

VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo
IV Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo
II Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo
Comida e alimentação na sociedade contemporânea
9,10 e 11 de novembro de 2016
Universidade Federal Fluminense em Niterói/RJ

GRAMÁTICAS DO VEGANISMO NO BRASIL: NOVOS VALORES EM ASCENSÃO?

Felipe da Luz Colomé¹

Resumo:

O presente artigo faz parte de um estudo que aborda a emergência do veganismo no contexto brasileiro. O veganismo pode ser compreendido enquanto um conjunto de práticas e uma ideologia que tem como prescrição a abstenção do consumo de produtos de origem animal. Ademais, o veganismo pode ser entendido como um exemplo do fenômeno do consumerismo político na contemporaneidade. O consumerismo político é descrito como um fenômeno histórico caracterizado principalmente pela utilização dos bens de consumo como estratégia de intervenção nos mercados e na política. Partindo destes pressupostos, o objetivo do estudo é investigar o veganismo como um caso pertinente para a compreensão do consumerismo político, visto que ele parece materializar críticas aos valores e práticas sociais associados à utilização de animais em diferentes mercados. Através dos aportes da sociologia pragmática francesa, principalmente os trazidos por Boltanski e Thévenot (1991), foi possível problematizar quais os valores que justificam o engajamento de adeptos do veganismo. Na pesquisa de campo, desenvolvida no estado do Rio Grande do Sul, foram realizadas entrevistas em profundidade com adeptos do veganismo onde foi possível identificar a configuração de um regime axiológico crítico aos padrões vigentes de produção e consumo que implicam na utilização de animais e ainda à sustentação moral da alimentação contemporânea baseada no consumo de alimentos de origem animal.

Palavras-chave: Veganismo; gramáticas morais; consumerismo político.

¹ Doutorando em Sociologia pela Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Email: flcolome@hotmail.com

1 - Introdução

O presente artigo configura-se como parte de um estudo² que aborda a emergência do veganismo no contexto brasileiro. O veganismo pode ser compreendido enquanto um conjunto de práticas e uma ideologia que tem como prescrição a abstenção do consumo de produtos de origem animal. Não obstante sua característica mais marcante pela abstenção de produtos de origem animal na alimentação, o veganismo vai muito além dela, visto que abrange a adoção de um estilo de vida que implica desde o vestuário até o consumo de produtos de beleza, cosméticos e farmacêuticos não testados em animais, sem nenhum tipo de matéria-prima de origem animal ou ainda outras atividades que envolvam a exploração de animais para diferentes fins.

No contexto brasileiro sua constituição é recente, entretanto, diversos grupos intitulados veganos estão organizados e realizam campanhas de forma articulada, pautados por um discurso abolicionista³ que defende que é necessário abolir e combater o consumo de alimentos e produtos de origem animal, bem como a utilização de animais não humanos nas demais atividades econômicas e científicas. Contudo, é perceptível um contingente crescente de adeptos ao veganismo que não fazem parte de grupos organizados. Além disso, o veganismo pode se percebido como um caso exemplar do consumerismo político atualmente.

O consumerismo político tem sido descrito como um fenômeno histórico caracterizado principalmente pela utilização dos bens de consumo como estratégia de intervenção nos mercados e na política (HILTON, 2003). Contemporaneamente, ele é percebido como um fenômeno heterogêneo e multifacetado que é utilizado para materializar concepções morais e visões de mundo a partir de posições críticas em relação ao consumo (SASSATELLI, 2006). Atualmente, por exemplo, iniciativas de *Slow Food*, de alimentação orgânica, eco-rotulagem, campanhas para o consumo crítico, de Economia Solidária, entre outros, encerram em seus discursos a compreensão das práticas de consumo - principalmente as de consumo alimentar - como um espaço para a expressão de valores, éticas e moralidades.

Tendo como ponto de partida tais pressupostos, o objetivo do presente estudo é investigar o veganismo como um caso pertinente para a compreensão desse fenômeno, visto que ele parece materializar críticas aos valores e práticas sociais associados à utilização de animais em diferentes mercados. Através dos aportes da sociologia pragmática francesa, principalmente os

² O artigo é fruto da pesquisa de doutorado em sociologia, pela Universidade Federal do Rio grande do Sul que tem como tema as práticas e discursos sobre o veganismo no contexto brasileiro e canadense.

³ Este discurso, utilizado por Singer (2004) realiza um paralelo entre o racismo e o especismo, este último termo é utilizado por ele para definir o preconceito dos seres humanos em relação às demais espécies. Conforme o filósofo tais preconceitos seriam similares na medida em que se baseiam em aparência exterior, portanto se o ser em questão não possui aparência igual a do discriminador, não tem seus interesses atendidos do ponto de vista moral.

trazidos por Boltanski e Thévenot (1991), será discutido e problematizado quais os valores que presidem o engajamento de adeptos do veganismo. Na pesquisa de campo, desenvolvida no estado do Rio Grande do Sul, foram realizadas entrevistas em profundidade com adeptos do veganismo (tanto adeptos engajados em grupos como aqueles não engajados) onde foi possível identificar a configuração de um regime axiológico crítico aos padrões vigentes de produção e consumo que implicam na utilização de animais.

No que segue, será abordado o tema dos mercados como espaços para contestação social e o consumerismo político. Posteriormente, será discutido como a sociologia pragmática francesa configura-se como uma perspectiva teórica e metodológica interessante para a investigação sobre o veganismo e contestação social nos mercados. Nestes termos, o artigo discutirá a possível ascensão de novas gramáticas morais associadas ao veganismo que passam a contestar de diferentes maneiras as relações entre humanos e animais, bem como a contestação dos valores sociais vigentes que dão sustentação às práticas de produção e consumo que se utilizam da exploração de animais, com ênfase nos valores sociais que sustentam os padrões da alimentação contemporânea baseada no consumo de alimentos de origem animal. Por fim, será discutida a possibilidade de ascensão de uma grandeza ambiental ou ecológica, na esteira da proposta de Lafaye e Thévenot (1993), bem como na articulação de uma *cité* que possa reconstituir a ordem de grandeza que diz respeito ao interesse geral, ou seja, a *cité* cívica, visto que o discurso crítico dos veganos propõe uma recomposição radical da noção de direito, que passaria a incluir a noção de direitos animais como um novo princípio normativo que deve nortear o direito e as ações humanas de forma geral.

2 - Mercados como espaços para contestação social e o consumerismo político

Levando em conta o florescimento de diferentes formas de intervenção política⁴ nos mercados, como manifestados, por exemplo, nos boicotes bem sucedidos a cadeias e marcas globais, no crescimento da demanda por comida orgânica, ou produtos provenientes do comércio justo e da economia social, bem como no fortalecimento de iniciativas simbólicas contra companhias multinacionais em favor de estilos de vida “simples”, é perceptível a compreensão, por parte dos atores sociais, dos mercados como espaços para a contestação social, sendo o consumerismo político um claro exemplo disso no cenário contemporâneo.

O consumerismo político entendido em sua acepção sociológica e histórica pode ser percebido

⁴ Diversos autores tem abordado o tema, entre os quais: Micheletti (2002, 2004), Stolle, Hooghe & Micheletti (2005), Sorensen (2005), Canclini (1996), Halkier (1999), Portilho (2005, 2009), Spaargaren & Oosterveer (2010), e outros.

como um fenômeno histórico no qual as pessoas e grupos⁵ se utilizam das relações de trocas dos bens materiais nos mercados como estratégias para intervenção nas arenas políticas e econômicas (HILTON, 2003). Já na ótica de Sassateli (2006), ele pode ser conceituado como um conjunto de discursos heterogêneos suscetível de justificar as práticas de consumo de agentes políticos e morais. Nesta perspectiva, o consumerismo político é um fenômeno capaz de materializar concepções morais e visões de mundo a partir de posições críticas em relação ao consumo.

No entendimento de Micheletti o fenômeno do envolvimento político e intervenção nos mercados através das práticas de consumo têm sido conceituado de diferentes maneiras: *consumer activism*⁶, consumerismo ético ou consumo socialmente responsável e demais variantes. De acordo com a autora, o consumerismo político representa as ações pelas quais as pessoas têm de realizar escolhas entre produtores e produtos com o objetivo de modificar condutas ou práticas de mercado(s), ou seja, objetivando interferir politicamente nos mercados. Assim, suas escolhas são alicerçadas e motivadas por atitudes e valores sobre justiça, equidade e ainda sobre questões não estritamente econômicas que dizem respeito ao bem estar familiar e a avaliação das bases políticas e éticas das práticas das empresas e governos. Portanto, os “consumidores políticos” seriam as pessoas que se engajam em situações desse tipo, podendo agir de forma individual ou coletiva. Ademais, suas escolhas nos diferentes mercados refletem e são motivadas por um entendimento(s) de que os produtos materiais então inseridos em um complexo contexto social e normativo (MICHELETTI, 2003, p.2.).

Em consonância, Stolle e Micheletti (2013) consideram que o consumerismo político pode ser formalmente definido como a utilização, por parte do consumidor, do mercado(s) como uma arena para a política onde estes atores visam modificar práticas institucionais e de mercados percebidas como eticamente, ambientalmente ou politicamente reprováveis. Assim, as tentativas consumeristas expressariam a percepção dos mercados como arenas para a contestação política na qual seus agentes não enxergam fronteiras fixas entre as esferas econômicas e políticas, problematizando, por fim, o papel dos mercados na política e vice versa.

Nesta perspectiva, o caso do consumerismo político deixa claro que os indivíduos utilizam valores e metas políticas para interferir nas práticas de empresas, organizações internacionais, ou mesmo em causas públicas mais amplas (STOLLE, HOOGHE e MICHELETTI, 2005). Portanto, o estudo do consumerismo político e outros repertórios de ação emergentes, nos forçam a expandir o número e tipos de alvos políticos e formas pelas quais os indivíduos e grupos buscam interferir através dos mecanismos dos mercados, ou mesmo contestando-os. Sendo assim é possível

⁵ Como é o caso dos movimentos de consumidores

⁶ Em tradução livre para o português: ativismo do consumidor.

considerar que atualmente muitas pessoas têm usado as práticas de consumo e os mercados como uma forma de expressão de valores e contestação social e política, buscando através das suas escolhas influenciarem as estratégias de empresas no âmbito local e transnacional, bem como as políticas governamentais (BARNETT *ET AL*, 2005; SASSATELLI, 2006, 2007; SAYER, 2003).

3 - Possibilidades interpretativas a partir da sociologia pragmática francesa

Seguindo a abordagem de Sassatelli (2006), uma das alternativas promissoras para o estudo de iniciativas que se utilizam dos mercados como estratégia de intervenção política, como é o caso do consumerismo político, pode ser localizada na abordagem da sociologia pragmática francesa. De acordo com a autora, os discursos morais e políticos que definem o enquadramento do consumerismo político, ou crítico (termo usado pela autora) podem ser analisados a partir da noção de justificação, conceitualizado por Boltanski e Thévenot (1991):

The moral and political discourses which define the frame of critical consumerism play with different orders of justification. They can be conceptualized as drawing on repertoires of evaluation or 'orders of worth' and 'justification' which exist prior to the individual and are available across situations, even if they are realized, made salient and transformed by individuals in particular settings and circumstances. (SASSATELLI, 2006, p.231).

Nestes termos, a proposição de práticas de consumo nas quais os seus integrantes se abstêm de qualquer tipo de produtos de origem animal pode ser problematizada/analisaada a partir da perspectiva da sociologia pragmática francesa, em especial dos aportes teóricos oferecidos por Boltanski e Thévenot (1991,1999). A teorização dos autores, formulada a partir de divergências aos pressupostos da “sociologia crítica” de Bourdieu propõe uma “sociologia da crítica” afeita à observação de como os atores, em determinadas situações recorrem a diferentes “ordens de grandeza” (*cités*) como um sustentáculo normativo que preside e confere legitimidade às suas operações críticas e justificações em momentos de disputas ou momentos críticos⁷.

Conforme os autores, o principal problema da sociologia crítica consiste em sua inabilidade em compreender as operações críticas empreendidas pelos atores. Portanto, uma sociologia que visa estudar estas operações, que se debruça sobre a crítica como o seu objeto de estudo específico, deveria abandonar (mesmo que temporariamente) a postura crítica, a fim de reconhecer os princípios normativos que dão sustentação à atividade crítica das pessoas comuns (1999, p.364).

⁷ Conforme Boltanski e Thévenot (1999, p.367) “O momento crítico é precisamente o momento em que uma discordância acerca do estado de grandeza das pessoas se manifesta.”

Neste sentido, Boltanski e Thévenot (1991) ressaltam que se quisermos levar a sério as reivindicações dos atores quando estes criticam as relações de poder existentes, denunciam injustiças sociais, ou desvelam as razões ocultas de seus opositores, é necessário concebê-los como dotados de uma habilidade para diferenciar maneiras legítimas e ilegítimas de construir e apresentar críticas e justificações.

Desta forma, nos termos da abordagem proposta pelos autores citados, seria precisamente esta competência que caracteriza o sentido ordinário de justiça que as pessoas cumprem nas disputas de que participam. Em virtude disso, a teorização pragmatista visa descrever o senso de justiça dos atores, ou de maneira mais acurada, o seu senso de injustiça, e ademais construir modelos de competência com os quais os atores devem estar equipados para o enfrentamento de situações críticas comuns. Conforme os autores, esta abordagem pretende se afastar da tarefa da filosofia moral, que consiste em descobrir alguns procedimentos e eixos normativos que conduzem à justiça, não obstante seja possível construir um modelo normativo de justiça a respeito do senso de justiça do ator (BOLTANSKI E THÉVENOT, 1999).

Portanto, esta abordagem pressupõe que os atores sociais são dotados e agem conforme um modelo de competência e de capacidade reflexiva a fim de responder as críticas que dizem respeito às suas práticas e discursos que às precedem. Nestes termos, de acordo com Corcuff (2001, p.173), Boltanski e Thévenot em *De la Justification* (1991) tomam como objeto as disputas comuns que ativam a crítica, bem como a justificação das pessoas situadas em espaços públicos, potencialmente sob o olhar e solicitações de explicação dos demais membros da coletividade. Desta forma, eles formulam a hipótese de que, sobre tais debates públicos, pesam fortes constrangimentos sobre a legitimidade e a generalidade dos argumentos utilizáveis que levam as pessoas envolvidas à superação da situação particular no interior da qual elas estão engajadas.

Em consonância, Vandenbergue (2006) considera que na abordagem de Boltanski e Thévenot (1991) busca-se observar os litígios, as disputas e contendas, em outras palavras, as discórdias de todo tipo, nas quais a grandeza relativa das pessoas é, publicamente, posta em causa. Em virtude disso, com o intuito de analisar as operações críticas, como é o caso das denúncias, disputas, acusações, justificações, entre outras, observadas em situações concretas de disputa e submetidas ao imperativo da justificação, os autores construíram um modelo pragmático arquitetado na competência do julgamento que permitiria compreender como os atores manifestam seus desacordos sem recorrer à violência, bem como justificam suas pretensões à justiça, fazendo referência a valores gerais (Cités) e se apoiando em objetos comuns (Dispositifs).

Para a compreensão das operações críticas (partindo do cenário ocidental) Boltanski e Thévenot propõem a construção de um modelo que dê conta, em linhas gerais, das gramáticas utilizadas pelos atores nestas operações. Desta maneira, os autores, enfocando as operações de

justificação e de crítica onde as pessoas envolvidas devem ser dotadas da habilidade de se transportar de uma forma de justificação a outra, ou seja, de utilizar diferentes justificações em cada situação, partem da ideia da existência de um modelo comum (*modele de cité*) compartilhado por todas as ordens de grandeza e que poderia explicar esta possibilidade de deslocamento de uma a outra.

Nestes termos, os autores propõem o modelo de economias de grandeza (*economie de la grandeur*) que identifica inicialmente seis regimes de justificação aos quais os atores recorrem axiologicamente para conformar suas operações críticas em determinadas situações. Estes regimes ou ordens de grandeza referem-se a princípios, aos quais as pessoas fazem referência em suas ações para justificá-las, para julgar outrem, para criticar ou qualificar determinadas situações, bem como os objetos pelos quais os atores contam para estabilizar certas interpretações. Conforme Vandenbergue, Boltanski e Thévenot (1991) introduzem as Cidades (*cités*) “como mediações simbólicas e axiológicas que permitem constituir a situação como um conjunto bem ordenado de interações vividas entre as pessoas e os objetos que os atores encontram em seu ambiente imediato” (2006, p.331).

Desta forma, em de la justification (1991), Boltanski e Thévenot apresentam a composição de seis Cidades (*cités*) que seriam suficientes para descrever as justificações que funcionam na maior parte das situações ordinárias, ponderando que estas Cidades são construções históricas e que algumas delas seriam cada vez menos capazes de fundamentar justificações, enquanto outras estariam emergindo, como seria o caso de uma grandeza ambiental, ou uma comunicacional (BOLTANSKI E THÉVENOT, 1999). As seis Cidades⁸ (ou mundos) em questão podem ser compreendidas, portanto, como quadros de referências comuns pelos quais os atores se orientam e legitimam os seus discursos e ações (BÉNATOUIL, 1999).

Nesta perspectiva, levando em conta que as operações críticas dos atores seriam alicerçadas com base em um intrincado regime de justificação ou ordens de grandeza, que vai presidir as suas ações e julgamentos - possibilitando a distinção entre comportamentos adequados ou inadequados, bem como avaliar os comportamentos e atitudes de outrem - as práticas e discursos que dizem respeito ao veganismo, podem ser pensados como alicerçados a partir de uma gramática moral que permite o engajamento dos atores sociais, justificando-os. Assim, a

⁸ Partindo de textos clássicos da filosofia política, que serviram de base para a construção de diferentes gramáticas sobre o bem comum, os autores recorreram aos textos de Santo Agostinho (A cidade de Deus, Bossuet (la politique tirée des propres paroles de l'écriture), Hobbes (Leviatã), Rousseau (Do contrato social), Adam Smith (A riqueza das nações) e Saint Simon(Du système industriel) para então retirar seis Cidades: a cidade inspirada, a cidade doméstica, a cidade de renome, a cidade cívica, a cidade mercantil e a cidade industrial. Conforme Vandenbergue (2006, p 336), bem entendido, “Boltanski e Thévenot não querem sugerir que os atores leram esses livros. Seu argumento consiste em dizer o que os atores dispõem, por metafísica infusa, de um conhecimento tácito de seus conteúdos, os quais eles mostram ao se referirem à inspiração e à graça, à lealdade e à tradição, à opinião e ao reconhecimento, à igualdade e à solidariedade, à competitividade e à marcha ou à eficácia e à competência técnica para assentar um acordo ou sustentar um litígio”

teorização de Boltanski e Thévenot (1991) pode constituir-se em uma profícua perspectiva para a investigação das diferentes gramáticas morais que legitimam as justificações e orientam os engajamentos dos atores com tais práticas, bem como podem informar os valores utilizados por eles para a manutenção discursiva (crítica) de seus engajamentos, conforme será exposto a seguir, e ainda para o engajamento de novos atores às suas práticas.

4 - As gramáticas morais do veganismo

Partindo da abordagem de Boltanski e Thévenot (1991,1999), que destacam a importância da composição de um sistema de grandezas que orienta as críticas e as justificações dos atores nas práticas sociais, ou seja, de uma racionalidade axiológica, seria possível considerar que os engajamentos dos atores nas práticas de consumo “vegnas” podem ser justificados pelos atores a partir da articulação de diferentes ordens de grandeza nas diferentes situações e operações críticas. Contudo, as possibilidades de pensarmos em um regime de justificação nos moldes propostos pelos autores, como um sistema de grandezas, as *cités*, poderiam implicar na adoção de um modelo interpretativo e analítico que é construído e orientado tendo como contexto o cenário europeu e francês. Deste modo, propõe-se a adoção de um modelo de análise mais flexível a fim de dar conta das especificidades do contexto focalizado e que ao mesmo tempo possa problematizar a abordagem utilizada.

Levando em conta o contexto em que são desenvolvidas as práticas e discursos sobre o veganismo investigadas, bem como pelo fato de que os praticantes do veganismo constroem críticas não somente aos padrões vigentes de consumo que se utilizam largamente de insumos animais, mas também à sustentação moral dos hábitos comuns da alimentação contemporânea baseada no consumo de alimentos de origem animal e da utilização em outras esferas como a do vestuário, dos bens de consumo e do setor farmacêutico, parece evidente que os atores em questão articulam gramáticas morais que escapam do modelo de *cités*, proposto por Boltanski e Thévenot (1991, 1999).

Portanto, levando em consideração a necessidade de flexibilização do modelo de *cités*, que pode não dar conta de um arranjo plural de justificações que escapam de seu quadro explicativo, utiliza-se o conceito de gramática. Partindo da noção proposta por Lemieux (2009, p.21 e 23) que considera a gramática como um conjunto de regras a seguir para ser reconhecido em uma comunidade, como saber agir e julgar corretamente, as operações críticas dos atores em questão

podem ser sustentadas e justificadas como uma gramática⁹. Pressupor a existência de uma gramática da ação é admitir a ideia pela qual as dificuldades de julgamento e de coordenação da ação obedecem às restrições cognitivas e às regras gramaticais que o sociólogo deve levar em conta. Nesta ótica, a gramática é constituída de um conjunto de regras que permitem aos atores fazerem convergir os seus julgamentos e ações a partir de suas experiências e sua relação à experiência. Portanto, a noção de gramática pode ser compreendida como o conjunto de regras que regulam a ação coordenada, tendo em vista os demais atores, ou seja, as regras gramaticais informam os atores na coordenação de suas ações, considerando-se adequação de sua definição para cada situação (NACHI, 2006).

Com base nestas definições, é possível analisar quais são as gramáticas morais que governam o engajamento dos atores engajados nas práticas do veganismo, bem como discutir a possibilidade da ascensão e articulação de novas gramáticas morais que sustentam tais práticas e críticas realizadas pelos adeptos do veganismo, aos padrões vigentes de produção e consumo em diferentes mercados. Nestes termos, conforme será demonstrado, os atores focalizados ancoram seus argumentos em defesa do veganismo, justificando o engajamento, com críticas que contestam os mercados, mas que também estão imbricadas com julgamentos morais sobre o que consideram justo, ou injusto. E por fim, tais atores sustentam críticas que buscam questionar também o lugar ocupado pelos animais na sociedade, contestando valores sociais enraizados que não apreendem os animais como indivíduos detentores de direitos.

As gramáticas morais que governam os engajamentos dos veganos entrevistados apontam para a constituição de argumentos e posicionamentos críticos, não somente à utilização dos animais em diferentes processos de produção e consumo, principalmente de alimentos, mas que também se dirigem à composição e lógica de funcionamento característico dos grandes conglomerados empresariais transnacionais, como os extratos abaixo evidenciam:

Sim, no início, é que eu vejo o veganismo como um iceberg, fazendo uma comparação, tem muita coisa por trás né, tem muita coisa que a gente vai absorvendo com o passar do tempo, a gente vai se tornando vegetariana, vai se tornando vegana, e vai vendo, vai enxergando o mundo com outros olhos (...) vejo como uma atitude política mesmo, porque tem muita coisa a gente vai entrando em contato do que é a indústria alimentícia, o que é a indústria farmacêutica, como está a estruturação econômica e política e social do nosso, na verdade de todo o

⁹ Outros autores já se valeram da noção de gramática para suas teorizações: é o caso de Ferdinand Braudel, que a utilizou em sua "Gramática das civilizações" (2004), bem como de Axel Honneth (2003), que também recorreu a este conceito para analisar, contemporaneamente, as lutas por reconhecimento como uma nova gramática moral do conflito social.

planeta, do Brasil especificamente, como age a Monsanto, como que eles tem os produtores na mão e os consumidores também, o que que eles fazem, então eu acho que a gente vai indo pelo vegetarianismo/ veganismo mas a gente vai abrindo uma visão nova da realidade (Mariana).

Sim. Basicamente por essa questão de ir contra grandes corporações que tem uma visão de lucro rápido, imediato e a qualquer preço, né, então passando por questões ambientais, de libertação ambiental, esse estudo todo de impacto ambiental, e também que dirá né, direito animal e nem mesmo direito humano nas questões trabalhistas né, de jornada, de direitos, a gente sabe que muitos fazem uso ainda de trabalho escravo né, então quando tu propõe um modelo que desapega desse tipo de exploração, é um comportamento político também, porque daí tu está valorizando uma cadeia produtiva como essa dos orgânicos, que são aqueles pequenos produtores e que não se renderam à Monsanto, como teve a marcha na semana passada, o que é a transgenia, e é o uso de pesticidas, muito dos nossos produtores hoje só terem liberação de crédito para a produção agrícola com tanto que leve o pulverizador junto né, então, sim, é uma contestação política no momento que tu valoriza esses, eu costumo até dizer que são heróis, da resistência de fazer o pequeno cultivo agroecológico (Patrícia).

Tais relatos traduzem gramáticas morais que orientam as críticas destes atores em direção a mercados e empresas percebidos como prejudiciais em termos sociais e ambientais, o que pode ser entendido como contestação de valores sociais que perpassam historicamente a relação entre humanidade e natureza. Neste sentido, o veganismo enquanto um movimento de ideias aproxima-se de movimentos sociais críticos aos padrões de operação de empresas transnacionais do ramo da agropecuária, por exemplo, como é o caso das empresas que desenvolveram os organismos geneticamente modificados (OGM).

Portanto, não é surpresa que os atores entrevistados relacionem o veganismo com demandas e críticas que contestam e desafiam os padrões de funcionamento dos mercados, como as propostas de comércio justo, *slow food* e movimentos de economia solidária, que buscam modificar os padrões de produção e consumo hegemônicos, pautando-os a partir de diferentes valores e compreensões sobre suas relações com aspectos sociais, ambientais e políticos (WILKINSON, 2007; GENDRON ET AL, 2006; COLOMÉ E MAYER, 2016, CLARKE ET AL, 2008; GOODMAN, 2004; LE VELLY, 2004). Desta maneira, o veganismo parece compartilhar gramáticas críticas aos mercados transnacionais com tais movimentos sociais e iniciativas que enfatizam o caráter ético-moral das relações e trocas econômicas, na medida em que expressam

em suas diretrizes conceitos sobre justiça, equidade e poder. Nesta ótica, na esteira de Wilk (2001), que considera que as relações de consumo suscitam questões morais¹⁰, as decisões e críticas realizadas pelos veganos evidenciam práticas de consumo contestatório moralmente sustentadas.

Outro ponto relevante observado nas falas dos entrevistados sobre suas vivências e percepções relacionadas ao veganismo, diz respeito à contestação dos valores e convenções sociais que legitimam a exploração dos animais pelos homens para diversos fins, principalmente econômicos. Diferentes autores têm discutido sobre a questão da expansão dos limites da mercantilização admitidos pelas sociedades observados em muitos mercados em expansão, como é o caso das práticas de cuidado, de direitos sociais, na área da saúde, dos relacionamentos, especialmente na área da reprodução humana (ZELIZER, 2010; STEINER, 2004). Contudo, no caso em lume, os adeptos do veganismo entrevistados ao contestarem moralmente a utilização dos animais para fins econômicos, materializam em suas práticas e falas uma tendência oposta ao alargamento das práticas sociais e esferas da vida que passam a ser objeto de mercantilização, ou seja, ao condenarem moralmente a exploração de animais e ao defenderem que estes também devem ter os seus interesses respeitados, principalmente de estar vivos, buscam colocar limites morais para os processos de objetificação atinentes à transformação dos animais em produtos à disposição nos mercados. A fala a seguir é ilustrativa destas críticas à exploração de animais:

Para mim é a tentativa né, de tu eliminar a exploração animal da tua vida, de não colaborar com a exploração animal, e eu acho que é uma tentativa porque a gente é tão dependente dos animais, na indústria, e enfim, tem tanta coisa que a gente não sabe, no processo de fabricação das coisas que a gente consome, não só de alimentos, mas de objetos, que se tu está inserido no meio urbano é praticamente impossível tu ser cem por cento vegano, mas isso não quer dizer que tu não vai fazer tudo que está ao teu alcance, então uma coisa que é muito básica e muito possível é não comer nada de origem animal, mas veganismo não se restringe a isso né, (...) Para mim o veganismo é isso, seria uma filosofia de vida né, de tu tentar adequar as tuas atitudes na tua vida, de maneira que tu não explore outros seres (Carolina).

De outra parte, e em conexão com as críticas precedentes, é possível discutir a possibilidade de

10 De acordo com o autor, as questões morais suscitadas pelo consumo, "têm uma natureza dupla (pelo menos), pois são ambas baseadas na experiência humana comum, a "razão prática", e, ao mesmo tempo, são parte do discurso público sobre a moralidade, um discurso que tem um contexto cultural, simbólico e político, mais amplo" (2001, p.255).

ascensão de uma grandeza ambiental ou ecológica, na esteira da proposta de Lafaye e Thévenot (1993), bem como na articulação de uma *cit * que possa reconstituir a ordem de grandeza que diz respeito ao interesse geral, ou seja, a *cit * cívica, visto que o discurso crítico dos veganos propõe uma recomposi o radical da no o de direito, que passa a incluir a no o de direitos animais como um novo princípio normativo que deverá nortear o direito e as a o es humanas de maneira geral. Neste sentido,   possível identificar a possibilidade de ascensão de gramáticas morais que fogem do modelo inicial proposto por Boltanski e Thévenot (1991). Desta forma, são perceptíveis na fala dos entrevistados justifica o es que remetem   constitui o de uma *cit * verde ou ambiental:

Porque o planeta existe com ou sem a gente n , (...) então   realmente uma visão antropoc ntrica, de que eu tenho recursos   minha disposi o, eu vou esgotá-los n , que o homem   o centro, bem como tu tinha falado, e realmente assim   o respeito pelo animal e todos os a outros reinos n , saber que realmente o planeta   um ser em si e a gente está aqui de passagem, a visão ecológica   essa, tu   parte disso, tu não   o topo n  e todos os demais estão aqui ao nosso dispor, t  até de alguma forma bastante generosa n , ao dispor alguns dos recursos, mas não para que eles sejam explorados ou esgotados n  (Patrícia).

Eu acho que assim, muito, muito, principalmente assim se tu fores um vegano que tenta impactar minimamente n , sobre o meio ambiente (...) acho que o veganismo contribui muito com o ambientalismo também, até porque a gente sabe que a pecuária no Brasil n , a Amazônia   o quintal para o gado, os pecuaristas v o pra Amazônia destroem quanta área verde l  n , matam milhares de hectares l , queimam tudo, botam fogo pra poder plantar soja pra que alimente o gado (Leonardo).

Estes exemplos indicam que nos discursos focalizados, a configura o de uma gramática moral que diz respeito a uma *cit * ambiental está presente nos discursos dos praticantes do veganismo¹¹, ressaltando a possibilidade de constitui o de novas grandezas que alargam o modelo de *cit *s original. Em consonância, percebe-se a possível amplia o do pressuposto da *cit * cívica, ou seja, da incorpora o dos direitos animais na no o de interesse geral, que carrega uma crítica ao modelo de direito antropocêntrico, através da ideia de liberta o animal. Os trechos de entrevistas que seguem são exemplos desta possibilidade:

O veganismo   a luta pelos direitos dos animais,   uma luta pela equidade para que nós podemos pelo menos tornar os animais seres merecedores de direitos, que até

¹¹ Esta associa o entre o veganismo e a questão ambiental também foi percebida na pesquisa de Pereira (2014) que investigou a constru o de distintas formas de enquadramento interpretativo de ativistas do movimento dos direitos animais. O autor (2014, p.79) considera que a questão ambiental "pode ser vista como parte integrante e necessária da defesa dos direitos animais, ou seja, como moldura ideológica" (2014, p.79).

então enquanto tu não abraças o veganismo, enquanto tu não te torna vegano, tu tá ignorando isso, e eu enquanto ovo lactista, eu ignorava isso, porque eu realmente não tinha ideia, então, aí eu me tornei vegano, aí eu comecei a pautar o direito dos animais, aí comecei a fazer ativismo, então foi um processo que eu fiquei alguns anos esganado, digamos, até que eu descobri o veganismo e aí, digamos, começou a esclarecer a parte dos direitos dos animais a parte do uso dos animais que também a gente tem muito aquela ideia, eu tinha aquela ideia também, por exemplo do ovo caipira, do leite da vaca da fazenda, e a questão dos animais estava presente, mas eu na minha ignorância, como eu não era ainda, não tinha entendido, compreendido o veganismo, eu achava que bastava bem estarismo, utilitarismo, achava que bastava tratar bem os animais (Leonardo).

Eu acredito que o veganismo, a principal vertente é pensando na questão dos direitos animais, a questão jurídica, modificar a legislação né, dentro do possível, ir modificando alguma coisa né, tentando trazer o bem estar animal para o nosso abrigo jurídico da sociedade né, então eu acho que o veganismo tem também essa bandeira né, uma das bandeiras principais, mas acontece muito aos poucos porque ainda é uma minoria, então o que dá para fazer hoje? Bom o que dá para fazer na sociedade atual é que o matadouro tenha um processo indolor né, então a lei vai ser essa né, como minoria da sociedade a gente vai, acho que indo aos poucos nessa questão, mas eu acho que mesmo assim tem que ser atuante e fiscalizatório né, então eu acho que demora muito tempo para ser como o vegano acreditaria né, então é um processo muito lento, de muitas gerações, mas na sociedade atual a gente pode ver o bem estar animal e o direito relacionado aos animais dessa forma, então os animais domésticos né, a gente pode ter um, mais cuidado com o bem estar, que hoje já se pede que tenha prisão para essas pessoas né, que na legislação eu acredito que até tenha pena de prisão, mas normalmente vira penas alternativas né, então fazer essa pressão política para que a lei seja cumprida, então é também, deve ser atuante nesse sentido (Mariana).

Com base nestes extratos de entrevistas, que são representativas do conjunto de entrevistas realizadas, parece claro que o regime axiológico em questão articula gramáticas morais que contestam o lugar ocupado pelos animais no âmbito do direito, bem como pelo caráter antropocêntrico que tem norteado as relações entre a humanidade e a natureza. Nestes termos, parte das gramáticas morais percebida nos discursos dos veganos entrevistados aponta para a tentativa de recomposição da *city* cívica, buscando ampliar as considerações éticas e morais para os animais não humanos ao propor que estes também devem ter seus direitos fundamentais

observados, o que implica uma forte contestação das convenções sociais relacionadas ao tema e por fim, a reconfiguração da noção de bem comum.

5 - Considerações finais

O presente artigo discutiu as gramáticas mobilizadas pelos adeptos do veganismo, compreendendo este movimento de ideias como um caso bom para pensar o consumerismo político na atualidade. Além disso, discutiu-se a possibilidade de ascensão de novas gramáticas morais associadas ao veganismo que contestam a utilização de animais para as mais variadas atividades sociais e econômicas e sua legitimação social.

Nestes termos, parece claro que os adeptos do veganismo entrevistados constroem críticas às lógicas prevaletentes de produção e consumo que são baseadas nos modelos de exploração animal, mobilizando gramáticas morais que questionam valores arraigados e convencionados socialmente que ancoram tais práticas. Deste modo, parte de suas críticas compartilham lógicas de contestação que colocam em questão os padrões de produção e consumo associados aos grandes conglomerados industriais, principalmente no que toca às grandes empresas do setor da agricultura e pecuária, portanto, criticando mercados e empresas consideradas de forma negativa em relação a questões sociais e ambientais.

Em suas críticas à exploração animal, destaca-se o fato de que os veganos entrevistados ao contestarem os valores convencionados socialmente, que permitem a utilização dos animais nos mercados, plasmam uma tendência que busca redefinir os limites de mercantilização vigentes nos mercados. Assim, ao defenderem e condenarem moralmente as diferentes formas de exploração vigentes, eles não só desafiam os modos de funcionamento padronizados nos mercados, bem como questionam os processos de objetificação que dizem respeito à transformação dos animais em produtos.

Ademais - não obstante os limites do presente trabalho, que se configura em um primeiro esforço analítico dos dados produzidos para os propósitos da pesquisa de tese na qual se insere - é perceptível que as gramáticas morais mobilizadas pelos pesquisados relacionam-se estreitamente com a ascensão de novas gramáticas morais, como a ascensão de uma grandeza ambiental ou ecológica, seguindo a proposta de Lafaye e Thévenot (1993), visto o grande “peso gramatical” percebido em seus argumentos. Desta forma, a associação do veganismo com a mobilização de uma gramática associada à questão ambiental não se caracteriza como uma surpresa, mas uma confirmação dos vínculos dos estreitos vínculos do veganismo com a causa ambiental.

Por fim, a hipótese de uma reconfiguração ou rearticulação da ordem de grandeza que diz respeito ao interesse geral e bem comum, a *cit * cívica, nos termos de Boltanski e Thévenot (1991) parece plausível, visto que os atores focalizados constroem críticas às conven es que legitimam o caráter antropocêntrico do direito. Portanto, ao tensionar as fronteiras morais que o conformam, os veganos ouvidos objetivam incluir a no a de direitos animais enquanto um novo princípio normativo que deve nortear o direito e as a es humanas em rela a aos animais.

6 - Referências Bibliográficas

BARNETT, C; CLOKE, P., CLARKE, N ; MALPASS, A. **Consuming ethics**: articulating the subjects and spaces of ethical consumption. *Antipode* 37 (1), pp.23–45, 2005.

BENATOUIL , T. **A tale of two sociologies**: the critical and the pragmatic stance in contemporary French sociology. *European Journal of Social Theory* 3(2), pp. 379–96. 1999.

BOLTANSKI, L; THÉVENOT, L. **De la justification**: les  conomies de la grandeur. Paris: Gallimard, 1991.

_____. **The sociology of critical capacity**. *European Journal of Social Theory*, 2(3); pp.359-377, 1999.

BRAUDEL, F. **Gramática das civiliza es**. São Paulo: Martins Fontes. 2004.

CANCLINI, N. G. **Consumidores e Cidadãos**: conflitos multiculturais da globaliza a. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 1996.

CLARKE, N; CLOKE, P; BARNETT, C; MALPASS, A. **The spaces and ethics of organic food**. *Journal of Rural Studies* N.24, pp. 219–230, 2008

COLOMÉ, F.L.; MAYER, R. **Gramáticas da a a na economia solidária e a justifica a das práticas de consumo**. *An lise Social*, Vol. LI (3. ), n.  220, pp. 566-597, 2016.

CORCUFF, P. **As novas sociologias**: constru es da realidade social. Bauru: EDUCS, 2001.

GENDRON, C; BISAILLON, V; OTERO, A. **The Institutionalization of Fair Trade: More than a Degraded Form of Social Action**. *Les cahiers de la Chaire – collection recherche* N. 12, pp.1-40, 2006.

GOODMAN, M, K. (2004). **Reading fair trade**: political ecological imaginary and the moral economy of fair trade foods. *Political Geography* 23, pp. 891–915, 2004.

GOODWIN, J; JASPER, J; POLLETTA, F. **Passionate Politics**: Emotions and Social Movements. Chicago: The University of Chicago Press, 2001.

HALKIER, B. **Consequences of the politicization of consumption:** the example of environmentally friendly consumption practices. *Journal of Environmental Policy and Planning*. pp.25-41, 1999.

HILTON, M. **Consumerism in Twentieth-century Britain:** the search for a historical movement. Cambridge, Cambridge university press, 2003.

HONNETH, A (1992). **La lutte pour la reconnaissance**. Paris: Les Éditions du Cerf, 2003.

LAFAYE, C; THÉVENOT, L. Une Justification écologique ? Conflits dans l'aménagement de la nature. *Révue française de sociologie*, 34-35, pp. 495-524, 1993.

LEMIEUX, C. **Le devoir et la grâce**. Paris: Economica, 2009.

LE VELLY, R. Le commerce équitable : des échanges marchands contre le marché et dans le marché. Thesis, Université de Nantes, Nantes, 328 p. 2004.

LITTLER, J. **Radical consumption:** shopping for change in contemporary culture. New York, Open University press, 2009.

MICHELETTI, M. **Consumer Choice as Political Participation** . *Statsvetenskaplig Tidskrift*, årg 105 nr 3 s, pp. 218-234 , 2002.

_____. **Political virtue and shopping:** individuals, consumerism, and collective action. New York: Palgrave Macmillan, 2003.

NACHI, M. **Introduction à la sociologie pragmatique**. Paris : Armand Colin, 2006.

PATERSON, M. **Consumption and everyday life**. New York: Routledge, 2006.

PEREIRA, M, M. **Enquadramento Interpretativo, Lógicas de Ação e Dinâmicas Interativas:** dilemas em interações entre o movimento dos direitos animais e a grande mídia. Dissertação de mestrado. Programa de Pós- Graduação em Sociologia. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 2014.

PORTILHO, F. **Sustentabilidade ambiental, consumo e cidadania**. São Paulo: Cortez, 2005.

_____. **Novos atores no mercado:** movimentos sociais econômicos e consumidores politizados. In *Revista Política & Sociedade*, v 8, n 15, pp. 199-224 2009.

SASSATELLI, R. **Virtue, responsibility and consumer choice**. Framing critical consumerism', in J. Brewer, and F. Trentmann (eds) *Consuming Cultures, Global Perspectives. Historical Trajectories, Transnational Exchanges*, Oxford: Berg ,2006.

_____. **Consumer culture**. History, theory and politics. London: Sage, 2007.

SAYER,A. **'(De)commodification, consumer culture, and moral economy'**. *Environment and Planning D; Society and Space*, 21: 341-357., 2003.

SORENSEN, M. **Liberal Democratic Society and Political Consumerism:** a Problematic Combination. In *Political Consumerism: Its motivations, power, and conditions in the Nordic countries and elsewhere*. Proceedings from the 2nd International Seminar on Political Consumerism, Oslo August 26-29, 2005.

SINGER, P. **Libertação animal**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.

SPAARGAREM, G ; OOSTERVEER, P. **Citizen-Consumers as Agents of Change in Globalizing Modernity: The Case of Sustainable Consumption**. Sustainability, 2, pp.1887-1908, 2010.

STEINER, P. A doação de órgãos: a lei, o mercado e as famílias. Tempo Social, Vol.16, n.2, pp.101-128, 2004.

STOLLE, D; MICHELETTI, M. **Political Consumerism: global responsibility in action**. New York: Cambridge University Press, 2013.

STOLLE, D; HOOGHE, M; MICHELETTI, M. **Politics in the supermarket: political consumerism as a form of political participation**. International Political Science Review. Vol. 26 (3), pp. 245-269, 2005.

VANDENBERGUE, F. **Construção e crítica na nova sociologia francesa**. Sociedade e Estado. Brasília, V.21, n.2, pp.315-366, 2006.

WILK, R. **Consuming Morality**. In Journal of Consumer Culture. 1: 245, 2001.

WILKINSON, J. Fair Trade: Dynamics and Dilemmas of a Market Oriented Global Social Movement. Journal of Consumer Policy, v. 30, pp. 219-239, 2007.

ZELIZER, V. A economia do care. Civitas, Porto Alegre, v. 10, n. 3, pp. 376-391, 2010.