SEVEN publicações acadêmicas

O VEGANISMO COMO FENÔMENO CULTURAL E IDENTITÁRIO: UMA PERSPECTIVA ANTROPOLÓGICA

https://doi.org/10.56238/sevened2025.008-019

Annibal Gouvêa Franco
Mestre em Design pela Universidade do Estado de Minas Gerais (UEMG), especialista em Antropologia pela Faculdade Iguaçu (FI) e acadêmico da especialização em Antropologia Cultural e Social do Centro Universitário Única (UniÚnica).
E-mail: francoartedesign@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0006-9134-300X
LATTES: http://lattes.cnpq.br/1388138609353813

Melissa Marcílio Batista
Tecnóloga em Processos Gerenciais pela Universidade de Santa Cecília e especialista em Antropologia pela Faculdade Iguaçu (FI).
E-mail: m.lissa.marcilio@gmail.com
ORCID: https://orcid.org/0009-0008-3556-8479
LATTES: http://lattes.cnpq.br/9733995262422995

RESUMO
O presente artigo analisa o veganismo como um fenômeno cultural e identitário, explorando suas implicações nas relações sociais, políticas e culturais contemporâneas. A pesquisa adota uma abordagem antropológica e investiga como o veganismo vai além de uma prática alimentar, funcionando como um sistema simbólico que articula valores éticos, ambientais e sociais. O estudo examina o veganismo como marcador de distinção social, que transforma normas de consumo e cria novas dinâmicas de pertencimento. Utilizando teorias sobre identidade, moralidade e consumo, a pesquisa demonstra como o veganismo desafia normas sociais e propõe uma reconfiguração das fronteiras culturais e sociais. Além disso, analisa a prática como uma crítica ao modelo hegemônico de consumo, destacando questões de justiça social, direitos dos animais e sustentabilidade ambiental. O artigo revela o veganismo como uma força sociocultural transformadora, com potencial para influenciar políticas públicas e promover mudanças sociais, ampliando a compreensão do veganismo como um fenômeno coletivo de reconfiguração simbólica nas sociedades atuais.

Palavras-chave: Consumo Ético. Identidade Cultural. Identidade Social. Sustentabilidade. Veganismo.

1 INTRODUÇÃO

O veganismo tem se consolidado como um fenômeno sociocultural de ampla expansão, transcendendo a esfera alimentar e se manifestando como um complexo sistema de significados. No campo da antropologia, as práticas alimentares são reconhecidas como expressões simbólicas que estruturam identidades sociais, modos de pertencimento e relações com o meio. Mais do que uma escolha dietética individual, o veganismo articula-se com sistemas de crenças e valores que reconfiguram a ordem simbólica e os regimes de classificação social, tornando-se objeto de moralização e distinção.

A emergência do veganismo como fenômeno contemporâneo pode ser analisada sob uma abordagem etnográfica e interpretativa, nos termos de Geertz (2008), o que possibilita a compreensão de como essa prática se insere nas dinâmicas da significação cultural. Por meio desse enquadramento, observa-se que o veganismo não se limita a um conjunto de restrições alimentares, mas na produção de categorias que ordenam o mundo social e refletem sistemas de classificação culturalmente construídos. Nessa direção, Douglas (1991) contribui para a análise dos tabus alimentares e sua relação com estruturas de pureza e contaminação, enquanto a abordagem estruturalista de Lévi-Strauss (1964), que analisa a alimentação por meio de oposições binárias como cru/cozido, pode ser aplicada ao veganismo ao considerar que essa prática reformula distinções tradicionais e propõe novos critérios simbólicos para classificar os alimentos.

Além de um regime alimentar, o veganismo pode ser visto como uma manifestação de valores sociais mais amplos, permeando questões de ética, meio ambiente e interações sociais. Seu crescimento não pode ser interpretado apenas como um reflexo de escolhas individuais, mas deve ser inserido dentro de um campo simbólico mais amplo, onde a alimentação e o consumo são meios de comunicação e de estabelecimento de fronteiras sociais. Bourdieu (1989) analisa a distinção social e o capital simbólico nas práticas de consumo, o que pode ser aplicado à alimentação ao considerar que certos hábitos alimentares podem funcionar como marcadores de status e pertencimento. Essa discussão se fortalece com as contribuições de Miller (1998), que investiga o consumo como um espaço de construção e negociação de identidades e pertencimentos sociais.

No campo da moralização do consumo, Rozin (1999) argumenta que certas escolhas alimentares deixam de ser neutras e passam a ser interpretadas sob um viés normativo, adquirindo uma dimensão moral que influencia comportamentos e interações sociais. Esse processo pode ser observado no veganismo, onde o ato de não consumir produtos de origem animal frequentemente se torna um marcador de valores e princípios éticos. Essa moralização também contribui para a formação de uma identidade coletiva vegana, conforme analisado por Morant et al. (2016), que destacam como essa prática alimentar se insere em dinâmicas sociais de pertencimento e engajamento. Paralelamente, Valença e Carbonai (2014) examinam o veganismo como uma prática política, enfatizando seu papel

na contestação das estruturas hegemônicas de produção alimentar e nas mobilizações sociais voltadas à justiça ambiental e aos direitos dos animais.

Diante desse contexto, será discutida sua relação com questões de sustentabilidade, considerando a influência da biotecnologia e da produção agropecuária (Twine, 2010), bem como a integração do veganismo às práticas sustentáveis e ao ESG (Franco e Batista, 2024). Por fim, será analisado o papel das redes alternativas de consumo na estruturação do veganismo enquanto prática cultural e econômica (Goodman et al., 2012).

A abordagem metodológica adotada neste estudo é de caráter teórico, baseando-se em revisão de literatura acadêmica para fundamentar a análise. Para isso, utilizamos referenciais clássicos e contemporâneos da antropologia, dos estudos de consumo e das ciências sociais. O artigo é estruturado em três seções principais: a relação entre veganismo e cultura, sua conexão com a identidade social e seu impacto nas práticas sustentáveis. Cada uma dessas seções será desenvolvida a partir da articulação entre teoria e discussão crítica dos conceitos envolvidos.

Através dessa abordagem, espera-se contribuir para os estudos sobre o veganismo como um fenômeno que ultrapassa o ativismo, a alimentação e o consumo, consolidando-se como um sistema de significados e pertencimento dentro das sociedades atuais. Por fim, este estudo busca aprofundar o debate sobre os processos de moralização e ressignificação dos hábitos, examinando como o ato de consumir do vegano não reflete apenas as estruturas sociais preexistentes, mas também contribui para a criação de novas dinâmicas de distinção e pertencimento.

2 O VEGANISMO COMO FENÔMENO CULTURAL

O veganismo, enquanto prática e estilo de vida, não pode ser reduzido somente a uma escolha alimentar ou a um movimento político. Ele também se configura como um fenômeno cultural, envolvendo sistemas simbólicos que orientam comportamentos, valores e identidades sociais. Ao ser incorporado por diferentes grupos sociais, o veganismo passa a ser interpretado não só como uma restrição alimentar, mas também como uma prática socialmente carregada de significados, que influencia interações sociais, normas culturais e até as dinâmicas de consumo.

Nessa seção, exploraremos o veganismo sob a ótica da Antropologia Cultural, analisando como ele é vivido e interpretado em diferentes contextos sociais. A partir dessa perspectiva, podemos entender como o veganismo adquire o status de fenômeno cultural, moldando e sendo moldado por sistemas de crenças, valores e representações coletivas.

2.1 O CONCEITO DE CULTURA E SUA APLICAÇÃO AO VEGANISMO

O conceito de cultura, conforme desenvolvido por Geertz (2008), é crucial para entender o veganismo como um fenômeno cultural. O autor define a cultura como um conjunto de significados

compartilhados que os membros de uma sociedade interpretam e praticam. A alimentação, para ele, não é somente uma prática utilitária, mas um sistema simbólico que organiza e transmite valores e normas sociais. Essa visão permite que compreendamos o veganismo não apenas como uma escolha alimentar, mas como um sistema de significados que estrutura relações sociais e estabelece identidades.

Nesse sentido, o veganismo pode ser analisado como uma prática cultural que vai além de simples restrições alimentares. Ele se constitui como um sistema simbólico onde alimentos são classificados não somente como fontes de nutrição, mas como marcadores de valores éticos e sociais. O veganismo articula-se com questões de moralidade e identidade, refletindo, através de suas escolhas alimentares, um posicionamento ético, ambiental e social. Assim, a adoção do veganismo por grupos sociais se conecta a uma interpretação compartilhada que envolve a ética e o sentido coletivo de pertencimento.

Douglas (1991), em sua análise dos tabus alimentares, argumenta que certos alimentos são moralmente classificados como "puros" ou "impuros", de acordo com normas culturais e sociais. Embora ela não se refira diretamente ao veganismo, podemos aplicar sua teoria ao observar como o veganismo cria suas próprias fronteiras alimentares. No veganismo, alimentos de origem animal são muitas vezes vistos como 'impuros', enquanto alternativas vegetais se tornam símbolos de pureza, refletindo um conjunto de valores éticos e sociais que excluem a exploração animal.

Lévi-Strauss (1964), ao analisar as oposições binárias como “cru” e “cozido” no contexto alimentar, oferece uma chave de leitura para entender como o veganismo propõe novas categorias alimentares. Ao rejeitar produtos de origem animal, o veganismo não apenas redefine essas distinções tradicionais e também transforma as percepções morais sobre os alimentos, que reorganiza o que é considerado ético e aceitável nas sociedades contemporâneas, refletindo um movimento cultural que vai além da alimentação para questionar as bases da relação humana com a natureza.

2.2 O VEGANISMO E OS TABUS ALIMENTARES

O conceito de tabu alimentar é fundamental para compreender como o veganismo, ao se afirmar como uma prática cultural, estabelece fronteiras simbólicas e restrições alimentares dentro de uma sociedade. De acordo com Douglas (1991), os tabus alimentares não se limitam a proibições arbitrárias, mas funcionam como sistemas de classificação que regulam o que é considerado "puro" ou "impuro" dentro de uma determinada cultura. Para a autora, os alimentos são "classificados" de acordo com regras culturais, e esses sistemas de categorização são usados para manter a ordem social e cultural.

Dentro do contexto do veganismo, esses tabus alimentares podem ser vistos como um conjunto de regras sociais que envolvem a exclusão de alimentos de origem animal. A escolha de não consumir carne, laticínios ou outros produtos de origem animal, ao ser socialmente reconhecida como uma

atitude ética, cria uma distinção moral entre aqueles que consomem tais produtos e os que rejeitam esses alimentos. Esse processo de exclusão reflete uma norma cultural que enfatiza o respeito pela vida animal e a preocupação com a sustentabilidade ambiental. Portanto, os veganos não estão unicamente realizando uma escolha alimentar ou mesmo de consumo em termos gerais, mas reafirmando normas culturais que refletem uma visão de mundo compartilhada.

Douglas (1991) argumenta que as classificações culturais em torno da alimentação têm um poder simbólico significativo. Ao classificar certos alimentos como impuros e outros como puros, a sociedade estabelece não apenas um sistema de significados sobre o que pode ou não ser consumido, mas também sobre quem é considerado parte de determinado grupo social. No caso do veganismo, esses tabus alimentares agem como marcadores de identidade e pertencimento e, se estendem para além da alimentação, já que o ato de seguir uma filosofia e estilo de vida veganos simboliza uma adesão a um conjunto de valores éticos e culturais que vão muito além do ato de comer.

Além disso, a exclusão de certos alimentos também pode ser analisada sob a perspectiva da pureza e contaminação, um conceito essencial no estudo de Douglas (1991) sobre os tabus alimentares. Os produtos de origem animal são frequentemente considerados "impuros" por aqueles que seguem a filosofia vegana, pois estão associados à exploração dos animais e aos danos ao meio ambiente. Portanto, a escolha vegana pode ser entendida como uma prática de pureza que visa não contaminar a vida e o ambiente com as consequências negativas do consumo de produtos derivados de animais.

Em termos de impacto social, os tabus alimentares associados ao veganismo não se limitam exclusivamente àqueles que vivem esse estilo de vida, que inclusive aplica-se à alimentação, mas também têm implicações para a sociedade em geral. Lévi-Strauss (1964) propõe que os alimentos organizam relações culturais a partir de oposições binárias. Embora ele não trate diretamente de tabus alimentares, sua abordagem estruturalista pode ser utilizada para entender como o veganismo reformula categorias de alimentação e consumo e, redefine fronteiras sociais. Assim, a prática do veganismo pode ser vista como uma resposta crítica aos tabus alimentares tradicionais, propondo uma nova ordem simbólica que questiona o papel da exploração animal na sociedade de consumo.

2.3 A ALIMENTAÇÃO COMO CONSTRUÇÃO CULTURAL

A alimentação sempre desempenhou um papel fundamental na organização simbólica das sociedades. Lévi-Strauss (1964) argumenta que a comida, em todas as suas formas, vai além de uma necessidade biológica e se insere em estruturas simbólicas que ajudam a organizar o pensamento humano e a estabelecer oposições binárias. Um dos exemplos mais célebres dessa análise é a oposição entre “cru” e “cozido”, que, para Lévi-Strauss, representa uma das distinções fundamentais na organização simbólica da alimentação. Essa dicotomia não é meramente uma questão culinária, mas está profundamente ligada à transformação cultural e à dominação da natureza.

Segundo Lévi-Strauss, o cozido, ao transformar o cru, simboliza a civilização, a cultura e a capacidade humana de dominar e transformar a natureza. O cru, por outro lado, é associado à natureza bruta, ao instinto e à selvageria. Essa distinção é mais do que uma simples escolha culinária, mas reflete visões culturais profundamente enraizadas sobre como os seres humanos organizam e dão sentido ao mundo natural e social.

No contexto do veganismo, essa oposição entre “cru” e “cozido” adquire novas nuances. A alimentação vegana, ao excluir produtos de origem animal, propõe uma reflexão mais ampla sobre as relações de poder e moralidade associadas à alimentação. Ao evitar o consumo de carne e outros produtos de origem animal, os veganos desafiam diretamente a estrutura simbólica tradicional de alimentos "cozidos", ou seja, aqueles alimentos que foram dominados, preparados e consumidos pela sociedade humana. O veganismo sugere que essa forma de transformação da natureza, em que os seres humanos "dominam" os animais para o consumo, pode ser substituída por produtos que respeitem as fronteiras da vida animal e as considerações éticas sobre o sofrimento animal e a sustentabilidade ambiental.

Portanto, o veganismo pode ser entendido como uma prática cultural que ressignifica a oposição entre “cru” e “cozido”. Em vez de ver o animal como um produto a ser transformado, como no modelo tradicional, o veganismo propõe uma distinção ética e simbólica que se reflete diretamente na alimentação e no consumo. Logo, este pensamento pode ser interpretado como uma reestruturação das classificações alimentares e de consumo tradicionais, desafiando a oposição entre alimentos e produtos dominados pela cultura daqueles associados à natureza. Ao recusar produtos de origem animal, o veganismo sugere que a verdadeira "transformação" da natureza não deve envolver a exploração dos animais, mas sim a escolha consciente de consumir alimentos e produtos advindos de outras fontes.

Além disso, o veganismo também pode ser visto como um movimento simbólico que redefine o valor cultural da alimentação e do consumo. Os alimentos de origem vegetal e produtos de origem não animal, ao se distanciarem dos alimentos e produtos de origem animal, inserem-se em uma nova linguagem cultural, onde o consumo não está mais vinculado à dominação e transformação de seres vivos em favor do prazer ou conveniência humana, mas sim a um respeito ético pela vida e pela natureza. Nesse contexto, o veganismo reconstrói as fronteiras simbólicas da alimentação e consumo, redefinindo não só o que é consumido, mas o como e por quê ele é comido ou utilizado.

Através dessa ressignificação, a filosofia vegana vai além de uma simples alternativa dietética; ela se configura como uma crítica cultural às normas alimentares e de consumo tradicionais, e como uma proposta para repensar as relações entre cultura e natureza. Nesse novo arranjo simbólico, os alimentos e produtos classificados como veganos, ao manterem-se dentro da lógica do "cru", não representam uma volta ao primitivismo, mas exatamente o contrário, pois consiste em uma reavaliação

ética das práticas culturais que historicamente utilizaram os animais como recursos para a alimentação e consumo humanos. Assim, no quesito alimentação, por exemplo, alimentar-se de vegetais (excluindo a carne e outros alimentos derivados de animais) passa a ser visto não como uma regressão a formas primitivas de alimentação, mas como uma transformação moral dentro da estrutura cultural contemporânea.

3 O VEGANISMO E A CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE SOCIAL

O veganismo, além de um fenômeno cultural, pode ser compreendido como um elemento central na construção da identidade social dos indivíduos que adotam essa prática. Em um mundo marcado por dinâmicas de pertencimento e diferenciação, os hábitos de consumo desempenham um papel crucial na formação das identidades individuais e coletivas, funcionando como marcadores simbólicos que expressam valores, crenças e posicionamentos éticos. Logo, a adoção do veganismo não se limita a uma escolha unicamente de consumo, mas representa uma inscrição ativa em um campo de disputas simbólicas, no qual os sujeitos afirmam sua identidade e constroem fronteiras sociais.

A identidade vegana emerge no contexto de um campo social estruturado por sistemas de moralização do consumo, dinâmicas de distinção e engajamento político. A teoria de Bourdieu (1989) sobre distinção social pode ser aplicada ao veganismo ao considerar que práticas alimentares específicas podem funcionar como marcadores de status e pertencimento dentro do espaço social. O autor argumenta que práticas de consumo não são neutras, mas refletem e reforçam posições dentro da estrutura social. Ele sugere que os hábitos alimentares, assim como outras práticas culturais, operam como formas de diferenciação entre grupos, servindo para estabelecer hierarquias e consolidar identidades. No caso do veganismo, essa distinção não se dá apenas pelo acesso a determinados bens materiais, mas também pelo alinhamento com um sistema de valores éticos e ambientais, que pode reforçar sua posição dentro de um campo simbólico específico.

Miller (1998) propõe que o consumo não seja visto unicamente como uma troca de bens, mas como um processo de construção de identidades sociais. No caso do veganismo, essa construção de identidade se torna visível nos hábitos de consumo, onde a exclusão de produtos de origem animal não é somente uma preferência individual, mas uma forma de diferenciação social. O ato de consumir alimentos veganos se torna um marcador de pertencimento a um grupo que adota um conjunto específico de valores, como a moralização do consumo. Essa moralização tem implicações práticas no modo como os veganos são percebidos socialmente, distinguindo-os daqueles que não adotam a mesma filosofia alimentar e gerando um distanciamento social entre os grupos. A escolha por produtos veganos e a rejeição de produtos de origem animal tornam-se estratégias de expressão de valores, através das quais os indivíduos constroem laços de pertencimento com comunidades que compartilham dessas crenças.

A moralização do consumo vegano, conforme apontado por Rozin (1999), também desempenha um papel fundamental nesse processo. Segundo o autor, algumas escolhas alimentares deixam de ser simples preferências individuais e passam a adquirir uma dimensão moral, sendo incorporadas a discursos normativos sobre o que é certo ou errado consumir. Quando aplicada ao veganismo, essa ideia permite compreender como a recusa ao consumo de produtos de origem animal é interpretada como um ato ético, fortalecendo a identidade vegana e estabelecendo distinções entre aqueles que aderem a essa prática e aqueles que não o fazem.

Além de um marcador identitário individual, o veganismo tem sido cada vez mais incorporado como uma bandeira de movimentos sociais, articulando-se com pautas ambientais, de direitos animais e de justiça social. Estudos como os de Morant et al. (2016) e Valença e Carbonai (2014) destacam o papel do veganismo na formação de coletividades e na mobilização de ações políticas que visam transformar as relações entre humanos e não-humanos. Essa perspectiva insere o veganismo no escopo das novas formas de ativismo, caracterizadas por práticas de consumo consciente e estratégias de resistência ao modelo agroalimentar industrializado.

Dessa forma, o veganismo pode ser entendido como um fenômeno que transcende a esfera do consumo e adquire uma dimensão social e política, na qual os indivíduos constroem suas identidades em torno de valores compartilhados e de um ethos coletivo. Nos tópicos seguintes, essa discussão será aprofundada a partir da análise da moralização do consumo e da inserção do veganismo enquanto movimento social.

3.1 O CONSUMO COMO EXPRESSÃO DA IDENTIDADE

O consumo é um dos principais meios pelos quais os indivíduos constroem e expressam suas identidades sociais. Mais do que um ato individual, ele está inserido em sistemas de significação que organizam hierarquias sociais, valores e formas de pertencimento. No caso do veganismo, essa relação se torna ainda mais evidente, uma vez que a escolha alimentar envolve não apenas a satisfação de necessidades biológicas e de desejos de consumo, mas também uma afirmação de valores éticos e políticos que reconfiguram fronteiras sociais e culturais.

A perspectiva de Bourdieu (1989) permite compreender como o consumo vegano pode ser analisado dentro das lógicas de distinção social. Bourdieu argumenta que as práticas de consumo não são neutras, mas refletem e reforçam posições dentro do espaço social. Nesse sentido, os hábitos alimentares, assim como outras práticas culturais, funcionam como marcadores de classe e são usados pelos indivíduos para estabelecer distinções em relação a outros grupos. No caso do veganismo, essa prática não apenas estabelece uma diferenciação, mas também se configura como um capital simbólico, sinalizando uma posição específica dentro do campo social. Embora nem todos os veganos

se identifiquem conscientemente com essa lógica de distinção, suas práticas alimentares podem ser lidas dessa maneira dentro da estrutura social.

Por sua vez, Miller (1998) amplia essa análise ao tratar o consumo como um processo de construção de significados. Para ele, o consumo não é só uma forma de distinção, mas também um meio pelo qual os sujeitos negociam suas identidades e suas relações com o mundo. Essa perspectiva ajuda a entender que a escolha pelo veganismo vai além de uma simples restrição alimentar; ela se insere em um contexto mais amplo de produção de subjetividades, onde o consumo de alimentos veganos e a recusa a consumir produtos de origem animal se tornam formas de expressar e reforçar identidades, alinhando-se a um conjunto específico de valores e significados culturais.

Essa relação entre consumo e identidade está profundamente ligada ao processo de moralização das práticas alimentares. Rozin (1999) descreve como algumas escolhas alimentares, antes vistas como neutras, se transformam em valores morais. No caso do veganismo, a moralização vai além da simples recusa ao consumo de carne e envolve uma renúncia ética à exploração animal. A escolha de evitar produtos de origem animal não é exclusivamente uma prática de consumo, mas se torna uma postura ética, reforçando a identidade vegana e criando uma distinção moral clara entre aqueles que adotam essa prática e os que não o fazem.

Essa moralização, como descrita por Rozin (1999) e Miller (1998), não muda somente a percepção dos hábitos alimentares, mas também influencia fortemente as interações sociais. A recusa ao consumo de produtos de origem animal, por exemplo, não se limita a uma decisão de saúde ou gosto pessoal, mas se torna uma afirmação moral que distingue os veganos de outros grupos, reforçando uma identidade coletiva baseada em valores éticos compartilhados. Isso resulta em diferenças de status entre indivíduos e grupos, com o consumo vegano frequentemente interpretado como um símbolo de distinção social e moral.

Portanto, o consumo vegano não pode ser reduzido a uma decisão pessoal desvinculada do contexto social e cultural em que está inserido. Ele funciona como um marcador identitário e um meio pelo qual os indivíduos expressam pertencimento, estabelecem distinções e participam de redes sociais e políticas. Nos próximos tópicos, aprofundaremos essa discussão ao analisar a moralização do consumo e o papel do veganismo enquanto movimento social.

3.2 A MORALIZAÇÃO DO CONSUMO VEGANO

A alimentação e consumo, enquanto práticas socialmente construídas, não se restringem ao atendimento das necessidades biológicas ou dos desejos, mas opera como um campo de significação cultural e moral. Dentro dessa lógica, o veganismo pode ser analisado a partir do conceito de moralização do consumo, conforme descrito por Rozin et al. (1999), que argumentam que

determinados hábitos alimentares passam por um processo de transformação, deixando de ser meras preferências individuais para se tornarem valores morais compartilhados dentro de um grupo social.

A moralização do consumo ocorre quando escolhas anteriormente neutras passam a ser carregadas de significados éticos, tornando-se parte de um sistema normativo mais amplo. Esse fenômeno pode ser observado na transição de indivíduos para um modo de vida vegano, na qual a decisão de evitar produtos de origem animal não se limita a questões de saúde ou gosto pessoal, mas é incorporada a uma estrutura moral que define o que é aceitável ou condenável dentro de determinado contexto cultural. Assim, o consumo vegano transcende o campo dos alimentos e dos produtos, adquirindo um caráter normativo, sendo frequentemente mobilizado em discursos de justiça social, sustentabilidade e direitos animais.

O estudo de Rozin et al. (1999) sobre a moralização da alimentação demonstra que indivíduos que aderem ao vegetarianismo por razões morais tendem a construir um arcabouço simbólico que reforça a distinção entre alimentos "puros" e "impuros" com base em critérios éticos, e não apenas em aspectos sensoriais ou nutricionais. Esse processo pode ser relacionado à abordagem de Douglas (1991), que analisa a alimentação como um sistema classificatório nos quais certos alimentos são socialmente construídos como impuros ou contaminantes. No caso do veganismo, essa construção se dá na rejeição da exploração animal, de forma que o consumo de carne e outros produtos de origem animal passa a ser associado a práticas moralmente condenáveis.

A moralização do consumo também tem impacto nas interações sociais, uma vez que a alimentação e consumo são espaços de negociação identitária. A escolha vegana pode ser percebida por indivíduos externos ao grupo como uma forma de julgamento moral implícito, o que gera tensões e resistências. Conforme aponta Rozin (1999), essa dinâmica pode levar a reações defensivas por parte daqueles que não aderem ao veganismo, que interpretam a moralização como uma ameaça às suas próprias práticas e valores.

Além disso, a moralização do consumo vegano se reflete em políticas públicas e regulamentações institucionais. A crescente proibição do uso de testes em animais para cosméticos, a certificação de produtos veganos e o incentivo à alimentação baseada em vegetais em algumas escolas e instituições são exemplos de como valores éticos se incorporam a estruturas normativas mais amplas. Esse fenômeno se alinha ao argumento de Rozin et al. (1999) de que a moralização de determinados comportamentos frequentemente mobiliza apoio governamental e institucional, promovendo mudanças sociais de longo prazo.

Dessa maneira, o veganismo ilustra um caso paradigmático de moralização do consumo, no qual escolhas alimentares se tornam veículos de significação moral, política e social. Nos próximos tópicos, essa discussão será aprofundada com a análise da inserção do veganismo enquanto movimento social e sua articulação com redes de ativismo e transformação cultural.

3.3 O VEGANISMO COMO MOVIMENTO SOCIAL

O veganismo, além de um conjunto de práticas alimentares e um marcador identitário, pode ser compreendido como um movimento social que articula reivindicações políticas, éticas e ambientais. A adoção do veganismo, nesse contexto, não se restringe à esfera individual, mas se insere em um campo mais amplo de ativismo que questiona as relações entre humanos e não humanos, os impactos da produção industrial de alimentos e produtos, e as estruturas de poder que legitimam a exploração animal. Assim, o veganismo se configura como um fenômeno de mobilização coletiva que busca transformar padrões de consumo e sensibilizar a sociedade para novas formas de interação entre os seres vivos.

A identidade vegana emergente pode ser analisada a partir das contribuições de Morant et al. (2016), que exploram como o veganismo se torna um elemento de coesão social entre aqueles que compartilham de um conjunto de valores e significados. Segundo os autores, a identidade vegana não se define apenas pela exclusão de produtos de origem animal da dieta, mas também por um compromisso ativo com a causa animalista e ambientalista, o que leva à formação de comunidades que compartilham práticas, discursos e estratégias de engajamento. O consumo vegano, portanto, se entrelaça com redes sociais que reforçam a adesão a esse estilo de vida, criando um senso de pertencimento e solidariedade entre seus membros.

O ativismo vegano, nesse sentido, pode ser interpretado como uma forma contemporânea de engajamento político baseada no consumo e na reformulação de valores morais e culturais. Valença e Carbonai (2014) analisam como o veganismo se insere em dinâmicas de mobilização social, destacando seu potencial como prática política que desafia os sistemas agroalimentares hegemônicos e propõe alternativas sustentáveis. Essa abordagem permite compreender o veganismo não unicamente como um fenômeno cultural, mas como uma estratégia de resistência às indústrias que exploram animais como produtos.

Dentro dessa perspectiva, o veganismo pode ser interpretado como um movimento social que opera por meio da reconfiguração de normas culturais e simbólicas. A moralização do consumo, conforme discutido anteriormente, contribui para a legitimação de um discurso ético que busca influenciar tanto o comportamento individual quanto as políticas institucionais. Esse processo pode ser observado em iniciativas como a promoção de certificações veganas, campanhas contra testes em animais, propostas de políticas públicas que incentivam dietas baseadas em vegetais e o fortalecimento de redes alternativas de consumo, como cooperativas agroecológicas e feiras de produtos veganos.

Além do ativismo político institucionalizado, o veganismo também se manifesta em práticas cotidianas que funcionam como formas de resistência cultural. O uso de mídias digitais e redes sociais têm desempenhado um papel fundamental na difusão de discursos veganos, permitindo a organização de eventos, campanhas de conscientização e debates sobre os impactos ambientais e éticos do consumo

de produtos de origem animal. Morant et al. (2016) apontam que essa dimensão virtual do ativismo vegano facilita a construção de comunidades transnacionais, ampliando o alcance do movimento e promovendo trocas de experiências e estratégias de mobilização.

Dessa maneira, o veganismo pode ser compreendido como um movimento social dinâmico que transcende a esfera do consumo individual e se insere em redes de ativismo que questionam modelos tradicionais de produção e consumo. Essa mobilização não só reforça identidades coletivas, mas também influencia práticas institucionais e culturais, tornando-se uma força significativa nas transformações contemporâneas relacionadas à ética alimentar, hábitos de consumo, sustentabilidade e direitos dos animais. Nos tópicos seguintes, essa análise será aprofundada a partir de uma perspectiva crítica sobre os desafios e limitações do ativismo vegano no contexto global.

4 VEGANISMO E SUSTENTABILIDADE

O veganismo, enquanto fenômeno cultural, possui implicações que vão muito além da alimentação, inserindo-se em debates amplos sobre sustentabilidade e reconfiguração das relações entre humanos, animais e o meio ambiente. A perspectiva antropológica permite compreender essa prática não apenas como uma escolha individual, mas como parte de processos sociais que desafiam modelos produtivos tradicionais e propõem novas formas de interação com o mundo natural.

Ao rejeitar a exploração animal e promover alternativas que minimizam impactos ecológicos, o veganismo se configura como um vetor de transformação dentro do paradigma da sustentabilidade. Essa prática influencia tanto hábitos de consumo quanto políticas institucionais e empresariais, uma vez que sua difusão implica mudanças nos sistemas produtivos e na forma como os recursos naturais são utilizados.

4.1 BIOTECNOLOGIA, PECUÁRIA E IMPACTOS AMBIENTAIS

Twine (2010) argumenta que a industrialização da produção animal, impulsionada pelo avanço da biotecnologia, reforça um modelo de extração máxima de recursos, intensificando a exploração dos corpos animais. A modificação genética e a manipulação reprodutiva de animais são direcionadas para otimizar a produtividade, sem considerar adequadamente as implicações éticas e ecológicas desses processos.

Esse modelo produtivo perpetua desigualdades socioambientais e se insere em uma lógica biopolítica que instrumentaliza a vida animal para atender às demandas do mercado. Twine (2010) destaca que a crítica ao modelo industrializado da pecuária não se restringe à problemática do consumo de carne, mas engloba a estrutura produtiva que reduz animais a bens de capital e impacta ecossistemas inteiros.

Nesse contexto, o veganismo não apenas desafia a normalização dessa estrutura, mas também propõe alternativas baseadas na redução da exploração da vida não humana. Ao contestar os impactos ambientais da pecuária e seus desdobramentos biopolíticos, essa prática se alinha a debates contemporâneos sobre ética e sustentabilidade.

4.2 SUSTENTABILIDADE E DESAFIOS DA PRODUÇÃO CONVENCIONAL

Franco e Batista (2024) discutem os impactos socioambientais da produção de produtos de origem animal, destacando seu papel na degradação ambiental e no consumo excessivo de recursos naturais. Segundo os autores, a pecuária é uma das principais causas de desmatamento, perda de biodiversidade, poluição de solo e água, além de representar uma significativa fonte de emissões de gases de efeito estufa. Os autores destacam que a produção de carne, leite e ovos demandam grandes quantidades de água, terra e insumos agrícolas para a alimentação animal, contribuindo para a escassez de recursos em algumas regiões do mundo. Em contraposição, a adoção de um estilo de vida vegano pode reduzir substancialmente a pegada ecológica individual, ao exigir menos insumos e minimizar impactos ambientais associados à agropecuária convencional.

Franco e Batista (2024) ressaltam que essa crítica ao modelo agropecuário dominante vai além das questões ambientais, incluindo também suas repercussões sociais e econômicas. O debate sobre sustentabilidade não pode ser dissociado das desigualdades estruturais no acesso a alimentos e recursos naturais, uma vez que a pecuária intensiva prioriza a demanda global em detrimento de sistemas produtivos mais equitativos e sustentáveis. Assim, a produção animal vai no sentido contrário da sustentabilidade.

A integração de práticas sustentáveis no setor agropecuário é frequentemente analisada por meio do conceito de ESG (Environmental, Social, and Governance), que se refere a um conjunto de critérios usados para avaliar as práticas empresariais em termos ambientais, sociais e de governança. No entanto, Franco e Batista (2024) destacam que, embora algumas empresas comecem a adotar práticas mais responsáveis, como a redução de emissões de gases de efeito estufa e a melhoria das condições de trabalho, essas iniciativas não conseguem mitigar de maneira significativa os impactos ambientais e sociais causados pela produção animal em grande escala. O modelo agropecuário tradicional, que envolve o uso intensivo de recursos naturais e a exploração de animais, não se alinha com os princípios do ESG, pois continua a gerar desequilíbrios ambientais e sociais profundos.

Dessa forma, é impossível ser plenamente sustentável enquanto se mantém a produção de produtos de origem animal. Mesmo com esforços voltados à redução do impacto ambiental, a produção animal não atende às exigências de um modelo ESG verdadeiramente sustentável. O uso excessivo de recursos como água, terra e energia torna-se incompatível com os objetivos globais de sustentabilidade e as expectativas éticas das novas gerações. Para alcançar uma sustentabilidade real, a adoção de

alternativas veganas se apresenta como uma solução viável, alinhada com os princípios do ESG e capaz de promover um futuro mais justo e responsável.

4.3 REDES ALTERNATIVAS DE CONSUMO E SUSTENTABILIDADE

Goodman et al. (2012) analisam a emergência das redes alternativas de consumo (Alternative Food Networks – AFNs), destacando circuitos produtivos que oferecem alternativas ao modelo agroalimentar hegemônico. Essas redes incluem feiras orgânicas, cooperativas de produção e cadeias curtas de distribuição, aproximando produtores e consumidores e promovendo novas formas de interação econômica e social.

Embora Goodman et al. (2012) não tratem especificamente do veganismo, sua abordagem permite compreender como práticas alimentares sustentáveis, incluindo dietas baseadas em vegetais, podem se inserir nessas dinâmicas. A valorização de sistemas produtivos menos impactantes, o questionamento da industrialização dos alimentos e a busca por práticas de consumo ambientalmente responsáveis convergem com parte dos ideais defendidos pelo veganismo.

Além da alimentação, o conceito de redes alternativas de consumo pode ser ampliado para abranger práticas que evitam a exploração animal em outros setores, como vestuário e cosméticos. O crescimento de mercados sustentáveis e veganos reflete a busca por novas formas de produção e consumo, que incorporam princípios de justiça ambiental e transparência nas cadeias produtivas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo demonstrou que o veganismo, enquanto fenômeno cultural e identitário, transcende a simples prática alimentar, configurando-se como um campo dinâmico de disputas simbólicas que atravessa questões éticas, políticas e de distinção social. Sua moralização e inserção em diferentes regimes de significado revelam que o veganismo não é uma escolha exclusivamente individual, mas se posiciona como um fenômeno coletivo que reconfigura as classificações sociais e as normas culturais estabelecidas. Ao refletir as transformações nas dietas alimentares contemporâneas, o veganismo contribui para a produção de novas ontologias e cosmologias, reorganizando as relações entre humanos e não-humanos e reformulando as fronteiras entre natureza e cultura.

O veganismo, ao se afirmar como um espaço de negociação simbólica, molda práticas e discursos que envolvem pertencimento, identidade e questões culturais mais amplas. Este estudo identificou como o veganismo reflete e desafia as transformações nos hábitos de consumo atuais, questionando normas estabelecidas em diversas esferas da sociedade e se apresentando como um movimento coletivo que articula diferentes discursos culturais, religiosos e econômicos. O veganismo propõe uma crítica fundamentada a práticas hegemônicas e contribui para a formação de novas

dinâmicas de pertencimento, com foco em valores como justiça social, direitos dos animais e sustentabilidade ambiental.

A principal contribuição deste estudo para a antropologia é a articulação do veganismo com debates sobre identidade, moralidade e consumo. Ao mobilizar referenciais teóricos clássicos e contemporâneos, foi possível evidenciar que o veganismo não é somente um reflexo das transformações nos regimes alimentares, mas um agente ativo na reconfiguração das fronteiras simbólicas e na criação de novos modelos de pertencimento social. Compreender o veganismo como uma prática sociocultural, em constante negociação com normas e dinâmicas de distinção, oferece à antropologia uma perspectiva única para analisar as interações entre humanos, animais e sistemas socioculturais, proporcionando uma base sólida para explorar as novas formas de pertencimento e transformação social que o veganismo propõe.

Este estudo amplia significativamente nossa compreensão do veganismo, não apenas como uma prática alimentar, mas como um fenômeno sociocultural profundo que reflete e desafia normas sociais, políticas e éticas. O veganismo se configura como um agente de transformação que transcende o consumo individual e se insere em dinâmicas sociais coletivas que reconfiguram as relações humanas com o meio ambiente e os animais. A análise antropológica proposta neste trabalho oferece uma nova perspectiva para a formação de identidades sociais, a moralização do consumo e os movimentos de resistência, destacando a importância do veganismo como uma força cultural e política no cenário atual.

6 ESTUDOS FUTUROS

O veganismo, enquanto fenômeno cultural e identitário, oferece amplas possibilidades de investigação antropológica, especialmente nas relações entre alimentação, consumo, moralidade e sistemas simbólicos. Um dos principais campos de estudo envolve a análise etnográfica do veganismo em diferentes contextos socioculturais. Embora a maioria dos estudos sobre o tema concentre-se em sociedades ocidentais, há espaço para explorar como o veganismo é apropriado e ressignificado em outras culturas. A análise etnográfica, com observação participante e entrevistas semi-estruturadas, pode ampliar nossa compreensão de como o veganismo se adapta a diferentes cosmologias e tradições locais.

Além disso, investigações etnográficas podem examinar como veganos mantêm suas práticas alimentares e de consumo diante de pressões éticas globais e tradições culturais locais. Seria relevante aplicar grupos focais e entrevistas em profundidade para entender como fatores como estruturas familiares, redes de sociabilidade e crenças religiosas moldam as práticas veganas. Esses estudos podem identificar as tensões e adaptações nos diferentes contextos socioculturais.

Outra área de interesse seria a análise de discursos nas redes sociais e sua relação com o ativismo vegano. A internet tem sido fundamental na disseminação de práticas e ideologias veganas, funcionando como plataforma de mobilização e debate público. O estudo de plataformas digitais poderia fornecer insights sobre como as redes sociais ajudam a formar identidades coletivas e impulsionam mudanças culturais. Análises de conteúdo em mídias sociais e observação digital seriam metodologias eficazes para explorar essas dinâmicas.

Além disso, a interseccionalidade do veganismo com classe, raça e gênero também merece maior aprofundamento. A análise de como a acessibilidade à alimentação vegana está ligada a dinâmicas de distinção social poderia ser enriquecida com entrevistas com grupos veganos diversos, para entender como essas questões influenciam o movimento.

Investigando ainda mais as biotecnologias e suas implicações, seria interessante explorar como carnes cultivadas em laboratório e substitutos vegetais estão impactando hábitos de consumo e reconfigurando fronteiras entre natureza e cultura. Para isso, entrevistas com profissionais da biotecnologia e a observação de inovações no mercado de alimentos plant-based poderiam oferecer uma compreensão mais profunda dessas transformações.

O impacto das políticas públicas também merece mais atenção. A análise de políticas institucionais relacionadas à alimentação sustentável e regulamentação do uso de animais, como certificações veganas ou incentivos a dietas vegetais, pode ilustrar como o veganismo está influenciando legislações. A observação participante em contextos governamentais e educacionais seria útil para explorar como o veganismo está sendo integrado ao sistema educacional e influenciando políticas públicas.

Em relação à sustentabilidade, estudos futuros poderiam investigar como o veganismo, através da redução de impacto ambiental da pecuária, se articula com práticas alternativas de consumo. Pesquisas poderiam focar nas redes alternativas de consumo, como cooperativas agroecológicas e feiras veganas, utilizando entrevistas com consumidores e produtores para examinar esses novos mercados.

Por fim, a análise do ativismo digital no veganismo, através de plataformas online, pode revelar como as dinâmicas de transformação social e política estão sendo impulsionadas pela internet. Pesquisas podem abordar como as comunidades virtuais veganas atuam para formar novas identidades coletivas e propagar valores relacionados à sustentabilidade e direitos dos animais.

REFERÊNCIAS

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. Tradução de Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1989.

DOUGLAS, Mary. Pureza e perigo: ensaio sobre a noção de poluição e tabu. Tradução de Sónia Pereira da Silva. Lisboa: Edições 70, 1991.

FRANCO, Annibal Gouvêa; BATISTA, Melissa Marcílio. ESG e veganismo: integração das práticas sustentáveis à cadeia produtiva. Revista Científica Multidisciplinar Núcleo do Conhecimento, v. 9, n. 5, p. 96-109, maio 2024. ISSN 2448-0959. Disponível em: https://www.nucleodoconhecimento.com.br/meio-ambiente/esg-e-veganismo. Acesso em: 8 mar. 2025.

GEERTZ, Clifford. A interpretação das culturas. Tradução de Fanny Wrobel. Rio de Janeiro: Zahar, 2008.

GOODMAN, David; DUPUIS, E. Melanie; GOODMAN, Michael K. Alternative Food Networks: Knowledge, Practice, and Politics. New York: Routledge, 2012.

LÉVI-STRAUSS, Claude. O cru e o cozido. São Paulo: Cosac Naify, 1964.

MILLER, Daniel. A Theory of Shopping. Cambridge: Polity Press, 1998.

MORANT, Mara Martínez; UCLÉS, Vanessa Alcaide; PONSDOMÈNECH I ASENSIO, Divina. Veganismo: ¿una identidad social emergente? Antropología AIBR, v. 1, p. 1-100, 2016. Disponível em: https://aibr.org/antropologia-aibr/. Acesso em: 8 mar. 2025.

ROZIN, Paul. Moralization and Becoming a Vegetarian: The Transformation of Preferences into Values and the Recruitment of Disgust. Psychological Science, v. 10, n. 4, p. 251-256, 1999. DOI: 10.1111/1467-9280.00145.

TWINE, Richard. Animals as Biotechnology: Ethics, Sustainability and Critical Animal Studies. London: Earthscan, 2010.

VALENÇA, Fernanda Mattos de Lima; CARBONAI, Davide. Novos atores em movimento: o veganismo como prática política, 2014. Disponível em: https://cursos.unipampa.edu.br/cursos/cienciapolitica/files/2014/06/veganismotrabalho.pdf. Acesso em: 8 mar. 2025.