

Do “Omnivorismo ao Veganismo”: Uma trajetória de idealismo e percalços

Carolina Pires Clarice Pinheiro

Gisele Ferreira Lívia Girard

Maria Leonor C.G.

Sales Mauro G. Camara

RESUMO

A alimentação é peça-chave à sobrevivência e perpassa diversos aspectos como ideológicos, psicológicos e representativos. Neste trabalho, abordar-se-á um hábito alimentar em ascensão: o veganismo. O objetivo deste artigo é estudar o processo de transição pelo qual os indivíduos que optam por esse hábito alimentar passam, em especial suas motivações e dificuldades. Para tanto, foram escolhidos como procedimentos metodológicos a netnografia, e para isso uma observação não-participante foi adotada – realizada na mídia social *Facebook* –, e entrevistas semiestruturadas com veganos, onde foram abordadas suas vivências. A partir da elaboração de três etapas: i) o início; ii) transição; iii) estabilidade, foi possível obter resultados divididos em categorias que permeiam o veganismo. Por fim, chegou-se à conclusão de que o veganismo, para além de um hábito, é um estilo de vida.

Palavras-chave: Alimentação, Veganismo, Transição.

1 INTRODUÇÃO

A alimentação é base para a sobrevivência de qualquer espécie. No entanto, ela vai para além de uma necessidade básica, podendo representar status, saúde, ideais, dentre vários outros. Sua temática aborda aspectos inerentes a toda uma sociedade e remonta a tempos pré- históricos.

Os primórdios do veganismo despontam a partir do séc. XVIII – mais especificamente no fim –, de acordo com Magalhães e Oliveira (2019, apud FERRIGNO, 2012) quando da ocorrência de um movimento vegetariano defendido por médicos, comerciantes, dentre outros indivíduos notórios da época, que foram influenciados por filósofos. Na ocasião, já eram observadas opiniões de que “o abate de animais brutalizava o caráter humano de modo a torná-lo cruel ao causar sofrimento para criaturas “irmãs”” (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2019, p.2 apud FERRIGNO, 2012). Foi, portanto, no século XX, mais especificamente em 1944, que foi formada a Sociedade Vegana, divulgada através de Donald Watson em seu jornal, em 1945, “The Vegan News”. (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2019, apud FERRIGNO, 2012)

O veganismo pode ser definido como:

“(…) conjunto de práticas que tem como objetivo inicial os Direitos dos Animais e, diante disso, tem-se a adoção de alimentação vegetariana estrita. Os veganos propõem como base ética que os animais não humanos são seres sencientes e não devem ser utilizados como propriedade ou para

finalidades de produção ou matéria-prima para qualquer etapa de seu desenvolvimento, ou mesmo que sejam utilizados para testes de produtos de qualquer natureza.” (MAGALHÃES E OLIVEIRA, 2019, p.3)

Para Fuller (2016), o veganismo é:

“(…) uma forma alternativa de consumo ético no qual seus aderentes evitam o consumo de produtos animais – particularmente relacionados à alimentação – apesar de os veganos também evitarem o consumo de outros produtos derivados do uso de animais, como vestimentas e cosméticos”. (FULLER, 2016, p.8)

Segundo a Associação Brasileira de Veganismo, citando tradução de *The Vegan Society* – grupo que criou o termo veganismo – em 1944:

“Veganismo é uma filosofia e estilo de vida que busca excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade contra animais na alimentação, vestuário, e qualquer outra finalidade e, por extensão, que promova o desenvolvimento e uso de alternativas livres de origem animal para o benefício de humanos, animais e meio ambiente”. (ASB, 2017 apud THE VEGAN SOCIETY, 1944)

Tendo em vista a ascensão desse movimento e sua atual representatividade em países, especialmente nas Américas, Europa e em diferentes regiões da Ásia (SCHINAIDER e SILVA, 2018 apud RADNITZ et al., 2015), o objetivo principal deste trabalho é investigar o processo de transição de indivíduos entre o omnivariarismo e o veganismo, explorando suas motivações e dificuldades nesse trajeto. O foco da pesquisa é a alimentação dos entrevistados, no entanto foram abordadas também outras particularidades do movimento como a extensão a outros aspectos que variam entre vestuário e cosméticos, porém preservando a alimentação como viés mais relevante.

Face ao exposto, a pergunta de pesquisa deste estudo define-se por “Como se deu o processo de transição entre o omnivariarismo e o veganismo?” a partir de vivências de veganos selecionados na pesquisa.

Através do estudo realizado, inferiu-se que o veganismo está para além de um mero hábito alimentar, tendo sido apontado pelos próprios entrevistados como um estilo de vida, uma ideologia a qual, apesar de suas renúncias, traz uma satisfação infinitamente compensatória e sensação de “dever cumprido”, de bem-estar.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ALIMENTAÇÃO

O estudo da alimentação é um elemento para o entendimento da sociedade e de seu desenvolvimento. Os hábitos das pessoas de todas as partes do mundo têm sido influenciados por convicções e valores culturais, religião, clima, localização regional, agricultura, tecnologia, situação econômica etc. Conseqüentemente, os hábitos alimentares variam de país para país e de região para região,

inclusive dentro de um mesmo país.

A forma de vida de cada grupo é identificada como cultura. Uma cultura pode ver o alimento como uma forma de saciar a fome e outra como uma fonte de prazer e oportunidade de socialização. A família, a igreja e a escola transmitem a prática cultural de uma geração a outra. Cada pessoa seleciona e consome alimentos baseada nesse “guia” cultural (ABREU,*et.al.*, 2001).

Um estudo antropológico da alimentação na Espanha e América Latina a partir de uma perspectiva histórica recente, organiza-a em torno de três eixos que agrupam os temas e as tendências deste campo: o patrimônio alimentar, entre a localidade e a globalização; deficiências alimentares; e simbolismos e significados dos alimentos, este último relevante ao propósito deste estudo. A alimentação contribui significativamente para a construção de identidades de classe, gênero, etárias e étnicas, havendo na América Latina evidências reflexivas do valor contraditório da alimentação, como ela contribui para a integração social e como ela ajuda a diferenciar e distinguir pessoas (JUARÉZ, 2016).

Atualmente, os padrões de consumo alimentar variam em diferentes partes do mundo, dependendo do grau de desenvolvimento e condições econômicas e políticas para a produção. Paralelamente, o aumento da população e o envelhecimento no mundo, aliados ao "padrão alimentar" que vem seguindo estacionário, pode significar um agravamento dos problemas nutricionais (ABREU.*et.al.*2001).

2.2 VEGANISMO

O veganismo é a prática de abster-se do uso de produtos de origem animal (carnes, peixes, leite e derivados, mel, ovos) para a alimentação, bem como daquilo que seja produzido a partir da exploração de animais como vestuário (peles, couro, lã, seda), cosméticos, medicamentos, lazer (circo, aquários, parques, zoológicos) ou mesmo de produtos que sejam testados em animais (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2019).

Collado (2023) apresenta uma descrição atualizada do campo multidisciplinar humano- animal por meio de estudo bibliométrico, verificando discursos próximos a partir de múltiplos termos compartilhados (“performatividade”, “direitos dos animais”, “interseccionalidade”, “antropoceno”, “etnografia multi espécie”, “geografia animal”, “feminismo”, “especismo”, “veganismo” e “defesa animal”), sendo indicador de como o veganismo ganha força e influência também a partir de perspectivas ideológicas e éticas (COLLADO, 2023).

Neste contexto, Bertuzzi (2018) em seu artigo foca na dimensão política da defesa dos animais na Itália, categorizando quatro tipos ideais de ativismo e constatando a fragmentação das ideologias: “animalismo político”, “animalismo anarquista”, “animalismo antipolítico” e “animalismo moderado”. Esses tipos ideais são separados principalmente em duas dimensões: relação com a estrutura social e econômica neoliberal e grau de abordagem interseccional com outros movimentos sociais. A fragmentação

pode representar um fator de força a ser utilizado por grupos de pressão ativistas pelos direitos dos animais, dada a representatividade e coexistência de “lobby” e “protesto”. O movimento ideológico tem potencial de influenciar a estrutura política e, conseqüentemente, os hábitos de parcela da sociedade e seu estilo de vida (BERTUZZI, 2018).

Souza (2021) realizou um estudo para identificar a redução do consumo de proteína animal a partir de três fatores motivacionais: violência contra animais, danos ao meio ambiente e prejuízos à saúde humana, com base na teoria da dissonância cognitiva, por meio de investigação dos efeitos desses argumentos nas atitudes e crenças daqueles que não tem objeção ao consumo irrestrito de proteína animal. Os direitos dos animais e as mensagens ambientais aumentaram significativamente a dissonância e as atitudes positivas em relação à restrição do consumo de carne, mas não o argumento de benefícios à saúde (SOUZA, 2021).

O veganismo contemporâneo construiu uma abordagem de divulgação que enfatiza os benefícios para a saúde, as preocupações éticas com os animais e o consumo ambientalmente sustentável, gerando lucro para seus ativistas, geralmente associados a mulheres magras, brancas e ricas, bem com a indústria do bem-estar (OLIVER, 2023).

Entretanto, os ideais hegemônicos de masculinidade em torno da força física e da virilidade estão sendo hiper individualizados para “vender” o veganismo por meio de performances culturais e incorporadas de “narrativas de redenção” por homens influenciadores, ativistas e veganos. No entanto, em entrevistas com homens veganos na Grã-Bretanha, descobriu-se que sua relação com essa “masculinidade sem carne” estava em tensão com a masculinidade hegemônica. Esses homens se percebem como parte de uma masculinidade progressista que se envolve com ideias feministas (OLIVER, 2023).

Neste contexto, as “geografias veganas” representam um desafio para a questão do corpo humano, trazendo preocupações críticas sobre os corpos dos animais. Entrevistas com veganos residentes na Grã-Bretanha foram empregadas para discutir o papel do corpo e da personificação no veganismo, um movimento social, cultural e político que tem sido relativamente pouco estudado na geografia. Baseando-se na teoria geográfica feminista e corporificada, o autor discute o papel do corpo em três espaços do veganismo: no estabelecimento de culturas veganas por meio da construção de “narrativas de verdade” compartilhadas; na mudança do veganismo para além do individualismo na sociedade centrada na carne; e o veganismo como um projeto de construção mundial, estendendo-se além do corpo para o espaço social e cultural (OLIVER, 2023).

A política e a teoria feminista têm o potencial de enfatizar e especificar as ligações entre as materialidades da comida e ideologias de comida e alimentação. No veganismo, as narrativas de “verdade” complicam ainda mais esses emaranhados entre comida e ideologia. Ao falar sobre transições para o veganismo, as referências à “verdade” do veganismo são recorrentes nas entrevistas. Essas narrativas de “verdade” foram consistentemente faladas dentro de um processo de autoeducação sobre as condições da

pecuária e como os animais se tornam alimentos. Essa educação foi menos comumente definida por relacionamentos com animais reais e mais com animais virtuais ou mediados, invocando reações viscerais à violência (OLIVER, 2023).

Na década passada uma nova linha de pesquisa foi aberta sobre a ideologia vegana e o ativismo contra o consumo de carne. O Brasil é um dos locais onde essa ideologia está ganhando espaço e onde conceitos como anarcozinha ou culinarquia são formalizados, efetuando salto ideológico de emancipação através de práticas decoloniais e combativas. Assim, se há um século o consumo da carne era um sinal de libertação, hoje para alguns possui significado inverso (JUÁREZ, 2016).

Queiroz (2018) qualifica o veganismo para além de padrões alimentares, considerando-o como uma filosofia de vida que, por meio da alimentação, propõe questionamentos e mudanças de atitudes sobre padrões normalmente aceitos, apontando lacuna de publicações relevantes sobre o tema em português. Busca investigar o ativismo vegano e compreender as reais motivações de adesão e, principalmente, as dificuldades que os vegetarianos enfrentam para se tornarem veganos (QUEIROZ, 2018).

Os resultados da pesquisa indicam que existe, por parte do público relacionado com o vegetarianismo/veganismo, o desejo de ampliar sua dieta. As barreiras para essa decisão são apontadas: preço elevado, distribuição restrita e falta de opções de produtos e marcas. Tais categorias também são motivadoras para o consumo de produtos não veganos. Alguns entrevistados também relataram problemas de convívio social e familiar, pois costumam ser rotulados como “chatos” ou “radicais” (QUEIROZ, 2018).

Magalhães e Oliveira (2019) aborda como o veganismo vem modificando hábitos de consumo de alimentos e de produtos de vestuário, cosméticos, lazer, entre outros, a partir de uma perspectiva ética e moral em reconhecimento do animal como ser senciente. O veganismo surge a partir de reflexões sobre o direito dos animais, porém contemporaneamente engloba aspirações sociais em diversas áreas, como a do meio ambiente, da sustentabilidade, do feminismo, do especismo, da política e outras (MAGALHÃES e OLIVEIRA, 2020).

Entender o consumo de carne como um comportamento moralmente problemático depende dos diferentes contextos e influências sociais, restringindo a possibilidade de uma mudança de atitude (SOUZA, 2022).

3 MÉTODOS

Esta pesquisa teve por base os preceitos de um estudo qualitativo. Esse tipo de pesquisa, de acordo com Cooper e Schindler (2011), inclui um conjunto de técnicas interpretativas que procuram descrever, decodificar, traduzir e dar sentido ao fenômeno estudado. Pesquisas qualitativas, de acordo com Vergara (2012, p. 242) “contemplam a subjetividade, a descoberta e a valorização da visão dos sujeitos”. Para tal, optou-se pelo método denominado “multimétodos”, no qual, segundo Spratt, Walker e Robinson (2004,

p.6), “(...) são usados diferentes métodos de coleta de dados e de análise, dentro de um único paradigma de pesquisa. Por exemplo, você pode conduzir um estudo qualitativo no qual você faz uma observação participante e também entrevista pessoas.”

A princípio foi realizada uma netnografia, em conjunto com observação não-participante, na rede social Facebook, mais especificamente na comunidade “Veganos e Vegetarianos do Rio de Janeiro (RJ)”, cujo número de membros ultrapassa 11k. A finalidade foi captar informações relevantes que possibilitassem um escopo para a confecção do roteiro de entrevistas a ser utilizado posteriormente, além de outras ideias de importância para o desenvolvimento dos resultados.

A partir de então foi desenvolvido um roteiro para a realização de entrevistas semiestruturadas. Segundo Manzini (1990/1991) “(...) a entrevista semiestruturada está focalizada em um objetivo sobre o qual confeccionamos um roteiro com perguntas principais, complementadas por outras questões inerentes às circunstâncias momentâneas à entrevista.” (MANZINI, 1990/1991, p.154). O roteiro foi dividido em três blocos de dez perguntas que abordaram três categorias: o início, a transição e a estabilidade.

As entrevistas foram realizadas com 15 pessoas veganas, em ambiente virtual - através da ferramenta Google Meet - ou presencial, conforme disponibilidade dos entrevistados. Dessa forma, foi possível entrevistar indivíduos de outras cidades e até países como, por exemplo, Belo Horizonte e França. A tabela 1 apresenta um breve perfil dos entrevistados:

Tabela 1: Perfil dos entrevistados

Nome	Idade	Ocupação	Tempo de Vegano
Tatiana	41 anos	Professora	12 anos
Ruana	29 anos	Biomédica e Confeiteira	1 ano
Luís	41 anos	Polivalente e Ativista	14 anos
Prem	40 anos	Músico	7 anos
Clara	22 anos	Estudante	3 anos
Marina	30 anos	Analista de saúde	7 anos
Camila	29 anos	Estudante	5 anos
Carolina	34 anos	Bióloga	4 anos
Juliana	26 anos	Geógrafa	3 anos
Ana Carolina	31 anos	Professora	8 anos
Louise	44 anos	Psicóloga	6 anos
Renata	36 anos	Hoteleira e professora	5 anos
Amanda	35 anos	Engenheira	5 anos
Iara	63 anos	Aposentada	3 anos

Fonte: Elaboração própria

Segundo Fiorentini e Lorenzato (2009, p.194) “a dimensão ética é parte intrínseca de qualquer pesquisa e refere-se às relações de boa convivência, respeito aos direitos do outro e ao bem-estar de todos.” Dessa forma, é imprescindível mencionar que a ética foi preservada nas entrevistas, sendo solicitada autorização para sua gravação, além da utilização do primeiro nome dos entrevistados nos resultados.

As entrevistas tiveram duração aproximada de 60 minutos, considerando todas as que foram feitas, e posteriormente passaram por transcrição, a fim de colher, com acurácia, os insights mais relevantes.

Quanto ao nível de transcrição das entrevistas, optou-se pelo que Gibbs (2009) classifica como "só a essência". Desse modo, os trechos transcritos foram somente aqueles onde os respondentes trouxeram dados relevantes, relacionados aos objetivos da pesquisa. Essa escolha se deu devido ao tempo disponível para realização da pesquisa e para uma melhor compreensão das informações, uma vez que se verificou, em diversas situações, que os entrevistados interrompiam a linha de raciocínio no meio da fala e retomavam sem seguir a estrutura das sentenças bem construídas utilizadas na modalidade escrita.

Após a transcrição das entrevistas, foi feita uma análise minuciosa dos dados coletados a fim de ensejar resultados que proporcionassem material rico para a pesquisa de outros colegas acadêmicos.

4 ANÁLISE E RESULTADOS

O primeiro método escolhido para realização da pesquisa qualitativa foi a netnografia. Através desta técnica, buscou-se coletar dados disponíveis em ambiente virtual, que permitissem entender e representar etnograficamente o fenômeno cultural em questão, sem desconsiderar o rigor e a conduta ética exigidos pelos métodos científicos.

Sabe-se que, para a consecução de uma pesquisa netnográfica minuciosa, seria necessário estabelecer uma comunicação com os administradores da comunidade, com o intuito de informá-los sobre a pesquisa a ser realizada e solicitar a correspondente autorização. Contudo, por se tratar de um trabalho acadêmico, os pesquisadores julgaram ser sensato prescindir desse protocolo. Sendo assim, para manter a ética, adotou-se a desidentificação, através da omissão dos verdadeiros nomes, para proteger a real identidade dos membros.

Para realizar a análise, optou-se pela abordagem metodológica de observação não-participante, onde uma comunidade da rede social Facebook foi observada sem o envolvimento direto dos pesquisadores. Desse modo, a partir de uma "coleta de dados não intrusiva"

(ELLIOTT e JANKEL-ELLIOTT, 2003, p. 217) foi possível captar informações sobre as dinâmicas, interações e comportamento dos membros do grupo de modo mais natural.

A comunidade selecionada para observação foi a "Veganos e Vegetarianos do Rio de Janeiro". O grupo é público e está em modo visível, ou seja, pode ser encontrado por qualquer pessoa. Foi criado em 21 de abril de 2013. Possui, aproximadamente, 11.270 membros, sendo 7 administradores e moderadores, e 116 colaboradores. A descrição aponta que o fórum é um espaço cibernético de apoio a todos aqueles que querem começar uma vida mais saudável e de respeito ao planeta e aos seus seres.

Cinco regras principais norteiam a comunidade. A primeira é a sua regra de ouro: "apenas se pode promover o veganismo no grupo". A segunda é a exigência de gentileza e cordialidade entre os membros.

A terceira é a proibição de discursos de ódio. A quarta é a prevalência da palavra dos administradores e moderadores, e o direito de aceitar ou rejeitar posts e de banir membros. A quinta indica que as demais regras a serem seguidas encontram-se descritas no grupo “Veganos de Portugal”.

O período escolhido para observação consiste em 01 a 20 de agosto. Entre os tipos de publicação, as categorias identificadas nesse período foram: perguntas sobre o veganismo, pedidos de indicação de estabelecimentos veganos, divulgações de lojas de alimentos veganos, sugestões de cursos de culinária, matérias jornalísticas sobre veganismo e pautas ambientais, divulgação de eventos, vídeo de receitas, indicações de profissionais veganos, enquetes e boas-vindas aos novos membros.

Sobre a linguagem adotada pelos participantes do grupo, alguns termos identificados foram:

- **Especismo:** é a perspectiva que defende que a espécie humana possui o pleno direito de explorar, subjugar e extinguir outras espécies animais, por admiti-las como inferiores.
- **Omnívoros:** são seres que possuem uma dieta alimentar diversificada, que inclui tanto alimentos de origem vegetal quanto animal, ou seja, sem restrições.
- **Flexitarianos:** é um termo que denomina aqueles que seguem uma dieta predominantemente baseada em alimentos de origem vegetal, mas que eventualmente incluem produtos de origem animal. É uma combinação das palavras “flexível” e “vegetariano”.
- **Ovo-Lacto-Api-vegetarianos:** esta terminologia é utilizada para classificar os indivíduos que seguem uma variação da dieta vegetariana que admite o consumo de certos produtos de origem animal, como ovos, laticínios e produtos derivados de abelhas.
- **Vegan Friendly:** é a expressão utilizada para se referir a produtos, serviços, locais ou práticas que são compatíveis com o veganismo.

As principais interações sociais identificadas no período analisado foram:

- **Sala de bate-papo:** o grupo dispõe do recurso de *chat*, cujo objetivo é a troca de mensagens instantâneas que permite que os membros se comuniquem de forma direta e em tempo real. Quando uma mensagem é enviada, os demais participantes da sala recebem notificações imediatas, tornando o diálogo mais ágil. Nesse espaço de interação é possível enviar áudios, fotos, gifs, emojis, figurinhas e reações, o que propicia o surgimento de comunicações mais expressivas.
- **Ajuda e Orientação:** observou-se que os membros costumam fazer perguntas ou solicitam algum tipo de orientação sobre o veganismo, e outros participantes oferecem suporte através de comentários nas publicações.
- **Enquete:** recurso utilizado para coletar a opinião dos membros do grupo sobre determinado assunto através de uma votação.

- **Pedido de indicações:** também verificou-se que é comum pedir indicações de produtos, serviços, profissionais e, especialmente, estabelecimentos veganos, dada a dificuldade dos participantes de achar boas opções.
- **Compartilhamento de Informações:** os membros também costumam interagir trocando informações advindas de experiências pessoais, como tutoriais de receitas veganas que realizaram; e por meio de links externos, como canais do *youtube* específicos sobre o assunto.

Uma postagem que merece destaque é a publicada pela participante N*. Ela deseja se tornar vegana, porém ainda não dispõe de informações suficientes sobre o veganismo e pede auxílio aos demais integrantes do grupo:

“Bom dia! Quero me tornar vegana mas não sei por onde começar, preciso aprender ainda. Me indiquem leituras ou vídeos no youtube pois eu não sei se poderia comer ovo por exemplo. Gostaria de entender melhor”.

Alguns membros interagem propondo sugestões. O participante M*, um dos administradores do grupo, indica à integrante que assista a alguns documentários sobre veganismo, dentre eles “Terráqueos”, e afirma que este, apesar de doloroso de assistir, robustece o movimento. Ele ainda sugere que a participante pesquise sobre o termo especismo e sobre a importância da vitamina B12 para a saúde dos veganos. Para mais, o administrador estimula que N* inicie com receitas simples e que, progressivamente, aumente o nível de dificuldade.

Na mesma direção, a participante D* indica à autora da postagem uma lista de páginas e canais do Youtube, incluindo perfis de receitas veganas. A usuária ainda menciona o perfil de sua nutricionista. Outra integrante da comunidade, a usuária Q*, responde a questão suscitada por N* na publicação e esclarece que na prática alimentar vegana não se come nada de origem animal, inclusive ovos. Ela aponta que o veganismo é pautado pela voz da consciência do indivíduo e pelo compromisso com os animais.

Mediante a aplicação da observação não participante na comunidade mencionada, os pesquisadores adquiriram conhecimento sobre a população analisada - os veganos -, e obtiveram insights que enriqueceram o processo de elaboração do roteiro de entrevistas.

De acordo com os quinze entrevistados desta pesquisa foi possível inferir um padrão de resposta muito semelhante perante o corpus. As entrevistas foram divididas e organizadas respeitando as seguintes etapas: Início, Transição e Estabilidade. Dessa forma, permitiu-se um entendimento mais abrangente da experiência dos entrevistados ao longo do processo de aderir ao veganismo.

4.1 O INÍCIO

O início foi marcado por duas principais categorias: a impressão que os veganos entrevistados possuem do omnivorismo e a motivação pela qual estes entrevistados decidiram se tornar veganos.

Para a maioria dos entrevistados, o omnivorismo se trata de um costume cultural, enraizado na sociedade. Relatam, ainda, que todos foram ensinados quando crianças a comer carnes. Essa fala é corroborada por Abreu (2001) que menciona que cada pessoa seleciona e consome alimentos baseada nesse “guia” cultural. Os participantes da pesquisa destacam, contudo, ser uma escolha de cada ser humano. Para eles, seguir com este consumo é uma falta de empatia e egoísmo para com os animais, além de prejudicar seriamente o meio ambiente com o sistema econômico do agronegócio.

4.1.1 Impressão do omnivorismo

O discurso transmite incômodo com os omnívoros, segundo é possível observar em:

Muito natural na sociedade que a gente vive, foi passada de geração para geração, faz parte da cultura. Eu já comecei a ver como uma coisa que não é necessária. Você tem uma escolha de não comer animais. Não é mais uma coisa tão natural, acho que já é algo que a gente pode questionar. (Ruana, vegana há 1 ano)

Parte cultural e enraizada da sociedade. Devido a isso, muitas pessoas não questionam a prática. (Juliana, vegana há 3 anos)

4.1.2 Motivação

Três fatores motivacionais são responsáveis pela redução do consumo de proteína animal: Violência contra animais; Danos ao meio ambiente e Prejuízos à saúde humana. (SOUZA, 2021).

Abaixo citam-se três respostas da entrevista relacionadas com a motivação dos entrevistados para se tornarem veganos que coadunam com o que foi exposto por Souza (2021) na exata ordem abordada pelo autor:

Modelo de sustentação viável para todas as pessoas comerem, sem faltar alimento e, uma consciência ambiental. (Renata, vegana há 6 anos)

Por causa dos animais. Porque a gente sabe que, pelo meio ambiente, tem a indústria de gado, por exemplo. Ela desmata. Tem muito caso de desmatamento para a plantação de grãos. (Carolina, vegana há 4 anos)

Primeiro, eu comecei testando receitas veganas por causa de muita intolerância à lactose. Nessa coisa de testar receitas, eu fui descobrindo que era um movimento. (Ruana, vegana há 1 ano)

4.2 TRANSIÇÃO

Na transição vários temas foram abordados, desde as principais dificuldades encontradas, passando pela recepção da notícia por entes queridos, além dos anseios decorrentes da interrupção total do consumo de alimentos até então presentes na rotina dos entrevistados. Salientam-se, no entanto, três principais

categorias a serem apresentadas: Dificuldades; Abandono de carnes e derivados; Efeitos no corpo e saúde.

4.2.1 Dificuldades

Nesta categoria os resultados da pesquisa divergem daqueles obtidos por Queiroz (2018), pois alguns entrevistados apontaram redução de valores despendidos com alimentação, apesar da divisão evidente das opiniões com relação à ausência de facilidade na variedade de produtos. Abre-se, portanto, uma linha adicional a ser explorada para melhor compreensão do fenômeno, destacando seis entrevistas as quais apontam as divergências encontradas:

Também não é porque essa é a imagem que as pessoas têm do veganismo, dizendo que é caro ser vegano. Eu entendo que um queijo de castanha de caju e um chocolate vegano seja caro, só que você não precisa dessas coisas para ser vegano. Você tem arroz e feijão, você tem legumes, verduras, frutas. (Clara, vegana há 3 anos)

Minhas compras são mais baratas. (Ana Carolina, vegana há 8 anos) [...] gasto menos no mercado. (Juliana, vegana há 3 anos)

Não – sobre dificuldades em variações em restaurantes e bares. Num (sic) faço questão de um prato vegano, eu sempre como o que tem, coisas que não tem carne, então saladas, arroz, feijão. (Ramam, vegano há 6 anos)

"Ah! Mas é muito caro". Tá! É mais caro o consumo. Realmente o leite é mais caro, o queijo, as coisas mais industrializadas são mais caras. Mas faz um grão de bico, faz arroz com feijão que o preço é acessível. (Carolina, vegana há 4 anos)

Não muito – dificuldades em variações em restaurantes e bares. Onde eu moro tenho bastantes opções. (Amanda, vegana há 5 anos)

4.2.2 Abandono de carnes e derivados

Esta categoria apresentou opiniões distintas, uma parcela decidiu parar com todas as proteínas e derivados de uma vez e outra decidiu aos poucos. É uma opção de cada indivíduo com o seu processo interno. Tais divergências são evidenciadas, conforme abaixo:

Quando eu me tornei vegetariana. É, aí eu abandonei todos os animais mortos de vez. É peixe, frango, carne de boi, de porco, de tudo é e depois, quando me tornei vegana, eliminei todos os derivados, couro, mel. (Isis, vegana há 6 anos)

Eu primeiro deixei de comer carne vermelha. Depois deixei de comer todas as carnes, depois deixei de comer os derivados. (Luis, vegano há 14 anos)

4.2.3 Efeitos no corpo e saúde

Segundo as respostas da maioria dos entrevistados, após a adesão ao veganismo, percebeu-se maior leveza na digestão, além de emagrecimento e, ainda, maior disposição. Abaixo, trechos que mencionam essas percepções:

Me senti muito mais leve depois de comer, emagreci, meu intestino melhorou muito. (Amanda, vegana há 5 anos)

[...] Eu emagreci também. Eu me sinto muito mais disposta. (Camila, vegana há 5 anos)

Eu emagreci, minha saúde melhorou bastante, mais disposição. Também, agregado ao veganismo, vem uma consciência na sua alimentação. (Juliana, vegana há 3 anos)

4.3 ESTABILIDADE

Consonante com o que é apresentado por Magalhães e Oliveira em 2019, os entrevistados assumem o animal como um ser senciente. No patamar estável dessa prática, notou-se que já assumiram o posicionamento, compromisso ético, além do estilo de vida que o veganismo prega. Para esta última etapa da jornada, destacam-se quatro categorias:

Suplementos vitamínicos; Cuidados médicos específicos devido ao veganismo; Motivos para se tornar vegano.

4.3.1 Suplementos vitamínicos

Quase todos os entrevistados suplementam a vitamina B12 e grande parte, vitamina D em comunhão com a anterior. Alguns exemplos de resposta abaixo:

- Suplemento de vitamina B12. (Louise, vegana há 6 anos)
- Vitamina B12 e vitamina D. (Ruana, vegana há 1 ano)
- Vitamina B12, vitamina K e vitamina D. (Ana Carolina, vegana há 8 anos)
- Vitamina B12 e vitamina D. (Iara, vegana há 3 anos)

4.3.2 Cuidados médicos específicos devido ao veganismo

Oliver, em 2023, afirma: “Colocando em primeiro plano as evidências científicas dos benefícios para a saúde (ou da falta de prejuízos à saúde)”. Consolidando esta alegação da falta de prejuízos à saúde que o veganismo carrega, destacam-se cinco respostas:

Eu costumo fazer exames periódicos com frequência. [...] Na verdade, a minha saúde até melhorou depois que eu comecei a fazer isso, comparando. (Marina, vegana há 7 anos)

Médicos não, mas nutricionista, porque eu também tenho hipotireoidismo, então eu tenho medo de desregular os hormônios. (Tatiana, vegana há 10 anos)

Fiz muitos exames corriqueiros com a nutricionista pra ver se tava (sic) tudo em ordem, agora não tanto. (Renata, vegana há 6 anos)

Não faço, não. Fiz muitos exames corriqueiros com a nutricionista para ver se tava (sic) tudo em ordem, agora não tanto. (Luis, vegano há 14 anos)

Não, mas sempre que eu vou num médico, eu peço para ele requisitar mais exames de para verificar vitaminas que normalmente os médicos não pedem. (Isis, vegana há 6 anos)

4.3.3 Motivos para se tornar vegano

Nesse ponto da pesquisa, os entrevistados responderam como convencer quem não faz parte do veganismo a iniciar o processo. Para a maioria dos entrevistados, começa com uma consciência empática de valores para com os animais e o meio ambiente, e, também, destacam a melhora na saúde e em sua vitalidade. A seguir, algumas das respostas das entrevistas:

Primeiro, a vitalidade que você tem. Você ter mais vigor, você sabe comer menos, você fica mais estável. Você não precisa da comida para satisfazer. (Tatiana, vegana há 10 anos)

Evitar causar sofrimento aos animais desnecessariamente e benefícios à saúde, atletas profissionais estão aderindo a esta dieta, além de impactos ambientais. (Juliana, vegana há 3 anos)

Eu acho que o veganismo é o futuro. Pelos animais, pelo planeta, pelas pessoas, por tudo. Em algum momento, tem que ser cogitado por todos. A gente tem que levar em consideração sempre, porque eles são seres que nem a gente e eles sentem. Ter um pouco de empatia pelos animais. (Camila, vegana há 5 anos)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa, mediante netnografia em conjunto com observação não-participante e entrevistas semiestruturadas, buscou identificar os principais aspectos que permeiam o processo de transição entre o omnivorismo e o veganismo.

Apesar de a transição ser um tema já abordado no meio acadêmico, especialmente na literatura estrangeira, pouco se fala sobre o processo a partir do ponto de vista daqueles que optam por essa árdua e determinante trajetória.

Identificando essa lacuna, os autores propõem que essa temática seja mais explorada, tendo em vista que a vivência dos indivíduos é deveras enriquecedora no entendimento de diversos fenômenos contemporâneos.

Dito isso, o estudo propiciou reflexões que coadunam com percepções já apontadas por outros autores e difundidas nas principais páginas que versam sobre o veganismo: a de que se trata de algo para além de hábitos alimentares. Queiroz (2018), por exemplo, afirma que o veganismo deveria ser entendido mais como um posicionamento político, além de se tratar de algo mais abrangente que uma simples dieta, quiçá um estilo de vida. Ademais, “The Vegan Society” também menciona o termo *lifestyle* ao abordar a prática e conta com um item de mesmo nome em sua página o qual traz uma gama extensa de opções viáveis para adesão a um estilo de vida vegano como viagens, receitas, compras, fashion, etc.

Portanto, acredita-se ter contribuído para o entendimento de que a alimentação possui uma representatividade que ultrapassa os limites do simples ato de se alimentar e o veganismo corrobora essa afirmação, a partir do discurso dos entrevistados dessa pesquisa, o qual possibilitou concluir que o estilo de vida vegano envolve paixão, comprometimento, ideal e luta.

REFERÊNCIAS

- ABREU, Edeli Simioni de et al. Alimentação mundial: uma reflexão sobre a história. Saúde e sociedade. v. 10, p. 3-14, 2001. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/sausoc/a/LbJtCSFxbfyqtrsDV9dcJcP/?format=pdf&lang=pt>.
- ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE VEGANISMO, 2017. O que é veganismo. Disponível em: <https://veganismo.org.br/veganismo/>.
- BERTUZZI, Niccolò. The Italian Animal Advocacy Archipelago and the Four Animalisms. Partecipazione e conflitto, v. 11, n. 3, p. 865-890, 2019. Disponível em: <http://siba-ese.unisalento.it/index.php/paco/article/view/20231/17199>.
- COLLADO, Eduardo Barona; MARTÍN, Pedro Tomé; SERENA, Olga Campos. Mapping Human–Animal Interaction Studies: A Bibliometric Analysis. Anthrozoös, v. 36, n. 1, p. 137-157, 2023. Disponível em: https://digital.csic.es/bitstream/10261/306945/3/Mapping_Human-Animal_Interaction_Studies.pdf.
- COOPER, D. R. SCHINDLER, P. S. Métodos de pesquisa em administração. 10 ed. Porto Alegre: Bookman, 2011.
- ELLIOT, Richard; JANKEL-ELLIOT, Nick. Using ethnography in strategic consumer research. Qualitative Market Research; 2003; 6, 4. ABI/INFORM Global pg. 215
- FIORENTINI, D, LORENZATO, S. Investigação em Educação Matemática: percursos teóricos e metodológicos. 3ª Edição Revisada. Campinas: Autores Associados, 2009, p.193-206. Disponível em: https://www.fe.unicamp.br/drupal/sites/www.fe.unicamp.br/files/pf/subportais/pesquisa/etica-na-pesquisa/etica_na_pesquisa_educacional.pdf.
- FULLER, J. The cultural creation of affect amongst vegan consumers: an ethnography analysis of online consumption communities. LUND University, 2016. Disponível em: <https://lup.lub.lu.se/luur/download?func=downloadFile&recordOId=8887555&fileOId=8887556>.
- GIBBS, Graham. Análise de dados qualitativos. Tradução Roberto Cataldo Costa; consultoria, supervisão e revisão técnica desta edição Lorí Viali. - Porto Alegre: Artmed, 2009. Disponível em: <https://btux.com.br/wp-content/uploads/sites/10/2018/07/GIBBS-Graham.-An%C3%A1lise-de-dados-qualitativos-cole%C3%A7%C3%A3o-pesquisa-qualitativa.pdf>.
- KOZINETS, R. V. Netnography 2.0. Handbook of qualitative research methods in marketing; 2007. pg 129.
- LOPEZ GARCIA, Julian; MARIANO JUAREZ, Lorenzo; XAVIER MEDINA, F. Contemporary Food Uses and Meanings from the Anthropology of Food in Latin- America and Spain. Revista de Dialectología y Tradiciones Populares, v. 71, n. 2, p. 327- 370, 2016. Disponível em: <https://www.ingentaconnect.com/content/doi/00347981/2017/00000071/00000002/art00001;jsessionid=4ft8ener2ndb3.x-ic-live-03>
- MAGALHÃES, M.; OLIVEIRA, J. Veganismo: aspectos históricos. 2019. Revista Scientiarum História, 2019, v.02: e 068 Disponível em: <http://revistas.hcte.ufrj.br/index.php/RevistaSH/article/view/68/92>.
- MANZINI, E.J. A entrevista na pesquisa social. Didática, São Paulo, v.25/27, p.149-158, 1990/1991. Disponível em:

https://www.marilia.unesp.br/Home/Instituicao/Docentes/EduardoManzini/Entrevista_na_pesquisa_social.pdf.

OLIVER, Catherine. Mock meat, masculinity, and redemption narratives: Vegan men's negotiations and performances of gender and eating. *Social movement studies*. v. 22, n. 1, p. 62-79, 2023. Disponível em: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/14742837.2021.1989293>.

OLIVER, Catherine. Vegan world-making in meat-centric society: the embodied geographies of veganism. *Social & Cultural Geography*, v. 24, n. 5, p. 831-850, 2023. Disponível em: <https://api.repository.cam.ac.uk/server/api/core/bitstreams/73e5c09f-c7a1-d49146214415/content>.

QUEIROZ, Carolina Andrade; SOLIGUETTI, Debora Fernanda Gonsalves; DO AMARAL MORETTI, Sergio Luiz. The main difficulties for vegetarians to become vegans: a study with brazilian consumers. *Demetra: Food, Nutrition & Health/Alimentação, Nutrição & Saúde*, v. 13, n. 3, 2018. Disponível em: <https://www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/demetra/article/download/33210/26433>.

SCHINAIDER, D.; SILVA, L. Consumidor Vegano: uma análise de variáveis que definem seu perfil e suas motivações. VI Simpósio da Ciência do Agronegócio, 2018. Disponível em: <https://www.ufrgs.br/cienagro/wp-content/uploads/2018/10/Consumidor-Vegano-uma-analise-de-variaveis-que-definem-seu-perfil-e-suas-motivacoes.pdf>.

SOUZA, Luiz Gustavo Silva; O'DWYER, Emma. Animal rights, environment, or health? Effects of argument type and dissonance on the attitudes toward the consumption of animals. *Appetite*, v. 176, p. 106129, 2022. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0195666322002203>.

SPRATT, C.; WALKER, R.; ROBINSON, B. Mixed research methods. *Practitioner Research and Evaluation Skills Training in Open and Distance Learning*. Commonwealth of Learning, 2004. Disponível em: <https://oasis.col.org/server/api/core/bitstreams/a0f649ca-9764-438a-b10b-84638b956ebf/content>.

THE VEGAN SOCIETY. Definition-veganism. 1944. Disponível em: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>

VERGARA, S. C. Métodos de pesquisa em administração. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2012. Disponível em: <https://madmunifacs.files.wordpress.com/2016/08/vergara-mc3a9todos-de-pesquisa-em-dministrac3a7ao-sylvia-vergara.pdf>.