

CONSUMO POLÍTICO E ATIVISMO: ETNOGRAFANDO EXPERIÊNCIAS VEGANAS*

*Diego Breno Leal Vilela** , Maria da Graça Silveira Gomes da Costa****

RESUMO: Na contemporaneidade, o mercado econômico aparece como espaço privilegiado para a ação dos novos movimentos sociais. Nessa perspectiva, as escolhas de consumo passam a levar em conta valores éticos que ultrapassam questões econômicas comumente ligadas ao consumo. Partindo de um estudo etnográfico junto a um grupo vegano/punk/anarquista na cidade de Campina Grande – PB, esse artigo tem como objetivo demonstrar como o veganismo, na medida em que promove opções diferenciadas de consumo, pode ser considerado uma forma de consumo político, e, por conseguinte, também de ativismo. Para o vegano, o não consumo de carne, antes de ser fruto de uma dieta alimentar, é, com efeito, consequência de um posicionamento ético e político que pode ser caracterizado como anti-especista. Ao utilizarem de estratégias e ações políticas como boicotes às empresas que exploram os animais, ou a reciclagem de alimentos, percebemos que, longe de ser um ato inocente, o processo de escolha da compra ou não-compra de mercadorias são capazes de expressar relações sociais e valores que se relacionam ao consumo, sobretudo na forma de consumo político que expressam e refletem, de fato, verdadeiras visões de mundo ou maneiras particulares de interpretar a realidade. Assim, o consumo se apresenta como um meio eficaz e objetivo de atuar ético e politicamente na sociedade.

PALAVRAS-CHAVES: Ativismo. Veganismo. Consumo político. Observação participante.

* Trabalho apresentado no 3º Congresso Mundial de Bioética e Direito dos Animais, realizado entre os dias 22 a 25 de agosto de 2012, na cidade do Recife-PE.

** Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).

*** Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Psicologia da UFRN.

ABSTRACT: Nowadays, the economic market appears as a privileged space for the action of new social movements. From this perspective, consumption choices are to take into account ethical values beyond economic issues commonly associated with the consumption. Based on an ethnographic study with a group vegan / punk / anarchist in Campina Grande - PB, this article aims to demonstrate how veganism, in that it promotes consumption of different options can be considered a form of political consumption and therefore also of activism. For the vegan, non-consumption of meat, before being the result of a diet is in fact the result of an ethical and political environment that can be characterized as anti-speciesist. By using strategies such as boycotts and political actions to companies that exploit animals, recycling or food, we realized that, far from being an innocent act, the process of choice of purchase or non-purchase of goods are capable of expressing social relations and values that relate to consumption, particularly in the form of political consumption that express and reflect, in fact, true worldviews or particular ways of interpreting reality. Thus, consumption is presented as an effective and objective of acting ethically and politically in society.

KEY-WORDS: Activism. Veganism. Political consumption. Participant observation.

SUMÁRIO: 1-Introdução; 2- Veganismo e consumo político e alimentação; 3 - A cozinha enquanto lugar estratégico: quebrando o tabu do sabor, seduzindo pelo paladar; 4 - Considerações Finais; 5- Referências Bibliográficas.

1. Introdução

Em um cenário onde os mercados econômicos ocupam um lugar central, várias pessoas, grupos e movimentos sociais têm buscado formas inovadoras de agir politicamente. Neste contexto, mais do que o Estado, as instituições e a própria esfera política, é o mercado que está aparecendo como espaço privilegiado de ação dos chamados novos movimentos sociais. Esses atores estão passando a construir “uma nova cultura de ação política visando a reapropriação da economia a partir de valores próprios” (Portilho, 2009, p. 204).

Neste contexto – onde o mercado passa a ser apropriado por sujeitos que desejam lhe conferir outros valores, redefinindo as relações ente produtor e consumidor – o campo do consumo passa então a ocupar um papel de suma importância, na medida em que, cada vez mais, o sucesso da proposta de se construir um mercado mais sustentável e menos predatório, depende, diretamente, da politização do consumo. Na perspectiva de Nunes (2010),

O consumo politizado (ou político, ou engajado) representa a ação de indivíduos ou grupos de indivíduos que fazem escolhas entre produtores ou fabricantes e seus produtos com o objetivo de alterar (ou ao menos tentar alterar), de maneira objetiva, as práticas de mercado. Suas escolhas são baseadas em atitudes e valores que levam em conta a justiça, a ética ou outras razões não econômicas. Consumidores politizados são pessoas que se engajam em situações que envolvem fazer escolhas (as escolhas engajadas). (NUNES, 2010, P. 16)

Para pensar apenas em alguns exemplos, é neste sentido, que grupos de feministas promovem o boicote a marcas de cerveja que disseminam a imagem da mulher enquanto objeto, que grupos de pacifistas não consomem uma dada marca de refrigerante que financia uma guerra e que veganos não consomem uma infinidade de produtos de empresas que realizam testes em animais.

De acordo com Portilho (2008), “o que designamos, genericamente, por movimento de consumidores parece representar, pelo menos, três categorias distintas de movimento social, com objetivos e ações, às vezes, bem diferentes entre si”. São eles: os movimentos de defesa dos direitos dos consumidores. Os movimentos anticonsumo e os movimentos pró-consumo responsável.

Nesse texto, trataremos do caso de um grupo de veganos – e também punks/anarquistas – que se situam no limiar entre o segundo e o terceiro tipo de movimento de consumidores apontados acima. O conjunto de ideias e questões que estão implicadas

no termo veganismo, pode se desdobrar em várias formas de agir politicamente.

Nosso objetivo, é demonstrar, na prática, ou seja, a partir das ações desempenhadas pelos sujeitos aqui em questão, que o veganismo, na medida em que promove opções diferenciadas de consumo, pode ser considerado uma forma de consumo político, e, por conseguinte, também de ativismo.

Para alcançar os objetivos propostos, apresentaremos aqui uma etnografia que narra e descreve, situações práticas e cotidianas que nos permitem refletir sobre as questões que estão em jogo no ato da compra de um dado produto para os sujeitos do qual estamos tratando. Os fatos aqui narrados são frutos de uma experiência de vivência/pesquisa ocorrida entre os anos de 2008/2009 na cidade de Campina Grande, quando tive a oportunidade de dividir o mesmo espaço com esses sujeitos. A metodologia utilizada foi a observação participante, sendo realizada também entrevistas abertas.

Diante da carência de investigações sobre o consumo político no Brasil, tentaremos neste trabalho dar uma contribuição mais empírica/etnográfica que teórica, para esse campo de estudos que se apresenta como novo e cheio de possibilidades.

2. Veganismo e consumo político e alimentação

A expressão *vegan* foi literalmente cunhada - digamos, inventada - no ano de 1944 por dissidentes da *The Vegetarian Society* na Inglaterra. Essas pessoas sentiram a necessidade de adotar um novo termo para definir a si próprios, uma vez que não estavam mais satisfeitos com os rumos que estavam tomando essa Associação. Assim, *vegan*, é o resultado da conjunção das três primeiras letras com as duas últimas da palavra *Vegetarian*. De maneira análoga, em português considera-se as três primeiras e as três últimas letras da palavra vegetariano, formando o termo *vegano* ou *vegana*.

A perspectiva *vegan* difere da vegetariana, ao menos **formalmente**, por pelo menos dois motivos principais. Primeiramente, o vegetarianismo está mais comumente associado a uma dieta alimentar que possui como finalidade principal o bem estar do corpo, abdicando do consumo da carne em prol de uma vida mais saudável. Depois, por estar predominantemente relacionada a esta atitude de bem estar, o vegetariano¹ estaria se restringindo apenas ao campo da alimentação, sendo perfeitamente admissível não comer carne, mas usar sem maiores problemas um apetrecho de origem animal. Neste sentido, a perspectiva *vegan* difere e muito da vegetariana. Para o vegano, o não consumo de carne, antes de ser fruto de uma dieta alimentar, é, com efeito, consequência de um posicionamento ético e político que pode ser caracterizado como anti-especista².

Uma série de fatores que envolvem risco alimentar, práticas de consumo consciente, conhecimento científico sobre a nutrição, bem como outros mais desencadeados principalmente na década de 1990, acabaram por contribuir para que a alimentação fosse pensada enquanto um campo de ação política, tanto em suas formas de produção e distribuição, quanto de aquisição e consumo. (Portilho, 2011, p.100) Fátima Portilho tem chamado bastante atenção para essas questões:

A nova abordagem da alimentação como campo político pode ser compreendida dentro de quadros mais amplos de análise dos processos de ambientalização e politização da vida privada e cotidiana, traduzidos, em especial, na percepção e no uso do consumo como prática política, o que tem sido chamado de consumo político. (PORTILHO; 2011, p.101).

Vejam na sessão abaixo, como essas ideias são vividas na prática pelos sujeitos aqui em questão.

De vez em quando, ia-se a feira central da cidade com objetivo de “reciclar³” alimentos. Dessa forma, apanhava-se do chão frutas ou verduras que haviam caído das cestas, ou, que por algum motivo, já haviam sido descartas pelos feirantes. Se

para a maioria das pessoas aquelas frutas e verduras estavam no chão porque não serviam mais para serem consumidas, para os sujeitos aqui em questão não aproveitá-las seria uma forma de desperdício.

Ir à feira ou ao supermercado é sempre estar atento aos rótulos de todo e qualquer produto. Fazia-se isso com a finalidade de identificar sua origem, a empresa que o fabricou e quais ingredientes foram utilizados na fabricação. Verificar os rótulos é não correr o risco de adquirir qualquer produto de origem animal, produzido por empresas que fazem testes em animais ou que os “exploram” de alguma maneira. Apesar de parecer um exercício cansativo, é preciso considerar que, de tanto olhar rótulos, essas pessoas já possuem um leque de produtos e marcas que podem ser consumidas. A esse respeito, há também vários sites que indicam quais as empresas que fazem ou não testes em animais, servindo de alguma maneira como um guia na hora das compras.

O fato de um hambúrguer ser feito de soja e, por consequência, não possuir nenhuma origem animal, não significa de imediato a conversão desse alimento ao repertório de itens considerados comestíveis. Para as pessoas com quem dividi a casa, não havia sentido comer hambúrguer de soja fabricado por empresas como *Sadia* ou *Perdigão*, uma vez que essas empresas são as grandes campeãs no mercado da carne de uma maneira geral.

É bastante difundida a crença de que vegetarianos ou veganos pelo fato de marcarem sua alimentação no sentido de não consumir carne, irão, automaticamente, consumir ou “substituir” – termo mais frequente – a ausência da carne por soja. Mas é interessante perceber que tal pensamento é relativo e apenas parcialmente verdadeiro. Principalmente nas regiões Sul e Norte do Brasil, onde há uma predominância do latifúndio para o plantio da soja, muitos veganos optam por não consumi-la, principalmente pela lógica com que o “mercado da soja” está inserido em tais contextos. Planta-se soja para alimentar o gado. Para obter o mínimo de sucesso com esse plantio, é necessário

fazê-lo em grande quantidade e isto é feito, na maioria das vezes, destruindo o ecossistema local.

Diante de tal contexto, não faria sentido incluir esse tipo de soja, adquirido mediante prejuízos à natureza, no leque dos alimentos considerados comestíveis. Não há como deixar de dizer que entre os sujeitos dessa pesquisa este tipo de preocupação não viesse à tona, mas de fato, a soja ainda era bastante consumida. No entanto, tomava-se o cuidado – não apenas no caso da soja, mas de tudo aquilo que era considerado alimento – de não se comprar nenhum produto transgênico.

O que aparece como claro, é que dentro do universo desses veganos, há uma preocupação patente em se pensar a questão do consumo de alimentos ou demais produtos, mediante o seu enquadramento em contextos mais amplos. Quer-se dizer com isso, identificar suas origens, saber como foi produzido e distribuído, a custo de que foi produzido e distribuído.

De uma maneira geral, os termos mais utilizados para classificar o tipo de comida vegana na casa, era uma comida “livre de sofrimento”. Muitos se empenhavam em demonstrar que era possível se alimentar “sem precisar submeter outros seres a morte, a crueldade e a tortura”.

Em várias conversas, seja das mais embasadas teórica e politicamente ou aquelas mais corriqueiras, sempre se referiam ao que a sociedade abrangente classifica genericamente de “animais”, como “animais não-humanos”. Um termo alternativo, porém menos utilizado, era o de “seres sencientes”⁴ ao invés de “seres irracionais”. Usava-se ainda simplesmente o termo “ser”.

Para o vegano de uma maneira geral, e para os sujeitos aqui em questão, de maneira particular, não há distinção entre homens e “animais”. Uns são humanos, outros não, e se na sociedade como um todo isso pode ser mais que suficiente para que se crie um abismo nessa relação, para os veganos isso é apenas um detalhe, algo que possui pouca importância.

A esse respeito, é que se torna totalmente compreensível a existência de cartazes nas paredes da sala da casa contendo as

seguintes mensagens: “nesta casa não há assassinos” ou “para los animales todos los hombres son nazis”. As mensagens expressam um tipo de posicionamento onde eram considerados assassinos não apenas as grandes indústrias da carne financiadora dos abates, mas também aqueles que a consumiam, no sentido de estar contribuindo para o crescimento dessa mesma indústria.

Havia também um certo debate acerca da possibilidade de atribuir nomes próprios aos “feitos” da cozinha vegana. Criar termos próprios, pode se constituir numa alternativa para escapar as comparações ou mesmo associações com a cozinha não vegana.

Tal como ocorre mais comumente, constrói-se uma relação dicotômica onde o vegetariano ou o vegano são pensados em oposição ao carnívoro. Logo, vegetariano/vegano, é aquele que não come carne. Redundâncias a parte, a carne é o elemento central dessa relação dicotômica⁵.

Era com este intuito que, na tentativa de escapar a essa dicotomia, ao fazer algo parecido com o pão de queijo, não estava se fazendo pão de queijo, e sim, “pão de Q”; ou quando se fazia Hambúrguer, não se fazia Hambúrguer, mais sim, “redondinhos”. Sendo termos criativos ou não, esses exemplos podem ser interessantes para pensarmos a emergência de um vocabulário próprio que pouco a pouco foi se desenvolvendo buscando de alguma forma se distanciar da culinária usual onde a carne ocupa um lugar de centralidade.

3. A cozinha enquanto lugar estratégico: quebrando o tabu do sabor, seduzindo pelo paladar

Aos poucos, fui aprendendo a cozinhar na cozinha vegana, percebendo também, uma notada disposição por parte dos demais moradores, não apenas para me ensinar receitas, mas também para fazer certos pratos que, dentro de um contexto mais

geral, não estão relacionados ao campo do usual, do ordinário, mas sim, ao campo do deleite, do prazer em comer, das coisas que consideramos saborosas tais como quibes, almôndegas, pizza, hambúrguer, guacamole, batatas ao forno, vatapá, acarajé, ente outros.

Pouco a pouco, pude constatar que essa predisposição em “fazer coisas gostosas” ia se acentuando principalmente quando recebíamos visitas de amigos que estavam fora do eixo vegetariano e vegano. Percebi então, que a cozinha dentro do contexto desses sujeitos ocupa um lugar bastante estratégico, tal como podemos perceber na fala abaixo:

acho que o que nós temos que fazer é ocupar espaços e construir espaços de liberdade, livre de todo e qualquer tipo de opressão, e, neste caso em particular, principalmente opressão de natureza especista; acho que o que temos que fazer é ocupar espaços, e neste sentido, ocupar a cozinha de onde nós estamos é muito importante; eu me instigo para cozinhar, saca, quando chegam outras pessoas na casa, para mostrar que a questão não é de poder ou não poder carne, de entrar ou de não entrar carne na casa, mas de mostrar que não é preciso comer, ocupar a cozinha funciona quase que como uma estratégia.

Parte desse esforço também pode estar relacionado a um tipo de concepção bastante específica a respeito do lugar que a “carne”, de maneira geral, ocupa na alimentação em nossa sociedade. Em restaurantes, ao perguntarmos o que é que se tem para almoçar, facilmente iremos obter como resposta “temos frango, bife a milanesa, fígado, guisado, etc.”. Se não há carne, simplesmente não há almoço. A carne é tratada como aquilo que há de mais saboroso e importante na refeição. Não raro, deixa-se a carne para ser consumida por último, o *gran finale* da refeição. Numa pergunta, como é possível um prato tornar-se saboroso se não há carne?

Talvez seja em resposta ao lugar que “a carne” ocupa na sociedade abrangente que os sujeitos aqui em questão empenhavam-se em fazer comidas bastante carregadas de tempero, na busca

de conferir mais sabor aos seus alimentos. O esforço em fazer uma comida dentro dos parâmetros do que consideramos como saboroso, pode indicar a tentativa de rompimento com o que podemos chamar por “tabu do sabor”, ou, a premissa dominante de que apenas os alimentos feitos a base de carne e seus derivados sejam saborosos. Era por este caminho, tentando quebrar este tabu, que se cozinhava na casa. Aos “estranhos”, era preciso seduzir pelo paladar, ou, simplesmente, como já apontava nosso interlocutor, mostrar que era possível comer deliciosamente bem sem precisar da “carne”. Talvez seja por esse fato, que a grande maioria das pessoas que se assumem veganas, sabe cozinhar. Mais do que questão de sobrevivência, saber cozinhar é também uma estratégia.

A falta de possibilidades de alimentos veganos em supermercados, restaurantes, eventos ou coisas do gênero, fez com que esses sujeitos construíssem seus próprios espaços e estratégias para se alimentar. De tão cansados de se explicar e nem sempre serem compreendidos, muitas vezes ao chegarem a um estabelecimento comercial para comer, a título de exemplo, dizia-se simplesmente: “olha, eu tenho alergia a ovo e a lactose, esse produto possui esses ingredientes?”. Como a maioria das respostas sempre eram positivas, não raro, sempre que se saía de casa carregava-se na mochila alguma comida. Dizer que tem alergia, é também uma forma de sensibilizar aqueles vendedores que, na gana de vender seus produtos, poderiam omitir informações que para esses sujeitos seriam fundamentais para comprar o produto ou não.

Na tentativa de suprir tais carências, em vários eventos promovidos por esses sujeitos em Campina Grande, havia na programação um espaço para oficina de comidas, onde se aprendia e se trocava receitas. Mais recentemente, nos momentos musicais dos eventos, também vem se fazendo um esforço no sentido de se montar um ponto de venda de comida vegana. É interessante notar que muitas vezes nesses eventos ao lado do ponto em que se vendia comida vegana, eram também distribu-

idos panfletos pró libertação animal, contra a indústria carne ou contendo mensagens anarquistas. Tal fato, é, para mim, digno de nota, uma vez que não acredito que seja fruto de um mero acaso o ponto de venda de comida ser também um ponto de distribuição de mensagens ou panfletos “ideológicos”. Neste caso, entendo que a própria comida, é portadora de uma mensagem política, cujo objetivo principal é mostrar para as pessoas que não são veganas ou vegetarianas que é possível construir uma outra forma de se alimentar, para esses sujeitos, uma forma “livre de sofrimento”.

Na casa, a cozinha também era o lugar onde muitos debates ou conversas consideradas interessantes se desenvolviam, principalmente nos finais de semana, quando todos já estavam de alguma maneira livre do fardo das atividades cotidianas como trabalhar ou estudar. Estando todos em casa, era o momento de por as conversas em dia, e não raro fazia-se isso enquanto se preparava as refeições. É difícil precisar o que se conversava, uma vez que os temas eram dos mais variados e por vezes muito difusos. Contudo, quero aqui destacar o caráter coletivo tanto no preparo quanto nos momentos das refeições propriamente ditas, enquanto um dos grandes fatores de sociabilidade.

O “comer junto”, era um momento bastante apreciado e na maioria das vezes, muito aguardado. Tal ato possui um significado bastante importante, principalmente porque o comer é um ato que envolve partilha. A palavra companheiro ou *compagnon* em francês e no inglês *companion*, é oriunda do latim, *cum panem* ou aqueles que “compartilham o pão”. A comensalidade é, portanto, um momento em que a coesão entre pessoas, famílias e grupos é reforçada, “ao partilhar a comida, partilham sensações, tornando-se uma experiência sensorial compartilhada” (Maciel, 2001).

Não é a toa que na maioria das vezes nos recusamos a fazer refeições ao lado de pessoas indesejadas. Podemos até conviver com tais pessoas no trabalho ou mesmo em outras situações, mas sentar-se deliberadamente na mesma mesa, jamais. No limite da nossa expressão de recusa, nos retiramos da mesa, porque

simplesmente não há o que se dividir, partilhar. Talvez tenha sido por esses mesmos motivos que o Concílio de Viena de 1267, determinou que os cristãos não deveriam colocar-se à mesa com judeus, ou, como no caso da Índia, em que membros de castas distintas não sentam na mesma mesa (Simmel, 2004).

A sexta-feira pode ser considerado o dia que se encerrava a rotina da semana, ao mesmo tempo anunciando uma nova dinâmica, um novo ritmo. Isto ocorria, principalmente, pelo fato de ser neste dia da semana que os sujeitos aqui em questão se reuniam no período da tarde para irem a uma das praças do centro da cidade – Clementino Procópio – para montarem o que eles chamavam de “banquinha”. Montar uma banca é uma prática bastante comum entre vários grupos de punks/anarquistas, e, neste caso, também entre veganos. Consiste basicamente na reunião de textos, livros, zines, cd’s ou dvd’s que são expostos com a finalidade principal de divulgar as ideias do grupo de forma mais abrangente. É justamente por esse fato que, na maioria das vezes, a banquinha é organizada em um local público, com grande trânsito de pessoas. Mais do que isso, a realização dessa banquinha com dia, data e hora previamente acordado e estabelecido, cumpre um papel importante na sociabilidade do grupo, tanto no que diz respeito a interação com as pessoas fora eixo punk/anarquista, quanto em relação ao próprio grupo, onde uma vez todos reunidos, ocorriam “troca de ideias”, de zines ou demais materiais.

4. Considerações Finais

Mary Douglas entende que os bens possuem uma grande capacidade de comunicação. Desta maneira, os indivíduos das mais diversas formas se apropriam dos bens, conferindo-lhes significados, fazendo afirmações sobre si próprias, marcando a diferença em relação aos demais grupos ou pessoas.

Aqui, os chamados boicotes ou os *boycotts*⁶, entendidos enquanto formas de consumo político, aparecem como elementos estratégicos, na medida em que comunicam uma determinada postura. Boicotar ou comprar intencionalmente, significa nas palavras de um dos sujeitos dessa pesquisa a “retomada do controle sobre o que se come e por que se come”.

Essas práticas de consumo político indicam que hoje, mais do que nunca, vários segmentos de grupos ou pessoas se utilizam de determinados “filtros” para consumirem ou deixarem de consumir. Filtros esses que passam por questões éticas, políticas, ideológicas, ambientais, ente outras.

De acordo com Portilho, tal atitude por parte dos consumidores, desencadeia mudanças na própria maneira como o consumo vem sendo pensado nas Ciências Sociais, deixando assim os consumidores de serem vítimas, escravos ou meras marionetes de um sociedade de consumo para passarem a ter um papel mais ativo e decisivo :

Com isso, o consumo deixa de ser apenas uma forma de reprodução das estruturas sociais reinantes para se tornar também, e cada vez mais, um instrumento e uma estratégia de ação política que incorpora valores como solidariedade e responsabilidade socioambiental (PORTILHO. 2011, p. 101).

Longe de ser um ato inocente, o processo de escolha das mercadorias são capazes de expressar “as relações sociais e os valores que mais lhes importam, fazendo com que o ato da compra se transforme ‘num meio de conferir objetividade a certos valores’ (Portilho, 2009, p. 210).

Em suma, as opções de consumo, sobretudo na forma de consumo político, expressam e refletem, sem sobra de dúvidas, verdadeiras visões de mundo ou maneiras particulares de enxergar as coisas e interpretar a realidade.

5. Notas de Referência

- ¹ Vale a pena salientar que mesmo as poucas pessoas que se dizem vegetarianas no grupo, não compreendem o vegetarianismo apenas como uma simples dieta. Os motivos são tão políticos quanto o dos veganos, diferem apenas pelo fato de consumirem laticínios como queijo ou leite.
- ² O anti-especismo é a ideia que defende que não há superioridade entre as espécies que habitam o planeta terra, no sentido de que, em princípio, a exploração de uma espécie por outra não é legítima – seja para entretenimento, alimentação, experimentos científicos, etc. Os sujeitos em questão relacionam o especismo com outras formas de exploração, como o patriarcado, o sexismo, o racismo e a escravidão.
- ³ O ato de reciclar, ou, o “recicle” tal como falado por esses sujeitos, diz respeito a prática de conseguir tudo aquilo que se necessita sem que para isso seja necessário a mediação do dinheiro.
- ⁴ Entender que os animais não humanos também são seres sencientes, significar dizer que assim como nós, eles também são dotados de capacidade emocional, e por isso mesmo, sentem dor, prazer, estresse, alegria, etc.
- ⁵ Jacques Derrida critica severamente o modelo das oposições uma vez que para ele sempre há um desequilíbrio de poder necessário entre as partes polarizadas. Um se constitui enquanto a norma, e por isso mesmo, será sempre a referência, enquanto o outro é simplesmente o “outro”. Numa pergunta: será que vegetarianos ou veganos não podem ser outra coisa se não um não-carnívoro? Essa me parece uma questão frutífera e que pode ser explorada em outro momento.
- ⁶ Se o boicote indica a recusa em consumir determinados produtos por motivações éticas, políticas ou similares, os buycotts, seguem o caminho contrário, comprando-se de terminado produto porque a empresa que o fabrica não faz testes em animais, a título de exemplo.

Recebido: 15.07.2012

Avaliado em 20.11.2012