadores da Raça Bovina* que consta neste artigo.
13. Bourdieu, Pierre. *La Dominación Masculina*. Barcelona: Editorial Anagrama, 1998.
14. Cf. Instituto Nacional de Estatística. Estatísticas Demográficas. 2014.
15. A amostra deste estudo relativa às dietas alimentares da população portuguesa não corresponde aos números oficiais divulgados pela Nielsen (promovidos pelo Centro Vegetariano), mais acurados, que revelam que (em 2008) 30,000 (aproximadamente 0,3%) portuguesas/as eram vegetarianos/as (Centro Vegetariano, Portugal: 30,000 Vegetarianos (Um estudo da Nielsen para o Centro Vegetariano. 2008. Disponível em: <<http://www.centrovegetariano.org/Article-451Portugal:%2030%20000%20Vegetarianos-Portugal%253A%2B30%2B000%2B-Vegetarianos.html>>. Acesso em: 19 jun. 2015).

Contudo, o propósito deste estudo não se limitou à análise quantitativa, mas uma análise qualitativa relativamente aos mecanismos que fundamentam as perceções da população portuguesa em relação os animais não humanos usados para fins alimentares.

16. Embora a dieta macrobiótica, tal como a tradicional, possa incluir alimentos de origem animal (‘carnes’, ‘peixes’, laticínios e ovos), enfatiza essencialmente alimentos de origem vegetal (particularmente os cereais). É uma dieta que não é necessariamente motivada por princípios éticos (pelos animais, ambiente ou sustentabilidade). É, antes, motivada por filosofias orientais que se pautam pelo equilíbrio nutricional do/a consumidor/a.
17. “*Carnismo*” - termo cunhado por Melanie Joy (2001).
18. Ministério da Agricultura do Desenvolvimento Rural e das Pescas. Carne, Diagnóstico Sectorial, 2007, p.12. Disponível em:<[http://www.isa.utl.pt/files/pub/destaques/diagnosticos/Carne\\_\\_Diagnostico\\_Sectorial.pdf](http://www.isa.utl.pt/files/pub/destaques/diagnosticos/Carne__Diagnostico_Sectorial.pdf)>. Acesso em: 12 abr. 2014.
19. *Idem*
20. Jonet, Isabel. Consumo de carne per capita está a cair. Diário de Notícias, 2012. Disponível em: <<http://www.dn.pt/dossiers/tv-e-media/>

revistas-de-imprensa/noticias/interior/consumo-de-carne-per-capita-esta-a-cair-2878086.html>. Acesso em: 26 out. 2016.

21. O atleta da imagem disponibilizada no questionário é Patrik Baboumian, cuja alimentação é vegana.
22. O conceito de 'bem-estar animal' aglomera um conjunto de conceitos e de prescrições (previstos em normas legislativas) a aplicar pela indústria agropecuária na exploração de animais – e privilegiam os interesses humanos, em detrimento da autodeterminação dos animais explorados. Apesar de considerar algumas melhorias nos sistemas de exploração (atendendo à condição física, fisiológica e emocional) as práticas inerentes no sector pecuário implicam, por condição, vários tipos de violência nos animais.
23. No que concerne à senciência, ou seja, à capacidade que animais não humanos têm em interpretar informação, compreender o seu contexto, criar relações de afeto com os membros da espécie ou de outras espécies; ou pela sua capacidade de sentirem e exprimirem sensações tais como o medo, pânico, dor, desconforto, etc., o próprio setor da pecuária portuguesa reconhece-lhes semelhanças relativamente à espécie humana. A Associação Portuguesa de Criadores da Raça Bovina refere que «os animais quando expostos a situações adversas ao seu organismo, também sofrem de stress, e desenvolvem patologias em tudo semelhantes aos humanos (...)» (Silva, Rui. Notícias Limousine. Associação Portuguesa de Criadores da Raça Bovina, Nº 17: 2008, p. 28. <Disponível em: [www.limousineportugal.com/n17\\_abril\\_2008.pdf](http://www.limousineportugal.com/n17_abril_2008.pdf)>. Acesso em: 4 mai. 2015).
24. A percepção pode ser definida (a) pelo ato de apreensão de informação pelo sistema sensorial (como a visão, o paladar e o olfato), mas também é formado (b) pela aprendizagem e práticas de socialização que têm lugar desde o início da formação dos nossos hábitos alimentares (Troy, D.J.; Kerry, J.P. Consumer perception and the role of science in the meat industry. *Meat Science*, 86, pp. 214-226, 2010. Disponível em: <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0309174010001865>>. Acesso em: 2 jan. 2015
25. Cf. Joy, 2010
26. O conceito de *habitus* mencionado por Bourdieu é apropriado quando falamos sobre o “*carnismo*” porque traduz a incorporação, por parte do sujeito, de costumes, normas e tradições aceites como “*certas*” e “*naturais*”.

27. Desindividualizado através da sua fragmentação e através da convencional linguagem gastronómica: 'carne', 'bacon', 'filete', 'fiambre', 'presunto', etc.
28. Adams, Carol J. *The Sexual Politics of Meat: a Feminist Vegetarian Critical Theory*. New York: Continuum Press, 2010.
29. Fonseca, Rui Pedro. Between acceptance and veto: the meat perceptual dimensions. *Danish Journal of Sociology and Political sciences*, 2015. Vol. 2 pág. 51-59. Disponível em: <<https://s3-eu-west-1.amazonaws.com/pfigshare.../5159DJSAPS.pdf>>. Acesso em: 16 set. 2016.
30. Cf. Joy, 2010
31. Fonseca, 2015: 57
32. A má conotação dessas dietas pode dever-se ao contributo de alguns profissionais da saúde que lhes atribuem pobre valor nutricional. Mas também, pode dever-se à crença relativamente aos maiores benefícios de produtos de origem animal, designadamente da 'carne', 'peixe' e lacticínios.
33. Expressões como 'regime vegetariano' e 'regime vegano' podem conter conotações de autodisciplina e rigor, contribuindo para que as práticas respetivas sejam percecionadas como extremistas (Regan *in* Singer, Peter, 1985), como desvios alimentares.
34. Fiddes, Nick. *Meat A Natural Symbol*. New York: Taylor & Francis-Library, 2004. Disponível em: <[https://books.google.pt/books?id=MMSIAg-AAQBAJ&dq=Fiddes,+Nick+\(2004\)+%E2%80%9CMeat+A+Natural+Symbol%E2%80%9D+London+and+New+York,+Taylor+%26+Francis&hl=pt-PT](https://books.google.pt/books?id=MMSIAg-AAQBAJ&dq=Fiddes,+Nick+(2004)+%E2%80%9CMeat+A+Natural+Symbol%E2%80%9D+London+and+New+York,+Taylor+%26+Francis&hl=pt-PT)>. Acesso em: 17 jan. 2016.
35. Mais acerca deste tópico, *vide*: Adams, Carol J. *The Pornography of Meat*. New York: Continuum Press, 2003.
36. Alguns animais da família dos crustáceos e alguns peixes excedem o preço e o prestígio da 'carne vermelha'. Contudo, a hierarquização apontada concerne à associação da carne à masculinidade, bem como a sua conotação como alimento integral, como o nutricionalmente mais importante na refeição.
37. Cf. Fiddes, 2004
38. Cf. Joy, 2010

39. Cf. Adams, 2003
40. Cf. Adams, 1990: 67
41. Cf. Adams, 2003: 24
42. Hamilton, Malcolm. Disgust Reactions to Meat Among Ethically and Health Motivated Vegetarians. *Ecology of Food and Nutrition*, 2006. 45:2, pág. 125-158. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/03670240500530691>>. Acesso em: 18 jun. 2016.
43. Cf. Joy, 2010