

MOTIVAÇÕES E DESAFIOS VIVENCIADOS POR CONSUMIDORES SEMIVEGETARIANOS, VEGETARIANOS E VEGANOS

MOTIVATIONS AND CHALLENGES EXPERIENCED BY SEMIVEGETARIAN, VEGETARIAN AND VEGAN CONSUMERS

Ana Cristina Ferreira¹

Daniel Carvalho de Rezende²

RESUMO:

O objetivo deste trabalho é compreender as principais motivações para se optar pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo, bem como os desafios enfrentados por estas pessoas. Para isso, foram realizadas 42 entrevistas semiestruturadas com adeptos das dietas vegetarianas, que foram analisadas por meio da análise de conteúdo. São fatores motivadores principais: preocupação com a crueldade animal, saúde, meio ambiente, acesso à informação e influência de amigos e familiares. Quanto aos desafios, foram relatadas dificuldades de convivência com a família e amigos, o que leva às dificuldades de preparar uma refeição em casa ou participar de encontros na casa de amigos, e mesmo a socialização fora de casa. Também foram descritas diversas críticas sofridas pelos entrevistados com relação às suas escolhas alimentares e filosofia de vida, como também mencionaram os momentos que sofreram com piadas e preconceitos, como a ridicularização do movimento e os aspectos negativos da convivência social.

PALAVRAS-CHAVE: Dietas vegetarianas; Fatores motivadores; Desafios.

ABSTRACT:

The aim of this paper is to understand the main motivations to choose semivegetarianism, vegetarianism and veganism, as well as the challenges faced by these people. To this end, 42 semi-structured interviews were conducted with supporters of vegetarian diets, which were analyzed using content analysis. The main motivating factors were: concern about animal cruelty, health, environment, access to information, and influence of friends and family. As for the challenges, difficulties in living with family and friends were reported, which leads to difficulties in preparing a meal at home or attending gatherings at friends' homes, and even socializing outside the home. They also described several criticisms suffered by the interviewees regarding their food choices and life philosophy, as well as the times they suffered from jokes and prejudice, such as ridiculing the movement and the negative aspects of social coexistence.

KEYWORDS: Vegetarian diets; Motivating factors; Challenges.

1 INTRODUÇÃO

As questões alimentares passaram a ser tema de preocupação e discussão no mundo todo nos últimos tempos. São vários os pontos tratados em pesquisas de mercado e acadêmicas sobre saúde, preservação ambiental, sustentabilidade, ética,

¹ Doutora em Administração pela Universidade Federal de Lavras.

² Docente pela Universidade Federal de Lavras. Doutor em Ciências Sociais em Desenvolvimento, Agricultura e Sociedade pela Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

estilo de vida, crenças, todas buscando motivos e justificativas para as mudanças nos padrões alimentares.

Dentro das possibilidades e dos estágios de abdicção aos produtos de origem animal, Hernando (2019), em sua matéria, explica que existem três razões fundamentais para aderir a uma dieta vegetariana: saúde (17%), meio ambiente (21%) e respeito pelos seres sencientes (capacidade dos seres de sentir sensações e sentimentos de forma consciente) (57%), segundo o relatório da Lantern. O veganismo, especialmente ligado à ideologia da defesa dos animais, sustenta que sua essência não se reduz a uma dieta, mas representa um autêntico estilo de vida, uma filosofia que abrange o âmbito social e político. Cook (2015) pondera que a relação dos seres humanos com outros animais deve ser questão de preocupação ambiental, social, econômica e filosófica, e através das ciências sociais e naturais há um interesse crescente na interação homem-animal.

Essas mudanças são, muitas vezes, motivadas pelo consumo responsável, ético e sustentável, levando a revisão do que as pessoas consideram “boa vida” e prazeroso aos sentidos paladar, olfato, audição. Assim, acredita-se que a busca pelo prazer pessoal e a busca por experiências responsáveis tornam-se essenciais para um ambiente mais sustentável, de modo que beneficie a todos (CLARKE, 2008).

Neste trabalho, procura-se compreender as motivações e os desafios vivenciados por três grupo de consumidores: 1) os semivegetarianos, que são aqueles que restringem apenas carne vermelha de suas dietas, podendo ser ingeridas carnes brancas, ou pessoas que praticam o vegetarianismo alguns dias da semana (BAKKER; DAGEVOS, 2012); 2) os vegetarianos, que não consomem nenhum tipo de carne, incluindo suas variações – ovolatocvegetariano, lactovegetariano, ovovegetariano, vegetariano estrito, crudívoro, frugívoro (SLYWITCH; 2015); 3) veganos, restringem produtos de origem animal na alimentação, vestuário, cosméticos, produtos de limpeza, além de serem contra testes em animais, vivissecção e uso de animais para entretenimento (ABONIZIO, 2013).

Dessa forma, questiona-se: Quais são as principais motivações para se optar pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo e os desafios enfrentados por estas pessoas? Sendo assim, o objetivo desse trabalho é compreender as motivações

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

que levam as pessoas a buscarem por dietas vegetarianas e os desafios que elas enfrentam por terem feito essa escolha.

Esse trabalho se justifica visto que, de acordo com os autores Chuck, Fernandes e Hyers (2016), há possibilidades de pesquisas que aprofundem sobre as motivações para as mudanças de hábitos de consumo, especialmente os relacionados à alimentação, e como essas mudanças influenciam as relações sociais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Motivações para seguir dietas vegetarianas

Entre as motivações mais frequentes para optar por uma dieta vegetariana, estão a adoção da dieta sem carne, o combate à crueldade com os animais e a preocupação com a saúde pessoal, e também elementos relacionados à repugnância em comer carne, às crenças de amigos e às influências familiares (LARSSON et al., 2003). Para Larsson et al. (2003), os amigos são frequentemente descritos como cruciais no processo gradual de se tornar um vegano, bem como a família que, em casos de apoio desde a infância, foram cruciais para adotar um estilo de vida vegano.

Nessa direção, Birchal et al. (2018), ao pesquisarem consumidores vegetarianos, encontraram que há valores funcionais relacionados ao bem estar físico e mental e a um alimento saudável; valores sociais como a percepção de que ser vegetariano é uma coisa positiva; valores emocionais, como sentimento de maior tranquilidade, com uma consciência limpa; elementos condicionais, como a facilidade de acesso e variedade de comida vegetariana; e questões monetárias para os vegetarianos optarem por seguir tal dieta.

Aqueles que seguem pelo veganismo, o fazem também apor questões ambientais. O seu surgimento aconteceu porque havia uma grande preocupação com o que se consome e o impacto que isso tem em relação ao meio ambiente, à produção de alimentos, às mudanças climáticas e às gerações futuras (BAKKER; DAGEVOS, 2012; NEO, 2016; FROEHLICH, 2016).

Assim, as motivações do consumidor para adotar uma dieta vegana, de acordo com os participantes da pesquisa de Janssen et al. (2016), estão relacionadas aos animais, ao bem-estar pessoal e/ou saúde e relacionadas ao meio ambiente. Ainda, os autores identificaram que há consumidores que seguem uma dieta vegana e que

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

estão abertos a formas de agricultura animal, garantindo padrões de bem-estar animal que vão além das práticas atuais. No entanto, a maioria dos consumidores pesquisados apontam que o bem-estar animal não poderia ser alcançado na agricultura e, portanto, defende que os seres humanos não deveriam consumir nenhum produto animal. Segundo Abonizio (2016), mesmo aqueles que não têm como motivação principal a ética em relação aos animais, destacam a produção de carne como potencialmente contagiosa.

2.2 Desafios vividos pelos adeptos de dietas vegetarianas

As pessoas que se convertem ao vegetarianismo podem encontrar simpatia e apoio ou mesmo crítica, confusão e hostilidade, de acordo com Beardsworth e Keil (1992), que perceberam o contraste entre aceitação e crítica, sendo esta mais acentuada nas reações dos pais diante da conversão dos filhos, sendo a mãe mais simpática ou tolerante à conversão.

Nessa direção, Abonizio (2016) alega que os conflitos vivenciados por vegetarianos e não vegetarianos acontecem ao transformar um alimento considerado comida, saudável e normal em tabus ou proibições, abalando o sistema simbólico tal como estava organizado. Assim, excluir-se de determinado consumo não significa excluir-se do convívio com os consumidores e, portanto, os conflitos são negociados e concessões são feitas em inúmeras circunstâncias da vida cotidiana (ABONIZIO, 2016). Macinnis e Hodson (2017) propõem que a abstenção voluntária dos vegetarianos e veganos em consumir carne, entra em conflito com os valores da maioria onívora e representa uma ameaça simbólica de formas que contribuem para atitudes negativas em relação a essas metas. Assim, os vegetarianos e veganos podem ser vistos como ameaçadores de uma maneira única, aumentando seu potencial de ser alvo de preconceito, dada sua resistência a normas culturais que sancionam o consumo de carne, como afirmam os autores.

Nesse contexto, para Cherry (2014), os adeptos das dietas vegetarianas precisam de apoio social para a retenção. Isso é especialmente importante para o veganismo, que afeta muitas áreas de sua vida, incluindo aspectos práticos como compras de supermercado e situações sociais como comer com os amigos. Os entrevistados da pesquisa de Moreira e Acevedo (2015) apontaram como principais

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

custos emocionais, sociais e financeiros relacionados à adoção do estilo de vida vegano: preconceito, pressão familiar, pressão dos pares, piadas, isolamento e evitação da maioria das festas e reuniões sociais. Para Hirschler (2011), as interações com os familiares foram consideradas como mais negativas e difíceis do que com os demais grupos sociais.

Alguns desafios são, ainda, inerentes ao consumo de dietas vegetarianas. Moreira e Acevedo (2015) apresentaram que para o grupo de veganos, eles tiveram que aprender a cozinhar de novo, viajar com sua própria comida devido à dificuldade em encontrar alimentos veganos, ler todos os rótulos dos produtos antes de comprar, constantemente pesquisando e estudando questões relacionadas ao veganismo e espalhando as ideias do movimento onde quer que eles fossem.

E como vários movimentos são estereotipados, Abonizio (2016) afirma que o estereótipo do vegetariano é alguém ligado a movimentos alternativos, busca de saúde, religiões orientais, preocupação com a natureza e com os animais. O estudo de Macinnis e Hodson (2017) mostra uma realidade ainda preocupante, quando afirmam que as atitudes em relação aos vegetarianos e veganos são equivalentes a (ou mais do que) atitudes em relação a vários grupos comumente estigmatizados (como feministas, aqueles que seguem uma dieta livre de glúten), e as atitudes em relação a todos os alvos estigmatizados estavam correlacionadas positivamente, dentre a amostra pesquisada pelos autores. Além disso, os veganos (o grupo que mais desafiava as normas sociais) foram avaliados de forma mais negativa. Seria a chamada “vegafobia”, tratada por Cole e Morgan (2011), que mostram como o discurso vegafóbico facilita a contínua normalização da violência humana, fazendo com que o veganismo não seja usado como uma oportunidade para abrir debates sobre os relacionamentos com animais não humanos, mas sim usado como uma razão para não se importar, ou mesmo pensar, sobre essas questões.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Esta pesquisa se classifica, quanto ao problema de pesquisa, como qualitativa, e quanto aos objetivos como descritiva (GIL, 2007), visto a possibilidade de compreensão dos motivos, atitudes, percepções, sobre os consumos semivegetarianos, vegetarianos e veganos.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

Assim, usou-se da entrevista semiestruturada para coleta de dados (VERGARA, 2015), com questionamentos sobre as motivações para mudança nos hábitos alimentares, o apoio que os participantes tiveram no decorrer do processo, bem como os principais desafios enfrentados.

Foram realizadas 42 entrevistas, de agosto a novembro de 2019, com consumidores de Minas Gerais (33), São Paulo (3), Rondônia (3), Brasília/DF (2) e Santa Catarina (1). Os entrevistados são identificados esta pesquisa com nomes fictícios. Outras informações estão no Quadro 1.

Semivegetarianos (13)		Vegetarianos (15)		Veganos (14)	
Nome e idade	Tempo de dieta	Nome e idade	Tempo de dieta	Nome e idade	Tempo de dieta
Helena – 45	4 anos	Lívia – 23	4 anos	Ísis – 23	1ano/6meses
Alice – 22	5 anos	Heitor - 30	6 anos	Elisa – 27	2 anos
Miguel - 30	11 anos	Lorena - 19	9 meses	Melissa - 36	2 anos
Laura – 21	4 anos	Giovana - 27	8 anos	Emanuele– 54	3anos/6meses
Manuela – 56	1ano/7meses	Liz - 23	10 anos	Sara – 26	7 meses
Isabela - 67	30 anos	Antonela - 21	8 meses	Ester – 27	8 meses
Artur – 37	2anos/6meses	Maitê - 53	4 anos	Lorenzo - 25	4 anos
Sophia – 26	8 meses	Bernardo - 29	6 anos	Cristina - 25	1 ano
Luísa – 35	7 anos	Clara - 28	13 anos	Benjamim - 18	6 meses
Heloísa – 20	5 meses	Lara - 27	12 anos	Alícia - 34	4 anos
Valentina - 40	2 anos	Théo - 37	2 anos	Lavinia - 24	3 anos
Cecília - 20	6 meses	Davi - 26	11 anos	Catarina - 36	10 anos
Eloá – 26	1 ano	Pedro - 20	2 anos	Rebeca - 34	12 anos
		Samuel - 30	3anos/6meses	Ayla – 19	2 anos
		Eduarda - 30	3 anos		

Quadro 1: Caracterização dos participantes.

Fonte: Dados da pesquisa.

Os primeiros entrevistados foram pessoas do conhecimento dos pesquisadores, que indicaram outros participantes, estes que também fizeram novas indicações, pela técnica *snowballing* (ou seleção por “bola de neve”) (BALDIN; MUNHOZ, 2011). A saturação teórica, que é quando as informações se repetem com certa frequência e não se identifica novos dados, foi alcançada por volta 11ª entrevista de cada grupo (FONTANELLA et al., 2011).

Os dados foram analisados com o uso do software Nvivo, que é bastante usado em pesquisas que façam análise de conteúdo. A análise de conteúdo seguiu os preceitos de Bardin (2016): inicialmente procedeu-se com a Pré-análise das transcrições (fase da organização e elaboração de indicadores que fundamentem a interpretação); em seguida foi feita Descrição das unidades de registro (descrição do

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021 periodicoscesg@gmail.com	Trabalho 02 Páginas 01-23
---	--	------------------------------

significado particular de cada elemento encontrado); e por fim, o tratamento e interpretação dos resultados (realização da categorização, que consiste na classificação dos elementos, segundo suas semelhanças e por diferenciação). Neste processo de categorização aconteceu por meio da análise temática que funciona pela divisão do texto em unidades ou categorias (BARDIN, 2016).

Ademais, usou-se a grade mista para análise dos dados (VERGARA, 2015), em que as categorias sobre os fatores motivadores foram definidas preliminarmente, conforme Quadro 2, com exceção da categoria 'Acesso à informação'.

Fatores motivadores	Autores
Crueldade animal	Larsson et al. (2003); Janssen et al. (2016); Birchal et al. (2018)
Acesso à informação	Surgiu no decorrer das análises dos dados
Influência de amigos/familiares	Larsson et al. (2003); Birchal et al. (2018)
Saúde	Larsson et al. (2003); Janssen et al. (2016); Birchal et al. (2018)
Meio ambiente	Neo (2016); Abonizio (2016); Froehlich (2016); Janssen et al. (2016)
Espiritual e/ou religioso	Birchal et al. (2018)
Disponibilidade de produtos	Birchal et al. (2018)
Rejeição à carne	Larsson et al. (2003)
Questão financeira	Birchal et al. (2018)

Quadro 2: Categorias de análise.

Fonte: Dados da pesquisa.

Já as categorias de análise dos desafios enfrentados pelos participantes foram incluídas durante o processo de análise dos dados, como sendo as dificuldades, as críticas e os preconceitos vividos pelos entrevistados. O próximo tópico trata dos resultados encontrados.

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

4.1 Motivações para o consumo semivegetariano, vegetariano e vegano

Este subtópico exibe os resultados referente às motivações para um consumo semivegetariano, vegetariano e vegano por parte dos entrevistados, e o que eles acham que pode motivar outras pessoas para iniciarem nas dietas vegetarianas.

Os autores Larsson et al. (2003) e Fox e Ward (2008) afirmam que as motivações mais frequentes para se optar pelo vegetarianismo são: combate à crueldade com os animais, aspectos ligados a saúde, repugnância em comer carne e influência de amigos e familiares. Todos estes aspectos foram mencionados pelos participantes desta pesquisa (Tabela 1). Corroborando os achados do estudo, Amato e Partridge (1989) alegam que, além da preocupação com a saúde e com os animais,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021 periodicoscesg@gmail.com	Trabalho 02 Páginas 01-23
---	--	------------------------------

existe também uma preocupação com meio ambiente e crescimento pessoal envolvendo a religião/espiritualidade, como pode ser visto na Tabela 1.

Motivações	Para os entrevistados	Para as outras pessoas	Total
Crueldade animal	20	11	31
Acesso à informação	8	12	20
Influência de amigos e familiares	8	10	18
Saúde	7	11	18
Meio ambiente	2	14	16
Espiritual e/ou religioso	7	1	8
Disponibilidade de produtos	-	4	4
Rejeição à carne	2	-	2
Questão financeira	-	1	1

Tabela 1: Motivações para se decidir pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo. Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Estes fatores motivadores são detalhados nos itens a seguir.

4.1.1 Crueldade Animal

A Crueldade Animal é o fator que mais motivou os participantes a optarem por uma alimentação sem produtos de origem animal. São enfocados aspectos como a morte do animal para a produção de carne, o sofrimento dos animais em confinamento para produção de leite e ovos e o transporte dos animais para abate.

Para alguns participantes, o primeiro questionamento é sobre a necessidade de comer carne para sobrevivência e colocar a vida dos seres humanos como superior à dos animais. Ao contrário dessa ideia, Liz (vegetariana) afirma que não vê *“que os animais tão aqui pra me alimentar deles, mas tão aqui, vivem no mundo, assim como eu, e eles são outras vidas e a gente pode dividir sem ter que matar um ao outro”*. Corroborando essas afirmações, Moreira e Acevedo (2015) alegam que é necessário que a sociedade rompa com a ideia de que os animais sejam recursos disponíveis aos seres humanos para satisfação de seus desejos.

Nessa conjuntura, Rebeca (vegana) alega que ter contato com algum animal, especificamente um animal que viraria uma refeição para uma pessoa, pode motivá-la a repensar seus hábitos, e eliminar o consumo de produtos de origem animal.

“Quando as pessoas se apegam, quando os animais se tornam pets pra elas, se tornam animais de companhia, elas começam a rejeitar a ideia de querer comer animal. Mas acho que as pessoas vão mais pela empatia, pelo amor mesmo, né” (REBECA, VEGANA).

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021 periodicoscesg@gmail.com	Trabalho 02 Páginas 01-23
---	--	------------------------------

Considerando essa afirmação de Rebeca (vegana), outra questão comum aos entrevistados é com relação ao respeito pelos animais. Théo (vegetariano) conta sua experiência e vivência em um ambiente com constante sofrimento animal:

“Eu comecei a trabalhar, na época, na Sadia, porque eu tinha uma função de consertar os computadores, então eu andava em todas as unidades: abatedora de aves, o frigorífico de suínos... e aí eu via o sofrimento dos animais e aí eu vendo essa situação, foi um dia que eu me deparei com um caminhão de matrizes suínas chegando e no olhar daqueles animais, me sensibilizou, sabe? Eu falei: “eu não como carne mais”, né? Foi nesse momento que eu me sensibilizei”.

Nesse contexto, Singer (2010) afirma que a criação de animais em escala industrial, para produção de carne, é repleta de sofrimento e as pessoas não percebem isso porque os produtos cárneos são adquiridos fora do contexto do confinamento destes animais. Ou seja, o produto vem embalado causando, muitas vezes, o distanciamento da realidade dos abatedouros, porque não reflete o sofrimento e os abusos sofridos. Pedro (vegetariano), nesse âmbito, afirma que *“a mídia faz muito isso, as embalagens distanciam a gente desse processo de tortura, de abate, de sofrimento, coloca lá uma comida bonitinha, cheirosinha e, hoje, eu já tenho uma visão bem diferente”*. Essas informações são corroboradas por Cook (2015) que apresenta que a pecuária animal leva uma sensação de invisibilidade aos consumidores ao disponibilizar produtos cárneos embalados, desvincilhando o produto final da realidade vivida pelos animais antes do abate.

4.1.2 Acesso à informação

O segundo ponto mais elencado pelos participantes da pesquisa, que pode motivar e influenciar as pessoas a optarem pelo semivegetarianismo, vegetarianismo ou veganismo, é ter Acesso à informação, ao conhecimento.

Nesse sentido, Cristina (vegana) afirma que as redes sociais são importantes também ao proporcionarem contato entre às pessoas que acreditam no mesmo ideal. Para ela, *“os documentários, vídeos que são disponibilizados na internet também colaboram muito. Enfim, tem muito texto saindo agora atualmente sobre o veganismo, isso também colabora. Você já consegue encontrar nutricionistas que são especializados em veganismo”* (Cristina, vegana).

Os documentários são destacados pelas entrevistadas, como segue: A carne é fraca (Lara, vegetariana), Dominion (Lívia, vegetariana), Terráqueos (Lavínia,

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

vegana). Para elas, ao assistirem estes documentários, ficou evidente o sofrimento dos animais e, por isso, foi fundamental para que tomassem a decisão de eliminar o consumo de alimentos de origem animal.

Antonela (vegetariana) afirma que o que a fez mudar, além de outros fatores, foi o acesso à informação:

“Primeiro parte da curiosidade, que eu comecei a prestar atenção em como funciona o processo de produção das empresas e aí eu pesquisei alguns artigos, vi alguns documentários e aí eu comecei a conversar com algumas pessoas, entrar nos grupos, entendeu? E aí através da informação eu tomei a decisão” (ANTONELA, VEGETARIANA).

Para Ísis (vegana), a motivação veio quando fez determinadas disciplinas na faculdade, no curso de Ciências de alimentos:

“eu comecei a ter muitas matérias na faculdade sobre carne, leite, eu trabalhei bastante indo em fazendas de leite, e eu via muito sofrimento e eu não queria compactuar com aquilo, [...] porque eu via, tipo, eu ia em abatedouro, ia pegar o leite da vaca, eu vi os bezeros. A partir disso, eu comecei a pesquisar cada vez mais e vi que tem o lado da saudabilidade, o lado ambiental, e aí cada vez foi pesando mais coisa e eu vi que não valia a pena participar disso tudo” (ÍSIS, VEGANA).

Nesse sentido, Isabela (semivegetariana) aponta o papel das universidades nesse processo: *“eu acho que as universidades podem colaborar muito pra essa parte ética e a conscientização aí no que é prejudicial à saúde”*.

Para os entrevistados, o acesso a informação é importante como modo de informar sobre a crueldade que os animais sofrem na produção de carnes, ovos e leite, bem como informar sobre os benefícios das dietas vegetarianas, tanto para a saúde das pessoas, como no impacto ambiental dessas escolhas.

4.1.3 Influência de Amigos e Familiares

O terceiro aspecto mais mencionado pelos participantes foi a Influência de amigos e familiares como ponto motivador para escolher pelo semivegetarianismo, vegetarianismo ou veganismo. Larsson et al. (2016) afirmam que os amigos e familiares são cruciais no processo de adotar um estilo de vida vegano.

Para aqueles que viram apoio da família, Samuel (vegetariano) explica que conhecer sua esposa foi fundamental para concretizar o desejo de se tornar vegetariano: *“eu comecei a namorar a minha atual esposa e ela é vegetariana e eu*

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

senti que eu tinha uma companhia, porque o resto da minha família não é vegetariana. Eu tinha interesse, mas não tinha muita motivação e nem companhia”.

Na relação de pais e filhos, Antonela (vegetariana) enaltece sua relação com sua mãe: *“Ela pesquisa receitas e a gente cozinha junto, algo que a gente não fazia antes. Quando a gente cozinha em casa ela já faz o bolo sem ovo, sem leite, entendeu?”.* Beardsworth e Keil (1992) descobriram que a mãe é a figura mais simpaticante e tolerante a conversão de seus filhos ao vegetarianismo do que os demais membros da família. Esse cuidado em inserir, na refeição, um prato vegetariano para aquela pessoa da família que é vegetariana, é visto pela Liz (vegetariana) como um ponto fundamental de apoio para continuar com este estilo de vida.

Emanuele (vegana) apresenta a relação contrária, em que seus filhos a influenciaram seguir, inicialmente, o vegetarianismo para, depois, optar pelo veganismo. Nesse mesmo laço familiar, Artur (semivegetariano) explica que era vegetariano até *“a introdução alimentar da minha filha que foi fundamental pra mudar um pouco e me fazer voltar a comer algumas coisas. Então, assim, eu como algumas vezes por semana, a carne não é essencial”.* Para ele e sua esposa, impor uma dieta vegetariana a filha não era conveniente e que o mais coerente seria a própria filha escolher, quando mais crescida, se gostaria de seguir pelo vegetarianismo.

Referente a influência dos amigos, Pedro (vegetariano) explica que foi pela influência de um amigo que ele se sentiu motivado a seguir o vegetarianismo. Além disso, para ele, essa vivência com outras pessoas que são vegetarianas pode ser significativa para criar um movimento vegetariano. Benjamim (vegano) também teve essa experiência de ver que outras pessoas se tornaram vegetarianas pela convivência que teve com ele, por suas falas e exemplo. Samuel (vegetariano), nesse âmbito, explica a importância de receber amigos em casa:

“Às vezes eu convido pessoas da minha família ou amigos que não são vegetarianos pra comer aqui em casa e eu e minha esposa fazemos um prato vegetariano e, geralmente, as pessoas gostam muito. As pessoas ficam impressionadas, surpresas com a possibilidade daquele sabor ser vegetariano. Então, interações positivas, eu acho, seria, na minha opinião, a principal coisa” (SAMUEL, VEGETARIANO).

Catarina (vegana) afirma que grupos de amizades com pessoas que também são veganas, ou aquelas que não são, mas simpatizam com a causa, ajuda na

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

interação como um todo: *“você está junto ali, as pessoas estão pensando um pouco mais próximas, mesmo quando tem alguma diferença de pensamento ela é conversada de uma forma mais harmônica”* (Catarina, vegana). Hirschler (2011), nessa direção, aponta o apoio social de outras pessoas vegetarianas e veganas importante na transição de dietas onívoras para dietas restritivas de alimentos de origem animal.

Para Elisa (vegana), a motivação não necessariamente é por pessoa do convívio próximo, mas pode ser por pessoas famosas, em que ela cita, a exemplo, o *youtuber* Felipe Neto, que se tornou vegetariano em 2019. Doyle (2016) apresenta essa importante influência de pessoas consideradas celebridades ou influenciadoras, tanto no sentido de fazer campanha para o movimento vegetariano ou vegano, como também pelo exemplo que dão com seus hábitos alimentares.

Além disso, o apoio de pessoas anônimas em grupos de redes sociais foi citado como fundamental para seguir sua opção de alimentação. Nesse sentido, Antonela (vegetariana) afirma que *“tem muito apoio [...] dos grupos que a gente tem no Facebook né, dos vegetarianos. [...] Tem muita gente que dá um apoio moral, compartilha receitas. [...] Tem os colegas virtuais que você troca ideias, experiências do que aconteceu, do que você passou”*. Heitor (vegetariano) também afirmou que, pelo Facebook, encontrou pessoas que o ajudaram e no processo de se tornar vegetariano, respondendo aos seus questionamentos. Luísa (semivegetariana) compartilha dessa opinião, e diz que a internet é uma ferramenta importante.

Cristina (vegana) afirma que o Instagram também é importante *“de saber que existem tantas e tantas pessoas fazendo, acreditando no veganismo, cozinhando, disponibilizando receitas, mostrando o cotidiano de uma pessoa vegana que, mais uma vez, se tornou simples”*. Fuller (2016) afirma que o contexto social que as pessoas estão inseridas, quando tem pessoas com o mesmo hábito alimentar, motiva a busca pelo veganismo porque se tem práticas comuns, identidades que moldam a essa maneira de consumo e leva esse movimento para ascensão.

4.1.4 Saúde

A busca por uma saúde melhor, ou manutenção da saudabilidade, foi um aspecto presente na fala dos entrevistados. Muitos mencionaram o fato de terem tido

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

alguma doença que os fizeram buscar a dieta vegetariana como aliada na cura ou controle da mesma. Para os participantes da pesquisa de Janssen et al. (2016), a busca pelo bem-estar pessoal e saúde é um dos fatores que levam às pessoas ao veganismo. A preocupação com a saúde também é presente para os vegetarianos, como mostra Larsson et al. (2003) e Fox e Ward (2008).

Nessa direção, para Elisa (vegana), a disponibilização de materiais publicados sobre os benefícios para a saúde, bem como o apoio de nutricionistas para dietas vegetarianas e veganas, podem motivar as pessoas a buscarem este estilo de vida. Luísa (semivegetariana), por sua vez, conta seu próprio problema de saúde: *“eu tive uma doença grave, um diagnóstico de lúpus. Então, [...] eu fui pesquisando coisas naturais, coisas alternativas. A primeira coisa, primeiro passo, foi a alimentação, foi cortar carnes, derivados do leite, enfim, todas essas coisas”*.

Autores como Tonstad (2009) e Tantamango-Bartley (2016) posicionam a favor de uma dieta vegana para reduzir a possibilidade de incidência de câncer de mama e próstata, colesterol ruim, diminuição da obesidade, proteção do diabetes tipo 2, entre outras doenças. Valentina (semivegetariana) relatou seu diagnóstico de pré-diabetes e Alícia (vegana) sofreu com deficiência de ferro e anemia antes de mudarem seus hábitos alimentares. Essa postura é corroborada por Birchal et al. (2018), quando afirmam que, para consumidores vegetarianos, o bem-estar físico e mental se tornam fundamentais na busca por uma dieta vegetariana.

No entanto, Miguel (semivegetariano) faz um alerta: *“você também não saber substituir é muito grave, né? Conheço um pessoal que parou de comer carne e acaba comendo miojo. Tipo, você não pode trocar por menos. Você tá trocando por um motivo que é pra você comer melhor, né?”*. Para ele, é importante fazer a substituição correta dos alimentos, para evitar a falta de nutrientes, também constatada por Birchal et al. (2018).

4.1.5 Meio ambiente

A categoria Meio ambiente foi mais citada com potencial para motivar as pessoas a fazerem mudanças em seus hábitos alimentares. Um dos pontos mais referenciados é com a preservação da floresta Amazônica, como Artur (semivegetariano) afirma, o desmatamento apontado por Giovana (vegetariana) e

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

como Elisa (vegana) alega que *“é triste, mas a situação do planeta hoje, então, por exemplo, isso que está acontecendo dessas queimadas, isso está começando a abrir o olho das pessoas”*. Ressalta-se que, no ano de 2019, a Amazônia sofreu com queimadas descontroladas, que teve reflexos em todos os estados brasileiros. As entrevistas foram realizadas exatamente nesta época, em que este ocorrido esteve em discussão. A participante Melissa (vegana), em determinado momento da entrevista, e sendo moradora do estado de Rondônia, exclama: *“é essa fumaça que faz a professora ficar rouca do nada”*, se referindo a fumaça das queimadas na Amazônia. Benjamim (vegano) aponta que, com este acontecimento das queimadas, muitas pessoas pararam para refletir os impactos que os humanos têm causado nas florestas, e que essa reflexão é um ponto positivo e que pode motivar as pessoas a repensarem seus hábitos no geral.

Nesse sentido, Bernardo (vegetariano) afirma que *“a preocupação com o meio ambiente leva a pessoa a entender que o não consumo de carne tem um impacto menor no meio ambiente e tudo isso tá associado”*. Ou seja, diferente de Heloísa (semivegetariana) que acha o não consumo difícil de ser realizado, Bernardo (vegetariano) já o vê como fundamental para diminuir o impacto no meio ambiente. Essas informações são corroboradas por Froehlich (2016) e Neo (2016) que apontam a produção pecuária e agrícola como um dos motivos que agravam as condições do meio ambiente em questões de degradação ambiental e poluição, que comprometem todo o sistema ambiental.

4.1.6 Outros aspectos mencionados como possíveis motivadores

Alguns entrevistados narraram como sua motivação inicial para mudar os hábitos alimentares quanto à produtos cárneos veio de suas religiões ou por uma busca de sintonia com suas crenças (FRASER, 2003). Helena (semivegetariana), Lívia (vegetariana) e Elisa (vegana), católicas, explicaram que a época da quaresma foi um período motivador para deixarem de consumir alguns alimentos de origem animal. Também pelo lado religioso, Valentina (semivegetariana) conta que na época em que desenvolveu um trabalho mediúnico, a recomendação era que, nos dias do curso, não se fizesse o consumo de carnes.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

Já Miguel (semivegetariano) comenta que sua transformação espiritual “foi uma época que eu experimentei o Ayahuasca e isso bateu bem forte pra mim, assim, de não comer carne. A partir dessa época eu realmente reduzi muito”. A Ayahuasca é um chá, com potencial alucinógeno, feito a partir de uma mistura de ervas amazônicas.

Ademias, a busca por uma maior consciência de si é apontada por Eduarda (vegetariana) como o ponto fundamental para que as pessoas repensem seus hábitos alimentares e busquem a conexão com elas mesmas. A busca do autoaperfeiçoamento e maior consciência de si são apontados por Birchall et al. (2018) que afirmam que o bem-estar físico e mental é objetivo das pessoas que optam pelo vegetarianismo, como forma de alcançarem valores emocionais de maior tranquilidade e consciência limpa.

Isabela (semivegetariana) e Rebeca (vegana) apontaram a rejeição à carne como aspecto motivador e, também, à aspectos relacionados ao cheiro e a textura do alimento, como afirmam Larsson et al. (2003) e Fox e Ward (2008). Paralelo a isso, a maioria dos entrevistados afirmou que, antes de se tornarem semivegetarianos, vegetarianos ou veganos, não apreciavam os alimentos cárneos. Para eles, isso pode ter facilitado a busca pela redução, ou eliminação, desses produtos de suas refeições.

Ainda com relação a carne, Sofia (semivegetariana) apresentou a questão financeira como um fator que motiva as pessoas a diminuírem seu consumo, visto que a alimentação a base de vegetais, a seu ver, é mais barata, aspecto também aparente na pesquisa de Birchall et al. (2018) com vegetarianos.

Já para Artur (semivegetariano), Théo (semivegetariano) e Cristina (vegana) o que pode motivar as pessoas é a disponibilidade de produtos vegetarianos e veganos no mercado. Artur (semivegetariano) menciona os eventos realizados sobre vegetarianismo e veganismo que acabam por divulgar estes hábitos e apresentar produtos para o público como incentivo. Théo (semivegetariano) e Cristina (vegana) destacam a oferta de produtos nos cardápios de restaurantes e bares, respectivamente, além de produtos industrializados, que podem mostrar às pessoas que o hábito vegetariano e vegano é possível. Essas informações são corroboradas por Birchall et al. (2018) que afirmam que consumidores vegetarianos encontraram a facilidade de acesso e variedade de opções vegetarianas como fator condicionante para eles terem optado pelo vegetarianismo.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

4.2 Desafios vividos pelos adeptos de dietas vegetarianas

O processo de converter ao vegetarianismo ou veganismo é permeado por diversos desafios, desde à aspectos ligados a própria alimentação como pressão social definidas em críticas e preconceitos (BEARDSWORTH; KEIL, 1992; ABONIZIO, 2016; MOREIRA; ACEVEDO, 2015; DOYLE, 2016), que são descritos a seguir.

4.2.1 Dificuldades enfrentadas

A **família** realmente é o maior desafio a ser enfrentado. Embora citada como um fator motivador para que alguns dos entrevistados realizassem a mudança para o vegetarianismo ou veganismo (como descrito na sessão anterior), as relações diárias são difíceis. Beardsworth e Keil (1992) afirmaram que, ao optar pelo vegetarianismo, as pessoas poderiam encontrar apoio ou hostilidade por parte da família, sendo a resistência mais acentuada na relação dos pais com os filhos e as mães mais tolerantes às mudanças alimentares dos filhos. A pressão familiar é apontada por Moreira e Acevedo (2015) como um custo emocional e social vivenciado por veganos. Nesse contexto, Sara (vegana) relata:

“Eu sou a única lá em casa que não como [carne] e meu pai é assim uma pessoa muito filho da graça, faz muita gracinha assim, uma pessoa inconveniente no caso. [...] A minha avó: “Ai, mas a Sara agora não come nada! O que essa menina vai comer?”, e sabe? Sempre fica com atitude de julgamentozinho” (SARA, VEGANA).

Hirschler (2011), corroborando as informações supracitadas, alega que os familiares acabam descreditando as opções alimentares e as crenças dos parentes vegetarianos ou veganos, ou lançando dúvidas e preocupações sobre a adequação da dieta vegana. Nesse sentido, Liz (vegetariana) relata que sua família já tentou “*colocar carne, assim, pra mim comer, tipo no meu prato*”, principalmente quando iniciou o vegetarianismo. Ela percebe que hoje em dia esse comportamento tem sido pouco recorrente.

Ainda com relação a **família**, Luísa e Sofia (semivegetarianas) alegaram que não tinham muita autonomia e acesso à cozinha de suas casas. Rebeca (vegana) afirma que “*aqui em casa eu já tive que deixar de comer, porque a minha mãe fez comida, ela fez um arroz na carne usando água de músculo e não me falou*”.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

Contudo, além das dificuldades enfrentadas em casa, sair de casa também se apresentou como um desafio para alguns entrevistados. As pessoas achavam complicado **preparar uma refeição** para elas, como afirmam Sofia (semivegetariana), Helena (semivegetariana), Manuela (semivegetariana), Maitê (vegetariana), Eduarda (vegetariana), Ayla (vegana):

“Até minha mãe mesmo, ela parou de me chamar pra almoçar: "ah, eu não sei fazer comida pra vocês. Eu não sei fazer almoço mais aqui em casa, quando vocês vêm". Então você fica até uma *persona non grata*, entendeu? Minha sogra também: "ah, mas tem a Helena e a filha dela...", sabe? Então, é um pouquinho chato isso” (HELENA, SEMIVEGETARIANA).

Para tornarem essa questão mais confortável, Maitê (vegetariana) e Ayla (vegana) afirmam que sempre levam suas comidas, quando são convidadas a irem na casa de amigos ou confraternizações. Para elas, isso não se torna um incômodo e deixa os anfitriões tranquilos. Essa postura é corroborada por Moreira e Acevedo (2015), quando afirmam que é comum as pessoas levarem suas próprias comidas consigo.

Para Manuela (semivegetariana) e Ester (vegana) a dificuldade é a **socialização fora de casa**. Ester (vegana) afirma que a maior dificuldade é quando as pessoas ficam preocupadas em definir um local para comer fora de casa, de forma que tenha opção para ela. Estes aspectos mencionados sobre uma refeição na casa de alguém da família ou sair para comer fora são mencionados também por Abonizio (2016), em que afirma que, em muitos casos, é necessário fazer algumas concessões. Para os pesquisados do trabalho de Moreira e Acevedo (2015), evitar festas e reuniões familiares é um ato comum, para se evitar também as críticas e preconceitos.

O **constrangimento das outras pessoas** quando se fala que é vegetariano ou vegano, é mencionado por Bernardo (vegetariano) e Miguel (semivegetariano). *“Dependendo dos lugares as pessoas até se espantam, olham pra você como se fosse um marciano né, um alienígena: “como assim você não come carne?”. Porque carne é quase religioso pra algumas pessoas”* (Miguel, semivegetariano).

Todas estas dificuldades citadas pelos entrevistados (família, preparar refeições em casa, encontros na casa de familiares e amigos, comer fora de casa e o constrangimento das outras pessoas) são acentuadas quando acompanhadas de críticas e preconceitos. O próximo subtópico descreve essas situações.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

4.2.2 Críticas e Preconceitos

As críticas e preconceitos mencionados pelos participantes da pesquisa sempre acontecem por pessoas da família ou por amigos. Clara (vegetariana) diz que uma das principais críticas é: *“vegetariano só come alface”*. Outras pessoas também mencionaram que são sempre questionados se *“come só alface?”*, ou *“o que você come?”*. Esses participantes alegam a falta de conhecimento das pessoas em relação a variedade de opções de alimentos em uma dieta vegetariana ou vegana, e o quão as pessoas não conseguem se libertar dos produtos cárneos do cardápio. Nesse sentido, Ísis (vegana) afirma que é *“mais aquele tabu, de que vegano é chato, e isso é muito chato. E piadas o tempo inteiro, do tipo: “ah, o que você come então? Você não come nada? Vegano só come coisa que é ruim, ou só come alface”*”. Em respostas a questionamentos como os citados acima, Catarina (vegana) conta que *“eu até brinco, [...], lembra de um sacolão, olha aqui, sabe aquele sacolão cheinho, sabe aquele hortifrúti inteirinho, eu como tudo aquilo [risos]”*.

Clara (vegetariana) também comenta que seus amigos vegetarianos contam que quando vão *“pra reunião de família e todo mundo come carne, sempre tem críticas, né? Tipo assim: “Ah, você parar não vai fazer diferença nenhuma” ou então “você vai ficar anêmico”*. Enfim, discurso de pessoa que não entende muito bem o propósito de não comer carne”. Liz (vegetariana) afirma que os comentários que recebe são *“nossa, você não acha que você tá sendo burra? Pra que isso?”; “oh, você vai ficar doente!”; esse tipo de coisa”*.

Laura (semivegetariana) afirma que sua família acha *“radical”*. Davi (vegetariano) também menciona que sua família não compreendia suas escolhas alimentares, e que achavam que era *“de perda de saúde, era fantasia, viver no mundo da lua, das nuvens. Sempre ouvi muitas coisas assim. Meu irmão mais velho, na época, vivia fazendo piadas disso, provocando de todas as maneiras possíveis”*.

Para além dos familiares, as pessoas do círculo de amizade também criticam as opções alimentares dos entrevistados. São amigos e colegas de trabalho que tecem críticas e questionamentos sobre o vegetarianismo e veganismo. Artur (semivegetariano) afirma que as *“as pessoas no trabalho também costumavam zoar, fazer bullying, era piada e tal. Assim, porque as pessoas não entendem, muitas vezes. Elas veem de uma cultura que tem carne demais, tem sempre, e ela é essencial, então*

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

elas não entendem por que uma pessoa deixa de comer”. Nesse contexto, Théo (vegetariano) mostra como as críticas que teve foram estereotipadas:

“Ah, por exemplo, sou policial militar, então o meu parceiro fica o tempo todo me zutando sobre isso. Ah, que eu sou hippie, que eu fico abraçando árvore e essas coisas de natureza, que não pode comer carne. Essas coisinhas, sabe? É, tipo assim, “o que você vai comer hoje? Uma alface *premium*?”. Tipo assim, é zueira pura” (THÉO, VEGETARIANO).

Moreira e Acevedo (2015), nesse sentido, afirmam que o preconceito, piadas e pressão das pessoas de convívio, citados acima pelos entrevistados, são aspectos que as pessoas veganas convivem e que pode levar a custos emocionais, sociais e financeiros. Abonizio (2016), a exemplo do que Théo (vegetariano) cita em sua fala acima, afirma que os vegetarianos são frequentemente estereotipados e referenciados a movimentos alternativos, preocupados com natureza e animais, que buscam saúde em suas escolhas, entre outros fatores.

Nessa conjuntura, Cole e Morgan (2011) apresentam que essa aversão ao veganismo, relatado pelos entrevistados citados acima, pode ser chamada de Vegafobia. Nesse conceito, são considerados os preconceitos vivenciados pelas pessoas, a ridicularização do movimento, os aspectos negativos que são enfatizados e a violência vivida pelos familiares e amigos.

Não somente por palavras se manifestam os preconceitos, mas também por ações, como Giovana (vegetariana) afirma que, além das críticas, sempre tentam colocar carne em seu prato:

“até hoje as vezes tem gente que joga um pedaço de carne no meu prato, pra eu poder comer, sabe?! Isso me incomoda bastante, porque, por exemplo, ainda mais essa pergunta, “o que você come, você come só, vou te levar pra comer capim lá, junto com as vacas”” (GIOVANA, VEGETARIANA).

Todo este descrédito dado as opções alimentares de vegetarianos e veganos mostra, como tratado por Cole e Morgan (2011), inclusive no conceito de Vegafobia, que pode ser uma forma de não dar oportunidade para o discurso vegano, ou seja, de não se ouvir e refletir sobre as questões levantadas pelo vegetarianismo e o veganismo.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho buscou-se compreender as principais motivações para se optar pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo, bem como os desafios enfrentados por estas pessoas.

Foi exposto que as preocupações com crueldade animal, saúde e meio ambiente são fatores motivadores para se buscar por dietas vegetarianas. O acesso à informação e influência de amigos e familiares também são motivações para se mudar os hábitos alimentares. Esses aspectos foram citados tanto como motivadores dos entrevistados desta pesquisa, mas também foram mencionados como possíveis motivadores para outras pessoas buscarem a mudança para o semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo.

Quanto aos desafios, foram relatadas dificuldades de convivência com a família e amigos, o que leva às dificuldades de preparar uma refeição em casa ou participar de encontros na casa de amigos, e mesmo a socialização fora de casa. Também foram descritas diversas críticas sofridas pelos entrevistados com relação às suas escolhas alimentares e filosofia de vida, como também mencionaram os momentos que sofreram com piadas e preconceitos, como a ridicularização do movimento e os aspectos negativos da convivência social.

Este estudo contribui para a literatura das dietas vegetarianas, especialmente nas motivações para se seguir determinada dieta dentro das possibilidades vegetarianas e os desafios enfrentados. A categoria Acesso à Informação foi mencionada como umas das mais significativas no processo motivador na mudança de hábitos alimentares, e merece outros estudos que a analisem profundamente. Ainda, empresas e instituições voltadas para o vegetarianismo e o veganismo podem usar dessas informações em suas atividades, de modo a proporcionar aos consumidores e adeptos das dietas vegetarianas conteúdos confiáveis, e produtos com garantia de ética e respeito aos preceitos vegetarianos.

Socialmente, é necessário o incentivo a programas de acolhimento das pessoas que enfrentam o preconceito por suas escolhas vegetarianas, dentro de suas casas e fora delas, bem como programas de conscientização para aqueles que sentem dificuldades em compreender as escolhas de seus familiares e/ou amigos.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

Esses resultados não devem ser generalizados, e, por isso, outros estudos podem ser feitos, inclusive verificando as mudanças dos fatores motivadores no contexto atual, durante a pandemia de coronavírus. Ainda, pode-se explorar as variações da pressão familiar e dos amigos em vivência durante a quarentena da Covid-19, e a disponibilidades de produtos nesse momento. Ademais, pode-se traçar formas de orientação na superação dos desafios enfrentados pelos vegetarianos e veganos. Outras pesquisas podem ser realizadas para analisar detalhadamente a disponibilidade de produto e o acesso a eles como fator motivador.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABONIZIO, J. Conflitos à mesa: vegetarianos, consumo e identidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 90, 2016.

ABONIZIO, J. Consumo alimentar e anticonsumismo: veganos e freeganos. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 49, n. 2, 2013.

AMATO, P. R.; PARTRIDGE, S. A. **The new vegetarians**: Promoting health and protecting life. Springer, 2013.

BAKKER, E.; DAGEVOS, H. Reducing meat consumption in today's consumer society: questioning the citizen-consumer gap. **Journal of Agricultural and Environmental Ethics**, v. 25, n. 6, p. 877-894, 2012.

BALDIN, N.; MUNHOZ, E. M. B. Snowball (bola de neve): uma técnica metodológica para pesquisa em educação ambiental comunitária. In: **Congresso Nacional de Educação**. 2011. p. 329-341.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEARDSWORTH, A.; KEIL, T. The vegetarian option: varieties, conversion, motives and careers. **The Sociological Review**, 40 (2): 253-293, 1992.

BIRCHAL, R. A. M. da C. et al. The Value And The Sacrifice Perceived By Vegetarian Food Consumers. **Revista Pensamento Contemporâneo em Administração**, v. 12, n. 1, p. 1-17, 2018.

CHERRY, E. I was a teenage vegan: motivation and maintenance of lifestyle movements. **Sociological Inquiry**, v. XX, n. X, 2014.

CHUCK, C.; FERNANDES, S. A.; HYERS, L. L. Awakening to the politics of food: Politicized diet as social identity. **Appetite**, v. 107, p. 425-436, 2016.

CLARKE, N. From ethical consumerism to political consumption. **Geography compass**, v. 2, n. 6, p. 1870-1884, 2008.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23 periodicoscesg@gmail.com
---	------------------------------	--

COLE, M.; MORGAN, K. Vegaphobia: derogatory discourses of veganism and the reproduction of speciesism in UK national newspapers 1. **The British Journal of Sociology**, v. 62, n. 1, p. 134-153, 2011.

COOK, G. 'A pig is a person' or 'you can love a fox and hunt it': Innovation and tradition in the discursive representation of animals. **Discourse & Society**, v. 26(5), p. 587-607, 2015.

DOYLE, J. Celebrity vegans and the lifestyling of ethical consumption. **Environmental Communication**, v. 10, n. 6, p. 777-790, 2016.

FONTANELLA, B. J. B. et al. Amostragem em pesquisas qualitativas: proposta de procedimentos para constatar saturação teórica. **Cadernos de Saúde Pública**, v. 27, p. 388-394, 2011.

FOX, N.; WARD, K. Health, ethics and environment: a qualitative study of vegetarian motivations. **Appetite**, 50: 422-429, 2008.

FROEHLICH, G. **O bem-estar na carne**: um estudo antropológico sobre as relações entre humanos e animais a partir da categoria de "bem-estar animal". 2016. 283 f. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Universidade de Brasília, Departamento de Antropologia, Brasília, 2016.

FULLER, J. **The cultural creation of affect amongst vegan consumers**: An ethnographic analysis of online consumption communities. Department of Service Management and Service Studies, Lund University. 2016.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HERNANDO, S. **A era do veganismo**: o fim dos prazeres da carne. 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/01/29/eps/1548772174_224933.html>. Acesso em: 19 fev 2019.

HIRSCHLER, C. A. "What pushed me over the edge was a deer hunter": Being Vegan in North America. **Society & Animals**, v. 19, n. 2, p. 156-174, 2011.

IBOPE INTELIGÊNCIA. **14% da população se declara vegetariana**. 2018. Disponível em <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana/>>. Acesso: 15 fev 2019.

JANSSEN, M. et al. Motives of consumers following a vegan diet and their attitudes towards animal agriculture. **Appetite**, v. 105, p. 643-651, 2016.

LARSSON, C. L. et al. Veganism as status passage: The process of becoming a vegan among youths in Sweden. **Appetite**, v. 41, n. 1, p. 61-67, 2003.

MACINNIS, C. C.; HODSON, G. It ain't easy eating greens: Evidence of bias toward vegetarians and vegans from both source and target. **Group Processes & Intergroup Relations**, v. 20(6), p. 721-744, 2017.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	

MOREIRA, I. P. C.; ACEVEDO, C. R. Resistance to consumption and veganism: a study about motivations, values, and feelings. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 15, n. 2, p. 50-67, 2015.

NEO, H. Ethical consumption, meaningful substitution and the challenges of vegetarianism advocacy. **The Geographical Journal**, v. 182, n. 2, p. 201-212, 2016.

SINGER, P. Libertação animal: o clássico definitivo sobre o movimento pelos direitos dos animais. **São Paulo: WMF Martins Fontes**, 2010.

SLYWITCH, E. Alimentação sem carne: um guia prático para montar a sua dieta vegetariana com saúde. **São Paulo: Editora Alaúde**, 2015.

TANTAMANGO-BARTLEY, Y. et al. Are strict vegetarians protected against prostate cancer? **The American Journal of Clinical Nutrition**, v.103, p. 153–160, 2016.

TONSTAD, S. et al. Type of Vegetarian Diet, Body Weight, and Prevalence of Type 2 Diabetes. **Diabetes Care** v. 32, p. 791–796, 2009.

VERGARA, S. C. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2015.

Agradecimento: Agradecemos ao CNPq pelo apoio fornecido.

Revista Brasileira de Gestão e Engenharia – ISSN 2237-1664 Centro de Ensino Superior de São Gotardo	Vol. 12 n. 1 Jan-Jun 2021	Trabalho 02 Páginas 01-23
http://periodicos.cesg.edu.br/index.php/gestaoeengenharia	periodicoscesg@gmail.com	