



COMPORTAMENTO ALIMENTAR E VEGETARIANISMO

Kássia Regina Aguiar Vieira, Me., Médica Veterinária, kassia.rav@gmail.com

Pedro Augusto Calisto, Zootecnista, pedrozootec@gmail.com

Faculdade de Agronomia e Medicina Veterinária, Universidade de Brasília

Resumo: Nos últimos anos, percebe-se um crescimento no interesse da população brasileira por uma alimentação e um estilo de vida mais saudável, além da crescente preocupação com o meio-ambiente e questões éticas relacionadas ao consumo de carne. Através de pesquisa quantitativa, visamos descrever o perfil socioeconômico e de consumo dos vegetarianos, compreender as motivações para esta transição alimentar e a tendência deste grupo ao consumo de alimentos orgânicos. A partir da difusão dos conhecimentos sobre nutrição e dos efeitos do comportamento alimentar, é possível estimular que a população brasileira desenvolva autonomia alimentar, tornando-se consciente do seu próprio consumo.

Palavras-chave: Vegetarianismo, Veganismo, Alimentação, Saúde.

Introdução

A promoção de mudanças nas práticas alimentares faz parte das metas para atingir a saúde (Marinho *et al.*, 2007). Nas últimas décadas, houve grandes transformações no consumo de carnes por parte da população brasileira (Ribeiro e Corção, 2013), devido ao aumento da preocupação dos brasileiros com a nutrição e a tendência de consumo por produtos mais naturais e saudáveis (Brasil Food Trends, 2020).

Segundo um estudo do Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE) de 2018, 14% da população brasileira se declara vegetariana, somando 29 milhões de pessoas. Nas regiões metropolitanas como São Paulo, Curitiba, Minas Gerais e Rio de Janeiro, esse percentual chega a 16% – o dobro em comparação a 2012. No Distrito Federal, ainda faltam pesquisas sobre o número de adeptos ao vegetarianismo, entretanto, estima-se que a capital federal está entre as cidades com maior número de vegetarianos do país (Campos, 2008).

De acordo com a posição da American Dietetic Association (ADA), as dietas vegetarianas planejadas adequadamente apresentam benefícios para a saúde. Dentro desta perspectiva de preocupação com o bem-estar e a saúde, destaca-se a utilização de alimentos orgânicos como uma crescente demanda dos consumidores. A opção de determinados consumidores pela alimentação orgânica, vegetariana e vegana representa uma cultura de consumo em expansão, na qual existe um sentimento de pertença por parte dos membros, que



adotam um estilo de vida particular e expressam dessa forma suas identidades, seus valores e modos de viver no mundo (Ribeiro, 2019). Esta cultura representa uma parcela da sociedade, que se identifica pelo comprometimento com uma determinada classe, produto ou atividade (Caldas, 2015).

A partir de uma visão panorâmica do perfil dos vegetarianos, objetivamos verificar a prevalência de vegetarianos no grupo estudado, compreender as motivações para esta escolha alimentar e verificar a tendência destas pessoas ao consumo de alimentos orgânicos.

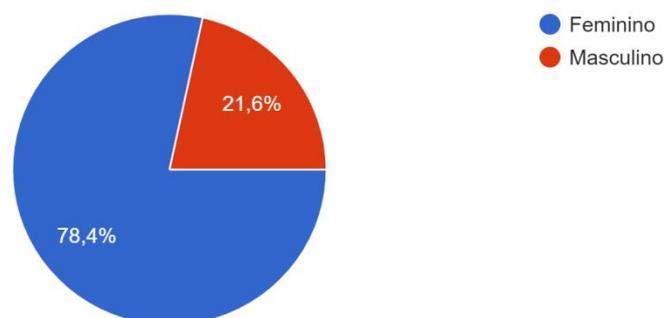
Metodologia

A coleta de dados foi realizada por meio uma pesquisa exploratória com abordagem quantitativa e objetivo descritivo-exploratório, utilizando um questionário *online* elaborado da literatura sobre o tema. Foram 162 participantes de todas as idades e localidades do DF, que foram convidados a colaborar nesta pesquisa através da divulgação por meios virtuais (e-mail e redes sociais) e através de panfletos distribuídos na Universidade de Brasília. A coleta foi realizada no período de 25/10/2019 a 25/11/2019. O questionário inclui sexo, faixa etária, fatores socioeconômicos como bairro, renda familiar e escolaridade, questões sobre as motivações para a transição alimentar e o padrão de consumo de alimentos orgânicos.

Resultados

Primeiro um pouco sobre você!

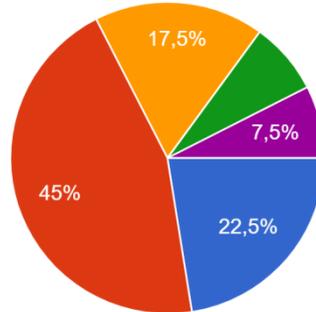
162 respostas





Idade

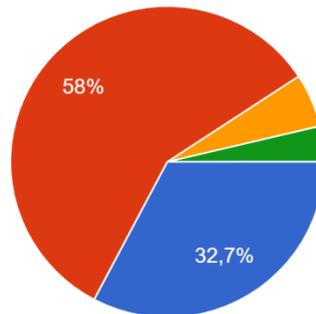
160 respostas



- 16-24 anos
- 25-34 anos
- 35-44 anos
- 45-54 anos
- 55 ou mais

Cidade

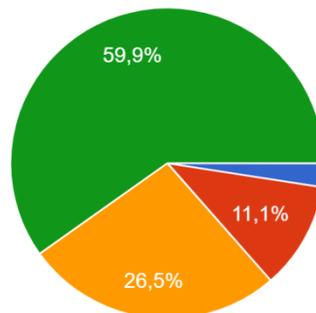
162 respostas



- Plano Piloto
- Cidade-satélite
- Entorno do DF
- Outro Estado

Renda familiar (salários mínimos)

162 respostas

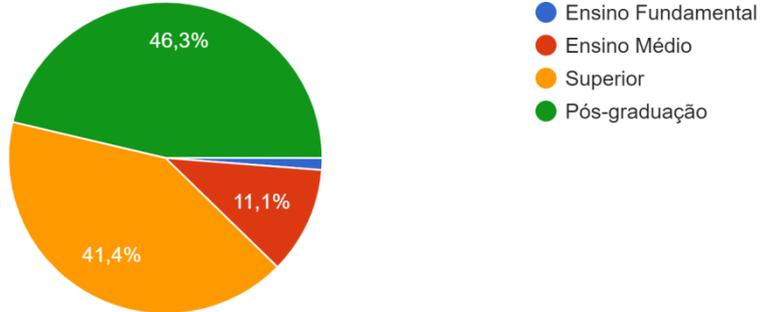


- Até 1
- De 1 a 2
- De 2 a 5
- Mais de 5



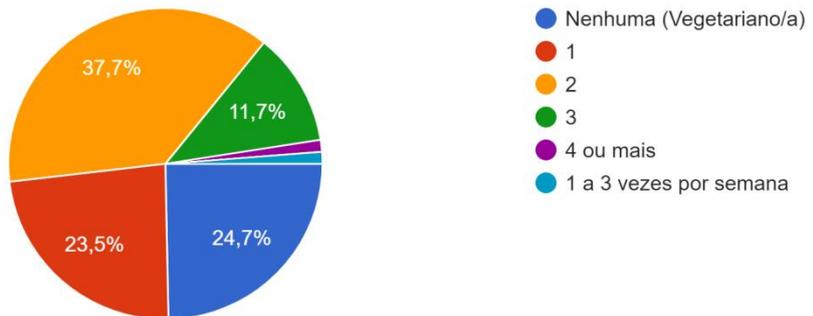
Escolaridade

162 respostas



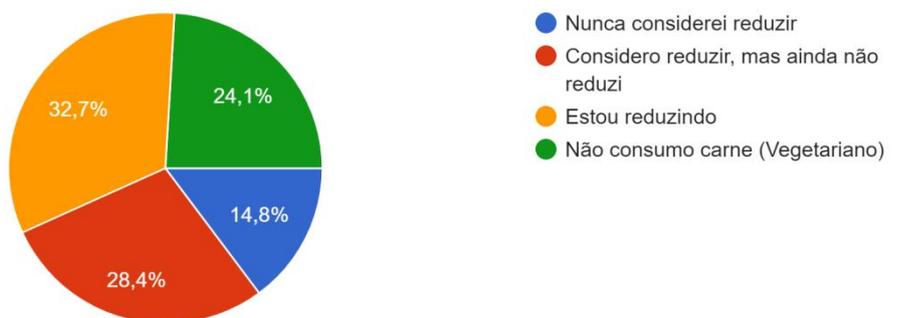
Em quantas refeições por dia você adiciona carne?

162 respostas



Você já considerou reduzir o consumo de carne?

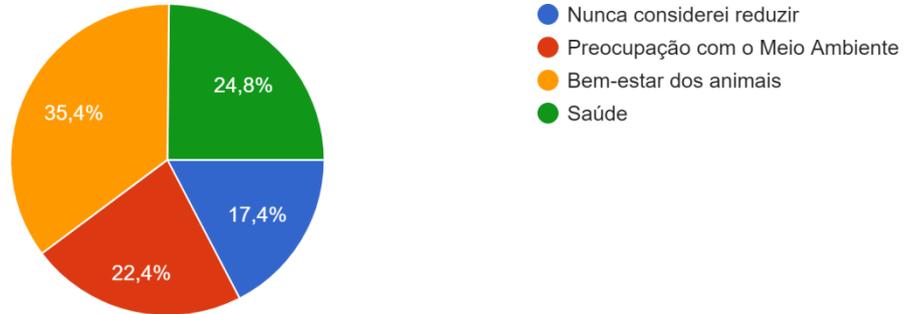
162 respostas





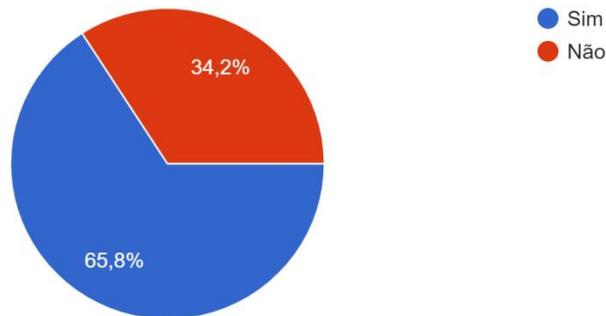
Qual o principal motivo que te levou a reduzir ou parar de consumir carne?

161 respostas



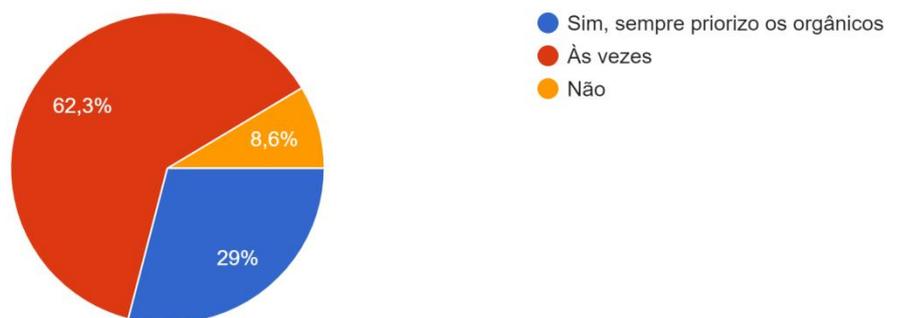
Você acredita que a dieta vegetariana é mais saudável?

161 respostas



Você consome produtos orgânicos?

162 respostas



Discussão



A maior parte dos entrevistados foram mulheres, e neste grupo, 24,4% se declararam vegetarianas, e entre os homens, a porcentagem foi de 25,7%. Uma pesquisa feita pelo *Vegetarian Times* em 2017 revelou que dentre a população vegetariana dos Estados Unidos, 59% eram mulheres. Na pesquisa publicada pelo Ibope (2018) mostrou uma proporção semelhante entre homens e mulheres que se declaram vegetarianos no Brasil, o que mostra uma mudança cultural importante. Apesar da masculinidade e o consumo de carne ser um tema discutido por vários trabalhos em todo o mundo, propondo que os homens consomem mais carne do que as mulheres (Potts e Parry, 2010; Ruby e Heine, 2011; Rothgerber, 2013), nosso trabalho demonstrou uma proporção equivalente de vegetarianos entre os gêneros.

A maior parte dos entrevistados estava entre 25 e 34 anos. Isso pode ser explicado devido ao trabalho ter sido divulgado em ambiente universitário, e a partir da rede de amigos e conhecidos dos autores, que estão entre essa média de idade. Isso também deve ter influenciado no resultado de cerca de 88% dos entrevistados terem graduação e 60% deles possuírem renda maior do que 5 salários mínimos.

Ainda não foram publicados estudos em larga escala sobre o número de vegetarianos no Distrito Federal. Neste trabalho, a porcentagem de pessoas que se declararam vegetarianas foi de 24,7%, quase um terço dos entrevistados comem carne em apenas uma das refeições no dia e 32,7% consideram reduzir o consumo de carne. Na pesquisa realizada pelo Ibope (2018), a porcentagem de vegetarianos no Centro-Oeste foi de 13%, e no Brasil, foi de 14%, enquanto em 2012 este número era de 8%. Estes dados mostram o aumento da preocupação com o meio ambiente, com assuntos relacionados ao consumo e sustentabilidade. Dos fatores que motivam as pessoas a se tornarem veganas, são destacados: ética; mudança de hábitos pela saúde; e preocupação com o meio ambiente.

Uma pesquisa realizada pelo *Vegan Research Panel* (2000), na Inglaterra, apontou que a maioria dos veganos fizeram essa mudança da dieta devido a motivações éticas e morais relacionadas aos animais, assim como diversos artigos publicados sobre o assunto (Ruby, 2012). No presente trabalho, o resultado foi semelhante: 35,4% dos entrevistados decidiram reduzir ou parar de consumir carne devido à preocupação com o bem-estar dos animais. No cerne dessa perspectiva, está a visão de que os animais não devem ser maltratados para benefício humano. Não consumir carne é, portanto, um sacrifício a ser feito pelos indivíduos como parte de um compromisso ético (Fox e Ward, 2008).



A segunda motivação mais importante foi a preocupação com a saúde, e 65% dos entrevistados acreditam que a dieta vegetariana é a dieta mais saudável. Pesquisas comprovam que uma dieta vegetariana reduz o risco de doenças cardíacas, obesidade, hipertensão, diabetes tipo 2 e alguns tipos de câncer, levando a uma expectativa de vida mais longa. Um estudo demonstrou que os vegetarianos e veganos possuem menor índice de massa corporal, um importante fator de risco para mortalidade e diversas condições, incluindo diabetes, doenças cardíacas e alguns tipos de câncer (Spencer, 2003).

Em seguida, outro fator que apareceu com importância para a escolha da dieta vegetariana foi a preocupação com o meio ambiente. Esses efeitos incluem: resíduos químicos tóxicos na cadeia alimentar, aditivos farmacêuticos em alimentos para animais, produtos químicos poluentes e resíduos animais de confinamento escoados em cursos de água e aquíferos subterrâneos, perda de solo superficial causada por padrões de pastagem, desmatamento e desertificação que resultam da limpeza de terras para pastagem e cultivo de alimentos para animais, exploração intensiva do abastecimento de água e energia, e destruição da camada de ozônio devido ao uso extensivo de combustíveis fósseis e à produção significativa de gás metano pelo gado (Fox, 2000).

A preferência por alimentos orgânicos foi maior no grupo dos vegetarianos. Apesar do vegetarianismo se tratar da recusa do consumo de carne, para determinados tipos de vegetarianos, e mais marcadamente os veganos, a esfera da produção não pode ser negligenciada, na medida em que a forma de produção interferirá no consumo ou na recusa. Por exemplo, evitam-se ou proíbem-se produtos testados em animais, são priorizados alimentos orgânicos e mesmo ovos podem ser consumidos, desde que não sejam produzidos em granjas, consideradas antiéticas, por algumas variantes de vegetarianos e veganos (Abonizio, 2016). Essa preocupação decorre dos efeitos sabidamente nocivos dos agrotóxicos para nossa saúde, para a saúde dos animais não-humanos e para o meio ambiente como um todo.

Por último, fizemos a pergunta discursiva “O que você acredita que pode fazer para ter uma alimentação mais saudável?”, e a resposta unânime foi “reduzir o consumo de alimentos industrializados” e “priorizar alimentos orgânicos”. É de conhecimento geral que o consumo de alimentos ultraprocessados aumenta a prevalência de inúmeras doenças, assim como o consumo de alimentos contendo agrotóxicos. A partir deste conhecimento, as pessoas estão cada vez mais buscando alternativas para ter uma vida mais saudável.



As soluções alternativas aos padrões atuais da sociedade, requerem esse processo de mudança na responsabilidade, não apenas dos produtores, mas também dos consumidores, pelos seus impactos do consumo provocados na sociedade, na economia e no ambiente. Isto implica em uma sociedade ética, que esteja atenta ao coletivo e aos benefícios globais de suas ações, por meio da multiplicação de movimentos que contemplem o equilíbrio entre o crescimento econômico, a proteção ambiental e a justiça social. Em outras palavras, de um lado, busca-se por organizações que foquem no comprometimento com o meio ambiente, economia e sociedade e, por outro lado, considera o consumidor como personagem central desta necessária mudança nos padrões de consumo da sociedade moderna (Ribeiro, 2019).

Referências

- Abonizio, Juliana. Conflitos à mesa: vegetarianos, consumo e identidade. *Rev. bras. Ci. Soc.* [online]. 2016, vol.31, n.90, pp.115-136.
- Brasil Food Trends 2020. As tendências relacionadas a confiabilidade e qualidade. In: Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. São Paulo: FIESP; 2020, p. 43-46.
- Caldas, Yohanna Campos. (2015): Subcultura de consumo de alimentos orgânicos: percepção de valor. UnB - Curso de Administração (Monografia). DF.
- Campos, Rayza Alves. (2008): Estudo prospectivo sobre a gastronomia e o mercado vegan de Brasília. UnB - Curso de Especialização em Consultoria em Turismo. (Monografia). DF.
- Fox, Michael Allen. "Vegetarianism and Planetary Health." *Ethics & the Environment*, vol. 5 no. 2, 2000, p. 163-174.
- Marinho, Maria Cristina Sebba; Hamann, Edgar Merchán; LIMA, Ana Carolina da Cunha Floresta. Práticas e mudanças no comportamento alimentar na população de Brasília, Distrito Federal, Brasil. *Rev. Bras. Saude Mater. Infant.*, Recife, v. 7, n. 3, Sept. 2007.
- Matthew B. Ruby, Steven J. Heine, Meat, morals, and masculinity, *Appetite*, Volume 56, Issue 2, 2011, Pages 447-450.
- Matthew B. Ruby, Vegetarianism. A blossoming field of study, *Appetite*, Volume 58, Issue 1, 2012, Pages 141-150.
- Nick Fox, Katie Ward, Health, ethics and environment: A qualitative study of vegetarian motivations, *Appetite*, Volume 50, Issues 2–3, 2008, Pages 422-429.
- Potts, A., & Parry, J. (2010). Vegan Sexuality: Challenging Heteronormative Masculinity through Meat-free Sex. *Feminism & Psychology*, 20(1), 53–72.
- Ribeiro, Cilene da Silva Gomes; Corção, Mariana. O consumo da carne no Brasil: entre valores sociais e nutricionais. *Demetra: Alimentação, Nutrição & Saúde*, [S.l.], v. 8, n. 3, nov. 2013.
- Ribeiro, Ursula Leite. A ascensão do consumo ético de produtos vegetarianos e veganos no mercado brasileiro, *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, jul. 2019.
- Rothgerber, H. (2013). Real men don't eat (vegetable) quiche: Masculinity and the justification of meat consumption. *Psychology of Men & Masculinity*, 14(4), 363-375.
- Spencer, E., Appleby, P., Davey, G. et al. Diet and body mass index in 38 000 EPIC-Oxford meat-eaters, fish-eaters, vegetarians and vegans. *Int J Obes* 27, 728–734 (2003).
- Vegetarian Times [homepage na internet]. Vegetarianism in America. [citado 2019 dez 5]. Disponível em: http://www.vegetariantimes.com/features/archive_of_editorial/667. Acesso em: 12 nov. 2019.

11-13
DEZ
2019

Seminário Internacional

O Direito como Liberdade

30 Anos de O Direito Achado na Rua

