

**VEGETARIANISMO E VEGANISMO: REFLEXÕES SOBRE AS RAZÕES PARA A
RENÚNCIA DESSES ESTILOS ALIMENTARES**

ANA CRISTINA FERREIRA

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

DANIEL CARVALHO DE REZENDE

UNIVERSIDADE FEDERAL DE LAVRAS (UFLA)

Agradecimento à órgão de fomento:

Agradecemos à Universidade Federal de Lavras e ao CNPq pelo apoio fornecido.

VEGETARIANISMO E VEGANISMO: REFLEXÕES SOBRE AS RAZÕES PARA A RENÚNCIA DESSES ESTILOS ALIMENTARES

1. INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas, as questões alimentares passaram a ser tema de preocupação e discussão no mundo todo. Segundo a *Vegan Society* (2018), a demanda por alimentos vegetais aumentou 987% em 2017, e a alimentação vegana foi uma tendência importante em 2018 e 2019. No Brasil, uma pesquisa feita em 2018 pelo Ibope, apontou que, em seis anos (2012-2018), o número de pessoas que se declaram vegetarianos subiu de 8% para 14% e alcançou mais de 29 milhões de adeptos.

Embora este aumento seja consistente e visível, por outro lado há um movimento de pessoas que se denominam vegetarianas e veganas que deixam esse estilo de vida e retomam o consumo de produtos de origem animal. Academicamente, este movimento ainda é pouco estudado, mas muitas reportagens relatam experiências de pessoas que voltaram ao consumo de carnes. Scott (BBC, 2017), mostra que a busca pela melhoria da saúde foi o aspecto procurado por um casal vegano há 26 anos que retomaram o consumo de carnes de animais criados dentro de padrões éticos da produção orgânica e ecológica. Uma reportagem do BBC, em abril de 2019, mostrou que vários youtubers, que ficaram famosos por serem veganos, haviam voltado ao consumo de produtos cárneos por questões de saúde, tendo, inclusive, recomendações médicas.

Um dos argumentos para essa retomada do consumo de produtos de origem animal é que o melhor consumo seja aquele que equilibre os hábitos humanos com o respeito ao meio ambiente. Nesse sentido, Sánchez (El País, 2019) apresentou algumas pesquisas que mostram que o consumo de carne de modo consciente e de produções éticas é recomendável no lugar de uma alimentação sem produtos de origem animal, mas que gere danos ao meio ambiente, como a poluição, e o alto consumo de produtos industrializados.

Diante deste contexto, tem-se como questionamento norteador da pesquisa: por quais razões as pessoas vegetarianas e veganas retomam o consumo de produtos de origem animal? Assim, o objetivo da pesquisa é compreender as principais mudanças percebidas pelas pessoas quando optam pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo e porque algumas pessoas retomam o consumo de produtos de origem animal.

Como justificativa, em termos sociais, os consumidores podem e devem ser considerados como parceiros que estão envolvidos na realização de novas formas de consumo de proteína que contribuam para um mundo mais sustentável. O grande grupo de consumidores pertencentes às dietas vegetarianas oferece oportunidades promissoras para transformar os padrões de consumo de proteína animal. Dessa forma, o reconhecimento de mais rotas de mudança para uma dieta baseada em vegetais implica que o debate ético sobre a carne não deve apenas associar a mudança do consumidor a estratégias de persuasão racional e cidadãos alimentícios que instanciem o consumo sustentável (HIRSCHLER, 2011; BAKKER; DAGEVOS, 2012; AZEVEDO, 2017).

2. REFERENCIAL TEÓRICO

Dietas vegetarianas

De acordo com Franco e Rego (2005) e Slywitch (2015), além de não consumir carnes, algumas dietas vegetarianas deixam de consumir também outros tipos de alimentos, derivando subtipos dentro deste sistema, como sendo: Ovolactovegetariana (as pessoas não consomem carne, mas consomem laticínios e ovos); Lactovegetariana (as pessoas excluem as carnes e

ovos, mas consomem laticínios); Ovovegetariana (as pessoas não consomem carnes, leite e seus derivados, mas consomem ovos); Vegetariano Estrito (as pessoas excluem da sua alimentação quaisquer produtos alimentares de origem animal, seja carnes, ovos ou leite e derivados); Crudívora (se consome somente alimentos vegetais crus) e os Frudívora ou frutarismo (se consome apenas frutas).

Nessas variações do vegetarianismo, o sujeito pode ou não incluir o consumo de mel (FRANCO; REGO, 2005). Ainda, é importante ressaltar, conforme Slywitch (2015), que há diferenças entre o vegetarianismo estrito e o veganismo. Ambas são dietas que excluem o consumo de produtos de origem animal (portanto, vegetarianas), mas que possuem distinções relacionadas à questões extra alimentares, nas quais o veganismo vai mais além, ao excluir itens em relação a vestuário, produtos de higiene e cosméticos, por exemplo, entre outros aspectos (MCDONALD, 2000; LARSSON et al., 2003; HIRSCHLER, 2011; DOYLE, 2016).

A ADA (2003) expõe que a dieta vegetariana pode ser classificada, ainda, em Semivegetarianismo, sendo aquela dieta que restringe apenas carne vermelha, podendo ser ingeridas carnes brancas. Bakker e Dagevos (2012) chamam de Flexitarianos aquelas pessoas que praticam o vegetarianismo alguns dias da semana, ou seja, vegetarianos flexíveis. Contudo, de acordo com a Sociedade Vegetariana Brasileira - SVB (2019), quem come qualquer tipo de carne, mesmo que ocasionalmente, não é vegetariano. Alguns profissionais de saúde utilizam a definição “semivegetariano” para quem só consome carne às vezes (no máximo três refeições por semana). No entanto, o organizador da cartilha da SVB, Eric Slywitch, afirma que convém enfatizar que o “semivegetariano” não é vegetariano, já que inclui carnes no cardápio. Entretanto, o grande grupo consumidor de redutores de carne ou flexitarianos oferece oportunidades promissoras para transformar o consumo de carne em níveis mais baixos (BAKKER; DAGEVOS, 2012).

Características do consumo vegetariano

São várias as motivações e as mudanças ocorridas na vida das pessoas que optam pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo. Birchall et al. (2018), ao pesquisarem consumidores vegetarianos, encontraram que há valores que motivam as pessoas a iniciarem o vegetarianismo e a mantê-lo, como o bem estar físico e mental; sentimento de maior tranquilidade, com uma consciência limpa; facilidade de acesso e variedade de comida vegetariana; e questões monetárias. Para os autores, sem a percepção desses valores pelas pessoas dificilmente se segue com a dieta vegetariana.

Ademais, ao adotar uma dieta vegana, pesquisadores concluíram que a busca pela saúde e a percepção de que esta melhora com os novos hábitos alimentares são pontos essenciais para se manter na dieta vegana (como a redução na possibilidade de se ter câncer de próstata e de mama, regulação do ciclo menstrual, diminuição da obesidade, proteção do diabetes tipo 2, melhora no funcionamento do intestino, entre outras) (MEIRELLES; VEIGA; SOARES, 2001; TANTAMANGO-BARTLEY, 2016).

Contudo, para seguir com as mudanças propostas pelo vegetarianismo e/ou veganismo, McDonald (2000) apresentou os elementos do processo de aprendizagem vegana. Para a autora, é importante compreender quem a pessoa era antes de se tornar vegana. Isso sinaliza as influências e as experiências catalíticas que resultaram em ações adicionais e levaram a busca por aprender mais sobre determinados assuntos (tornar-se orientado). À medida que se detém do conhecimento sobre as práticas veganas (e vegetarianas), as decisões de abandonar o consumo de um produto ou outro vão surgindo. São pessoas sempre abertas a aprender. Assim, as visões de mundo transformadas dos veganos foram moldadas por uma ligação sentida com os animais não humanos e com a natureza (MCDONALD, 2000).

Nesses momentos de inquietações, Hirschler (2011) descobriu algumas razões pelas quais as pessoas não optam pelo veganismo. Para ele, os veganos acreditam que as razões giram em torno da falta de conhecimento prático sobre o que comer ou como preparar uma refeição; a falta de informação sobre os benefícios das dietas baseadas em vegetais e o sofrimento envolvido na produção animal; ignorância intencional; crenças religiosas que toleram o consumo de carne e a crença na necessidade física e psicológica dos produtos animais. Pode, ainda, haver situações pessoais, sociais, culturais ou ecológicas excepcionais que impeçam que os agentes morais individuais adotem uma dieta vegana. Assim, Hirschler (2011) não descarta aspectos como as campanhas de marketing, as mídias de empresas de alimentos e organizações que fornecem educação nutricional; questões relacionadas à identidade, conformidade, desejos e preguiça; falta de empatia; e medo de repercussões sociais negativas como aspectos influenciadores no processo de retomada do consumo de alimentos de origem animal.

Os entrevistados da pesquisa de Moreira e Acevedo (2015) apontaram como principais 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. Da mesma forma, segundo Hirschler (2011) e Perrota (2017), foram relatados, em seus estudos, o descrédito de seus familiares sobre sua dieta e crenças, preocupações parentais sobre a adequação de uma dieta vegana e interações sociais desconfortáveis e insatisfatórias.

Outras mudanças são percebidas no dia-a-dia das pessoas que seguem pelo vegetarianismo ou veganismo, como aprender a cozinhar de novo, viajar com sua própria comida em suas sacolas e mochilas 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 (MOREIRA; ACEVEDO, 2015). Além disso, muitas vezes as pessoas seguem prescrições médicas de que é imprescindível em termos nutricionais o consumo de alimentos de origem animal (PERROTA, 2017).

Ademais, os problemas encontrados por vegetarianos em encontrar lugares com considerável variedade de produtos, além da própria localização, também são fatores que devem ser considerados, inclusive por gerentes. Em termos de produto, novas variedades de produtos vegetarianos e veganos podem ser criadas considerando os aspectos mais valorizados pelos seus consumidores (BIRCHAL et al., 2018). Neo (2016) afirma que a disponibilidade de escolha é um dos fatores que mais pesam na manutenção da dieta vegetariana ou vegana. Para o autor, é preciso produtos que sejam bons substitutos daqueles que sejam de origem animal, e, além disso, que sejam confiáveis do ponto de vista da produção, da acessibilidade e da ética.

Nesse caminho, é preciso considerar a satisfação dos desejos de sujeitos vegetarianos que mostram descontentamento em não encontrar opções diversificadas de comida vegetariana no *food service*, e quem deseja comprar diferentes produtos vegetarianos e veganos (BIRCHAL et al., 2018). Doyle (2016), nessa direção, afirma que a primazia da base ética do veganismo é importante quando se considera que tornar-se vegano (assim como vegetariano) é frequentemente experimentado como uma jornada, envolvendo informações de processamento que levam a mudanças significativas na dieta e no estilo de vida.

3. PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Quanto a abordagem do problema de pesquisa, este estudo se classifica como qualitativo (MINAYO, 2001), visto que essa abordagem permite que os pesquisadores “descubram” os as razões que levam a retomada do consumo de produtos de origem animal por aqueles que se denominavam vegetarianos ou veganos. Se caracteriza, quanto aos objetivos, como sendo

descritiva, que visa o estudo, análise, registro e interpretação dos fatos do mundo físico, sem interferência do pesquisador (GIL, 2007).

Para a coleta de dados usou-se a entrevista semiestruturada (VERGARA, 2015). O roteiro elencou questões sobre os hábitos de consumo antes e após os entrevistados se tornarem semivegetarianos, vegetarianos e veganos, bem como questões sobre as razões que levam as pessoas a deixarem esses estilos de vida.

Dessa forma, os participantes foram pessoas que se auto classificavam como semivegetarianas, vegetarianas e veganas. Os primeiros entrevistados foram pessoas do conhecimento dos pesquisadores, que logo fizeram indicações de novos participantes. Dessa forma, foi utilizada a técnica *snowballing* (ou seleção por “bola de neve”), na qual um sujeito entrevistado indicou outro(s) conhecido(s) para participar(em), que, por sua vez, indicou outra(s) pessoa(s) e assim por diante (BALDIN; MUNHOZ, 2011). A quantidade de entrevistas se deu pelo critério da saturação teórica (THIRY-CHERQUES, 2009), que aconteceu por volta da 11ª entrevista de cada grupo de entrevistados. No Quadro 1 apresenta-se as informações dos participantes, com nomes fictícios, para preservar a identidade deles. As entrevistas aconteceram de 27 de Agosto à 21 de novembro de 2019, no total de 42 participantes.

Semivegetarianos (13)			Vegetarianos (15)			Veganos (14)		
Nome e idade	Cidade	Tempo de dieta	Nome e idade	Cidade	Tempo de dieta	Nome e idade	Cidade	Tempo de dieta
Helena - 45	Lavras - MG	4 anos	Lívia - 23	Lavras - MG	4 anos	Ísis - 23	Lavras - MG	1 ano e 6 meses
Alice - 22	Rio Paranaíba - MG	5 anos	Heitor - 30	Pouso Alegre - MG	6 anos	Elisa - 27	Betim - MG	2 anos
Miguel - 30	Lavras - MG	11 anos	Lorena - 19	Santa Rita do Sapucaí - MG	9 meses	Melissa - 36	Porto Velho - RO	2 anos
Laura - 21	Betim - MG	4 anos	Giovana - 27	Lavras - MG	8 anos	Emanuele - 54	Itájubá - MG	3 anos e 6 meses
Manuela - 56	Uberlândia - MG	1 ano e 7 meses	Liz - 23	Vilhena - RO	10 anos	Sara - 26	Uberaba - MG	7 meses
Isabela - 67	São Paulo - SP	30 anos	Antonela - 21	Vilhena - RO	8 meses	Ester - 27	Brasília - DF	8 meses
Artur - 37	Uberlândia - MG	2 anos e 6 meses	Maitê - 53	Varginha - MG	4 anos	Lorenzo - 25	Joinville - SC	4 anos
Sophia - 26	Brasília - Portugal	8 meses	Bernardo - 29	Cajuru - SP	6 anos	Cristina - 25	Uberlândia - MG	1 ano
Luísa - 35	Uberlândia - MG	7 anos	Clara - 28	Belo horizonte - MG	13 anos	Benjamim - 18	Uberlândia - MG	6 meses
Heloísa - 20	Lavras - MG	5 meses	Lara - 27	Uberlândia - MG	12 anos	Alícia - 34	Uberlândia - MG	4 anos
Valentina - 40	Uberlândia - MG	2 anos	Théo - 37	Uberlândia - MG	2 anos	Lavínia - 24	Juiz de Fora - MG	3 anos
Cecília - 20	Uberlândia - MG	6 meses	Davi - 26	Uberlândia - MG	11 anos	Catarina - 36	Uberlândia - MG	10 anos
Eloá - 26	Lavras - MG	1 ano	Pedro - 20	Uberlândia - MG	2 anos	Rebeca - 34	São Paulo - SP	12 anos
			Samuel - 30	Uberlândia - MG	3 anos e 6 meses	Ayla - 19	Lavras - MG	2 anos
			Eduarda - 30	Uberlândia - MG	3 anos			

Quadro 1: Caracterização dos participantes.

Fonte: Dados da pesquisa.

Antes da entrevista em si, foi apresentado aos participantes o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido que garantia ao entrevistado que a participação na pesquisa não oferecia riscos, era confidencial e voluntária de sua parte. Sob seu consentimento, as entrevistas foram gravadas para fins de posterior transcrição.

Para análise dos dados, optou-se pela técnica de análise de conteúdo (VERGARA, 2015), com uso do Software Nvivo. Os procedimentos iniciais da análise de conteúdo foram relacionados à enumeração das características do texto e a finalização de sua aplicação diz respeito à interpretação dos significados concedidos às características dos textos analisados (VERGARA, 2015; BARDIN, 2016).

Para este trabalho, a análise de conteúdo teve como foco a análise temática pela divisão do texto em unidades ou categorias. Ademais, segundo Vergara (2015), a grade mista foi usada neste trabalho, visto que as categorias elencadas no Quadro 2 foram identificadas na literatura (*a priori*) e outras surgiram no decorrer da análise dos dados (*a posteriori*).

	Categorias	Autores
Principais mudanças após adotar o semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo	Novas opções alimentares	Surgiu durante a análise dos dados
	Cozinhar mais	Moreira e Acevedo (2015)
	Alimentação saudável – melhoria da saúde	Meirelles; Veiga; Soares (2001); Tantamango-Bartley (2016); Birchal et al. (2018)
	Convívio social	Moreira e Acevedo (2015); Perrota (2017); Birchal et al. (2018)
	Ler e analisar rótulos	Moreira e Acevedo (2015)
	Expansão da consciência	Birchal et al. (2018)
	Questões ambientais	Surgiu durante a análise dos dados
Razões que levam à renúncia do vegetarianismo e veganismo	Pressão social	Moreira e Acevedo (2015); Perrota (2017); Birchal et al. (2018)
	Cultura	Beardsworth, Keil (1992); Macinnis, Hodson (2017)
	Recomendação médica	Perrota (2017)
	Acesso aos produtos	Hirschler (2011); Moreira e Acevedo (2015); Neo (2016); Birchal et al. (2018)
	Dificuldade em não consumir algo	Surgiu durante a análise dos dados
	Falta de ideal	McDonald (2000); Hirschler (2011)
	Tempo	Surgiu durante a análise dos dados
	Condição financeira	Birchal et al. (2018)
	Falta de preparo	McDonald (2000); Hirschler (2011)
Afetivo	Hirschler (2011)	

Quadro 2: Caracterização dos participantes.

Fonte: Dados da pesquisa.

O próximo tópico apresenta os resultados encontrados.

4. ANÁLISES E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

1.1 Características dos consumos semivegetariano, vegetariano e vegano

Após decidirem pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo, sete pontos são preponderantes, para os entrevistados, sobre as mudanças em seus hábitos alimentares e de consumo em geral: descoberta de outras opções alimentares, cozinhar com mais frequência, busca pela alimentação saudável e melhoria da saúde, convívio social, ler e analisar rótulos, expansão da consciência e questões ambientais.

Para alguns, a descoberta de outros alimentos e cozinhar com mais frequência foram aspectos primordiais. Para aqueles que fizeram **descobertas de opções alimentares**, predomina

os vegetais, legumes, grãos, além de produtos e receitas feitas a partir destes. Nesse sentido, Liz (vegetariana) afirma que seu cardápio expandiu:

“Gosto que o meu prato seja sempre muito colorido, cheio de vida, e com isso eu vejo que eu sempre como coisas diferentes e variadas, sabe?! Eu saio daquela coisa de comer arroz, feijão e carne, ser uma rotina. Eu sempre tento me alimentar de coisas diferentes, que tenham tudo que eu preciso e, também, com essa mudança, além de eu gosto de cozinhar. Eu aprendi a cozinhar mais coisas” (Liz, vegetariana).

Liz (vegetariana), assim como Eduarda (vegetariana), afirmou que começou a **gostar de cozinhar**. Moreira e Acevedo (2015) constataram esse fator, e afirmam que as pessoas que se tornam vegetarianas, e no caso veganas também, passam por um processo de (re)aprender a cozinhar e descobrir novos produtos. Esse aspecto também é apontado por Lara (vegetariana) e Cristina (vegana) como a principal mudança. Para elas, cozinhar seus próprios alimentos diminuiu a dependência por produtos industrializados, considerados nocivos à saúde.

Para alguns entrevistados, não se pode achar que, por ser semivegetariano, vegetariano ou vegano, a **alimentação** dessas pessoas seja **saudável**. Eles afirmam que as opções vegetarianas e veganas industrializadas são prejudiciais à saúde, por serem, em maioria, calóricas, gordurosas e pobres em nutrientes, como tantos alimentos de origem animal (GREENEBAUM, 2012). Para Antonela (vegetariana) *“todo mundo acha que o vegano, o vegetariano, ele é, nossa, 100% saudável, né? Mas não é bem assim. A gente come besteirinhas também, hambúrguer, salgadinho frito [...]”*. Esse aspecto é levantado por Greenebaum (2012), em que reitera que a comida vegana não é necessariamente mais saudável, visto que muitos substitutos para carne, queijo e laticínios são muito processados e devem ser consumidos com moderação. Elisa (vegana) e Benjamim (vegano) afirmam que a maior dificuldade que tiveram foi se alimentarem de forma saudável, quando iniciaram no vegetarianismo e depois foram para o veganismo. Para eles, a opção era sempre carboidrato: *“Então, eu saía com os amigos, era batata frita; ia na casa da tia, batata frita; ia num casamento, aí não tinha mais nada, eles arrumavam um pacote de batata e fritava batata”* (Elisa, vegana).

Nesse contexto, a **melhoria da saúde** foi citada como uma das principais mudanças ocorridas na vida dos entrevistados. Esse aspecto é apontado por Larsson et al. (2003), Fox e Ward (2008) e Janssen et al. (2016) como um dos que pesam na hora de decidir pelo vegetarianismo. Os autores alegam que as pessoas buscam bem-estar e melhoria da saúde quando optam pelo vegetarianismo ou veganismo.

Muitos entrevistados, inclusive, citaram as melhoras em suas saúdes: Melissa (vegana) citou a gastrite como um problema de saúde que tinha quando consumia produtos de origem animal; Bernardo (vegetariano) também tinha problemas digestivos, como gastrite e azia, e que após vegetarianismo não os tem; para Miguel (semivegetariano) a digestão dos alimentos foi melhorada com a redução de alimentos cárneos e aumento do consumo de vegetais; Davi (vegetariano) citou a perda de peso; problemas digestivos e problemas do trato intestinal foram citados por Heitor e Lívia (vegetarianos) e Catarina (vegana); regulação do ciclo menstrual apontada por Catarina (vegana) (TANTAMANGO-BARTLEY, 2016). Nessa direção, Birchall et al. (2018) corroboram ao afirmarem que a busca pelo bem estar físico e mental e uma alimentação saudável são aspectos que as pessoas adeptas do vegetarianismo valorizam. Além disso, são pontos que motivam a continuar com esse estilo de vida.

Além dos aspectos ligados a saúde, o **convívio social** também é modificado quando se decide pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo. A principal mudança é na escolha por um local para sair com os amigos. Esse ponto foi mencionado por Bernardo (vegetariano) e Lavínia (vegana), por deixar essas escolhas restritivas. Artur (semivegetariano) expande as mudanças pelas quais passou: *“Já deixei de comer em lugares, já deixei de sair com pessoas, já deixei de comprar coisas, né, porque tinha certo ingrediente ou porque a empresa tinha uma fama, uma posição no mercado, já deixei de fazer coisas assim”*.

Nas reuniões familiares, Ísis (vegana) tem o hábito de levar sua própria comida, ou faz a refeição em casa antes de sair. Samuel (vegetariano) afirma que não deixa de participar dos encontros de família. Luísa (semivegetariana) conta que sempre tem alguma dificuldade, mas que isso não é impedimento para participar dos encontros com familiares e amigos. Esse aspecto é levantado por Moreira e Acevedo (2015), que afirmam que quando se decide pelo vegetarianismo ou veganismo, é comum que as pessoas levem sua própria comida para as reuniões que são convidadas. Essa estratégia pode ser usada, como as entrevistadas descrevem acima, para que possam participar dos eventos sociais, e, assim, não se sintam excluídos.

Contudo, Perrota (2017) alega que, para veganos, é comum que deixem de participar das reuniões em família, por não compartilharem da refeição deles. Isso é contraposto pela fala de Davi (vegetariano), Catarina (vegana) e Ísis (vegana), que alegam que em determinadas ocasiões o consumo de um produto que tenham algo de origem animal pode ser aceitável, inclusive para não constranger a outra pessoa, ou aproveitar um momento especial. Ísis (vegana) afirma que *“às vezes é normal ter um deslize, quer comer o bolo da sua avó, que sua avó fez pra você, ela tem 90 anos, e você nunca mais vai comer daquele bolo? Claro que sim, e você não vai deixar de ser vegano por isso”*.

Nesse ínterim, Lavínia (vegana) e Emanuele (vegana) afirmam, também, que passaram a **ler e analisar as embalagens** dos produtos que adquirem, principalmente depois que se tornaram veganas, para conhecer os ingredientes e verificar se não existe algum componente de origem animal. Esse fator é destacado por Moreira e Acevedo (2015) como dificultador na dieta vegetariana e vegana, e afirmam que se torna um hábito destas pessoas.

Ademais, para Maitê (vegetariana) a mudança percebida foi com relação à energia envolvida no consumo de alimentos de origem animal. Melissa (vegana) afirma que ter esse entendimento é uma **expansão da consciência**:

“E eu tô acumulando uma carga negativa, se eu tô comendo fruto de morte, de sofrimento, de dor, aquilo tá indo pro meu corpo. Se eu tô usando algo que foi feito nessas condições, aquilo tá no meu campo energético, eu tô trazendo isso pra minha vida. Eu vou atrair essa energia, então é algo muito além da comida, é muito além dessa dimensão, inclusive. É a questão da expansão da consciência, a gente é responsável por tudo, a gente tem que assumir essa responsabilidade, dos nossos atos e nos efeitos que a gente causa” (Melissa, vegana).

Sobre essa questão elencada por Maitê (vegetariana) e Melissa (vegana), McDonald (2000) apresentou um elemento do processo da aprendizagem vegana como sendo a visão de mundo. Para a autora, quando se aprende, se compreende e toma a decisão pelo veganismo, essa nova perspectiva guia o estilo de vida em todos os seus campos, e leva a essa mudança de consciência e comportamento. Nesse sentido, muitos dos entrevistados se viram preocupados com **questões ambientais** e também de outros setores de consumo. Artur (semivegetariano), Davi (vegetariano) e Sara (vegana) comentaram da mudança no olhar pelas questões ambientais. Artur (semivegetariano) afirmou que ele e sua família tentam usar menos descartáveis para reduzir a produção de lixo, e usar menos o carro, fator mencionado também por Davi (vegetariano). Sara (vegana) alega que o veganismo não é apenas *“uma restrição alimentar”* e que estende a outros *“caminhos, que é essa relação com o meio ambiente”*.

Esses pontos elencados pelos entrevistados ligam-se às afirmações de Birchal et al. (2018) que apontam a busca pela tranquilidade e consciência limpa das pessoas que escolhem o vegetarianismo para a vida. Estas pessoas valorizam as ações que levam a um consumo consciente e veem o vegetarianismo, e consequentemente o veganismo, como positivos. Para Lorenzo (vegano), inclui pesquisar sobre todos os produtos que adquire para verificar se tem algum componente de origem animal ou faz testes em animais. Para Scarborough et al. (2014) e Neo (2016), as pessoas que seguem o vegetarianismo e o veganismo se preocupam com o a degradação do solo, poluição e produção de lixo. Para eles, é um aumento da consciência para a vida como um todo, e não apenas ligado a alimentação.

Razões para a renúncia ao vegetarianismo e veganismo

Diante das várias mudanças citadas pelos participantes em suas rotinas após se tornarem semivegetarianos, vegetarianos ou veganos, questionados se voltariam ao consumo de alimentos de origem animal, apenas duas pessoas afirmaram que sim (semivegetarianas), enquanto os outros 40 entrevistados afirmaram que não. As duas participantes semivegetarianas que disseram que não descartam voltar ao consumo de carnes fazem essa afirmação alegando as condições a que forem submetidas (Sofia e Valentina). Elas reafirmam que, se essa situação acontecesse, não seria por vontade delas, mas por necessidade.

Já Rebeca (vegana) afirma que retomar o consumo de carne não é uma possibilidade para ela, mas que em relação a outros produtos que tenham algo de origem animal, é provável que consuma:

“o veganismo ele é algo utópico, porque, na verdade, por exemplo, eu faço tratamento médico, eu tomo remédios que são testados em animais, que tem lactose, que, às vezes, a cápsula é de gelatina, entendeu? Então eu sou vegana dentro do que eu consigo, mas eu não vou largar, por exemplo, a medicação que eu preciso tomar” (Rebeca, vegana).

Embora Abonizio (2016) e Perrota (2017) afirmem que para os veganos seja comum recusar produtos de saúde que sejam testados em animais, Rebeca (vegana), em seu relato supracitado, afirma que faz uso de medicamentos. Giovana (vegetariana) diz que busca não consumir nada que seja testado em animais, menos as vacinas, que ela não deixa de tomar. Esses relatos demonstram que, o veganismo principalmente, é praticado pelas pessoas na medida em que é possível, como mostra Greenebaum (2012), que em muitos casos se tenta e se evita ao máximo consumir, usar algo de origem animal, mas nem sempre é possível eliminar tudo. A SVB (Sociedade Vegetariana Brasileira) também argumenta nesse sentido, de que o veganismo deve ser dentro do possível e praticável pelas pessoas.

No entanto, a maioria dos entrevistados afirmam que não cogitam voltar ao consumo de alimento de origem animal. Na verdade, para os entrevistados semivegetarianos, eles se sentem bem com o consumo reduzido de carnes, e não pretendem aumentar esse consumo. É possível perceber que alguns dos entrevistados desejam “evoluir” e eliminar cada vez mais o consumo de alimentos de origem animal. Artur (semivegetariano) afirma, nesse sentido, *“a minha meta e da minha esposa é no ano que vem [2020] ela se tornar vegetariana pela primeira vez e eu retomar. A gente quer fazer isso pela nossa família, sabe? É nossa meta pro próximo ano. Então, eu acho que de agora em diante é só reduzir”*. Enquanto para Artur que hoje é semivegetariano o desejo é se tornar vegetariano, para Clara que é vegetariana, o desejo é se tornar vegana: *“porque eu acho que seria o próximo nível mesmo, pra onde as coisas estão levando, eu acho que eu me sentiria melhor, você tem uma consciência maior, tipo, a sua pegada no meio ambiente é maior de contribuir”*.

Nesse contexto, embora a maioria dos entrevistados não cogitem retornar o consumo de alimentos de origem animal, eles reconhecem que muitas pessoas têm dificuldade de seguir com o vegetarianismo ou veganismo. Assim, o Quadro 3 apresenta as principais razões que levam as pessoas a deixarem o semivegetarianismo, vegetarianismo ou veganismo, na visão dos entrevistados, detalhados posteriormente.

Categorias	Semivegetariano	Vegetariano	Vegano	Total
Pressão social	5	6	7	18
Cultura	4	4	9	17
Prescrição médica	7	4	3	14
Dificuldade de acesso aos produtos	2	1	7	10
Dificuldade em deixar de consumir algum produto	3	6	1	10
Falta de ideal	1	4	6	11

Categorias	Semivegetariano	Vegetariano	Vegano	Total
Falta de tempo	-	3	1	4
Condição financeira	2	-	2	4
Falta de preparo	-	1	3	4
Questões afetivas	1	-	1	2

Quadro 3: Motivos que levam as pessoas a deixarem o semivegetarianismo, vegetarianismo ou veganismo.

Fonte: Dados da pesquisa.

Pressão Social

O aspecto mais citado pelos participantes é a pressão social que as pessoas podem vivenciar e que se torna um motivo para deixarem o semivegetarianismo, vegetarianismo ou veganismo. Luísa (semivegetariana) afirma que as pessoas podem desistir porque a família pode se sentir ferida *“de alguma forma, até ferindo as outras pessoas com a sua escolha, sabe? Como se, às vezes, você passasse a imagem pras outras pessoas que você é melhor do que elas, porque você não consome a carne”*. Essa dificuldade é compreendida quando se considera as alegações de Larsson et al. (2003) e Fox e Ward (2008), em que afirmam que, pelo lado de fator motivador, se tem amigos e familiares, mas que sem esse apoio, seguir o vegetarianismo ou veganismo, pode ser mais difícil. Nesse contexto, Bernardo (vegetariano) afirma:

“Eu acho que o principal talvez seja a questão sociabilidade. Igual eu te falo, a vida de um vegetariano e de um vegano, hoje, no Brasil, é uma vida socialmente prejudicada. São poucos os restaurantes, as festas que têm opções pra vegetarianos e, às vezes, você percebe que as pessoas ficam incomodadas quando você chega num churrasco, por exemplo, entre amigos, e você não come carne. Parece que você é alguém ali que tá questionando os hábitos deles, entendeu? [...] O que eu percebo também é que a maior parte dos encontros sociais, dos eventos sociais, eles estão associados a uma refeição e, nesse caso, a gente que é a minoria acaba ficando de lado e aí essas pessoas devem voltar a consumir carnes exatamente por isso, por causa do comportamento social, da pressão do comportamento social” (Bernardo, vegetariano).

Essa dificuldade descrita por Bernardo (vegetariano) é corroborada por Abonizio (2016) quando a autora afirma que, na vida cotidiana, as pessoas vegetarianas e veganas fazem muitas concessões nas relações sociais. Eventos e reuniões familiares, por exemplo, são recusadas para evitar esses constrangimentos citados pelos entrevistados.

Nesse ínterim, Catarina (vegana) afirma que já comeu uma fatia de bolo para não chatear uma pessoa que lhe é querida, *“uma fatia finíssima de bolo, quase um cisco, pra pessoa ficar satisfeita de uma certa forma, pra que seja uma coisa agradável, que você não rompa com a harmonia do ambiente, porque senão você fica meio extremo em algumas situações”*. Cristina (vegana) alega que, em um churrasco, por exemplo, em que a pessoa não se alimenta das opções que existem ali, *“você fica sendo zuado no churrasco inteiro, você vira referência, muitas pessoas se incomodam com isso e preferem voltar a comer carne pra não ser zuada, nesse sentido assim, não ficar ruim perante as outras pessoas”* (Cristina, vegana). Nesse ponto, Moreira e Acevedo (2015) e Macinis e Hodson (2017) afirmam que é comum as pessoas veganas passarem por momentos constrangedores e serem alvos de piadas e preconceitos quando se reúnem com amigos e familiares.

Em muitas dessas situações descritas pelos participantes, as pessoas que tentam seguir pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo acabam se sentindo sozinhas. Nesse sentido, Elisa (vegana) afirma que

“quando eu me tornei vegana, principalmente veganismo, as pessoas pararam de me chamar para ir nas coisas. Então eu já não ia mais em eventos de família, não ia mais, não saía mais com meus amigos, porque eles falam assim: “Ai, não vou chamar a Elisa não, ela não vai comer nada, o quê que ela vai fazer no churrasco aqui em casa?”. [...] Você deixa de se enturmar e isso é uma coisa muito ruim psicologicamente falando.

Eu fiquei um tempo assim muito mal, de ficar longe das pessoas, de me sentir excluída, a diferente, a esquiada do grupo, digamos assim” (Elisa, vegana).

Essas reações das outras pessoas, citadas pelos entrevistados, são descritas por Birchall et al. (2018) como incompreensão. Para os autores, as pessoas sentem dificuldade de compreender os sacrifícios que os vegetarianos e veganos se submetem, principalmente na alimentação, para seguirem por esse estilo de vida. Essa incompreensão pode acontecer entre amigos e familiares, e pode dificultar as relações sociais entre eles, como mostra Moreira e Acevedo (2015), que acrescentam que muitas pessoas vegetarianas ou veganas se sentem isoladas e evitadas pelos outros em eventos sociais. Por medo dessa repercussão social sobre suas escolhas alimentares, as pessoas optam por não seguir o vegetarianismo e veganismo (HIRSCHLER, 2011).

Cultura

Ester (vegana) afirma que a morte dos animais e o sofrimento deles, para que se tenha produtos para consumo humano, foi normalizada. Nesse sentido, Pedro (vegetariano) aponta que, *“de um modo geral, é muito sistêmico e cultural e nós nos acomodamos a continuar comendo carne. Isso é muito difícil a gente mudar, porque a gente também tem que encarar nós mesmos e questionar os nossos próprios hábitos e porque que a gente faz isso”*. Por isso, para ele, se torna difícil deixar hábitos de consumo comuns a cultura que se está inserido. Nesse sentido, Beardsworth e Keil (1992) afirmam que optar pelo vegetarianismo é se opor ao que receberam culturalmente. Corroborando esta afirmativa, Cecília (semivegetariana) aponta a cultura como o fator mais relevante, destacando os ensinamentos que são passados de geração para geração.

Para Elisa (vegana) o processo cultural influencia quando se percebe o consumo da carne como obrigatório e sinônimo de ter boa saúde. Para ela, a família usa desse argumento para ir contra o veganismo, porque estão enraizados naquilo considerado o certo por uma cultura. Essa postura é justificada por Singer (2010). Para o autor, as pessoas que comem carne não se julgam incorretas porque estão inseridas em estrutura de pensamento, ações e linguagem comum para determinadas localidades.

Lara (vegetariana) acrescenta o prazer que as pessoas têm de comer carne e *“o social de como a carne está envolvida nas relações e tal, e como não comer carne impacta nas relações sociais das pessoas”*. Para Macinnis e Hodson (2017), essas questões culturais expostas podem relacionar-se com aspectos simbólicos, no sentido da ameaça percebida pelos grupos de consumo considerados corretos e comuns. Isso acontece porque percebem que as crenças, valores, atitudes e padrões morais, consideradas adequadas, entram em conflito com novas formas de pensamento, posicionamento e consumo. Por isso, muitas vezes, essas ameaças de transformam em conflitos nas relações sociais, críticas e preconceitos, e levam as pessoas a renunciarem o vegetarianismo ou o veganismo.

Prescrição médica

Muito comum também foram os relatos, por parte dos entrevistados, sobre pessoas que conhecem que tiveram recomendação médica para pararem com o vegetarianismo ou veganismo. Laura (semivegetariana) afirma que conheceu uma pessoa que voltou com o consumo de carnes porque, ao consultar um médico especialista para tratar uma doença crônica, *“o médico falou: “ou você come ou você vai ficar um pouco pior”. E ela já tava tratando de uma leucemia já tinha um tempo”*. Pedro (vegetariano) também relata o caso de uma amiga que deixou o vegetarianismo por prescrição médica. Contudo, ele afirma que sua amiga já apresentava a saúde frágil antes mesmo de começar com a alimentação vegetariana: *“ela*

simplesmente retirou a carne, ela não buscou complementar essa alimentação com os nutrientes. [...] Então ela teve alguns problemas de saúde e teve que voltar a comer carne” (Pedro, vegetariano). Nesse contexto, Birchall et al. (2018) afirmam que um fator crítico que as pessoas que optam pelo vegetariano enfrentam é a falta de nutrientes, que em muitos casos acontece por dificuldade de substituir os alimentos ou desconhecimento das opções vegetais que suprem essa necessidade.

No entanto, Elisa (vegana) afirma que, em muitos casos que os médicos e médicas afirmam que não se pode eliminar os produtos de origem animal das refeições, isso acontece por desconhecimento dos profissionais e falta de preparo para lidarem com a forma de alimentação de vegetarianos e veganos. Nesse sentido, Perrota (2017) afirma que é uma posição esperada das pessoas veganas confrontar o discurso médico de que é necessário consumir produtos de origem animal, em termos nutricionais. Isso reforça a necessidade de mais profissionais especializados na área.

Dificuldade de acesso aos produtos e condição financeira

Para os participantes, atualmente existe uma oferta maior de opções de alimentos vegetarianos e veganos no mercado. Contudo, o que os entrevistados percebem é que essa oferta é melhor em cidades maiores e que em cidades interioranas essa realidade é bastante diferente. Isso é apontado por Cecília (semivegetariana) e Artur (semivegetariano), por exemplo, que residem em Uberlândia (691.305 habitantes em 2019 - IBGE), Minas Gerais, e acreditam que as cidades menores não têm a estrutura de oferta de produtos vegetarianos e veganos que Uberlândia tem. Luísa (semivegetariana), também residente em Uberlândia, afirma que a cidade *“tem muitos restaurantes vegetarianos, hamburguerias, coisas bem bacanas, pra quem tem essa possibilidade, pra quem sai muito, pra quem tem a grana mesmo pra investir nisso”*. Artur (semivegetariano) percebe que *“os lugares também, onívoros, eles destacam as opções vegetarianas no cardápio [...]. Diversos eventos também se preocupam. As pessoas, em simples festas de aniversário, muitas vezes, também se preocupam em ter alimentos sem carne”*.

Por outro lado, Heloísa (semivegetariana) que reside em Lavras (103.773 habitantes em 2019 - IBGE), Minas Gerais, afirma que *“que tem pouquíssimas opções vegetarianas e principalmente veganas. Eu sinto uma dificuldade quanto a isso, porque não é todo lugar que a gente vai que tem essas opções”*. Para ela, as cidades maiores têm *“incentivo à cultura”* vegetariana e vegana e, por isso, se tem mais opção de produtos para estes públicos. Para Eloá, *“cidades maiores, tipo, São Paulo, você encontra lugares que só vendem produtos veganos, então tem todas as opções, desde quibe que é cem por cento carne, e aí eles fazem de lentilha ou de qualquer coisa, até soja mesmo, e até produtos que já são veganos e a gente não sabe”*. Benjamim (vegano), que reside em São Paulo (12.252.023 habitantes em 2019 - IBGE), afirma que reconhece que nas cidades interioranas os produtos são mais escassos e mais caros, e que ele, na capital, adquire produtos veganos pelos mesmos preços dos produtos convencionais.

Antonela (vegetariana), residente em Vilhena (99.854 habitantes em 2019 - IBGE) interior de Rondônia, afirma que sente dificuldade em encontrar estabelecimentos que tenham opções vegetarianos e veganas. Melissa (vegana), que reside em Porto Velho (529.544 habitantes em 2019 - IBGE), Rondônia, aponta que na capital tem mais opções de produtos veganos do que no interior. Contudo, Melissa (vegana) afirma que

“não acho isso legal, porque não é só uma questão de alimentação, é uma questão de compromisso, de investigar as indústrias, de entender a lógica por trás do que sustenta a alimentação, e, talvez, eu encontro os produtos veganos, encontro essas aberrações, que é essas indústrias de má fé. [...] Ainda é precário produtos veganos de empresas veganas” (Melissa, vegana).

Nesse sentido, Lorena (vegetariana) e Catarina (vegana) reconhecem que cidades menores tem menos opções vegetarianas e veganas, entretanto, para elas, a alimentação sem produtos de origem animal não depende de opções industrializadas. Nesse contexto, elas afirmam que cidades menores podem oferecer produtos naturais de melhor qualidade para seguirem uma alimentação vegetariana ou vegana: *“dependendo da cidade você tem acesso à vegetais mais puros, que são feitos, são produzidos, talvez o produtor local está ali do seu lado vendendo pra você, né?”* (Catarina, vegana).

Bernardo e Giovana (vegetarianos) afirmam que é preciso, em caso de cidades menores e com pouca oferta de produtos vegetarianos e veganos, que as pessoas que seguem esse estilo de consumo o manifestem e que os empresários percebam essa demanda: *“o que precisa é difusão, maior difusão de hábitos, de que isso realmente é uma coisa pro futuro, pra que os comerciantes percebam isso como um nicho de mercado”* (Bernardo, vegetariano).

Essas características elencadas pelos participantes são corroboradas por Birchall et al. (2018). Os autores afirmam que são elementos condicionantes a facilidade de acesso e a variedade de comida vegetariana. Para eles, é fundamental que as pessoas que optam pelo vegetarianismo e veganismo tenham facilidade em encontrar produtos para seu dia-a-dia, e que estes sejam acessíveis em relação aos preços, além da variedade de opções para substituição dos alimentos de origem animal. Nesse quesito, para muitos dos entrevistados desta pesquisa, o que ainda é preciso entender, por parte dos gestores e empresários, é que oferecer opções vegetarianas e veganas vai além de fazer uma substituição em uma refeição já oferecida pelo estabelecimento. Nesse sentido, Helena (semivegetariana) afirma que *“geralmente, só tiram a carne, ou, então, põem um ovo, não é uma coisa feita especificamente. Então, ainda tem bastante a evoluir nesse caminho sim”*. Nesse contexto, Laura (semivegetariana) alega que *“é sempre isso que as pessoas entendem: uma comida vegetariana? Faz salada. Tem salada. [...] Por que não comer um sanduíche que tenha uma carne feita de grão de bico, entendeu?”*.

Ademais, Emanuele e Melissa (vegnas) afirmam que sentem falta de estabelecimentos que façam entregas de produtos veganos em suas cidades. Elas ponderam, assim como Antonela (vegetariana), Davi (vegetariano) e Alícia (vegana), que sentem falta de encontrar produtos prontos para consumo, e não apenas encontrar os ingredientes separadamente para preparar uma receita, como salgados, doces, pães e refeições completas. Lorenzo (vegano) apresenta que o que mais sente falta é de um local para adquirir todos os produtos que deseja, *“porque às vezes você vai em um mercado, você vai em uma loja, em outra loja, tem que ir em muito lugar pra achar várias coisas. Então, tipo, empórios, algo desse tipo, que tenha vários produtos tanto alimentícios quanto de higiene e tudo mais”*.

Já Elisa (vegana) afirma que essa ideia de que as pessoas veganas só consomem produtos veganos industrializados e que precisa ter condições financeira mais favorável para adquiri-los, e que isso é o veganismo, deve ser refletida. Ela alega que a base da alimentação vegana e vegetariana *“é vegetal”*, e que são produtos fáceis de serem encontrados em supermercados e feiras, por exemplo. Para ela, se alimentar assim não custa mais caro e é fácil de encontrar o que precisa. Para Melissa (vegana), a filosofia vegana proporciona gastar menos, como afirma: *“o que eu gastava em carne, eu gasto pro mês inteiro, incluindo produtos de limpeza. Então, realmente, pra mim, é um mundo. As pessoas falam que é caro, é caro se você quiser ser vegana ou vegetariana de um modo descolado da filosofia”*.

Por outro lado, Eduarda (vegetariana) relata que quando se tornou vegetariana achava ser *“financeiramente inviável”* adquirir produtos veganos, tanto alimentícios como cosméticos. Hoje ela percebe que estes produtos estão mais acessíveis, e ela atribui a isso *“ao número de produtos, de empresas, de estabelecimentos comerciais em Uberlândia mesmo hoje que vendem, padarias que tem ofertas né, opções de alimentos de tortas e salgados vegetarianos e veganos aumentou muito”* (Eduarda, vegetariana). Nesse sentido, é importante que as empresas

percebiam esse nicho de mercado e seu potencial, ofertando variedade de produtos vegetarianos e veganos de forma mais acessível (BIRCHAL et al., 2018).

Dificuldade em deixar de consumir algum produto

Outros participantes afirmam que as pessoas acham difícil deixar de comer carne para seguirem o vegetarianismo ou veganismo. Samuel (vegetariano) conta que teve dois amigos que decidiram pelo vegetarianismo, “*viram os documentários, se apaixonaram pela parte política e ambiental da coisa*”, mas que se sentiam fracos, mesmo fazendo uso da carne de soja. Um dos amigos “*que praticava artes marciais várias vezes por semana e ele sentiu que não comer carne tava deixando ele muito fraco. Ele não tava conseguindo fazer essas atividades e por isso que ele desistiu e voltou*” (Samuel, vegetariano). Nesse contexto, Hirschler (2011) afirma que as pessoas podem alegar necessidade física de determinados alimentos como justificativa para não parar de se alimentar deles, e isso se sobrepõe a outros motivos que levariam a pessoa seguir o vegetarianismo e veganismo.

Manuela (semivegetariana), nesse sentido, alega que o organismo das pessoas pode demonstrar alguma mudança quando se reduz ou elimina alimentos cárneos, e que, algumas pessoas, podem não conseguir adaptar a essa alimentação. Eduarda (vegetariana) afirma que a adaptação é realmente mais difícil para algumas pessoas e que deve-se ter um propósito, um ideal que a faça seguir o estilo de vida vegetariana ou vegana, como mostra o próximo subitem.

Falta de ideal

Para alguns entrevistados, o que se torna decisivo é a falta de ideal. Lorena (vegetariana) afirma que pode acontecer da pessoa ser “*influenciada por alguém e falou: "ah, eu vou parar", mas na verdade não foi uma vontade que partiu dela. Ela foi uma "ideia fraca", que não foi suficiente pra sustentar aquela atitude*”. Nesses casos, para Lorena (vegetariana), as pessoas podem retomar o consumo de produtos de origem animal, porque não estavam engajadas suficientemente com a causa. Melissa (vegana), nesse contexto, afirma que

“Eu acho que o primeiro, a pessoa ela tem pena dos animais, eu até entendo que ela possa ter um tipo de sensibilidade, mas aquilo realmente não é um compromisso dela. Ela tem a dó, mas consome de boa, se não ver. [...] E aí, a gente há de convir, que a indústria é pesadíssima. Pra isso o aparato capitalista, que é o aparato carnista é muito grande e é muito forte. Mas é que as pessoas, elas realmente têm que entender que adotando o veganismo pra si, não é algo fácil, mas é algo necessário. E que vai ser provavelmente uma caminhada solitária, mas é muito gratificante também. Então, de repente é uma pessoa que começou por modismo, de repente nem se importa muito com os animais também, assim, que tem dó, mas no fundo ela tem alguma coisa assim: “ah, mas se é pra comer, a gente come”. [...] É uma pessoa que entendeu da onde que a carne vem, mas ela não entendeu os efeitos da carne na própria vida, em outros segmentos, porque não se dá conta disso, dentro da história”.

Diante do relato de Melissa (vegana), é como se as pessoas não passassem pelos elementos da aprendizagem vegana descritos por Mcdonald (2000). Para se ter um ideal para seguir o veganismo, a autora elenca que é preciso passar por uma experiência ou contato com algo que leve a buscar mais informações e a aprender mais sobre o veganismo, e, a partir disso, tomar a decisão de segui-lo. Somente após essas vivências que a visão, o ideal, o propósito, guiam todo o estilo de vida da pessoa.

Outras razões para o abandono do vegetarianismo e veganismo

Outras categorias também foram citadas pelos entrevistados como o Quadro 4 mostra algumas falas a respeito dos temas.

Categoria	Descrição por falas
Falta de Tempo	“Então, eu vejo tempo como uma primeira questão. Hoje pra você ser vegetariano, conseqüentemente, você tem que cozinhar muito mais do que você cozinaria antes e pra ser vegano ainda mais, porque o vegano ele tem poucas opções fora de casa, geralmente o vegano carrega uma marmitinha. Então isso exige da gente tempo, envolvimento e dedicação” (Eduarda, vegetariana).
Falta de preparo	“E também eu acho que a falta de preparo pra ser vegano ou vegetariano. É, eu acho isso muito relevante, porque eu tenho um amigo que ele virou vegetariano, [...] e aí ele começou a tipo, ficar muito mal, desnutrido, não comia direito, enfim, não tinha orientação nutricional, sabe? Então ele passou mal demais e aí cansou, falou: “Não vou ser mais, não dou conta” e parou de ser vegetariano por causa disso. Isso no meu ponto de vista é uma falta de preparo, de ter conversado com uma nutricionista, se preparado pra fazer comida em casa, comida que vai nutrir de fato, organizar o tempo” (Lara, vegetariana).
Questões afetivas	“Eu acho que um dos principais motivos é porque a alimentação é uma questão afetiva. A gente relaciona a nossa comida com os momentos que foram importantes na nossa vida, então aquele pão de queijo que eu comia com a minha avó às cinco horas da tarde... Então aquilo nada vai substituir o gosto. Então um dos motivos... aquele churrasco que eu comi com meu pai, era especial. E aí não é só o gosto do alimento, é a relação afetiva que você teve com o alimento, então muitas pessoas voltam por saudade de experimentar, de ter essa questão do sabor. Isso na questão da alimentação” (Cristina, vegana).

Quadro 4: Motivos que levam as pessoas a deixarem o semivegetarianismo, vegetarianismo ou veganismo.

Fonte: Dados da pesquisa.

O tempo foi apontado por aqueles que afirmam que ser vegetariano ou vegano demanda mais tempo na cozinha para preparar sua própria comida. Alguns atrelam isso aos produtos vegetarianos e veganos serem mais caros, e, por isso, as pessoas preferirem cozinhar e preparar suas próprias refeições. Para os entrevistados, estes aspectos podem dificultar que as pessoas sigam com o vegetarianismo ou veganismo.

Ademais, alguns participantes alegam que falta preparo das pessoas em pesquisarem e se informarem sobre como fazer a reposição nutricional e preparar alimentos. Nesse sentido, Doyle (2016) afirma que a busca por informações é fundamental para as pessoas que querem seguir o vegetarianismo e o veganismo, para compreenderem a mudança na dieta e estilo de vida. Além disso, McDonald (2000) alega que “tornar-se orientado”, ou seja, ter a intenção de aprender mais é importante para compreender como viver como vegano ou vegetariano. Sem essa postura, seguir com esse estilo de vida se torna desafiador. Hirschler (2011), nessa direção, aponta que a falta de conhecimento prático sobre como substituir os produtos de origem animal ou sobre como prepará-los é uma possível razão para que as pessoas não sigam o veganismo.

Não menos importante, é apontado por alguns dos participantes o lado afetivo da alimentação, que pode ser mais difícil para algumas pessoas deixarem de consumir determinado alimento, pela lembrança e sensação que ele representa. Hirschler (2011) confirma ao alegar que é comum as pessoas justificarem uma necessidade psicológica a determinados alimentos e assim não eliminá-los ou reduzi-los de sua alimentação.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo do trabalho foi compreender as principais mudanças percebidas pelas pessoas quando optam pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo e porque algumas pessoas retomam o consumo de produtos de origem animal, deixando o vegetarianismo ou o veganismo.

Encontrou-se que, após decidirem pelo semivegetarianismo, vegetarianismo e veganismo, sete pontos são preponderantes, para os entrevistados, sobre as mudanças em seus hábitos alimentares e de consumo em geral: descoberta de outras opções alimentares, cozinhar com mais frequência, busca pela alimentação saudável e melhoria da saúde, convívio social, ler e analisar rótulos, expansão da consciência e questões ambientais. Esses aspectos podem ser

tratados por empresas e organização do ramo vegetariano, visando deixar o cotidiano de pessoas que seguem dietas vegetarianas mais prático e com informações acessíveis.

Ademais, as razões que levam as pessoas a deixarem o vegetarianismo ou veganismo são: pressão social, cultura, recomendação médica, dificuldade de acesso aos produtos, dificuldade em deixar de consumir algo, falta de ideal, falta de tempo, condição financeira, falta de preparo e questões afetivas.

Sendo assim, este trabalho avança nas discussões sobre as razões que levam as pessoas a abandonarem o estilo de vida sem consumo de produtos de origem animal. Todos estes aspectos encontrados podem ser trabalhados por pessoas envolvidas com as dietas vegetarianas como influenciadores, gestores, médicos e nutricionistas e outros profissionais especializados na área, visando a orientação e ajuda necessária no processo de mudança dos hábitos alimentares e de consumo em geral. Ademais, o mercado vegetariano pode inspirar nessas informações para proporcionar outras opções de consumo vegetariano e vegano, com produtos para todos os grupos de consumidores, e oferecer uma experiência mais acessível financeiramente e agradável ao paladar.

Como limitações, reconhece-se a impossibilidade de generalizações dos resultados, visto a abordagem qualitativa da pesquisa. Ainda, admite-se a restrição das localidades dos participantes. Dessa forma, sugere-se que novas pesquisas sejam realizadas com participantes de outras localidades do país, bem como se descreva as diferenças entre as regiões. Deve-se investigar as razões da renúncia ao vegetarianismo e veganismo por aqueles que a fizeram, visto que neste trabalho buscou-se a opinião de pessoas semivegetarianas, vegetarianas e veganas. É possível, também, que se discuta a disponibilidade de produtos vegetarianos e veganos por estados, ou pelo país, em relação às possibilidades de consumo desses itens no interior e em grandes centros.

REFERÊNCIAS

- ABONIZIO, J. Conflitos à mesa: vegetarianos, consumo e identidade. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, v. 31, n. 90, 2016.
- ADA - AMERICAN DIETETIC ASSOCIATION. Position of the American dietetic association and dietitians of Canada: vegetarian diets. **Journal of the American Dietetic Association**, v. 103, n.6, p. 748-765, Jun. 2003.
- 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.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.
- BBC NEWS. **Veganismo: Por que youtubers têm renunciado à dieta com que ficaram ricos e famosos**. 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/curiosidades-47804058>>. Acesso em: 02 de jul de 2020.
- 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.
- DOYLE, J. Celebrity vegans and the lifestyling of ethical consumption. **Environmental Communication**, v. 10, n. 6, p. 777-790, 2016.
- FRANCO, É. de S.; REGO, R. A. Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo. **Turismo - Visão e Ação**, v. 7, n. 3, p. 469-482, 2005.

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

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.

IBGE. **Cidades e Estados**. 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/>>. Acesso em: 02 de jul de 2020.

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.

MCDONALD, B. "Once You Know Something, You Can't Not Know It" An Empirical Look at Becoming Vegan. **Society & Animals**, v. 8, n. 1, p. 1-23, 2000.

MEIRELLES, C. M.; VEIGA, G. V.; SOARES, E. A. Vegetarian diets: characterization, nutritional implications and controversies. **NUTRIRE: Revista da Sociedade Brasileira de Alimentação e Nutrição**, São Paulo, v. 21, p. 57-72, jun., 2001.

MINAYO, M. C. S (Org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2001.

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.

SÁNCHEZ, N. **Nem vegano nem onívoro: para ser respeitoso com o planeta é preciso comer como um 'climatarian**. El País, 2019. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2019/08/26/estilo/1566830849_215631.html>. Acesso em: 02 de jul de 2020.

SCARBOROUGH, P. et al. Dietary greenhouse gas emissions of meat-eaters, fish-eaters, vegetarians and vegans in the UK. **Climatic Change**, v. 2, nº 125, p. 179-192, 2014.

SCOTT, J. Por que deixei de ser vegano para tentar melhorar minha saúde. **BBC News**, 2019. Disponível em: <<https://www.bbc.com/portuguese/brasil-41196207>>. Acesso em: 02 de jul de 2020.

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.

SVB, Sociedade Vegetariana Brasileira. **Alimentação Vegetariana**. 2019a. Disponível em: <<https://www.svb.org.br/livros/alimentacao-vegetariana.pdf>>. Acesso em: 08 mai. 2019.

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

THIRY-CHERQUES, H. R. Saturação em pesquisa qualitativa: estimativa empírica de dimensionamento. **Revista PMKT**, v. 3, n. 2, p. 20-27, 2009.

VEGAN SOCIETY. **Statistics**. Disponível em: <<https://www.vegansociety.com/news/media/statistics>>. Acesso em: 15 fev 2019.

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