

O TRABALHO DO MEME EM HUMOR ANTI-VEG*NISMO NO INSTAGRAM: reflexões sobre discurso de ódio e regulação das redes sociais¹

MEME WORK IN ANTI-VEG*NISM HUMOR ON INSTAGRAM: reflections on hate speech and social media regulation

Thiago Costa²

Resumo: Este artigo investiga como memes de humor anti-veg*anismo no Instagram contribuem para a propagação de discurso de ódio e reforçam masculinidades hegemônicas. A partir da análise visual crítica (ROSE, 2016) de 28 memes do perfil @lagrimasdevegano, os resultados mostram que o humor depreciativo (FORD, 2015) mascara preconceitos sob a forma de piadas, promovendo intolerância e estereótipos de gênero. Os memes associam o veganismo à fragilidade e à feminilidade, alinhando-se a ideologias conservadoras que exaltam o consumo de carne como símbolo de masculinidade. O estudo evidencia os desafios das plataformas digitais em regular esse conteúdo devido à ambiguidade do humor e a uma visão maximalista da liberdade de expressão, sugerindo a necessidade de moderação culturalmente sensível e educação midiática para um ambiente digital mais inclusivo.

Palavras-Chave: Memes. Humor depreciativo. Discurso de ódio. Anti-veganismo. Regulação de redes sociais.

Abstract: This paper examines how anti-veg*anism humor memes on Instagram contribute to the spread of hate speech and reinforce hegemonic masculinities. Through a critical visual analysis (ROSE, 2016) of 28 memes from the profile @lagrimasdevegano, the findings reveal that disparaging humor (FORD, 2015) masks prejudice as jokes, thereby reinforcing intolerance and gender stereotypes. These memes link veganism to fragility and femininity, aligning with conservative ideologies that uphold meat consumption as a marker of masculinity. The study highlights the difficulty digital platforms encounter in regulating such content, as humor's ambiguity and a maximalist approach to freedom of speech complicate moderation. This underscores the necessity for culturally sensitive moderation and enhanced media literacy to cultivate a more inclusive digital sphere.

Keywords: Memes. Disparaging humor. Hate speech. Anti-veganism. Social media regulation.

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Materialidades Digitais e Práticas Comunicacionais. 34º Encontro Anual da Compós, Universidade Federal do Paraná (UFPR). Curitiba - PR. 10 a 13 de junho de 2024.

² Doutorando do PPGCOM-UERJ. Pesquisador no Laboratório de Estudos da Imagem e do Imaginário (LABIM). Membro associado da International Society for Humor Studies (ISHS). Bolsista FAPERJ. E-mail: thiagolethi@ufrj.br.

1. Introdução

A Internet, essencialmente voltada à comunicação, viu seu público crescer significativamente com os avanços na infraestrutura digital. Entre 2017 e 2024, o número de usuários de mídias sociais aumentou em 2,44 bilhões, com projeções de crescimento de mais 880 milhões até 2028³. No entanto, à medida que a quantidade de usuários e o volume de mensagens aumentaram, também cresceram os desafios regulatórios associados. Isso inclui desde discursos de ódio dirigidos a comunidades femininas e LGBTQ+ (AIRES *et al.*, 2024; SOBIERAJ, 2017), até conspirações utilizadas pela extrema direita (SALLES *et al.*, 2023; SANTINI, 2022). Os novos meios de comunicação, caracterizados pela imediatividade e pelo amplo alcance, resultaram na disseminação sem precedentes de formas de discurso consideradas ofensivas, extremas ou socialmente indesejáveis. As plataformas digitais onde esses usuários estão desempenham um papel duplo, como veículos de informação e árbitros de temas sensíveis, regulando questões como verdade, tolerância e respeito (BECERRA; WAISBORD, 2011).

Estudando os memes da comunidade Sigma – um subgrupo da machosfera –, pude identificar temas referentes à misoginia, ao antifeminismo, a ícones Sigma como o personagem Patrick Bateman, de *Psicopata Americano* (2000), à política brasileira e aos hábitos de autocuidado Sigma (COSTA, 2023a). No que tangia à parte política, havia um meme que exaltava o consumo de churrasco como uma 'comida de homem', o que levava à utilização do termo 'soy boy' para indicar homens que não são considerados tão masculinos.

Embora o termo ainda seja pouco difundido no Brasil, seu imaginário torna-se muito presente ao notarmos que o país é o terceiro maior consumidor de carne no mundo, ficando atrás apenas da China e dos Estados Unidos⁴ (PETRY; BARTH, 2023). Tal cenário pode gerar estranhamento em relação àqueles que não consomem tal alimento, principalmente se forem homens. Isso proporciona um ambiente propício à propagação de um discurso 'anti-veg*nismo'⁵ (STANLEY *et al.*, 2023), mascarado de piadas e memes que, no final, possuem um humor depreciativo (FORD, 2015, 2014; FORD, BUIE *et al.*, 2019; FORD,

³ Disponível em: <https://www.statista.com/statistics/278414/number-of-worldwide-social-network-users/>. Acesso em: 11 nov., 2024.

⁴ Dados referentes a 2022. Disponível em: <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/meat-consumption-by-country>. Acesso em: 11 nov., 2024.

⁵ Termo referente a vegetarianos e/ou veganos.

RICHARDSON *et al.*, 2015), refletindo como a ideologia, enquanto realidade experienciada, é estruturada (ŽIŽEK, 2008).

Disfarçados de piadas, esses memes podem propagar discursos de ódio direcionados ao que está fora de uma masculinidade hegemônica (CONNELL, 2005). Uma das possíveis justificativas desse suposto humor é a crença em estudos 'científicos' seletivamente escolhidos que defendem que o consumo de alimentos feitos com soja, devido à presença de fitoestrogênio – erroneamente confundido com estrogênio – pode resultar na redução dos níveis de testosterona, na queda da contagem de espermatozoides e, por extensão, no desenvolvimento de características consideradas mais frágeis e femininas em homens (GAMBERT; LINNÉ, 2018). Esse uso da ciência causa desinformação enquanto "estratégia deliberada destinada a manipular a opinião pública por meio da disseminação de informações falsas, descontextualizadas ou com enquadramentos distorcidos" (MEDEIROS *et al.*, 2024, p. 3-4).

Tal crença ecoa estudos do século XIX que promoviam o estereótipo do 'comedor de arroz efeminado' asiático⁶, conferindo certa legitimidade a preconceitos direcionados ao que foge da noção de masculinidade. Atualmente, grupos ligados ao espectro mais extremo da direita política utilizam 'ciência' duvidosa como base para sustentar suas perspectivas sexistas e racistas, desconsiderando provas que apontam a falta de credibilidade de suas fontes (GAMBERT; LINNÉ, 2018). No entanto, uma extensa meta-análise publicada em 2021 revelou que a proteína de soja e os isoflavonoides não têm impacto sobre os hormônios reprodutivos masculinos (REED *et al.*, 2021).

Memes com textos e imagens de ódio se diferenciam de outras formas de comunicação nas redes sociais, pois operam através do 'trabalho do meme' (*meme work*) (KNAPP, 2023) e demandam um certo letramento digital, simbólico e linguístico – como, por exemplo, o uso de figuras de linguagem⁷. Dessa forma, esses itens digitais podem passar despercebidos pelas redes sociais em que estão inseridos, pelo cidadão médio e por órgãos reguladores externos. No que tange às plataformas, regular expressões convencionais de ódio é mais simples do que abordar a diversidade de manifestações que violam direitos democráticos. Mesmo leis voltadas

⁶ Gambert e Linné (2018, p. 147) elucidam que tais estudos consolidaram estereótipos problemáticos ao conectá-los a crenças sexistas e racistas, justificando-os sob uma suposta perspectiva de mundo "não racista e não colonialista", baseada em características mutáveis da dieta em vez de genética imutável".

⁷ Embora, de acordo com o IBGE (GOMES; FERREIRA, 2023), a taxa de analfabetismo tenha sido 5,6% em 2022, 53% dos brasileiros eram não leitores: sujeitos que afirmaram não ter lido nenhum livro em qualquer formato, nem parcialmente, nos últimos três meses, embora possa ter lido nos últimos 12 meses (IPL, 2024). Desta forma, havendo um declínio do exercício da leitura e da capacidade de percepção de nuances textuais.

à proteção da reputação e privacidade são insuficientes para conter o fluxo contínuo de conteúdos prejudiciais a esses direitos (BECERRA; WAISBORD, 2011). Assim, este artigo busca compreender como os memes no Instagram que expressam humor anti-veg*anismo contribuem para a reprodução de discursos de ódio e masculinidades hegemônicas, e quais são as implicações dessas práticas no contexto de regulação das redes sociais.

2. Metodologia

Para compreender a questão norteadora deste trabalho, foram analisadas as postagens do perfil @lagrimasdevegano⁸ no Instagram, cuja descrição de apresentação é: "Perfil de Humor. Gosta de churrasco? Gosta de memes?". O objetivo principal foi investigar como o humor anti-veg*anismo em memes publicados no Instagram reflete e reforça discursos de ódio, especialmente relacionados à masculinidade hegemônica, e discutir as possibilidades de regulação dessas práticas nas plataformas digitais. Para tal: (1) *buscou-se analisar os temas embutidos nos memes anti-veg*anos*; (2) *conectar as práticas discursivas dos memes com o contexto político e cultural*; (3) *examinar a intersecção entre humor, discurso de ódio e masculinidade hegemônica*; (4) e *avaliar o impacto das práticas de regulação das redes sociais*.

Foi realizada uma análise visual crítica (AVC) (ROSE, 2016), com base na análise de conteúdo (KRIPPENDORFF, 2013 *apud* ROSE, 2016), atrelada a uma revisão bibliográfica de conceitos que atravessam o tema. O corpus de análise foi estabelecido através de uma amostragem intencional (LEEDY; ORMROD, 2015). Por análise crítica, entende-se um método "que analisa o visual em termos de sua significância cultural, das práticas sociais e das relações de poder nas quais está inserido; isso implica refletir sobre as relações de poder que produzem, se articulam por meio de, e podem ser desafiadas pelas formas de ver e de representar visualmente" (ROSE, 2016, p. xxii)⁹. Gillian Rose (2016) acrescenta que representações visuais nunca são neutras, pois são continuamente moldadas por diferentes métodos, ferramentas e formas de conhecimento.

A pesquisadora propõe quatro lugares (*sites*) para iniciar a AVC: o *lugar da audiência*, o *lugar da produção*, o *lugar da imagem em si* e o *lugar da circulação*. Cada lugar é

⁸ Disponível em: <https://www.instagram.com/lagrimasdevegano/>. Acesso em: 11 nov., 2024.

⁹ Todas as citações estrangeiras são de autoria do autor.

complementado por metodologias auxiliares, como análise do discurso, análise de conteúdo, estudo de audiência, análise psicanalítica, semiótica, entre outras. Nesta pesquisa, foi escolhido o lugar da imagem em si (*site of image itself*), que, assim como os outros, é atravessado por três modalidades que auxiliam a metodologia: (1) *tecnológica*, que busca entender os efeitos visuais; (2) *composicional*, referente à composição imagética; (3) *social*, que busca os significados visuais. Neste lugar, é utilizada a análise de conteúdo, que oferece uma abordagem para interpretar as características simbólicas dos textos, ou seja, como os elementos textuais se relacionam com o contexto cultural mais amplo ao qual pertencem. Desse modo, explora-se essas conexões em um conjunto específico de textos, de forma que os resultados sejam consistentes e confiáveis (KRIPPENDORFF, 2013 *apud* ROSE, 2016).

O perfil analisado conta com 1.145 postagens e, segundo a plataforma, foi criado em janeiro de 2020, tendo seu usuário sido alterado 16 vezes, embora todas as postagens sejam sobre humor anti-veg*anismo. As imagens foram coletadas através do Instaloader¹⁰, uma ferramenta utilizada para baixar fotos ou vídeos junto com suas legendas e outros metadados do Instagram. De todas as postagens, foram identificados 339 memes estáticos com imagem e texto, dos quais 18 se referiam a questões de gênero e 10 abordavam o agro(negócio) brasileiro. Estes últimos constituem o corpus de análise desta pesquisa (n = 28). A amostragem tem um caráter intencional (LEEDY; ORMROD, 2015), uma vez que foi escolhida uma fonte específica e relevante para a análise. A inclusão foi seletiva e com foco direcionado, visto que, de toda a amostra, foram escolhidos memes estáticos com imagem e texto contendo humor depreciativo, em detrimento de piadas simples. Por fim, foram identificados dois grandes temas: questões de gênero e o agronegócio.

3. Discursos masculinistas e anti-veg*nismo nos memes brasileiros

Um dos memes mais conhecidos na machosfera – "rede vagamente conectada de sites e comunidades que proporcionam um espaço aos homens expressarem suas perspectivas, desejos, frustrações e queixas" (COSTA, p. 270) – é a figura do *Soy Boy*. Trata-se de uma expressão depreciativa, comumente utilizada em círculos online de direita, para se referir a homens percebidos como carentes de características masculinas. Ele compartilha semelhanças com a gíria '*cuck*'. A expressão tem origem na ideia de que os fitoestrogênios presentes na soja

¹⁰ Disponível em: <https://instaloader.github.io/>. Acesso em: 11 nov., 2024.

poderiam feminilizar homens que consomem produtos derivados desse alimento (KNOW YOUR MEME, 2017).

Gambert e Linné (2018) estudaram como o preconceito de masculinidade efeminada de asiáticos foi usado como ferramenta colonial no século XIX. A figura do asiático efeminado 'comedor de arroz' retratava homens não ocidentais como fisicamente e intelectualmente fracos, associando tais características ao feminino, em contraste com a masculinidade idealizada ocidental. Essas ideias ressurgem hoje nas culturas digitais com alvos mais amplos. Por exemplo, o influenciador *alt-right* James Allsup associa o consumo de leite de soja a antifascistas, feministas e defensores do politicamente correto, caracterizando-os como fracos e emasculados. Ele argumenta que a soja impacta negativamente o corpo e a mente masculinos, vinculando-a a valores que despreza (GAMBERT; LINNÉ, 2018). O influenciador está inserido dentro de uma rede extremista que linka "artigos científicos duvidosos publicados em sites de teorias conspiratórias e *fake news* da extrema direita, como o infowars.com, alegando as propriedades emasculantes da soja" (GAMBERT; LINNÉ, 2018, p. 153). Essas teorias funcionam como explicações alternativas para eventos históricos ou em andamento, desafiando narrativas estabelecidas e propondo a existência de acordos secretos orquestrados para alcançar objetivos ocultos, frequentemente ilegais ou malévolos (SALLES *et al.*, 2023; SANTINI *et al.*, 2022)¹¹. Assim, os *trolls* emergem como uma reação à expansão acelerada do movimento global pela libertação animal (HANNAN, 2025).

O *trolling* surgiu nos anos 1990 no Usenet, um fórum descentralizado marcado pelo anonimato, que incentivava a liberdade de expressão, mas também fomentava comportamentos ofensivos. Nos anos 2000, o fenômeno evoluiu no 4chan, onde a cultura de provocação se consolidou por meio de imagens, abrangendo desde conteúdos banais até discursos extremistas. Movidos pelo 'lulz' – o prazer em causar caos –, os *trolls* transformaram o anonimato em uma ferramenta de poder, atacando alvos vulneráveis, como mulheres, minorias racializadas e pessoas LGBTQ+. Dessa forma, o *trolling* evoluiu de uma prática desordenada para uma estratégia disruptiva, explorando vulnerabilidades na esfera digital (HANNAN, 2025).

O consumo de carne é um signo importante para os entusiastas da masculinidade (ADAMS, 2010; ADAMCZYK *et al.*, 2023; GAMBERT; LINNÉ, 2018; PETRY; BARTH,

¹¹ Teorias conspiratórias são fenômenos históricos universais, não restritos a culturas ou tecnologias. Uscinski e Parent (2014 *apud* SANTINI *et al.*, 2022) sugerem que surgem em momentos de crise, moldando a memória e percepção de eventos. No contexto do carnismo e da crise de masculinidade percebida, elas tendem a emergir (ver COSTA, 2023a).

2023; STANLEY *et al.*, 2023). Adams (2010) explica que, em sociedades patriarcais, a carne é um símbolo de poder e distinção de classe. Homens são priorizados no acesso à carne, enquanto as dietas femininas são baseadas em carboidratos complexos e legumes – alimentos considerados de 'segunda classe'. Essa estrutura cultural está fundamentada no conceito de 'carnismo' (*carnism*), um sistema ideológico que normaliza o consumo de carne, percebendo-o como normal, necessário e natural (os '3Ns') (VAN DER HORST *et al.*, 2023). Nesse contexto, homens que abandonam o consumo de carne são vistos como afrontando a masculinidade por rejeitarem uma característica culturalmente tida como basilar para '*ser homem*'. Palavras como '*homem*' e '*carne*' passaram a simbolizar masculinidade e vigor, enquanto '*vegetal*' adquiriu conotações negativas de passividade e monotonia ('*estado vegetativo*'). Esse contraste reforça simbolicamente a oposição entre masculinidade ativa e feminilidade passiva (ADAMS, 2010).

Tal masculinidade descrita, nesta pesquisa, é entendida como algo performado através de uma interação entre forças estruturais – como mídia, educação e legislação – e escolhas individuais, sendo "construída na interação" (CONNELL, 2005, p. 35). Embora a relação entre masculinidade e feminilidade não seja estritamente dicotômica, a sociedade as trata como opostas, com a masculinidade hegemônica dominando tanto formas 'inferiores' de masculinidade quanto todas as formas de feminilidade (CONNELL, 1987). Neste aspecto, a masculinidade hegemônica representa uma versão idealizada do homem, incluindo atributos como autoridade, racionalidade, força física, riqueza e entusiasmo por esportes (CONNELL, 2005, 2009). Ela se manifesta publicamente em instituições culturais, por meio de imagens midiáticas de CEOs ou homens musculosos, e em interações privadas, como na divisão tradicional de tarefas domésticas. Deste modo, os homens constroem a masculinidade por meio de comportamentos de gênero desde cedo, como na escolha de brinquedos e no controle emocional. Para serem vistos como masculinos, devem performar uma masculinidade autêntica. Neste cenário, ameaças à masculinidade aumentam o apego ao consumo de carne, reforçando sua função como marcador de identidade masculina (ADAMCZYK *et al.*, 2023; STANLEY *et al.*, 2023).

No que tange à dieta, homens '*de verdade*' devem comer refeições '*reais*', entendidas como pratos que contenham alguma proteína animal, preferencialmente vermelha (PETRY; BARTH, 2023). Adamczyk *et al.* (2023) apontam que homens veg*anos enfrentam maior hostilidade social que mulheres veg*tarianas, sendo frequentemente ridicularizados e tendo sua

masculinidade e orientação sexual questionadas. Dietas veg*anas são comumente desvalorizadas, percebidas como modismos superficiais, em vez de reflexos de valores sólidos. Além disso, veg*anos são associados a 'hipsters' e visões políticas de esquerda, reforçando preconceitos e rejeição em contextos culturais conservadores.

Rombach *et al.* (2023) identificam quatro pilares que orientam as escolhas alimentares e ideológicas veg*anas: (1) *preocupações ambientais* – valorização de alimentos vegetais devido ao menor impacto ambiental em comparação a produtos lácteos, associados ao desmatamento, emissões de gases de efeito estufa e poluição hídrica; (2) *bem-estar animal* – críticas às práticas da pecuária leiteira, como acesso restrito ao pasto, separação de bezerros e procedimentos dolorosos sem anestesia; (3) *sustentabilidade geral* – avaliação dos impactos sociais, econômicos e ambientais das escolhas, incentivando o consumo de produtos certificados e o apoio a marcas engajadas; (4) *saúde e segurança alimentar* – atração de consumidores preocupados com saúde e ética, influenciados por gênero, renda e preferência por alimentos orgânicos.

O crescimento do discurso que enaltece o consumo de carne, relacionando-o com a valorização da masculinidade no Brasil, pode ser um eco do que Carvalho e Freitas (2022 *apud* COSTA, 2023a, p. 277) chamam de 'misoginia bolsonarista', entendida como "um projeto governamental visando a desmoralizar e ridicularizar as mulheres para manter o status quo patriarcal na política". Se há uma valorização da masculinidade, tudo que foge dela – ou seja, as mulheres e homens não conformes – é preterido, principalmente na internet. Sobieraj (2017) destaca que as novas tecnologias de comunicação na internet, além de proporcionarem espaços inclusivos, criaram lugares de disputa de poder e significado. Nota-se que "assédio público a mulheres e a homens de grupos marginalizados tem sido, por muito tempo, uma expressão geográfica da desigualdade social e um meio eficaz para grupos dominantes manterem o controle do espaço público" (SOBIERAJ, 2017, p. 9)

Aires *et al.* (2024) argumentam que políticos, principalmente homens conservadores, utilizam a estratégia discursiva de se apresentarem como 'diferentes à moda antiga', associando a masculinidade tradicional à qualificação de liderança e legitimando suas candidaturas. Essa estratégia faz uso de machismo, misoginia e homofobia como ferramentas de legitimidade, reforçando discursos de ódio de gênero. Termos vulgares como "'cabra macho", "sujeito-homem" e "macho pra caralho" tornam-se expressões amplamente aceitas para qualificar positivamente lideranças políticas" (AIRES *et al.*, 2024, p. 4).

O governo Bolsonaro trouxe destaque para a bancada do boi, da Bíblia e da bala, que possuem "valores individualistas, socialmente conservadores e militaristas" (LAPPER, 2022, p. 12). A expressão foi inicialmente empregada no Brasil para se referir a três grupos conservadores no Congresso, que têm influenciado de maneira significativa a política nacional desde a redemocratização em 1985. A bancada do boi, também conhecida como bancada ruralista, busca ampliar a liberdade dos grandes fazendeiros brasileiros para explorar recursos naturais e aumentar a produção de alimentos, frequentemente resistindo a controles ambientais. Durante o último governo, observou-se negligência na fiscalização ambiental, cortes de financiamento e conflitos com especialistas, favorecendo o crescimento da influência do agronegócio. Um forte agente nesse cenário foi a Frente Parlamentar da Agropecuária (FPA), criada em 2002, que tinha como objetivo modernizar legislações trabalhistas, fundiárias e tributárias, além de regulamentar terras indígenas e quilombolas, visando à segurança jurídica e à competitividade do agronegócio. Durante o governo Bolsonaro, a FPA alinhou-se à agenda de desregulamentação ambiental, favorecendo a expansão da pecuária na Amazônia, ao mesmo tempo em que enfraquecia a governança ambiental e reduzia os investimentos em pesquisa, monitoramento e proteção ambiental (MEDEIROS *et al.*, 2024).

A pecuária, principal motor do desmatamento na Amazônia e principal causa das emissões de gases de efeito estufa no Brasil (MEDEIROS *et al.*, 2024; PETRY; BARTH, 2023), utiliza práticas como 'lavagem de gado', que disfarçam a origem de animais criados em áreas desmatadas ilegalmente. Com o aumento de 40% na produção de carne bovina, grupos de interesse do setor ampliaram seu poder político, reduzindo a capacidade do Estado de implementar proteções ambientais e tornando a conservação um tema polarizador na política brasileira (BERG, 2023). Embora associada à pecuária, a bancada do boi também investe na plantação de soja, que se tornou uma commodity valiosa para alimentar animais chineses, que posteriormente se transformam em carne. Esse processo ocorre em detrimento da vegetação nativa do Cerrado brasileiro (BERG, 2023; LAPPER, 2022).

Nesse contexto, o agronegócio tem buscado estratégias de marketing *greenwashing* para melhorar sua imagem, destacando aspectos positivos do setor. Um exemplo disso é a campanha "Agro é tech, agro é pop, agro é tudo", lançada em 2016 pela Rede Globo, que promoveu a imagem do setor como sinônimo de tecnologia, modernidade e prosperidade. A frase tornou-se popular e deu origem ao meme 'o agro é pop' (MEDEIROS *et al.*, 2024).

4. Memes como discurso de ódio? Como regulamentar?

Analisando o perfil @lagrimasdevegano no Instagram, observou-se que 18 memes eram referentes à questão de gênero e 10 enalteciam o agronegócio. Para exemplificar o uso dos memes atrelados à discussão deste trabalho, foram selecionados quatro itens de cada grupo para análise.

A imagem 1 contém quatro memes de internet relacionados ao 'agro', sendo que o primeiro (1.1) apresenta um díptico que contrasta as ações do Movimento dos Sem-Terra (MST) com as do 'agro'. O contraste é estabelecido pelo MST, entendido como violento ao picar "Agro é morte" na porta da APROSOJA (Associação Brasileira de Produtores de Soja), em 2021¹², enquanto um agricultor utiliza um veículo para trabalhar em uma plantação de hortaliças. O segundo (1.2) exibe um gráfico circular humorístico que alega não ser possível viver sem o 'agro'. O terceiro (1.3) utiliza o meme do Protetor Silencioso (*The Silent Protector meme*)¹³, no qual um militar encarna uma entidade, instituição ou pessoa para defender alguém – representado por uma criança dormindo – de ataques de mísseis e bombas – algo desestabilizador. Nesse caso, o soldado é o agronegócio, que protege o veganismo de crises econômicas. Por fim, o quarto meme (1.4) é uma variante do meme do personagem-meme Lula Molusco (*Squidward Tentacles*)¹⁴, da animação *Bob Esponja*, 'lendo' uma carta em branco que supostamente seria uma lista de coisas que veganos consomem e que não são produzidas pelo 'agro'.



IMAGEM 1 –Compilação de memes sobre enaltação do agronegócio

FONTE - @lagrimasdevegano.

¹² Disponível em: <https://www.esmaelmoraes.com.br/aprosoja-ocupada-pela-via-campesina-e-simbolo-da-fome-e-de-atos-antidemocraticos-no-pais/>. Acesso em: 11 nov., 2024.

¹³ Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/the-silent-protector>. Acesso em: 11 nov., 2024.

¹⁴ Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/squidward-tentacles>. Acesso em: 11 nov., 2024.

Na imagem 2, encontram-se memes de internet relacionados à questão de gênero¹⁵ – homem e mulher – em relação ao veg*nismo. No primeiro (2.1), há um díptico do meme do Problema do Bondinho (*The Trolley Problem meme*)¹⁶, que exemplifica um experimento mental ético envolvendo a escolha de quem deve morrer. O meme apresenta um vegano (*vegan*) e uma feminista (*feminist*), com a resposta indicando que o bonde deveria atropelar ambos. No segundo (2.2), aparece um casal heterossexual em que a mulher pergunta ao seu companheiro, um *soy boy*, desanimado se ele a insatisfez sexualmente novamente. O terceiro (2.3) é derivado de uma cena do filme *Titanic* (1997), onde um personagem tenta escapar do naufrágio com uma criança no colo, mas é impedido por um funcionário que afirma: "Desculpe senhor, mulheres e crianças primeiro". O personagem responde: "Eu choro vendo as pessoas comendo churrasco" e ouve do funcionário: "Perdão, donzela, pode passar!". Por fim, o quarto meme (2.4) apresenta uma mulher musculosa segurando um homem franzino com o texto em inglês: "Quando ela come carne e ele é vegano".



IMAGEM 2 – Compilação de memes sobre gênero
FONTE - @lagrimasdevegano.

Analisando os oito memes à luz da metodologia de Rose (2016), com foco no lugar da imagem em si, nota-se que são imagens digitalmente manipuladas utilizando softwares simples de edição, textos sobrepostos e combinações de imagens pré-existentis, configurando memes *exploitables*¹⁷ – uma modalidade tecnológica – que circulam amplamente nas redes sociais. A tabela 1 ilustra as modalidades tecnológicas e composicionais dos oito memes com mais profundidade.

¹⁵ Gênero entendido enquanto "uma relação, não uma categoria pré-formada de seres ou uma posse que alguém possa ter. O gênero não se aplica mais às mulheres do que aos homens. O gênero é a relação entre categorias de homens e mulheres (e diversos tropos dispostos de maneira variada), diferenciadas por nação, geração, classe, linhagem, cor e muito mais" (HARAWAY, 2018, p. 28 *apud* COSTA, 2023, p. 273).

¹⁶ Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/the-trolley-problem>. Acesso em: 11 nov., 2024.

¹⁷ Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/exploitables>. Acesso em: 11 nov., 2024.

TABELA 1
Análise crítica visual parcial

MODALIDADES		
MEMES	TECNOLÓGICA	COMPOSICIONAL
1.1	Foto de protesto e imagem agrícola	Contraste visual: MST vs. agronegócio contra a fome, destacando uma narrativa binária com texto branco que simplifica e polariza o debate.
2.1	Gráfico utilizado com humor irônico	Gráfico circular irônico apresentando uma "escolha inexistente", afirmando que a sobrevivência depende do agro; composição simples usa sobreposição de texto para humor.
3.1	Cartoon modificado	Imagem estilo cartoon retrata o agronegócio como "soldado protetor" do veganismo durante crise econômica, reforçando sua narrativa de essencialidade.
4.1	Captura de cena do seriado Bob Esponja adaptada com texto	Cena de Bob Esponja com papel vazio ironizando a ideia de "nada existir fora do agro", explorando o humor absurdo típico de memes.
1.2	Desenho estilizado do Problema do bonde com fotografia de descarrilhamento	Ilustração no estilo "Trolley Problem" contrapõe "vegan" e "feminist" em dilema humorístico; foto realista do trem descarrilhado ironiza resultados desejado por certos grupos em debates sociais.
2.2	Possível imagem de banco de fotos com adição de texto com propósito humorístico	Imagem de banco com homem desanimado; texto "broxou de novo? soy boy" usa humor depreciativo para ironizar masculinidade que escapa da hegemônica (CONNELL, 2005) e consumo de soja, referenciando debates online.
2.3	Cena do filme Titanic editada com texto que satiriza emoções veganas	Cena emotiva de Titanic com textos "Eu choro vendo as pessoas comendo churrasco" e "Perdão donzela, pode passar" usando irônico para caricaturar a fragilidade vegana masculina.
3.4	Fotografia editada, inserindo texto cômico em inglês para reforçar a inversão de papéis	Fotografia surreal de mulher carregando homem na praia; texto "when she eats meat and he's a vegan" inverte papéis de gênero, destacando força feminina (próxima de um ideal masculinista/carnista) e fragilidade masculina com humor.

No que se refere à modalidade social, observa-se como o trabalho do meme (KNAPP, 2023) utiliza o humor para moldar disputas narrativas – "agro salvador" pop x 'veganos ingratos" (MEDEIROS *et al.*, 2024) – e ofensas a grupos de homens que fogem da masculinidade hegemônica (CONNELL, 2005), reverberando cinismos ideológicos (ŽIŽEK, 2008) que perpetuam estereótipos. Esses memes exemplificam brechas no consumo informacional, circulando ódio de maneira disfarçada. O humor, nesses casos, é empregado como forma de mascarar discursos de ódio. A Ku Klux Klan, por exemplo, utilizou piadas online para disseminar estereótipos racistas e incitar violência, justificando-os como humor, não ódio (BILLIG, 2005). Esse fenômeno é comum no ambiente online, onde piadas, memes e gifs servem para comunicar ideias a novos públicos ou reforçar crenças em comunidades estabelecidas. Assim, nota-se que informações científicas são usadas para justificar preconceitos contra homens que consomem soja, associando-os a grupos considerados liberais,

como feministas (GAMBERT; LINNÉ, 2018), em conjunto com teorias conspiratórias (SALLES *et al.*, 2023; SANTINI *et al.*, 2022), para *trollar* os outros (HANNAN, 2025).

Refletindo sobre o papel das plataformas em relação a esse tipo de comunicação e circulação de imagens, muitas vezes os memes são defendidos como liberdade de expressão ou meras piadas. Becerra e Waisbord (2011) argumentam que a liberdade de expressão, fundamentada no 'mercado de ideias' do liberalismo moderno, é insuficiente para garantir uma comunicação democrática sob o paradigma universalista dos direitos humanos. Regulamentações de plataformas digitais, tanto legais quanto internas, seguem uma visão maximalista da liberdade de expressão, favorecida pelo Vale do Silício. Contudo, a falta de padrões adequados e a crescente demanda por transparência evidenciam a necessidade de regras que limitem a 'liberdade de escolha editorial das empresas'. Os autores destacam que uma das consequências do discurso de ódio "é a censura de diferentes formas de expressão" (BECERRA; WAISBORD, 2011, p. 308).

O pesquisador Joshua Citarella (2019), estudando culturas de jovens no TikTok, observou que eles performam identidades reacionárias sem, de fato, engajarem com elas. Esses jovens usam códigos e símbolos que exploram brechas da plataforma. Ele relata que "o TikTok banuiu vídeos com armas de fogo apenas para que o uso de armas Nerf, *um tipo de arma de brinquedo*, surgisse como uma das tendências mais populares da plataforma; e onde suásticas não são permitidas, fascistas publicam a cruz de ferro ou o sol negro" (CITARELLA, 2019, s.p., grifos do autor). Memes com estéticas cativantes representam um perigo ao atingir usuários com crenças políticas pouco consolidadas, fazendo-os rir primeiro e se radicalizar depois. Inicialmente, muitos não compreendem as mensagens implícitas nos conteúdos que compartilham, enquanto outros as interpretam claramente. Essa dinâmica gera uma disputa entre criadores de memes e plataformas, com produtores de conteúdo fascista tentando contaminar símbolos benignos – como *Pepe the Frog*¹⁸ – e forçando a moderação de volumes crescentes de conteúdo. Segundo Citarella (2019), o objetivo é provocar as plataformas a remover publicações em excesso, incluindo conteúdos neutros, o que grupos de extrema direita utilizam como 'prova' de perseguição contra jovens conservadores. Esse conflito resulta na transição de mensagens implícitas para explícitas, enquanto a moderação no estilo *whack-a-mole* – onde legisladores aparentam dar ênfase a casos específicos e bem definidos em que

¹⁸ Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/pepe-the-frog>. Acesso em: 11 nov., 2024.

foram identificados ou relatados problemas¹⁹ – acaba funcionando como uma tática de recrutamento para a extrema direita.

No caso do Instagram (n.d.), suas diretrizes indicam que é proibido falsificar identidade, fornecer informações imprecisas ou realizar atividades ilícitas, fraudulentas ou que prejudiquem o serviço. Também não é permitido acessar dados ou criar contas de forma não autorizada, comercializar informações obtidas da plataforma, divulgar dados privados sem consentimento ou violar direitos de terceiros, como propriedade intelectual. Além disso, não se pode modificar, traduzir ou realizar engenharia reversa dos produtos, nem utilizar domínios ou URLs sem autorização prévia. Contudo, não há menção explícita ao discurso de ódio ou postagens que firam a dignidade humana. A remoção do conteúdo ocorre apenas se a empresa entender que houve violação de alguma proibição. A plataforma ainda se exime de responsabilidade, alegando não controlar "o que as pessoas e outras partes fazem ou dizem, e não [são] responsáveis [...] ações ou condutas [...] ou conteúdo (incluindo conteúdo ilegal ou inapropriado)" (INSTAGRAM, n.d., s.p.). Tal justificativa não é exclusiva da plataforma. Como Gillespie (2018, p. 31) destaca, frequentemente as plataformas reivindicam "o direito, mas não a responsabilidade" de remover usuários ou conteúdos, garantindo poder discricionário máximo e limitando sua responsabilidade legal. Em caso de disputa, o Instagram afirma que serão resolvidas conforme a legislação do país de residência do consumidor, em tribunais locais competentes. Nos demais casos, as reclamações serão resolvidas nos tribunais do Distrito Norte da Califórnia ou do Condado de San Mateo, sob jurisdição da Califórnia, cujas leis regerão os termos, desconsiderando conflitos de leis.

O humor continua sendo um potente disfarce que coloca mensagens de ódio em um lugar incerto enquanto ataque à dignidade humana. Entretanto um apontamento inicial ao que tange o tema foi feito pela *European Commission's Radicalisation Awareness Network* que aponta que "o humor se tornou uma arma central dos movimentos extremistas para subverter sociedades abertas e reduzir o limiar em direção à violência, [...] reconfigurando posições extremistas sob uma aparência irônica, borrando as linhas entre travessuras e mensagens potencialmente radicalizadoras" (FIELITZ; AHMED, 2021, p. 4).

Assim, os memes analisados revelam como o trabalho do meme (KNAPP, 2023), sob a aparência de humor, tornam-se uma ferramenta eficiente na propagação de discursos de ódio

¹⁹ Disponível em: <https://news.cornell.edu/media-relations/tip-sheets/whack-mole-approach-social-media-regulation-good-publicity-bad>. Acesso em: 11 nov., 2024.

e na reafirmação de masculinidades hegemônicas (CONNELL, 2005). O humor depreciativo (FORD, 2015, 2014; FORD; BUIE *et al.*, 2019) permite expressar preconceitos sob a proteção do riso, criando o que Billig (2005) denomina 'espaço de imunidade' contra críticas. Ao mesmo tempo, a dificuldade das plataformas em identificar e regular essas manifestações, como apontam Becerra e Waisbord (2011), decorre tanto da ambiguidade entre humor e ofensa quanto da insuficiência dos mecanismos de moderação, frequentemente baseados em uma visão maximalista de liberdade de expressão.

5. Considerações finais

Este estudo buscou analisar os discursos embutidos nos memes anti-veg*nismo, revelando como o humor depreciativo opera como veículo ideológico na normalização do preconceito e na reafirmação de masculinidades hegemônicas. Observou-se que os memes analisados funcionam através do trabalho do meme (KNAPP, 2023), disfarçando discursos de ódio sob a aparência de humor, o que permite a propagação de estereótipos e narrativas conservadoras com impacto significativo na construção cultural e política contemporânea, mostrando como uma crítica ao humor é imprescindível (BILLIG, 2005).

Os memes, ao abordarem temas como questões de gênero, ideais de consumo e a valorização do agronegócio, evidenciam uma relação estreita entre o consumo de carne, a masculinidade e valores sociais conservadores (ADAMS, 2010; CONNELL, 2005). O humor anti-veg*no, ao ridicularizar homens veg*nos e associá-los à fragilidade e feminilidade, reforça valores patriarcais e práticas discursivas reacionárias, conectando-se à 'misoginia bolsonarista' e à exaltação da figura do 'homem de verdade' como símbolo de poder e liderança (AIRES *et al.*, 2024; CARVALHO; FREITAS, 2022 *apud* COSTA, 2023a). Paralelamente, os memes que enaltecem o agronegócio como 'protetor da economia' ou 'única solução' para a sobrevivência inserem-se em um contexto político que privilegia a desregulamentação ambiental e a exploração de recursos naturais (MEDEIROS *et al.*, 2024). A narrativa de que 'o agro é pop' contrapõe ideologicamente o movimento veg*no aos interesses econômicos da bancada ruralista, mascarando os impactos ambientais da pecuária e da produção de soja. Dessa forma, os memes funcionam como ferramentas simbólicas que naturalizam a hegemonia do agronegócio e retratam os veg*nos como inimigos do progresso e da economia nacional.

Além disso, este estudo revelou como memes de humor depreciativo (FORD, 2015, 2014; FORD; BUIE *et al.*, 2019; FORD; RICHARDSON *et al.*, 2015) funcionam como ferramentas ideológicas, criando comunidades online onde o riso é utilizado para fortalecer identidades coletivas e radicalizar discursos. Ao se apropriar de símbolos culturais e estéticos cativantes, os memes mascaram seu caráter prejudicial, tornando difícil sua moderação (CITARELLA, 2019). A dificuldade de identificação deste tipo de conteúdo pelas plataformas, conforme aponta Billig (2015), deve-se ao caráter ambíguo do humor, que frequentemente se coloca em um espaço de imunidade contra críticas. Assim, memes e outros formatos de meta-humor se tornam ferramentas de discurso de ódio que escapam das regulamentações tradicionais

No contexto da regulação das redes sociais, a análise evidenciou as limitações das políticas atuais, como as do Instagram, que priorizam a liberdade de expressão em detrimento da proteção contra conteúdos que ferem a dignidade humana (INSTAGRAM, s.d.; GILLESPIE, 2018). A abordagem baseada na autorregulação das plataformas enfrenta desafios significativos ao lidar com discursos que utilizam o humor como estratégia de dissimulação, conforme indicado pela *European Commission's Radicalisation Awareness Network* (FIELITZ; AHMED, 2021). A ausência de padrões claros e a dependência de algoritmos e intervenções humanas inadequadas resultam em falhas contínuas na identificação e moderação desse tipo de conteúdo.

Uma possível ação para regulamentação das plataformas seria o desenvolvimento de ferramentas de moderação culturalmente sensíveis, com algoritmos capazes de captar nuances culturais e contextuais do humor e dos memes, complementados por análises humanas e IA treinada em contextos específicos, como o discurso político e cultural brasileiro. Além disso, é necessário promover maior transparência e responsabilização das plataformas, com a divulgação de relatórios regulares sobre decisões de moderação e auditorias externas independentes que revisem políticas e impeçam que discursos prejudiciais sejam protegidos sob a alegação de 'liberdade de expressão'. A educação digital deve ser fortalecida por meio da alfabetização midiática nos currículos, capacitando jovens a identificar discursos problemáticos, aliada a campanhas de conscientização que questionem a ideia de que memes são 'apenas piadas'. Algo semelhante ao que vem ocorrendo na Finlândia, que educa jovens e

adultos para identificarem *fake news*²⁰. Políticas claras contra discurso de ódio disfarçado de humor também são essenciais, incluindo a revisão dos termos de uso para proibir conteúdos que reforcem preconceitos e a criação de sistemas de denúncia mais eficientes.

Por fim, este trabalho reafirma a importância de compreender os memes não apenas como peças de entretenimento, mas como expressões culturais com implicações políticas e sociais profundas. O humor depreciativo presente nos memes anti-veg*anos é um dos vários sintomas da manutenção de ideologias conservadoras, na normalização do preconceito e na perpetuação de masculinidades hegemônicas. A necessidade de políticas regulatórias mais robustas e eficazes torna-se evidente diante da complexidade dessas práticas discursivas, exigindo uma revisão crítica das abordagens atuais para promover um ambiente digital mais democrático e inclusivo.

Referências

ADAMCZYK, Dominka *et al.* Gender, Masculinity, and the Perception of Vegetarians and Vegans: A Mixed-Methods Investigation. **Sex Roles**, v. 89, p. 595-609, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11199-023-01420-7>.

ADAMS, Carol J. **The Sexual Politics of Meat**. Nova York: Continuum, 2010.

AIRES, Janaine *et al.* Macho, Macho Man... I've Got to Be a Macho!: Discurso de ódio bolsonarista contra a população LGBTQIAPN+. **Anais do 33º COMPÓS**, Niterói, RJ, p. 1-21, 2024.

BECERRA, Martín; WAISBORD, Silvio. La necesidad de repensar la ortodoxia de la libertad de expresión en la comunicación digital. **Desarrollo económico**, v. 60, n. 232, p. 295-313, 2021.

BERG, Ryan C. Cattle Supply Chains and Deforestation of the Amazon. **Testemunho apresentado ao Comitê de Finanças do Senado**, Edifício Dirksen de Escritórios do Senado, Washington, D.C., 2023. Disponível em: <https://www.csis.org/analysis/cattle-supply-chains-and-deforestation-amazon>. Acesso em: 11 nov., 2024

BILLIG, Michael. **Laughter and Ridicule**. Londres: Sage, 2005.

CHAGAS, Viktor. Apresentação. In: _____ (org.). **A cultura dos memes no Brasil**. Salvador: EDUFBA, 2024. p. 11-24.

CITARELLA, Joshua. Irony Politics & Gen Z. **New Models**, 2019. Disponível em: <https://www.newmodels.io/editorial/issue-1/14-irony-politics-gen-z-2019-citarella>. Acesso em: 11 nov., 2024.

CONNELL, Raewyn W. **Gender**. Cambridge: Polity Press, 2009.

_____. **Masculinities**. Londres: Routledge, 2005.

_____. **Gender and Power**. Cambridge: Polity Press, 1987.

²⁰ Disponível em: <https://edition.cnn.com/interactive/2019/05/europe/finland-fake-news-intl/>. Acesso em: 11 nov., 2024.

COSTA, Thiago. Um bando de lobos solitários: Uma análise dos memes de mentalidade sigma na machosfera do Instagram brasileiro. **Dispositiva**, v. 12, n. 22, p. 269-290, 2023a. DOI: <https://doi.org/10.5752/P.2237-9967.2023v12n22p269-290>.

_____. Apoiando a questão atual: Humor depreciativo e alteridade por meio de memes de internet. **Compolítica**, v. 13, n. 1, p. 57-76, 2023b. DOI: <https://doi.org/10.21878/compolitica.2023.13.1.663>.

DENISOVA, Anastasia. **Internet Memes and Society**. Nova York: Routledge, 2019.

FIELTIZ, Maik; AHMED, Reem. **It's not funny anymore**. Luxemburgo: European Commission, Radicalisation Awareness Network, 2021.

FORD, Thomas E. The Social Consequences of Disparagement Humor: Introduction and Overview. **Humor**, v. 28, n. 2, p. 163-169, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1515/humor-2015-0016>.

_____. Humor and Prejudice. In: ATTARDO, Salvatore (Ed.). **Encyclopedia of Humor Studies**. Los Angeles: Sage, 2014. p. 594-596.

_____.; BUIE, Hannah S. *et al.* Diminished Self-Concept and Social Exclusion: Disparagement Humor from the Target's Perspective. **Self and Identity**, v. 19, n. 6, p. 1-21, 2019. DOI: <https://doi.org/10.1080/15298868.2019.1653960>.

_____.; RICHARDSON, Kyle *et al.* Disparagement Humor and Prejudice: Contemporary Theory and Research. **Humor**, v. 28, n. 2, p. 171-186, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1515/humor-2015-0017>.

FREUD, Sigmund. **The Interpretation of Dreams**. Nova York: Basic Books, 2010.

_____. **Wit and its Relation to the Unconscious**. Nova York: Moffat, Yard and Company, 1916.

GAMBERT, Iselin; LINNÉ, Tobias. From Rice Eaters to Soy Boys: Race, Gender, and Tropes of 'Plant Food Masculinity'. **Animal Studies Journal**, v. 7, n. 2, p. 129-179, 2018.

GILLESPIE, Tarleton. **Custodians of the Internet**. New Heaven: Yale University Press, 2018.

GOMES, Irene; FERREIRA, Igor. Em 2022, analfabetismo cai, mas continua mais alto entre idosos, pretos e pardos e no Nordeste. **Agência de Notícias IBGE**, 2023. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br>. Acesso em: 03 fev. 2025.

HANNAN, Jason. "But Bacon"! The Performative Violence of Anti-Vegan Trolling. In: HUNNICUTT, Gwen *et al.* (ed.). **Violence and Harm in the Animal Industrial Complex**. Nova York: Routledge, 2025.

INSTAGRAM. Community guidelines. **Instagram**. S.d. Disponível em: https://help.instagram.com/350562574791105?helpref=faq_content. Acesso em: 11 nov., 2024

INSTITUTO PRÓ-LIVRO. 6ª edição: Retratos da leitura no Brasil – 2024. Instituto Pró-Livro, 2024. Disponível em: https://www.prolivro.org.br/wp-content/uploads/2024/11/Apresentac%CC%A7a%CC%83o_Retratos_da_Leitura_2024_13-11_SITE.pdf. Acesso em: 11 nov., 2024

KNAPP, Ivan. On Meme Work. **October**, v. 183, p. 3-16, 2023. DOI: https://doi.org/10.1162/octo_a_00474.

KNOW YOUR MEME. Soy Boy. **Know Your Meme**, 2017. Disponível em: <https://knowyourmeme.com/memes/soy-boy>. Acesso em: 11 nov., 2024

LAPPER, Richard. **Beef, Bible and Bullets**. Manchester: Manchester University Press, 2021.

LEEDY, Paul D.; ORMROD, Jeanne Ellis. **Practical Research**. Boston: Pearson, 2015.

MEDEIROS, Priscila *et al.* Greenwashing and Disinformation: The Toxic Advertising of Brazilian Agribusiness on Social Media. **Comunicação e Sociedade**, v. 45, p. 1-26, 2024. DOI: [https://doi.org/10.17231/comsoc.45\(2024\).5417](https://doi.org/10.17231/comsoc.45(2024).5417).

PETRY, Amanda Cassel; BARTH, Mauricio. Masculinidade "ao ponto": análises sobre o apelo à virilidade ideal atribuída ao consumo de carne. **Mosaico**, v. 14, n. 2, p. 174-188, 2023. DOI: <https://doi.org/10.21727/rm.v14i2.3623>.

REED, Katharine E. *et al.* Neither soy nor isoflavone intake affects male reproductive hormones: An expanded and updated meta-analysis of clinical studies. **Reproductive Toxicology**, v. 100, p. 60-67, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.reprotox.2020.12.019>.

ROMBACH, Meike *et al.* "Soy Boy vs. Holy Cow"—Understanding the Key Factors Determining U.S. Consumers' Preferences and Commitment to Plant-Based Milk Alternatives. **Sustainability**, v. 15, n. 18, p. 1-14, 2023. DOI: <https://doi.org/10.3390/su151813715>.

ROSE, Gillian. **Visual methodologies**. Londres: Sage, 2016.

SALLES, Débora *et al.* The Far-Right Smokescreen: Environmental Conspiracy and Culture Wars on Brazilian YouTube. **Social Media + Society**, v. 9, n. 3, p. 1-22, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1177/20563051231196876>.

SANTINI, Rose Marie *et al.* We Love to Hate George Soros: A Cross-platform Analysis of the Globalism Conspiracy Theory Campaign in Brazil. **Convergence**, v. 28, n. 4, p. 983-1006, 2022. DOI: <https://doi.org/10.1177/13548565221085833>.

SOBIERAJ, Sarah. Bitch, Slut, Skank, Cunt: Patterned Resistance to Women's Visibility in Digital Publics. **Information, Communication & Society**, v. 21, n. 11, p. 1-15, 2017. DOI: <https://doi.org/10.1080/1369118X.2017.1348535>.

STANLEY, Samantha K. *et al.* Masculinity Matters for Meat Consumption: An Examination of Self-Rated Gender Typicality, Meat Consumption, and Veg*nism in Australian Men and Women. **Sex Roles**, v. 88, p. 187-198, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11199-023-01346-0>.

VAN DER HORST, Hilje *et al.* Game changers for meat and masculinity? Male athletes' perspectives on mixed and plant-based diets. **Appetite**, v. 187, p. 1-11, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2023.106585>.

ŽIŽEK, Slavoj. **The Sublime Object of Ideology**. Londres: Verso, 2008.