



Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Pós-graduação Lato Sensu

Curso de Especialização em Consultoria em Turismo

**“ESTUDO PROSPECTIVO SOBRE A GASTRONOMIA E O MERCADO VEGAN
DE BRASÍLIA”**

RAYZA ALVES CAMPOS

Brasília – DF
Abril / 2008



**Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo**

Pós-graduação Lato Sensu

Curso de Especialização em Consultoria em Turismo

**“ESTUDO PROSPECTIVO SOBRE A GASTRONOMIA E O MERCADO VEGAN
DE BRASÍLIA”**

RAYZA ALVES CAMPOS

Orientador: Prof. Dr. Gilson Zehetmeyer Borda

*“Trabalho apresentado ao Centro de Excelência em Turismo da Universidade de Brasília – CET - UnB, como requisito inicial à obtenção do Grau de Especialista em
Consultoria em Turismo”*

Brasília – DF
Abril / 2008

Campos, Rayza Alves.

Estudo prospectivo sobre a Gastronomia e o mercado vegan de Brasília / Rayza Alves Campos. – Brasília, 2008.

Monografia (Formação de Consultores em Turismo) – Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo, 2008.

Orientador: Gilson Zehetmeyer Borda.

1. Turismo. 2. Gastronomia. 3. Brasília. I. Título. II. Título: uma revisão.

Universidade de Brasília
CET – Centro de Excelência em Turismo

Pós-graduação *Lato Sensu*

Curso de Especialização em Consultoria em Turismo

**“ESTUDO PROSPECTIVO SOBRE A GASTRONOMIA E O MERCADO VEGAN DE
BRASÍLIA”**

Rayza Alves Campos

Aprovado por:

Professor Orientador: Dr. Gilson Zehtemeyer Borda

Professora Avaliadora: Dr^a Wilma Araújo

Professora Avaliadora: Mcs. Carla Tenser

Brasília, 09 de maio de 2008.

DEDICATÓRIA

*A toda minha família e amigos, em especial a minha querida mãe Marta e padrasto Cláudio, que sempre me ajudaram e me incentivaram a continuar.
Amo muito vocês!!!*

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo dom da vida e sabedoria.

À minha querida família pelo carinho, compreensão nos momentos de ausência e grande incentivo em todos os momentos importantes da minha vida.

À minha avó Terezinha que sempre me deu muita força e escutou minhas longas explicações.

Ao meu pai, que mesmo distante emanou muitas energias boas.

Ao meu namorado Ricardo, pela inspiração para a realização do trabalho e por sua imensa paciência nos momentos de stress.

Aos meus grandes amigos, que me compreenderam e me alegraram nos momentos difíceis.

Aos novos amigos que fiz.

À Moema Alencar, pela atenção e grande trabalho que realiza na SVB – Sociedade Vegetariana Brasileira.

A todos pela importantíssima contribuição na coleta dos questionários e entrevistas.

Ao meu querido orientador Gilson, pela dedicação e atenção dada no decorrer do trabalho.

A todos que me ajudaram na finalização desse trabalho.

Agradeço imensamente pelo carinho de cada um.

RESUMO

Este trabalho foi realizado com a expectativa de dar sentido e compromisso ao mercado gastronômico e turístico de Brasília, pois são duas atividades que se relacionam muito bem. O estudo teve como principal objetivo analisar o mercado vegetariano da cidade de Brasília, mais especificamente da linha vegana, que são pessoas adeptas da alimentação sem componentes animais. Para estruturar o trabalho, a autora delimitou a história da gastronomia como elemento essencial na atividade turística e representação cultural; comentou sobre a atividade turística e sobre a segmentação - turismo gastronômico -, destacando alguns roteiros; apresentou os procedimentos metodológicos utilizados no trabalho e, por fim, sobre o veganismo como estilo de vida e sua representatividade em Brasília. Para melhor embasar o estudo, foram aplicados questionários e realizadas algumas entrevistas. Esses dois últimos foram de grande importância, possibilitando maior interação e observação do mercado estudado. Além disso, enfatizou a necessidade do estudo em foco como ferramenta de incentivo ao nicho em expansão, destacando assim, hipótese positiva ao problema de questão.

Palavras-chave:

Turismo	Gastronomia	Brasília	Veganismo
---------	-------------	----------	-----------

ABSTRACT

This study was carried out aiming to give purpose and commitment to the gastronomy and tourism market of the city of Brasilia, considering the existing good relations between both activities. The main purpose of the study was to assess the vegetarian market of Brasilia, more specifically towards Vegans, which are people who adopt diets free from any animal components. The work was structured by the author to outline the history of gastronomy as an essential element in the touristic activity and cultural representation; to comment on the touristic activity and the relevant segment – gastronomic tourism – while highlighting some travel tours; to present the methodological procedures used in the study; and eventually to discuss Veganism as a way of life and its notability in Brasilia. In order to provide better grounds for the study, surveys and interviews were conducted. Those were of utmost importance, providing an increased interaction and observation of the studied market. Furthermore, it was pointed out the necessity for studies in this area to act as a tool to stimulate this expanding target market.

Keywords:

Tourism	Gastronomy	Brasilia	Veganism
---------	------------	----------	----------

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Ilustração 1 – Mapa de cidades filiadas à Sociedade Vegetariana Brasileira.....	16
Ilustração 2 – Mapa dos grupos da SVB existentes no Brasil	16
Ilustração 3 – Gráfico 1: Gênero dos entrevistados	42
Ilustração 4 – Gráfico 2: Estado civil dos entrevistados	43
Ilustração 5 – Gráfico 3: Faixa etária dos entrevistados	44
Ilustração 6 – Gráfico 4: Escolaridade dos entrevistados	46
Ilustração 7 – Gráfico 5: Procedência dos entrevistados	47
Ilustração 8 – Gráfico 6: “Você sabe o que é vegetarianismo?”	48
Ilustração 9 – Gráfico 7: Porcentagem de vegetarianos entrevistados	49
Ilustração 10 – Gráfico 8: Tempo de vegetarianismo dos entrevistados	50
Ilustração 11 – Gráfico 9: Dieta mais seguida pelos entrevistados	51
Ilustração 12 – Gráfico 10: “Conhece algum restaurante ou loja em Brasília que oferece alimentação vegana? Quais?”	52
Ilustração 13 – Gráfico 11: “Que acha que está faltando na cidade para esse público?”	53
Ilustração 14 – Gráfico 12: “Você comeria em um restaurante vegetariano puro?”	54
Ilustração 15 – Gráfico 13: Frequência a um restaurante vegano	55

SUMÁRIO

Lista de Ilustrações	ix
Resumo	vii
Abstract	viii
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Contextualização do Tema	1
1.2. Delimitação do Tema	2
1.3. Descrição da Situação Problemática	2
1.4. Justificativa	3
1.4.1 Oportunidade	3
1.4.2 Importância e Viabilidade	3
1.5. Hipóteses	3
1.6. Objetivo Geral	3
1.7. Objetivo Específico	4
1.8. Síntese da Metodologia	4
1.9. Organização e Estrutura do Trabalho	4
2. REVISÃO DE LITERATURA	5
2.1. Turismo	5
2.2. Turismo Gastronômico	7
2.3. A Gastronomia e sua história	11
2.4. Veganismo e sua Filosofia	14
2.4.1 A alimentação vegetariana	19
3. METODOLOGIA	23
3.1. Caracterização da Pesquisa	23
3.2. Definição do Universo da Pesquisa	24
3.3. Procedimentos de Coleta de Dados	24
3.4. Plano e Instrumento de Coleta de Dados	27
3.5. Plano de Análise de Dados	27
3.5.1 Entrevista	27
3.5.2 Questionário	29
4. GASTRONOMIA E O MERCADO VEGAN DE BRASÍLIA	30
4.1. Restaurantes vegetarianos de Brasília	31

4.2. Empreendimentos que têm pratos vegetarianos ou veganos	36
4.3. Lojas	38
5. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA	41
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS	56
7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	58
8. APÊNDICES	62
8.1. Instrumento de Coleta de Dados	62
9. ANEXOS	63
9.1. Pirâmide Vegetariana	63
9.2. Panfleto do VI Encontro Vegetariano de BSB	64
9.3. Panfleto do Turismo Consciente	65

1. INTRODUÇÃO

1.1. Contextualização do tema:

A idéia deste projeto surgiu da vontade de analisar o mercado gastronômico na cidade de Brasília, mais especificamente da linha *vegan* ou “vegana – que são aquelas pessoas que se alimentam apenas de produtos de origem vegetal (sem produtos lácteos nem ovos)” (GMBH, 2007, p. 21). Percebe-se que há cada vez mais pessoas preocupadas com a busca de equilíbrio com a natureza e de uma qualidade de vida e saúde, além de ser um tema que nos sugere inúmeros sentimentos, representação de uma cultura, e até mesmo de uma simbologia, que reúne as pessoas, congrega as famílias e os amigos; nos remete, enfim, a sensações diversas.

A gastronomia brasileira tem um mercado exigente, que tem noção de qualidade, já que a pessoas viajam muito, ou seja, é uma população em boa parte, flutuante. Isso ajuda a aumentar a exigência e a expansão do mercado gastronômico da cidade.

De acordo com a Abrasel – Associação Brasileira de Bares e Restaurantes¹, o setor gastronômico compreende 2,4% do PIB brasileiro. Esse mercado está cada vez mais diversificado e tem um público com exigências diversas - são idosos, diabéticos, vegetarianos, pessoas com restrições ao glúten e outras particularidades; um público que requer desse comércio uma maior especialização dos profissionais e a flexibilização dos cardápios, por estar em constante crescimento. Existe também um desenvolvimento significativo do turismo, que passa a exigir variedade, qualidade e até um maior *glamour* dos estabelecimentos e dos produtos oferecidos.

Em Brasília, percebe-se a variedade de restaurantes em vários setores da alimentação, inclusive restaurantes que atendam a esse público vegetariano, que engloba várias filosofias. Citar-se-ão as principais e mais comentadas dietas, que são três: a pura, estrita, ou total, que não utiliza nenhum produto de origem animal como alimento; a lactovegetariana, que tem como produtos de origem animal somente o leite e seus derivados; e a ovolactovegetariana, que permite também a ingestão de ovos (NAKASHIMA, 2005).

¹ Perfil da Abrasel. Disponível em: http://www.abrasel.com.br/index.php/abrasel/perfil_da_abrasel/. Acesso em 11/12/2007.

Um estudo sobre o público vegetariano estrito é a idéia central do projeto, já que existe uma preocupação, hoje em dia, com a qualidade da alimentação, o equilíbrio do corpo e da mente, um melhor rendimento no trabalho, o bem para si próprio e um maior equilíbrio com o Planeta Terra. “A pessoa que escolhe trilhar esse caminho tem consciência de que transformar animais em produtos de consumo, além de um ato de violência, é algo que está diretamente ligado à destruição dos recursos naturais”, diz Marco Clivati, editor da Revista dos Vegetarianos (Revista dos Vegetarianos, 2ª ed., p. 4).

O estudo sobre a gastronomia e o mercado vegano proporcionou à autora um maior conhecimento sobre o mercado gastronômico de Brasília, além de ser um estudo preliminar para um futuro desenvolvimento de um Plano de Negócios, que busca estruturar os primeiros passos para abertura e/ou viabilidade de uma empresa. Nesse sentido, a autora percebeu a necessidade de fazer essa análise em campo, já que há uma dificuldade em encontrar dados a respeito do tema.

1.2. Delimitação do tema

A verificação da possibilidade de incrementar o mercado gastronômico de Brasília com mais uma modalidade, a busca pela satisfação de um público ainda sem muitas opções e a vontade de montar um negócio na área geraram a necessidade de fazer um estudo do mercado gastronômico brasiliense com foco no público vegano, a fim de analisar o perfil dessas pessoas e verificar a viabilidade de abertura de um empreendimento voltado exclusivamente a esse segmento, que no momento está, aparentemente, sem um atendimento satisfatório.

Delimita-se assim o tema: Gastronomia e o mercado *vegan* de Brasília.

1.3. Descrição da Situação Problemática

Já que o mercado gastronômico de Brasília encontra-se aparentemente sem opções para o segmento vegetariano estrito, notou-se a necessidade de fazer um estudo sobre esse mercado, a fim de verificar a dimensão existente deste público na cidade e se existe a possibilidade de abrir um empreendimento voltado somente a esse segmento da gastronomia.

Com isso, surge o problema de pesquisa: Há mercado para um empreendimento exclusivamente vegano em Brasília.

1.4. Justificativa

1.4.1 Oportunidade

A intenção do estudo foi a avaliação da dimensão do mercado vegetariano (vegano, ovolactovegetariano e lactovegetariano) na capital, com foco no público vegano, observando a ausência de empreendimentos que possam oferecer opções a esses clientes e a possibilidade de abertura de um empreendimento voltado para esse público – o que parece ser uma oportunidade de negócio interessante.

1.4.2 Importância e Viabilidade

Sendo este um público cada vez mais presente na sociedade, buscando qualidade na sua alimentação e um equilíbrio com o meio ambiente, foi observada a importância desse estudo, visando analisar a presença desse segmento na cidade e verificar a viabilidade de criar futuramente um empreendimento que atinja esse público. Além de buscar entender um pouco melhor esse universo, o desenvolvimento da pesquisa visou enriquecer os estudos na área, já que existe pouco material envolvendo a especificidade do tema.

Atualmente, encontram-se livros de grande importância para a gastronomia nacional e internacional, sob a influência de diversas culturas; porém, estudos com temas específicos na gastronomia, como vegetarianismo, ainda são pouco comuns no Brasil.

1.5. Hipóteses

Hipótese Positiva: É viável a implantação de um empreendimento vegano na cidade de Brasília.

Hipótese Negativa: A viabilidade de abrir um empreendimento vegano não ficou clara.

1.6. Objetivo Geral

Fazer um estudo sobre a gastronomia e o mercado vegano de Brasília, visando identificar o perfil desse público na cidade e, com base nos dados encontrados, analisar a viabilidade da futura implantação de um empreendimento com foco nesse segmento.

1.7. Objetivos Específicos

Identificar o perfil do público vegano na cidade de Brasília.

Avaliar a importância desse segmento para a rede gastronômica da cidade.

Realizar entrevistas com idealistas do vegetarianismo, a fim de entender mais sobre o tema.

Identificar o grau de aceitação por parte do público não vegetariano de um empreendimento voltado ao público vegano.

1.8. Síntese da Metodologia

Neste capítulo a autora apresenta os principais procedimentos metodológicos utilizados no trabalho.

De acordo com Magda Alves (2007, p. 61), considera-se a metodologia um instrumento do pesquisador, uma vez que é através da especificação dos caminhos a serem adotados que se torna possível delimitar a criatividade e definir o **como, onde, com quem, com que, quanto e de que maneira** se pretende captar a realidade e seus fenômenos.

Conforme os procedimentos metodológicos, o estudo foi baseado em pesquisa bibliográfica, pesquisa documental e procedimento de coleta de dados, em que foram utilizados questionários e entrevistas.

1.9. Organização e Estrutura do Trabalho

Seguindo a metodologia descrita, o trabalho foi subdividido em cinco capítulos, para maior entendimento da proposta.

O primeiro capítulo traz informações gerais sobre o tema, objetivos, problema e hipótese.

O segundo capítulo refere-se ao referencial teórico ligado ao tema.

No terceiro capítulo foi desenvolvida a metodologia utilizada no estudo.

No quarto capítulo foram analisados os dados do estudo da gastronomia e do mercado vegano em Brasília, e no quinto capítulo foram apresentadas as conclusões relativas aos objetivos, ao problema e às hipóteses.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Turismo

O Turismo pode ser conceituado como o movimento temporário para destinações fora do local de residência ou trabalho, as atividades desenvolvidas durante a estada, e as instalações criadas para atender às necessidades (COOPER. C, et alii, 2001, p.07).

As possibilidades do Turismo são variadas: desde uma pequena visita a uma cidade mais próxima até um cruzeiro pela Europa. As atividades e serviços que englobam viagens como essas, por exemplo, são diversas; cada parte tem um papel determinado a cumprir e deve fazer com que o sistema turístico atenda às expectativas dos visitantes e que, também, seja bom para a cidade.

Em um sentido mais geral, pode-se conceituar turismo como:

A soma de fenômenos e relações originados da interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs, no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes. Complementa-se ainda, com uma infinidade de atividades, serviços e setores que proporcionam uma experiência de viagem: estabelecimentos de transporte, hospedagem, alimentação, compras, entretenimento, locais para atividades e outros serviços de hospitalidade disponíveis para indivíduos ou grupos que estejam viajando para longe de onde vivem (GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. 2002, p. 23).

São vários os conceitos, mas, em qualquer um deles, o turismo se traduz em uma atividade que leva o turista a conhecer um universo diferente a cada viagem e assim acumular experiências e novos prazeres, como, por exemplo, conhecer um novo museu, uma nova praia, pessoas diferentes, culturas diferentes e até mesmo uma comida típica do local visitado.

Para Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002), qualquer tentativa de definir turismo e descrever completamente sua abrangência deve levar em consideração os diferentes grupos que participam desse setor e que são afetados por ele. São perspectivas vitais para elaborar um conceito mais amplo:

1. **O Turista:** Busca experiências diversas, satisfações psíquicas e físicas. A natureza destas demandas irá determinar as destinações escolhidas e as atividades desenvolvidas.
2. **As empresas fornecedoras de bens e serviços:** Os empresários vêem o turismo como uma oportunidade para obter

lucros ao fornecer os bens e os serviços que o mercado turístico demanda.

3. **O governo da área ou comunidade anfitriã:** Os políticos vêem o setor de turismo como um fator de riqueza nas economias sob suas jurisdições. Sua perspectiva está relacionada com a renda que seus cidadãos podem obter desse negócio. Eles também levam em consideração as receitas de moeda estrangeira trazidas pelo turismo internacional, bem como as receitas oriundas de impostos sobre as despesas turísticas, direta ou indiretamente.

4. **A comunidade anfitriã:** A população local geralmente vê o turismo como um fator de emprego e cultura. O importante para esse grupo, por exemplo, é o efeito da interação com grande número de visitantes internacionais. Esse efeito pode ser benéfico, prejudicial, ou ambos. (GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. 2002, p. 23).

Além de todos esses elementos, é importante citar que o turismo se divide em várias segmentações, de acordo com os gostos e particularidades de cada turista.

Existem diversas razões para fazer uma viagem, com motivos diferentes que atraem públicos diferentes, além das necessidades e expectativas de cada um. Nesse sentido, seguem algumas segmentações:

- **Turismo Rural:** Associa atividades naturais e culturais típicas do meio rural, como andar a cavalo, pesca, etc. Geralmente ocorre em sítios, chácaras ou fazendas.
- **Turismo de Terceira Idade:** Oferece passeios e programações específicas para a terceira idade.
- **Turismo de Incentivos:** São viagens de lazer oferecidas como premiação aos funcionários de uma determinada empresa.
- **Ecoturismo:** É motivado por atrativos naturais, como cachoeiras e praias, e exige uma infra-estrutura específica de guias especializados e orientações ao turista, a fim de garantir a preservação ambiental.
- **Turismo Sustentável:** Mais do que um tipo de turismo, é um modo de planejar a atividade turística, proporcionando a revitalização local, o resgate da auto-estima e a geração de empregos para a população. Tudo isso organizado para favorecer a preservação ambiental e das demais estruturas da região (O Patrimônio Cultural, a organização de eventos, etc.). A participação da comunidade facilita a identificação de oportunidades de trabalho e qualificação profissional (BRASIL, 2003, p. 22).
- **Turismo Gastronômico:** O turismo gastronômico não se resume apenas em comer, mas também em acompanhar as produções de queijo artesanal em Serro, Minas Gerais, por exemplo; de vinho em Flores da Cunha, Rio Grande do Sul; a colheita de frutos no Amazonas, e até a pesca em Recife,

Pernambuco, para conhecer e apreciar a cultura local (TURISMO GASTRONÔMICO, 12/02/2008).

Segundo Trigo (2002), pode-se viajar por prazer e diversão, e também por outros motivos como congressos, feiras e convenções, negócios ou reuniões técnicas e profissionais, eventos esportivos, políticos ou sociais, religião, saúde e até mesmo com finalidades artísticas ou culturais.

O turismo tem muitos benefícios, já que se adequa aos seus clientes, proporcionando comodidade, segurança, novas vias de acesso, boa alimentação com opções diversas e contato com manifestações culturais típicas, como artesanatos. Tudo isso com rapidez, atualização e novos destinos, sempre buscando a perfeita integração com a cadeia turística.

2.2. Turismo Gastronômico

O turismo e a gastronomia são duas atividades que se relacionam muito bem, e, permitem, juntas, grandes experiências de viagem. Se um turista vai para uma cidade onde o setor gastronômico não é tão valorizado, com atendimento não satisfatório, ele fica insatisfeito, além de não indicar para outras pessoas. Para ele o ritual de comer sozinho, com amigos ou até mesmo com a família é extremamente importante, além de grande necessidade. Nesse sentido, Gonçalves (1998) traduz a cozinha como um elemento essencial para a história, que acompanha o homem de geração em geração.

“A cozinha sempre acompanhou o homem em sua evolução e, por isso, traz marcas do passado, da história, da sociedade, do povo, da nação à qual pertence” (GONÇALVES, 1998, capa).

A alimentação é uma das principais necessidades do ser humano, além de ser um registro cultural. Há séculos ele vem descobrindo e incrementando o que já existe com novos sabores, modos de preparo, misturas diferenciadas, novos ingredientes; enfim, desvendando uma infinidade de formas para melhorar o paladar, o que torna a gastronomia cada vez mais representativa.

A gastronomia está assumindo cada vez mais importância como um produto para o turismo cultural. Seus objetivos principais são a busca do prazer por intermédio da alimentação e da viagem. A busca das raízes culinárias e a forma de entender a

cultura de um lugar por meio de sua gastronomia está adquirindo importância cada vez maior (SCHLÜTER, 2003).

A importância da atividade gastronômica é enorme. E quando o negócio é Turismo, a culinária ganha ainda mais importância, e pode até virar um atrativo turístico.

Turismo é a soma de todo o setor mundial de viagens, hotéis, alimentação, transporte e todos ou outros componentes, que fazem uma grande cadeia a fim de atender às necessidades e aos desejos do viajante (GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. 2002 , p. 23).

Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002) acreditam que o turismo é uma atividade ligada ao lazer e à troca de experiências e informações entre pessoas, onde toda a cadeia se encaixa em um único elemento e proporciona ao viajante uma experiência única.

O interesse do turismo pela gastronomia pode ajudar a resgatar antigas tradições que estão prestes a desaparecer. Atualmente, a cozinha tradicional não só foi afetada pela globalização, que padroniza tudo, mas também sofreu os efeitos de uma pós-modernidade, que às vezes representa um sincero esforço de renovação imaginativa. Dessa forma, receitas e até mesmo livros com antigas declarações de receitas e antigos modos de preparo, vão retornando aos poucos e trazendo novamente àquela cultura novas formas, novos valores (REVOLUÇÃO GASTRONÔMICA, 01/04/2008).

Não importa que tipo de serviço de alimentação seja prestado, mas para atender aos turistas é preciso seguir um padrão, principalmente de higienização e qualidade. Muitas vezes, eles querem conhecer a culinária típica de onde vão e escolhem uma cidade pela fama da gastronomia local.

Schlüter reflete:

O alimento não é somente um objeto nutritivo que permite saciar a fome, mas algo que também tem um significado simbólico em uma determinada sociedade. [...] distintas culturas preparam sua alimentação de diversas formas. Essa variedade na preparação dos pratos está condicionada pelos valores culturais e códigos sociais em que as pessoas se desenvolvem (SCHLÜTER, 2003, p. 16).

Schlüter analisa um aspecto fundamental na gastronomia: o valor do alimento nas relações entre as pessoas e, também, o valor cultural que representa.

O valor cultural que a culinária representa em algumas regiões aumenta gradativamente o número de turistas que desejam conhecê-la. A forma de preparo dos pratos, seus ingredientes utilizados, quem os prepara, tudo isso aguça a vontade das pessoas em participar desses rituais gastronômicos, que são elementos importantes de uma sociedade. Essa riqueza cultural é também comentada por Araújo:

Come-se conforme as normas da sociedade. Hábitos interiorizam costumes. [...] Em culturas milenares, alimentos-base associavam-se a divindades e representavam parte da atividade produtiva. Na China são fontes de energia, saúde e prazer e compõem crenças e tradições. No Ano-Novo, deposita-se uma tigela de arroz para os ancestrais ao se pedir proteção e graças às divindades. Outras nações variam suas oferendas (ARAÚJO, W et alii., 2005, p.13).

Como observa Araújo, o alimento tem um valor ritualístico, o que leva o turista a querer conhecer e participar desses rituais diferenciados e padronizados em cada região.

Para cada lugar, isso acaba se tornando um atrativo. O que pode se tornar um fator interessante para realizar roteiros gastronômicos. Existem, hoje, várias festas e festivais que atraem um público enorme, além das tradições e hábitos milenares carregados por esses povos.

O caráter festivo da alimentação não se esgota na vida cotidiana, mas se expressa também com grande intensidade em atividades religiosas, quando cada festa ou celebração conta com pratos especialmente preparados. São quatro os diferentes tipos de festas que se relacionam com a gastronomia:

- **Ecofestas:** São aquelas que se relacionam com acontecimentos astronômicos ou estações, e geralmente estão associadas a rituais antigos destinados à obtenção e manutenção de rações de comida suficiente.
- **Teológicas:** Celebram acontecimentos religiosos.
- **Seculares:** São aquelas que festejam fatos relevantes do país em seu conjunto, de uma região ou de algum acontecimento próprio da localidade. Basicamente, visam à criação de uma coesão social nos diferentes níveis (nacional, estadual, municipal ou regional).
- **Privadas:** Correspondem aos ritos de transição que se observam na vida das pessoas (SCHL ÜTER, 2003, p. 57-58).

Existem muitas festas com o intuito de divulgar a gastronomia local ou alguma tradição, como por exemplo a Oktoberfest, que se realiza em várias cidades no mundo e movimenta um grande número de turistas, que muitas vezes viajam dias até chegar ao seu destino, por puro prazer e curiosidade. Essa tendência vem crescendo cada vez mais, e isso se deve ao fato da dimensão social e cultural da gastronomia, aliada ao turismo. Sendo assim, a gastronomia e sua respectiva forma de expressão se tornam mais fortes como patrimônio local. Como diz Schlüter:

A gastronomia, como patrimônio local, está sendo incorporada aos novos produtos turísticos orientados a determinados nichos de mercado, permitindo incorporar os atores da própria comunidade na elaboração desses produtos, assistindo ao desenvolvimento sustentável da atividade. A gastronomia faz parte da nova demanda por parte dos turistas de elementos culturais (SCHLÜTER, 2003, p. 70).

Hoje a gastronomia está bem mais representativa nos roteiros de turismo e, com isso, há uma tendência em estender as rotas turísticas, a fim de valorizá-la.

Como exemplo, atualmente existe um projeto chamado Turismo Consciente (vide anexo 9.3), idealizado por Maria Teresa Meinber, com o objetivo de criar roteiros de viagens beneficiando as comunidades locais na manutenção de seus costumes e culturas. Esse projeto é voltado para o público interessado nos produtos gastronômicos da Amazônia, com visitas a comunidades produtoras de farinha de mandioca, extração do turú (molusco que vive dentro de troncos de árvores) e tucumã (palmeira), entre outros programas.

Os ingredientes da Amazônia têm atraído especial interesse dos chefs nacionais e internacionais, assim como de pesquisadores e curiosos que seguem os princípios atuais de valorização da culinária e cultura locais.

No Brasil já se projetaram roteiros culturais cujo eixo é a gastronomia, e isso vem se ampliando no mundo inteiro. São realizados principalmente pelo valor do resgate da gastronomia junto com suas histórias e componentes principais, o que torna aquela cultura muito mais rica e aguça a vontade do turista em conhecer um pouco mais.

2.3. A gastronomia e sua história

Em gastronomia, tanto quem cozinha quanto quem come deve saber combinar tradição e criação. A tradição está no saber do povo, é ligada à terra e à exploração dos produtos da região e das estações. Já a criação está relacionada à invenção, à renovação e às experimentações (GONÇALVES, 1998, p. 08).

A gastronomia faz parte da cultura de todos, e existem diversas histórias de alimentos que passaram de um continente ao outro, nos confundindo sobre a sua verdadeira origem. Mas podemos ter certeza de que é um tema muito agradável e que nos deixa curiosos sobre sua procedência e novas tendências.

Além disso, tem um valor nutricional fundamental, ligada a nossa saúde e a uma alimentação benéfica e saudável, e nos proporciona formas diferenciadas para cuidar do nosso organismo, nos ajudando também a melhorar nossa qualidade de vida, de acordo com o que comemos.

Um caráter sino-gastronômico é a cura. A medicina indica ervilha e soja para coração, rins, estômago, intestinos. O taoísmo enfatiza a integração humana à realidade cósmica por uma existência natural, espontânea, serena. Longevidade e imortalidade decorrem de alimentação vegetariana (ARAÚJO, W. et alii, 2005, p.22).

A origem dos alimentos, a sua história e a troca de experiências com essas histórias fascina quem realmente gosta do assunto, e gera acréscimo ao que já existe sobre o tema. Gonçalves reflete sobre a importância da interação de culturas, que ajuda a construir e a acrescentar um novo sentido à história:

O entrelaçamento de nacionalidades vem enriquecendo e aprimorando cada vez mais a arte de cozinhar, e provocando uma verdadeira revolução na gastronomia. Mas esse entrelaçamento entre os povos não é uma coisa nova. Ele começou na pré-história, só que em marcha muito lenta. Nos dias atuais ele anda em passos largos, num ritmo jamais visto, e acabou recebendo o nome de globalização (GONÇALVES, 1998, p. 15).

Essa globalização nos permite avançar na comunicação, na notícia, no entendimento, nos ajudando a perceber e a conhecer melhor as atuais tendências; além disso, nos ajuda a entender a evolução da história da alimentação.

Naturalmente há uma informação clássica sobre a marcha da alimentação, informação baseada em deduções e simpatias. Começara pelos frutos e raízes sob a alimentação animal. Passara a

carne e moluscos in natura. Depois aprendera, não se sabe com quem, a assar, cozinhar, descobrindo a cerâmica, e viera, de escalão em escalão, até nossos complicados dias da ciência nutricionista (CASCUDO, 2004, p. 18).

É verdade que não devemos nos basear somente nos contos, pois não se pode provar ao certo a origem de tais tradições; porém, de acordo com a orientação da atual pesquisa da história, já que em todos os domínios o homem encontra-se presente, os mais significativos acontecimentos da vida cotidiana têm algo de necessário e um sentido muito preciso para acrescentar à história já contada, o que nos ajuda a entender, com nossos hábitos, as antigas tradições.

Flandrin comenta:

As mais antigas receitas de cozinha que se sabe, são mesopotâmicas e datam segundo milênio a.C. Não se pode concluir a partir daí que os mesopotâmicos inventaram a cozinha. Simplesmente eles tiveram seus motivos para escrever suas receitas e foram os primeiros, junto aos egípcios, a poder fazê-lo: sem escrita, não poderia haver receita. Mas a ausência de receitas não exclui a eventualidade de preocupações gastronômicas e de uma arte culinária refinada. Assim, os egípcios que não tinham sentido necessidade de formulá-la por escrito, deixaram-nos, contudo, vestígios muito elucidativos em algumas tumbas, a partir do quarto milênio (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, pg. 30).

Com esses vestígios deixados e revelados pela história, sem nem mesmo sabermos se realmente foram iniciados ali, continuamos desenvolvendo hábitos e costumes que acabam se tornando representação cultural de uma sociedade. No texto abaixo, Gonçalves comenta um pouco mais sobre a história da evolução gastronômica:

O homem pré-histórico criou todo tipo de armas, [...] e com esses instrumentos, ampliou a sua dieta de modo assombroso. Começou a caçar e a comer rena, cabra, porco, galinha, deixando de se alimentar apenas de vegetais. A passagem de uma alimentação vegetariana para uma outra carnívora teve sérias conseqüências na vida do homem. Ele precisou se organizar em grupos, de modo a reunir esforços para atrair as presas a uma emboscada, reunindo-se depois aos demais companheiros para devorar a caça. [...] Com a dieta carnívora, o homem acostumou-se ao sal encontrado na carne que comia e passou a depender dele. Mais tarde, então, quando abandonou o consumo de carne ou reduziu a quantidade ingerida, ele precisou de novas fontes de sal para compensar aquela perda. (GONÇALVES, 1998, 15-16).

O homem é um ser insaciável. Constantemente sente necessidade em fazer novas descobertas antes nem pensadas e, com isso, vai desenvolvendo as mais diversas formas de vivência.

Houve também a descoberta do fogo, que aquecia o homem e o protegia das feras, além de servir para assar os animais caçados. Os alimentos passaram de crus a assados. Foi também desenvolvida a arte. Começaram a fabricar pigmentos a partir do cozimento da gordura animal com o sangue e a albumina dos ovos, aprenderam a conservar os alimentos e acrescentaram cereais às suas caças. Aprenderam a cultivar a terra e a domesticar os animais. “Cultivar a terra e tirar dela os alimentos foi uma das descobertas mais importantes do homem pré-histórico” (GONÇALVES, 1998, p. 17).

Os vegetais possuíram, em algumas civilizações, um papel muito importante na alimentação. Outras, de modo contrário, passaram a usar amplamente as carnes. Diversos foram os fatores determinantes: de geográficos a climáticos.

Existem também prescrições alimentares ditadas pela religião, que proíbe certos alimentos, muitas vezes por razões higiênicas, como o porco. O judaísmo proíbe o consumo de carne de répteis, porco, frutos do mar e não permite a mistura de carne com laticínios. Em muitos países, existem leis que estabelecem que o abate deve ser feito de uma forma que o sofrimento do animal seja minimizado. Eles acreditam que se o animal for abatido com apenas um golpe o sofrimento será menor, e é proibido o consumo da carne que não tenha sido abatida dessa forma (A DIETA VEGETARIANA, 01/04/2008).

Com o passar dos tempos, o homem aprendeu a sobreviver com os alimentos e recursos que tinha a sua volta; até então o que havia era um modo de vida muito precário e restrito.

Atualmente existem diversas formas de alimentação e misturas, que de acordo com o tempo complementam e até determinam uma cultura.

2.4. Veganismo e sua filosofia

A filosofia *vegan* já existe há muito tempo, mas somente recentemente está sendo mais discutida na sociedade. Com isso, vem crescendo o número de pessoas adeptas e, conseqüentemente, há um melhor esclarecimento sobre o tema.

O vegano defende que o homem deve viver autonomamente, sem depender de outras espécies animais. Por outro lado, o veganismo é uma filosofia e prática de vida e compaixão. Este caminho tem sido seguido por algumas pessoas em todos os tempos da história da humanidade. Só recentemente a palavra *vegan* (VEEGN) foi utilizada para distinguir os *vegan* dos vegetarianos, e o movimento vegano acabou por se tornar uma sociedade.

A primeira sociedade vegana foi organizada e fundada em 1944, na Inglaterra. E em 1960, H. Jay Dinshah fundou a sociedade *vegan* Americana. Desde então mais de 50 sociedades foram criadas em todo o mundo.

Veganismo é muito mais do que uma questão de dieta. É, sobretudo, uma forma de vida que exclui todas as formas de exploração e crueldade contra o reino animal. Isto implica que um vegano se limite ao uso de apenas produtos derivados do mundo vegetal, não consumindo, por isso, leite e derivados, ovos e mel.

Os veganos escolhem viver de uma forma mais humana e compassiva em relação aos animais, são contra a morte e todo o tipo de exploração animal. Não usam produtos derivados de animais, como sejam a lã, couro, peles, roupas ou móveis, artesanatos, sabonetes ou cosméticos que contenham produtos de origem animal, nenhuma escova feita de cabelos, ou travesseiro de penas etc.

Os veganos não pescam, não caçam, e não aprovam o confinamento de animais nos circos ou zoológicos, rodeios ou touradas.

O veganismo lembra ao Homem a sua responsabilidade pelos recursos naturais e faz com que ele procure formas de manter o solo e o reino vegetal saudável, assim como o uso correto dos materiais da terra.

Um vegano não se submete a vacinação ou soro feito de animais, nem tão pouco usa drogas que foram testadas cruelmente neles.

O veganismo é uma filosofia de vida, um caminho que procura a harmonia com o meio ambiente.

O vegano, em geral, também se interessa em ter um excelente padrão físico, emocional, mental e espiritual.

Talvez esta lista pareça à primeira vista difícil de seguir, mas serve principalmente para mostrar como é grande e extensa a lista de produtos ou substâncias derivadas de animais que normalmente usamos diariamente ao longo de nossas vidas. Principalmente porque o mercado de vendas destes produtos só pensa em aumentar os seus lucros, independente da exploração animal ou dos efeitos nefastos que isso traga ao meio ambiente ou à saúde a médio prazo.

O curioso é que já existem muitas alternativas, mais humanas, para qualquer tipo de produtos de origem animal. E no entanto são poucas as empresas que as adotam. Na América do Norte e na Europa tem crescido o comércio de produtos não derivados de animal, devido ao aumento da consciência do respeito ao meio ambiente e a compaixão por todas as formas de vida (FILOSOFIA DO VEGANISMO, 08/12/2007).

No Brasil, já existe uma sociedade voltada exclusivamente para os vegetarianos, que é a SVB – Sociedade Vegetariana Brasileira. É uma sociedade sem fins lucrativos e já tem grupos organizados em várias cidades brasileiras. A Sociedade trabalha para que o vegetarianismo seja conhecido e aceito como uma opção alimentar benéfica para a saúde dos seres humanos, dos animais e do planeta. Em seu *site* é encontrado tudo a respeito do tema, além de seção de como filiar-se, objetivos, estatutos, receitas, notícias; enfim, uma gama de questões que envolvem o tema. Pode ser acessado pelo *site* www.svb.org.br.

Abaixo seguem os mapas das cidades que se integraram à Sociedade Vegetariana Brasileira:

Figura 1 – Mapa de cidades filiadas à SVB

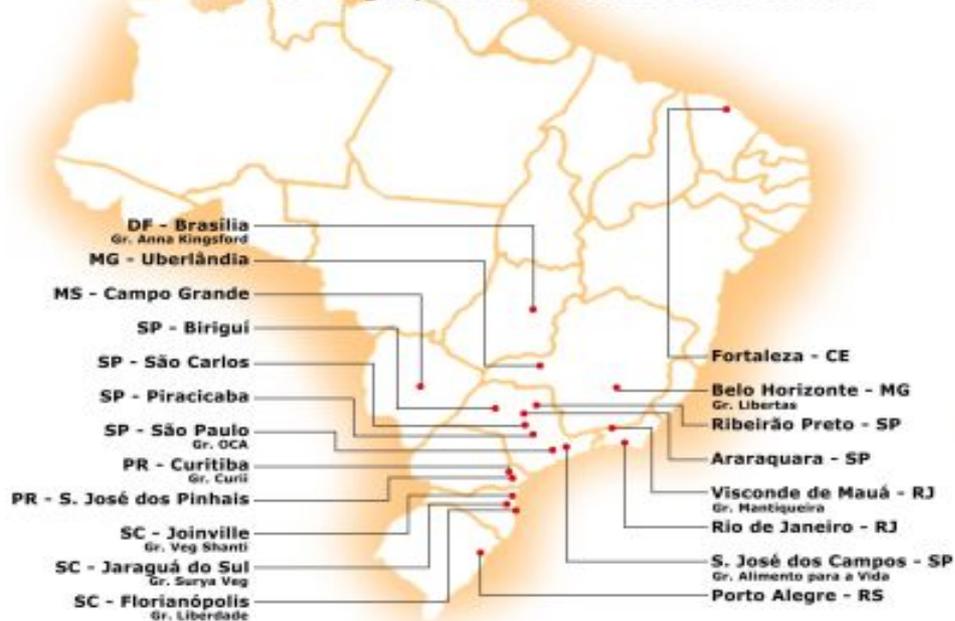
Cidades brasileiras com filiados da SVB
Já são 183 cidades em 23 estados



FONTE: Site da Sociedade Vegetariana Brasileira

Figura 2 – Mapa dos grupos da SVB existentes no Brasil

Grupos da SVB existentes no Brasil
Já são 20 grupos em 19 cidades de 9 estados



FONTE: Site da Sociedade Vegetariana Brasileira

Brasília já está no circuito de cidades que se integram à Sociedade Vegetariana com o grupo denominado Anna Kingsford (1846 – 1888). Kingsford foi uma grande ativista na luta pelos direitos das mulheres e em prol do vegetarianismo, razão da escolha de seu nome para o grupo. O grupo é coordenado por Moema Alencar e se reúne uma vez por mês, geralmente todo último sábado do mês, abordando temas variados sobre o vegetarianismo e com apresentação de vídeos, e é aberto para quem desejar participar. Além disso, há um grupo no site Yahoo Grupos, onde os interessados se cadastram e recebem diariamente *e-mails* sobre assuntos diversos relacionados ao tema, comunicando-se entre si por *e-mails* dentro desse grupo. A SVB e seus grupos locais também disponibilizam, aos associados, convênios com estabelecimentos que oferecem descontos. O nome desses estabelecimentos consta no *link* chamado “Estabelecimentos amigos dos vegetarianos”, no site da SVB Nacional, onde também é mostrado todo o procedimento para se associar.

Com isso estamos formando uma rede de auxílio mútuo entre estabelecimentos comerciais (restaurantes, lojas de produtos naturais, farmácias, clínicas etc.), escolas (escolas, creches, academias de yoga, artes marciais etc.), profissionais de saúde ou terapeutas (médicos, nutricionistas, massagistas etc.) e todo e qualquer estabelecimento que tenha um diferencial a oferecer para a comunidade vegetariana de sócios da SVB (ESTABELECEMENTOS AMIGOS DOS VEGETARIANOS, 13/03/2008).

Além desse grupo existem outros, como o da UnB. O grupo realiza estudos vegetarianos entre universitários da Capital. Discutem sobre alimentação saudável, dicas de culinária, debatem sobre a utilização de animais em pesquisas científicas, sustentabilidade e meio ambiente. O grupo de estudos da UnB foi criado já há algum tempo, mas só em 2006 se consolidou, a partir da Semana Vegetariana, onde foram convidados palestrantes para falar sobre o vegetarianismo, saúde, direitos dos animais e uso de animais em testes. Ao final de cada palestra foram exibidos filmes como “Terráqueos”, “Não Matarás” e “A Carne é Fraca”, que retratam a dependência da humanidade em relação aos animais. Em entrevista a um dos integrantes do grupo:

“A partir da Semana Vegetariana, realizada pelo grupo, começamos a nos encontrar uma vez por semana no segundo andar do Ceubinho da UnB, e a fazer discussões em estudos baseados em livros que falam do assunto no meio político, alimentação e

libertação animal. No final de 2007, o grupo perdeu um pouco de força, pois muita gente estava deixando de ir às reuniões, mas espero que voltemos a nos estruturar agora em 2008. Os membros atuais são todos estudantes da UnB, mas já tivemos vários que não eram, pois o grupo é aberto pra quem é de fora também. Nunca tivemos coordenador, a responsabilidade é dividida entre todos do grupo” diz Victor Papelo.

Em 2008 o grupo seguirá com as reuniões, sempre abertas ao público interessado e com o intuito de conhecer mais sobre o tema e trazendo especialistas no assunto às palestras, a fim de esclarecer dúvidas mais frequentes e divulgar o tema. Marly Winckler, presidente da SVB – Sociedade Vegetariana Brasileira, comentou no 1º Congresso Vegetariano Brasileiro que :

A filosofia do vegetarianismo está recém iniciando sua trajetória organizada numa sociedade amplamente calcada na exploração animal, e é animador constatar que cada vez mais se percebe a importância dessa opção alimentar, que é, acima de tudo, uma postura ética e filosófica diante da vida, fundamental na construção do mundo melhor que todos almejamos (REVISTA DOS VEGETARIANOS, Setembro de 2006).

Atualmente existem revistas, *sites*, ONG's e até congressos em prol da causa vegetariana, que discutem sobre diversas atitudes que deterioram o Planeta Terra, como o aquecimento global, desmatamentos, etc. (além da alimentação e responsabilidade com o meio em que vivemos), disponibilizando informações, sugerindo mudanças, tudo para o equilíbrio do Planeta.

Se as florestas tropicais continuarem a ser devastadas no ritmo em que estão sendo atualmente, em cinquenta anos, ou menos, essas florestas provavelmente já não existirão mais. De 1966 a 1983, 38% da Floresta Amazônica foi destruída para a criação de gado; aproximadamente um terço de todo o solo fértil mundial já foi aniquilado pela indústria da carne e grande parte da água potável é desperdiçada em criações de gado, diz NAKASHIMA (2005). Diversos são os pontos negativos, não só em relação ao meio ambiente, mas também à nossa saúde, aos animais e ao próprio ser humano, que, se não tivesse atitudes tão descontroladas, perceberia o mal que está causando para as futuras gerações.

A consciência das pessoas já está mudando, até mesmo em relação a um abate mais humanitário dos animais. Já é um grande passo, mesmo sabendo que ainda há um grande número de produtores no Brasil que não sabem ou fingem não saber que essas normas já são lei. Em seguida, alguns dos métodos que a legislação brasileira determina sobre o abate humanitário de animais:

A legislação brasileira determina que no abate humanitário devem ser consideradas todas as operações do período pré-abate com o objetivo de evitar muita movimentação, desconforto e excitação dos animais ou reações de estresse. As condições humanitárias não devem prevalecer somente no ato de abater e sim nos momentos precedentes ao abate, de maneira que há vários critérios que definem um bom método de abate:

- a) os animais não devem ser tratados com crueldade;
- b) os animais não podem ser estressados desnecessariamente;
- c) a sangria deve ser a mais rápida e completa possível;
- d) as contusões na carcaça devem ser mínimas;
- e) o método de abate deve ser higiênico, econômico e seguro para os operadores, com riscos mínimos (ABATE HUMANITÁRIO DE BOVINOS, Parte I, Março de 2008).

Para os vegetarianos isso não é suficiente, e eles acreditam que a qualidade da nossa vida terrena depende muito da nossa alimentação e dos nossos hábitos. Grande parte das doenças é resultado da nossa má alimentação e de maus hábitos. Quanto mais artificial o alimento, mais prejudicial ele é. Por isso, sugerem que a substituição de produtos industrializados por frutas, verduras, legumes, grãos, nozes e cereais integrais, ou diminuir a ingestão de alimentos não saudáveis para o corpo - que abrem caminho para inúmeras doenças, desde simples manifestações alérgicas até doenças cardiovasculares sérias, ou até mesmo um câncer - será melhor.

2.4.1 A alimentação vegetariana

De acordo com NAKASHIMA, os estilos de dieta são divididos em:

- **Vegetarianismo** (Do latim *vegetus*, forte, vigoroso, saudável): Regime alimentar baseado unicamente na ingestão de vegetais. As pessoas que praticam essa dieta são chamadas vegetarianas.
- **Ovolactovegetarianos**: Aqueles que consomem vegetais, ovos, leite e derivados e se abstêm de todos os tipos de carne.

- **Lactovegetarianos:** Aqueles que consomem leite e seus derivados e se abstêm de ovos e de todos os tipos de carne.
- **Naturalismo:** Filosofia daqueles que consomem apenas alimentos integrais, livres de qualquer agente químico artificial, mas que aceitam em sua dieta leite e derivados, ovos e carne branca, como peixe e frango.
- **Macrobiótica:** Prescrições dietéticas milenares dos chineses, difundidas em muitos países e desenvolvidas com base no conceito filosófico da bipolaridade (equilíbrio *yin-yang*). A dieta macrobiótica é feita à base de grãos e cereais, MAS alguns “seguidores” admitem carne branca, dentre outras complexidades.
- **Onivorismo:** Dieta em que se come de tudo, inclusive alimentos industrializados.
- **Naturismo:** Dieta que admite apenas o consumo de hortaliças e frutas em sua forma natural, sem cozimento ou sal.
- **Crudivorismo:** Conjunto de hábitos alimentares daqueles que se alimentam apenas de alimentos crus.
- **Frugivorismo:** Alimentação exclusivamente à base de frutas.

E, por fim, o **veganismo**:

- Filosofia em que se baseiam os hábitos alimentares daqueles que não consomem e nem utilizam nada que advenha da exploração, do sofrimento ou da morte de qualquer animal. O termo *vegan* (pronuncia-se “vigan”) vem do inglês e foi usado pela primeira vez por volta de 1940, por uma sociedade inglesa. Desde então, difundiu-se pelo mundo todo, conquistando cada vez mais adeptos e simpatizantes. Em 2002, estima-se que já existiam pelo menos 1.500 *vegans* só na cidade de São Paulo (NAKASHIMA, 2005, p. 13-14).

As dietas que compõem o vegetarianismo têm suas particularidades e ainda são vistas por muita gente com maus olhos, mas são filosofias coerentes, que tentam fazer o bom uso da alimentação natural, sem nenhum tipo de crueldade ou diminuindo ao máximo o consumo de alimentos derivados dos animais, já que nossa cultura, desde os tempos pré-históricos, era a de comer carne abundantemente.

“A alimentação vegana com um pouco de programação, consegue dispor de todas as necessidades nutritivas. A chave é a variedade, assim como na alimentação onívora. Todos os elementos necessários para uma vida saudável são encontrados nessa dieta, exceto a vitamina B12, que é encontrada apenas em alimentos de origem animal. A solução de ingestão da vitamina para o homem moderno é uma solução também moderna, que, para os vegetarianos e veganos, traduz-se na suplementação desta vitamina na sua forma farmacêutica” diz o Dr. George Magalhães, nutricionista especializado em dietas vegetarianas e diretor da NutriVeg Consultoria em Nutrição Vegetariana para a Revista dos Vegetarianos .

Para quem decide se adequar a uma dieta vegana é preciso se ater aos seguintes alimentos:

- Cereais em forma de pão, cereais, massa e arroz.
- Leguminosas, frutos secos e sementes, incluindo manteiga de amendoim e *tahini* (pasta feita de gergelim), feijões de todos os tipos, grão de bico, derivados da soja (*tofu*, *tempeh* – alimento fermentado a partir de sementes de soja branca – , leite de soja – reforçado com cálcio e vitamina B12, especialmente para as crianças).
- Legumes
- Frutas frescas e sumos (GMBH, 2007, p. 21).

A dieta vegetariana pode ser feita por qualquer pessoa. É preciso apenas equilibrar os alimentos de forma que não falte nenhuma substância que o organismo necessita. Isso é válido para qualquer dieta que alguém queira fazer. ²

Alguns vegetarianos podem julgar que seguem uma dieta saudável pelo simples fato de eliminarem a carne; no entanto, o aumento do consumo de outros alimentos, como as frituras, é igualmente prejudicial à saúde. O consumo exagerado de pratos fritos conduzirá a um aumento de peso, quer se utilizem gorduras animais, quer se utilizem gorduras vegetais.

² De acordo com o Ministério da Saúde, alimentação saudável baseia-se em: As práticas alimentares saudáveis devem ter como enfoque prioritário o resgate de hábitos alimentares regionais, inerentes ao consumo de alimentos *in natura* ou minimamente processados, produzidos em nível local, culturalmente referenciados e de valor nutritivo como verduras, legumes e frutas. Estes devem ser consumidos desde os primeiros anos de vida até a fase adulta e a velhice, considerando sempre sua segurança sanitária. É importante lembrar que uma alimentação saudável também não deve ser cara. Além disso, uma alimentação saudável deve ser também baseada em práticas alimentares que assumam a significação social e cultural dos alimentos como fundamento básico.

GMBH comenta que:

Uma boa dieta vegetariana preenche todos os requisitos da vida moderna: é saudável do ponto de vista nutritivo, rápida de preparar e fácil de seguir. Longe vão os tempos dos legumes cozidos em excesso e das mil e uma maneiras de preparar feijão; o menu vegetariano é hoje em dia a primeira opção de um número crescente de pessoas de todas as idades e estilos de vida (GMBH, 2007, p. 09).

O importante em realizar a dieta vegetariana é ter consciência e saber combinar os alimentos. Hoje em dia, como diz GBMH, há uma gama de opções, diversas maneiras e instrumentos para preparo dos alimentos; é só saber usar a criatividade e as opções existentes.

A versatilidade é uma das grandes características da cozinha vegetariana. Se houver criatividade, dificilmente faltará opções na mesa, com pratos nutritivos e de fácil preparo. Para isso, existem diversos *sites*, revistas e livros com dicas de receitas vegetarianas doces e salgadas, contribuindo para que a cozinha vegetariana seja cada vez mais atrativa e inovadora, aumentando o prazer de comer bem.

3. METODOLOGIA

Segundo Fachin Odília (2001, p.27):

O método é um instrumento do conhecimento que proporciona aos pesquisadores, em qualquer área de sua formação, orientação geral que facilita planejar uma pesquisa, formular hipóteses, coordenar investigações, realizar experiências e interpretar os resultados. Em sentido mais genérico, método de pesquisas, seja qual for o seu tipo, é a escolha de procedimentos sistemáticos para descrição e explicação do estudo.

Vergara (2000, p. 12) complementa descrevendo que o conceito de método é: “Um caminho, uma forma, uma lógica de pensamento” e que para o mesmo método existem várias taxionomias, ou seja, várias classificações para os métodos científicos.

Seguindo esses conceitos, seguem os critérios metodológicos utilizados na realização do trabalho:

3.1. Caracterização da Pesquisa

Quanto aos objetivos, a pesquisa pode ser:

- **Descritiva:**

Em geral procura descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis. Utiliza técnicas padronizadas de coleta de dados como o questionário e a observação sistemática. A forma mais comum de apresentação é o levantamento, em geral realizado mediante questionário e que oferece uma descrição da situação no momento da pesquisa (DENCKER, 1998, p. 124).

- **Explicativa:** “Procura identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos. Caracteriza-se pela utilização do método experimental (nas ciências físicas) e observacional (nas ciências sociais)” (DENCKER, 1998, p. 125).

- **Exploratória:** “Procura aprimorar idéias ou descobrir intuições. Caracteriza-se por possuir um planejamento flexível envolvendo em geral levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas experientes e análise de exemplos similares” (DENCKER, 1998, p. 124).

No presente estudo foi utilizada a pesquisa descritiva, pois foi descrita uma realidade a partir dos dados pesquisados.

3.2. Definição do Universo da Pesquisa

No estudo realizado foram analisados empreendimentos na cidade de Brasília que apresentam tendências vegetarianas, a fim de entender um pouco melhor sobre esse universo e compreender a importância do mercado vegetariano na cidade. Junto a isso, foram aplicados questionários com pessoas frequentadoras desses locais, a fim de ampliar o entendimento sobre o tema.

3.3. Procedimento de coleta de dados

Quanto aos procedimentos técnicos, a pesquisa pode ser:

- **Bibliográfica:** “É fundamentada nos conhecimentos de biblioteconomia, documentação e bibliografia; sua finalidade é colocar o pesquisador em contato com o que já se produziu e registrou a respeito do seu tema de pesquisa” (PÁDUA, 2002, p. 52).

- **Documental:**

Difere da pesquisa bibliográfica por utilizar material que ainda não recebeu tratamento analítico ou que pode ser reelaborado. As fontes documentais podem ser documentos de primeira mão conservados em arquivos de instituições públicas e privadas (formulários da EMBRATUR, registro de hóspedes) ou pessoais (diários, relatos de viagem). Além desses, temos os documentos de segunda mão: relatórios (de pesquisa, de empresas) ou dados estatísticos (IBGE). Embora os documentos sejam fontes estáveis de dados e permitam levantamentos históricos, o pesquisador deve verificar se realmente são representativos e procurar interpretá-los corretamente (DENCKER, 1998, p. 126).

Ainda, se admitirmos um conceito mais amplo para a palavra documento, como diz PÁDUA (2002): “é a base de conhecimento fixado materialmente e suscetível de ser utilizado para **consulta, estudo ou prova**”, ou ainda o sentido em que se toma a palavra desde sua origem latina: “*documentum*: aquilo que **ensina** ou **serve de exemplo** ou **prova**”.

No presente trabalho, foi utilizada a pesquisa documental e bibliográfica. Documental, pois foram analisados dados referentes à gastronomia e ao vegetarianismo, como forma de verificar se esses dados foram importantes e viáveis para a melhoria no mercado, aplicando isso à cidade de Brasília. Bibliográfica porque foram utilizados textos, monografias, artigos, livros e *sites* relacionados ao assunto, que são acessíveis ao público em geral.

Quanto aos meios de investigação:

- **Pesquisa de Campo:**

“É a investigação empírica realizada no local onde ocorre ou ocorreu um fenômeno ou que dispõe de elementos para explicá-lo. Pode incluir entrevistas, aplicação de questionários, testes e observação participante ou não” (VERGARA, 2007, p.48).

- **Pesquisa de Laboratório:**

“É a experiência realizada em local circunscrito, já que no campo seria praticamente impossível realizá-la. Simulações em computador situam-se nessa classificação” (VERGARA, 2007, p.48).

- **Experimental:**

É investigação empírica na qual o pesquisador manipula e controla variáveis independentes e observa as variações que tais manipulação e controle produzem em variáveis dependentes. Variável é um valor que pode ser dado por quantidade, qualidade, característica, magnitude, variando em caso individual (VERGARA, 2007, p. 48).

- **Ex-post-facto:**

Refere-se a um fato já ocorrido. Aplica-se quando o pesquisador não pode controlar ou manipular variáveis, seja porque suas manifestações já ocorreram, seja porque as variáveis não são controláveis. A impossibilidade de manipulação e controle das variáveis distingue, então, a pesquisa experimental da *ex post facto* (VERGARA, 2007, p. 49).

- **Pesquisa Participante:**

“Não se esgota na figura do pesquisador. Dela tomam parte pessoas implicadas no problema sob investigação, fazendo com que a fronteira pesquisador/pesquisado, ao contrário do que ocorre na pesquisa tradicional, seja tênue” (VERGARA, 2007, p. 49).

- **Pesquisa-ação:**

“É um tipo particular de pesquisa participante e de pesquisa aplicada que supõe intervenção participativa na realidade social. Quanto aos fins é, portanto, intervencionista” (VERGARA, 2007, p. 49).

- **Estudo de caso:**

“É o circunscrito a uma ou poucas unidades, entendidas essas como pessoa, família, produto, empresa, órgão público, comunidade ou mesmo país. Tem caráter de profundidade e detalhamento, pode ou não ser realizado no campo” (VERGARA, 2007, p. 49).

Em relação aos meios de investigação, a pesquisa utilizada foi a de campo, já que buscou investigar as organizações ligadas ao mercado vegetariano, bem como seus frequentadores.

Quanto ao estudo de mercado:

De acordo com Dencker, na pesquisa de estudo de mercado é comum o uso de terminologias diferentes das usuais, mas em seu conteúdo não existe uma diferença básica. O que realmente difere são as fontes, a amplitude, o tipo de análise (quantitativa ou qualitativa), conforme as variáveis que se pretende estudar, que basicamente são:

- **Estudos Exploratórios:**

Também denominados, pelos pesquisadores de mercado, de desk-research, uma vez que utilizam uma grande quantidade de dados de fontes secundárias. Compreendem, além do levantamento das fontes secundárias, o estudo de casos selecionados e a observação informal (DENCKER, 1998, p. 129).

- **Estudos Descritivos:**

“Descrevem situações de mercado a partir de dados primários. Podem ser quantitativos ou qualitativos. São estudos bem estruturados e planejados que exigem um conhecimento profundo do problema estudado por parte do pesquisador” (DENCKER, 1998, p. 130).

- **Estudos Descritivos Estatísticos:**

São estudos bastante dispendiosos em função tanto do custo quanto do tempo necessário para a sua realização, além de exigir um alto nível de especialização do pesquisador. Essas pesquisas são, em geral, realizadas em conjunto por várias entidades que têm interesse no levantamento de dados estatísticos de um determinado setor (DENCKER, 1998, p. 130).

- **Estudos Descritivos de caso:**

“Respondem as perguntas ‘como?’, ‘por quê?’ e outras variáveis qualitativas. São apropriadas para pesquisa de imagem, valores, preconceitos, motivações. Utilizam a discussão em grupo e a entrevista pessoal” (DENCKER, 1998, p. 131).

- **Estudos Experimentais:**

Buscam estabelecer relações de causa e efeito e nas pesquisas de mercado podem aparecer nas formas abaixo:

- *Só depois e sem grupo de controle:* Quando analisamos, por exemplo, se o número de turistas aumentou após a realização de uma campanha publicitária sobre determinada localidade.

- *Antes e depois sem grupo de controle:* Quando perguntamos as expectativas em relação a um parque temático antes de o turista entrar no parque e depois que sai, comparando as respostas.

- *Só depois e com controle:* Quando fazemos a campanha de um determinado local sobre o qual não foi realizada campanha.

- *Antes e depois com grupo de controle:* Pesquisam-se os dois grupos antes e depois, realizando campanha publicitária em apenas um deles. As alterações poderão ser atribuídas às modificações introduzidas no grupo experimental. (DENCKER, 1998, pg. 131)

No presente estudo foi utilizado o estudo descritivo, visto que se buscou entender o mercado vegetariano *vegan* na cidade de Brasília.

3.4. Plano e Instrumentos de Coleta de dados

De acordo com DENCKER (1998), a coleta de dados representa a fase do método de pesquisa que tem por objetivo obter informações sobre a realidade, havendo diversas maneiras de realizá-la. Nas ciências humanas, o questionário e a entrevista são os instrumentos mais freqüentes e possuem em comum o fato de serem constituídos de uma lista de indagações que, se respondidas, dão ao pesquisador a informação necessária.

3.5. Plano de Análise de dados

3.5.1 Entrevista

Segundo PÁDUA (2002), as entrevistas constituem uma técnica alternativa para se coletar dados não documentados, sobre um determinado tema.

DENCKER (1998) complementa que a entrevista é uma comunicação verbal entre duas ou mais pessoas, com um grau de estruturação previamente definido, cuja

finalidade é a obtenção de informações de pesquisa (receber informações relacionadas com a atividade gastronômica ou turística, por exemplo).

PÁDUA (2002) diz que podem ser usadas as seguintes técnicas:

- Entrevista pessoal/formal/estruturada: Esquema de entrevista estruturada (padronizada) quando o entrevistador usa um esquema de questões sobre um determinado tema, a partir de um roteiro (pauta), previamente preparado.
- Entrevista semi-estruturada: O pesquisador organiza um conjunto de questões sobre o tema que está sendo estudado, mas permite, e às vezes até incentiva, que o entrevistado fale livremente sobre assuntos que vão surgindo como desdobramentos do tema principal.
- Entrevista livre-narrativa: Também denominada não-diretiva. O entrevistado é solicitado a falar livremente a respeito do tema pesquisado.
- Entrevista orientada: O entrevistador focaliza sua atenção sobre uma experiência dada e os seus efeitos - isto quer dizer que sabe por antecipação os tópicos ou informações que deseja obter com a entrevista.
- Entrevista de grupo: Pequenos grupos de entrevistadores respondem simultaneamente as questões, de maneira informal. As respostas são organizadas posteriormente pelo entrevistador, numa avaliação global.
- Entrevista informal: É geralmente utilizada em estudos exploratórios, a fim de possibilitar ao pesquisador um conhecimento mais aprofundado da temática que está sendo investigada. Pode fornecer pistas para o encaminhamento da pesquisa, seleção de outros informantes, ou mesmo a revisão das hipóteses inicialmente levantadas (PÁDUA, 2002, p.67).

A técnica de entrevista utilizada no trabalho foi a semi-estruturada, com o critério por acessibilidade. Escolheu-se essa técnica pois é uma forma mais livre do entrevistado falar sobre o tema abordado, sem muitas regras estabelecidas.

3.5.2 Questionário

A finalidade do questionário é obter, de maneira sistemática e ordenada, informações sobre as variáveis que intervêm em uma investigação, em relação a uma população ou amostra determinada. Essas informações dizem respeito, por exemplo, a quem são os turistas, o que fazem e pensam, suas opiniões, sentimentos, esperanças, desejos, etc (DENCKER, 1998, p. 146).

Na elaboração do questionário é importante determinar quais são as questões mais relevantes a serem propostas, relacionando cada item

à pesquisa que está sendo feita e à hipótese que se quer demonstrar/ provar/ verificar. Isto quer dizer que o pesquisador deve elaborar o questionário somente a partir do momento em que tem um conhecimento razoável do tema proposto para pesquisa (PÁDUA, 2002, p. 71).

O questionário utilizado teve perguntas fechadas e abertas, proporcionando ao participante, ao mesmo tempo, praticidade e rapidez ao responder, mas também liberdade nas respostas, buscando que o mesmo não ficasse cansado ao respondê-lo.

No estudo proposto foi de grande importância a fase de análise de dados, já que se utilizou o questionário e a entrevista para embasar melhor o caso apresentado, pois se trata não só de um estudo acadêmico, mas também de um estudo de mercado.

4. GASTRONOMIA E O MERCADO VEGAN DE BRASÍLIA

A gastronomia em Brasília é bastante rica. Aqui se encontram restaurantes para todos os gostos, proporcionando ao público pratos diferentes e originais; há um misto de culturas e identidades em um só lugar. Com a variedade existente, é difícil identificar uma cozinha brasiliense, justamente pela multiplicidade de influências. Aqui não existiu apenas uma origem gastronômica, e essa situação se deve especialmente à formação da capital federal, que atraiu inúmeras correntes culinárias.

“O primeiro estabelecimento comercial no setor da alimentação foi uma padaria, aberta em 1956, em pleno cerrado, por um italiano”, conta Ernesto Silva, médico pioneiro e historiador da cidade (Liana Sabo ao Correio Braziliense).³

Esse foi o início para vários outros estrangeiros vir para a cidade trazendo sua gastronomia local. Além dos estrangeiros, vieram também brasileiros vindos de todos os cantos do Brasil. Eram mineiros, goianos, nordestinos, gaúchos, etc. Por isso, é difícil encontrar uma cozinha brasiliense. Mesmo assim, existe uma grande variedade de estabelecimentos na área gastronômica, e isso se deve graças ao fato da grande mistura cultural que existe em Brasília.

Brasília já é um pólo gastronômico importante, perdendo apenas para São Paulo e Rio de Janeiro, e conquistou essa posição em função de algumas particularidades que impulsionaram o setor, como ter o terceiro aeroporto mais movimentado do País, ser sede de embaixadas e contar com uma expressiva população flutuante (AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS, 01/04/2008).

Os restaurantes vegetarianos da cidade já passam de dez. A variedade para esse público é grande, comparada a outras cidades brasileiras.

Não se sabe ao certo quando essa vertente gastronômica veio para Brasília. O que se sabe é que se adaptou muito bem e hoje já existem diversos restaurantes vegetarianos na cidade, lojas e até mesmo empreendimentos não vegetarianos que servem em seu cardápio opções para o público vegetariano. Para o público vegano, onde a alimentação independe da origem animal, ainda é difícil encontrar empreendimentos voltados exclusivamente para eles. Esses estabelecimentos são minoria, o que torna difícil a adaptação de uma dieta vegana.

³ SABO, L. **Um lugar de gastronomia cosmopolita**. Correio Braziliense, Brasília, p. 5, 3 de dezembro de 2005.

Apesar da falta de empreendimentos voltados para o público vegano na cidade, é possível encontrar cursos e orientação nutricional para quem quer se tornar vegano, o que possibilita aos interessados maiores informações sobre o assunto.

Em entrevista com Victor Papaleo, integrante do grupo da UnB, que comenta sobre a maior facilidade em encontrar produtos veganos em alguns mercados de Brasília:

“Hoje em dia, é mais fácil encontrar produtos vegetais nos supermercados e pequenos mercados. O Pão de Açúcar já desenvolveu uma linha de produtos naturais chamada Sabor & Saúde; no entanto, nem todos são veganos, alguns levam ovo e leite, sempre se deve atentar aos ingredientes na embalagem. Ainda não dá para confiar, vida de vegano é olhar ingredientes”.

Ele continua dizendo que isso vale para todas as outras linhas vegetarianas criadas. Existe a Superbom, que vende salsicha vegetal, hambúrguer, bife, etc. A maioria dos produtos são veganos, mas existe uma salsicha congelada, por exemplo, que leva ovo. Também existe leite condensado de soja, creme de leite de soja e doce de leite da Olivebra; essa marca também vende chocolates que não utilizam produtos animais. A Batavo também lançou uma linha de produtos vegetarianos, que possui leite condensado de soja, creme de leite de soja, etc. Esses são os mais fáceis de achar nos mercados; geralmente encontra-se pelo menos um desses nos grandes mercados. Há uns cinco anos atrás, era bem difícil encontrar produtos para veganos; hoje já há algumas marcas que os produzem.

Apesar de não existirem empreendimentos (restaurante, lanchonete, lojas) para veganos, algumas linhas existentes no mercado já fabricam produtos voltados para eles, o que é muito bom. Significa que esses fabricantes se preocupam com essas pessoas, além de se atualizarem no mercado, já que é um público que cresce cada vez mais.

4.1. Restaurantes Vegetarianos de Brasília

Segue abaixo uma lista de empreendimentos que oferecem alimentação vegetariana em Brasília, com uma descrição sucinta de cada um:

- **O Rei do Glúten:** É um restaurante ovolactovegetariano. Sua especialidade, como o próprio nome diz, é o glúten (proteína do trigo). É um estabelecimento aconchegante e bem localizado. O Sr. Manoel Rodrigues (proprietário) fabrica o produto há vinte anos e também oferece o glúten congelado, além de produtos

naturais no restaurante. Os pratos com o produto compõem o bufê vegetariano por quilo, que funciona de segunda a sexta (11h30 às 15h15) e domingos e feriados (11h30 às 16h), sem opções de carne no cardápio.

Endereço: SQS 411 bl. D lj. 11

Tel: (61) 3345-4300 Brasília - DF

- **Boa Saúde:** Primeiro restaurante vegetariano de Brasília, o Boa Saúde é adventista (religião que estimula a não utilização da carne), tem vinte e um anos de mercado, com ótimo atendimento e ambiente agradável. Além do restaurante lactovegetariano, o estabelecimento comercializa produtos naturais. O restaurante funciona de segunda a quinta-feira, das 8h às 20h e domingos e sextas-feiras de 8h às 15h. É um estabelecimento *self-service*.

Endereço: SRTVN cj. P qd. 702 Ed. Rádio Center lj. 33

Tel: (61) 3328-1459 Brasília - DF

- **Girassol:** É um restaurante *self-service*, ovolactovegetariano. Serve produtos integrais, naturais, orgânicos e sem agrotóxicos. Além disso, a casa realiza uma feira de verduras e legumes sem agrotóxicos todas as quartas e sábados, e oferece produtos integrais, pães caseiros, bolos e bolachas. O espaço também recebe cursos de reeducação alimentar. Funciona de segunda a sexta-feira, das 11h30 às 15h, e das 17h às 20h; aos sábados e feriados, de 11h30 às 15h30.

Endereço: SQS 409 bl. B lojas 15 e 16

Tel: (61) 3242-1542 Brasília - DF

- **Bardana:** Restaurante *self-service* especializado em receitas lactovegetarianas. A casa também comercializa pães integrais caseiros sem açúcar, de linhaça e recheados com ameixa. O restaurante funciona de segunda a domingo e também nos feriados, de 11h30 às 15h30.

Endereço: SQS 405 bl. A lj. 22

Tel: (61) 3242-3532 Brasília - DF

- **Flor de Lótus:** Restaurante *self-service*. Os pratos são preparados com legumes e verduras sem agrotóxicos e sempre há opções de peixe no bufê. Os pratos que incluem peixes ficam separados dos outros pratos. O almoço é composto de

quinze variedades de salada e dezesseis pratos quentes, que não utilizam nem ovo nem leite. A casa também tem uma lojinha de produtos naturais como arroz integral, massas e feijão. As mesas do restaurante são ao ar livre e há uma ampla varanda voltada para dentro da quadra. O restaurante também dispõe de acesso para deficiente físico. Funciona de segunda a sábado, das 11h30 às 15h.

Endereço: SQN 102 bl. A lj 48

Tel: (61) 3326-9763 Brasília - DF

- **Centro Cultural Terraviva:** Funciona apenas para almoço e é ovo-lacto vegetariano. O bufê serve variedades de saladas e pratos quentes. Boa parte das verduras é produzida no Parque Ecológico Terraviva, em Brazlândia. O restaurante também disponibiliza a opção de pizzas vegetarianas variadas. O funcionamento do restaurante é de domingo a domingo, das 11h às 15h, e a pizzaria funciona às quintas, sábados, domingos e feriados, das 11h às 15h.

Endereço: SCLN 202 bl. D lojas 1- 4 Subsolo (o prédio fica em frente ao Banco do Brasil).

Tel: (61) 3034-5853 Brasília - DF

- **Centro Cultural Terraviva (Pousada)** – Localiza-se na Chapada da Contagem - Brazlândia/DF, a 45 km da rodoviária de Brasília, em área de preservação e recuperação ambiental, e conta com 12 cachoeiras. No espaço também funciona uma pousada que hospeda até 80 pessoas. O turista pode ir também para passar o dia e participar de atividades relaxantes, como o yoga. O restaurante é lactovegetariano, natural e integral, e a pizzaria serve pizzas vegetarianas feitas no forno a lenha. Ambos funcionam apenas para os hóspedes.

Informações e reservas podem ser feitas pelo *site* www.ecoterraviva.org.br ou pelo telefone (61) 3233-1612.

Endereço: Como o endereço dispõe de mapa, não foi incluso aqui; pode-se ter mais detalhes no *site*.

- **Naturetto:** É um restaurante bem aconchegante e dispõe de uma variedade de pratos quentes, saladas, sobremesas e até rodízio de massas. Serve no sistema por quilo e o bufê apresenta sempre uma opção de peixe. A casa tem um empório de produtos naturais decorado com móveis rústicos, que podem ser adquiridos pelos

clientes. O Naturetto oferece um programa de fidelidade, em que a cada dez almoços, o cliente ganha um bônus para gastar no restaurante.

Atualmente, existem três restaurantes na cidade.

Endereço:

1) Câmara dos Deputados, no subsolo; funciona de 8h às 15h para almoço e de 15h às 18h30 para lanche. Também é bufê por quilo. Tel: (061) 3216-9895.

2) SQN 405 bl. C lj. 55. Funciona de segunda a sexta, de 11h30 às 15h e das 18h às 22h20, e aos sábados e domingos de 11h30 às 16hs. Tel: (61) 3201-6223.

3) SQS 403 bloco A lj. 22. Funciona de domingo a domingo o dia todo. Tel: (61) 3223-9503.

- **Amor à Natureza** – Inaugurado em 1983 ainda com o nome “Mãe Natureza”, em 1986 mudou de nome e de endereço. A idéia continua a mesma de sua fundação: oferece comida natural, sem agrotóxicos, sendo lactovegetariano. Dispõe de ambiente agradável, com mesas dispostas embaixo das árvores. Oferece um bufê por quilo no almoço, lanches à tarde e sopas à noite. Também serve sobremesas como torta de banana, mousse de maracujá e de graviola e o creme de abacate. Funciona de segunda a sexta, das 11h às 15h e das 16h às 20h20, e aos sábados de 11h às 15h.

Endereço: SQN 310 bl. A lojas 42-50

Tel: (61) 3272-2055 Brasília - DF

- **Sabor Vital:** O restaurante segue a linha lactovegetariana. Fazem sucesso pratos como a feijoada vegetariana, os quibes de proteína de soja e a glutada (uma espécie de bacalhoadada feita com glúten), além das sobremesas. No espaço encontra-se, também, uma loja com produtos naturais, *diet* e *light*⁴. Funciona de segunda a sexta, das 11h30 às 14h30, e aos sábados e feriados, das 12h às 15h. Fica atrás da agência dos Correios.

Endereço: SQN 316 bl. A lojas 59/69

Tel: (61) 3349-2171 Brasília - DF

⁴ Segundo o Ministério da Saúde, os produtos diet são aqueles que têm alguma substância retirada para poderem ser consumidos por pessoas que necessitam de dieta específica, como diabéticos e/ou hipertensos. E os produtos lights são aqueles com menor porcentagem de açúcar e gordura no alimento.

- **Naturama:** Restaurante *self-service*, ovolactovegetariano com pratos originais e muito saborosos. Atualmente apresenta duas opções de carne: frango e peixe. O ambiente é muito agradável. A loja também dispõe de produtos naturais e congelados para venda. Funciona de segunda a sexta, das 11h30 às 15h, e no domingo das 12h às 15h.

Endereço: SCLS 102 bl. B lj. 9

Tel: (61) 3223-3648 Brasília - DF

- **A Tribo:** Restaurante ovolactovegetariano que também dispõe de carnes no bufê. Serve mais de dez pratos quentes e saladas cultivadas sem agrotóxicos. A novidade do cardápio diário é a galinha caipira orgânica. O cliente tem a opção de pedir à parte salmão ou filé de frango, grelhados na hora. A casa serve doze tipos de suco natural. Todas as quintas-feiras, o restaurante abre à noite e oferece um cardápio de caldos, pizzas, crepes, além de música ao vivo. Promove ainda um festival de comida indiana: durante cinco dias dos meses de maio e outubro a casa serve um banquete de comida indiana à noite. O restaurante funciona de terça à sexta, das 11h30 às 15h, e aos sábados e domingos, das 12h às 16h.

Endereço: SQN 105 bl. B lojas 52-59

Telefone: (61) 3039-6430 Brasília - DF

- **Oca da Tribo:** O restaurante funciona em um ambiente bem agradável que lembra uma oca indígena, decorado com objetos fabricados pelos índios do Xingu, com mesas de madeira e cadeiras de sapé. A casa serve um bufê de legumes e verduras orgânicas, diversos pratos quentes, além de carnes exóticas. O estabelecimento também oferece o serviço *à la carte*. Funciona de segunda a domingo, das 12h às 15h, e às terças e sábados de 19h a 00h. Aos domingos não funciona no período noturno. Às sextas e aos sábados à noite há música ao vivo.

Endereço: SCES - Setor de Clubes Esportivo Sul Trecho 2 (em frente à Agepol).

Tel: (61) 3226-9880 Brasília - DF

O mesmo restaurante funciona em um espaço chamado Ilha das Tribos (Oca flutuante da Orla do Lago Paranoá, atrás da Concha Acústica), mas ainda não tem um horário fixo de funcionamento. A partir de março de 2008 ele deverá funcionar das

2h às 5h da manhã, mas por enquanto está operando experimentalmente. O espaço também é cedido para realização de festas.

Para maiores informações: (61) 3226-9880 Brasília - DF

- **Restaurante Quinoa:** O restaurante é especializado em cozinha natural e saudável. É um restaurante lactovegetariano e funciona no sistema *self-service*. Oferece uma rica variedade de saladas, grãos, legumes, folhas e soja, além da quinoa (grão com alto poder nutritivo). Funciona de segunda a sexta, das 12h às 15h30.

Endereço: SRTVS 701, Ed. Multiempresarial Térreo

Tel: 3323-3169 Brasília - DF

4.2. Empreendimentos que têm pratos vegetarianos ou veganos:

- **RU (UnB):** O restaurante da UnB funciona ao lado do Banco do Brasil, e procura sempre servir seus usuários muito bem. Para isso, serve um cardápio diversificado e nutritivo, supervisionado por uma equipe de nutricionistas qualificada. No mesmo ambiente existe um espaço separado para usuários vegetarianos, bastando pedir a algum funcionário do RU que sirva os pratos específicos. Tel: (61) 3274-3362 Brasília - DF

- **Fiorella:** Sorveteria que funciona no térreo do Conjunto Nacional. Oferece sabores como açaí e pistache veganos. Além dessa sorveteria, existe também a Sorbê (405 norte), Gula Gelada (Pátio Brasil, Brasília Shopping, Parkshopping, Alameda, Pier 21, Taguatinga Shopping e no Guará), além de outras. O importante é se informar dos sabores veganos existentes em cada uma.

Tel: (61) 3964-1398 Brasília - DF

- **Greens:** O restaurante, quando foi aberto, seguia a linha vegetariana. Atualmente serve comida natural acompanhada de frango e peixe, massas, sopas, mas ainda serve pratos vegetarianos. O bufê é por quilo. Das 14 às 15 horas há desconto no preço do quilo. O cardápio *à la carte* lista opções de sanduíches, salgados, peixes grelhados e saladas. À noite, serve um bufê de cinco tipos de sopa acompanhado de pães caseiros (tanto na loja da Asa Norte quanto na da Asa Sul). A casa oferece sobremesas como sagu de vinho e mousse de maracujá. A cada dez almoços, com o cartão fidelidade, você ganha um outro almoço de até 500gr. Isso também funciona para as sopas e caldos. Consumindo dez rodízios, o cliente ganha

outro. Também fabrica pães e tem uma lojinha de produtos naturais. A loja da Asa Sul funciona de domingo a sexta, das 11h30 às 15h30 para almoço, e para o jantar, de 17h às 22h. A loja da Asa Norte funciona aos sábados e de segunda a sexta, das 11h30 às 15h30 para almoço, e para o jantar de 17h às 22h.

Endereço: Asa Sul - SQS 202 bl. C lj. 4

Tel: (61) 3321-5039

Asa Norte – SQS 302 bl. B lj.

Tel: (61) 3326-0272 Brasília - DF

Site: www.greens.com.br

- **Ilha do Pastel:** A Ilha do Pastel é uma lanchonete que funciona no Venâncio 2000, no térreo, e serve cinco opções de pastéis vegetarianos; entre eles, está o de banana, que é vegano.

Tel: (61) 3562-6369 Brasília - DF

- **Dominus:** Surgiu no ano de 1960 primeiramente nos Estados Unidos, e se expandiu tanto que atualmente existem 8.000 lojas espalhadas em 65 países. Em Brasília existem três lojas, uma na Asa Sul, um na Asa Norte e outra no Sudoeste. No seu cardápio com gostinho brasileiro existe uma opção vegan que é a chamada pizza Veggie, que leva mussarela, champignon, azeitona preta, cebola, pimentão verde e orégano, onde o cliente tem a opção de retirar a mussarela.

Tel: (61) 3442 - 1222 (Asa Sul)

(61) 3342 - 4001 (Sudoeste)

(61) 3327 - 3222 (Asa Norte) Brasília - DF

- **Bendito Suco:** É um restaurante bem agradável, que serve pratos diferenciados e saborosos. Há algumas opções naturais e se localiza na 413 Norte.

Tel: (61) 3039-1600 Brasília - DF

- **Tomate Cereja:** O restaurante tem a proposta de oferecer uma comida caseira saudável, preparada com produtos orgânicos. Serve um cardápio de comida vegetariana, além de sopas, saladas e opções com carne, frango e peixe. A casa também tem um empório com produtos naturais orgânicos, *diet* e *light*, com opções

como chocolates, doces, arroz, suco de uva e massas. Funciona no térreo do CasaPark.

Tel: (61) 3595-3366 Brasília - DF

- **Nutralife:** O restaurante funciona no Condomínio Lake Side e tem a preocupação de servir uma comida saudável, com baixo teor de gordura e preparada com alimentos orgânicos e temperos frescos. O interessante é que produtos industrializados, bebidas alcoólicas e refrigerantes não entram na casa. Todas as verduras, legumes, laticínios e carnes são produzidos na fazenda da proprietária, a nutricionista Karina Bonnerem. A casa também serve café-da-manhã e, à tarde, lanches integrais. Tel: (61) 3306-1515 Brasília - DF

- **Comunhão Espírita de Brasília:** A Comunhão tem uma pequena lanchonete onde serve, também, deliciosos salgados vegetarianos. É aberta ao público que frequenta a casa e para não frequentadores.

Tel: (061) 3225-2083 Brasília - DF

4.3. Lojas:

- **Botica:** É uma loja completa de produtos naturais e integrais e vende suplementos nutricionais. No local funciona também uma farmácia de manipulação.
Endereço: SDS Ed. Boulevard Center, lj. 20 (Conic)

Tel: (61) 3226-1769 Brasília - DF

- **Bela Ishia:** É um atacado e varejo que vende polpa de frutas naturais e produtos naturais.

Endereço: SIA trecho 7 Ceasa Pavimento b 7/3

Tel: (61) 3475-8623 Brasília - DF

- **Empório Verde:** Produtos Naturais

Endereço: SCRN 714/715 bl. G lj. 34

Tel: (61) 3347-7725 Brasília - DF

- **Cerrado Produtos Naturais**

Endereço: QI 5 bl. A Comércio Local lj. 36

Tel: (61) 3383-3773 Brasília - DF

- **Mundo Verde:** Loja de artigos esotéricos e produtos naturais. Pode ser encontrada em treze capitais brasileiras.

Endereço: Conj. Nacional Brasília 2º Piso lj. C

Tel: (61) 3326-1313 Brasília - DF

- **Clorofila Produtos Naturais:** Produtos Naturais

Endereço: SDS Conic sala 313 Ed. Venâncio V

Tel: (61)3321-0977 Brasília - DF

- **Nutribem:** Produtos Naturais

Endereço: SHLN bl. M lj. 40

Tel: (61) 3347-9940 Brasília - DF

- **Frutos da Terra:** Produtos naturais e integrais de qualidade para uma boa alimentação.

Endereço: SOF Norte quadra 2 bl. B

Tel: (61) 3465-2005 Brasília - DF

Site: www.frutosdaterraltda.com.br

- **Pão do Céu Produtos Naturais:** Produtos Naturais.

Endereço: QSA3 Lote 1 lj. 5 Centro

Tel: (61) 3562-2698 Brasília-DF

Site: <http://www.paodoceu.com/index.php>

- **Centro de Alimentos e Produtos Macrobióticos:** Produtos Naturais

Endereço: SEPS 714/914 bl. C sl. 514

Tel: (61) 3346-7826 Brasília - DF

Apesar da gama de restaurantes vegetarianos, os veganos, na maioria das vezes, preferem fazer seus próprios pratos em casa ou se reunir na casa de amigos. Eles se sentem seguros em relação aos ingredientes utilizados no preparo dos pratos, não precisando questionar o que compõe cada um. Muitos restaurantes que servem comida vegetariana não indicam os componentes utilizados no prato. Sendo assim,

eles preferem se reunir em grupos específicos, no intuito de trocar informações, falar sobre novidades do mercado e trocar receitas.

Em Brasília, existe um outro grupo que se reúne uma vez por mês, no Parque da Cidade (ao lado do Nicolândia), no intuito de trocar informações a respeito do tema, falar sobre novidades do mercado, trocar receitas, fazer novas amizades, experimentar comidas diferentes, e também é aberto para quem se interessar.

É interessante conhecer os grupos vegetarianos existentes na cidade, principalmente quando se trata de pessoas em prol de uma causa nobre, que é o amor pela vida.

5. ANÁLISE DOS RESULTADOS DA PESQUISA

Foram aplicados 170 questionários no período de 25/01/2008 a 25/02/2008 em alguns lugares da cidade onde se constatou a presença do público vegetariano, tais como restaurantes vegetarianos ou naturais, em sua maioria, e o próprio *Orkut* (site de relacionamentos), onde existe uma comunidade com mais de 400 membros, chamada “Vegetarianos – Brasília/DF”, com discussões sobre o tema.

O intuito, a princípio, era conseguir uma quantidade maior em questionários, mas o curto espaço de tempo para finalizar o trabalho, ligado ao período para desenvolvimento do estudo de mercado, que foi um período de férias, (janeiro e fevereiro) não foram favoráveis, impossibilitando uma análise com um maior número de pessoas. Além disso, o fato de envolver tempo e disponibilidade dessas pessoas também atrasou o processo, dificultando a aplicação dos questionários, e conseqüentemente a obtenção das respostas.

Além dos questionários, foram realizadas entrevistas com idealistas e admiradores do movimento vegetariano. As entrevistas ocorreram de forma natural, sem muitas regras estabelecidas, o que proporcionou, tanto ao entrevistado quanto ao entrevistador, uma maior interação. O critério utilizado nas entrevistas foi por acessibilidade.

Os questionários e as entrevistas realizadas tiveram a intenção de identificar o perfil do público vegetariano e verificar se um empreendimento com características veganas seria viável na capital, já que esta é uma vertente em crescimento.

Seguem os resultados em gráficos:

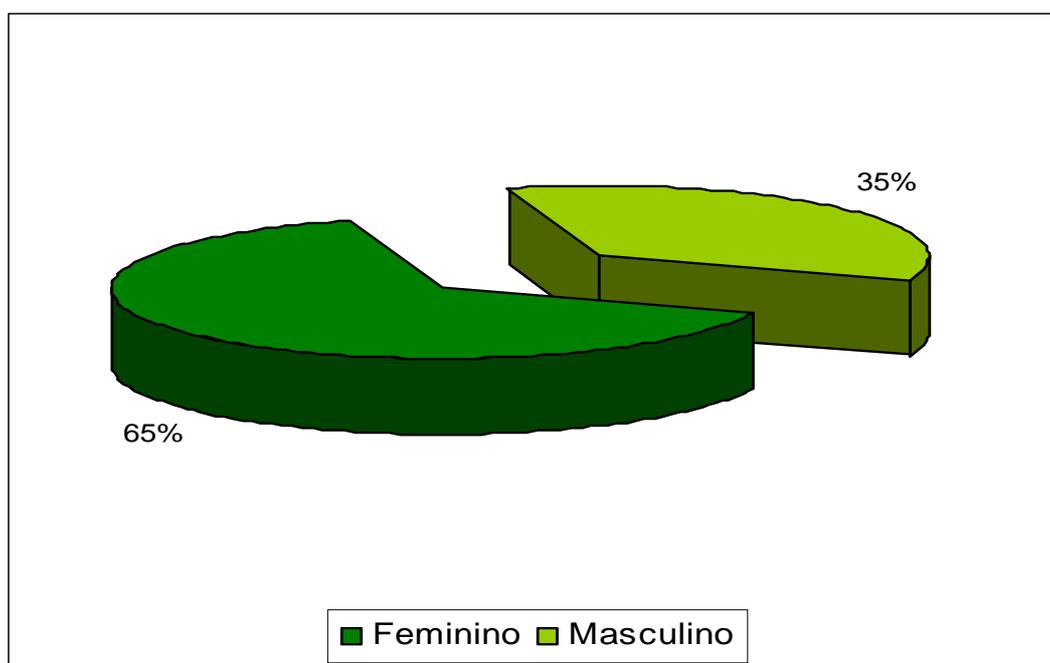
GÊNERO

O gráfico 1 representa o gênero dos respondentes, que demonstra que a grande maioria entrevistada foram as mulheres, correspondendo a 65% do total, sendo homens os 35% restantes.

O sítio veg, em um artigo sobre “Quantos vegetarianos há no mundo?”⁵, diz ser difícil saber quantos vegetarianos existem e qual o perfil de sua maioria, mas que as mulheres são grande parte, pelo menos onde foram feitas as pesquisas, como Inglaterra e Estados Unidos.

A pesquisa realizada demonstra, mais uma vez, que as mulheres continuam liderando nos dados referentes a gênero. Isso pode demonstrar uma maior preocupação do gênero feminino com a alimentação. Pode estar ligado também a uma maior preocupação com o corpo e a busca de uma melhor forma física, já que as mulheres normalmente são mais preocupadas com a aparência física do que o homem: sentem mais necessidade em fazer dietas, descobrir novas formas de tratamentos estéticos, além de uma tendência a se preocupar com a qualidade de sua saúde e da de seus filhos.

Gráfico 1 - Gênero dos entrevistados



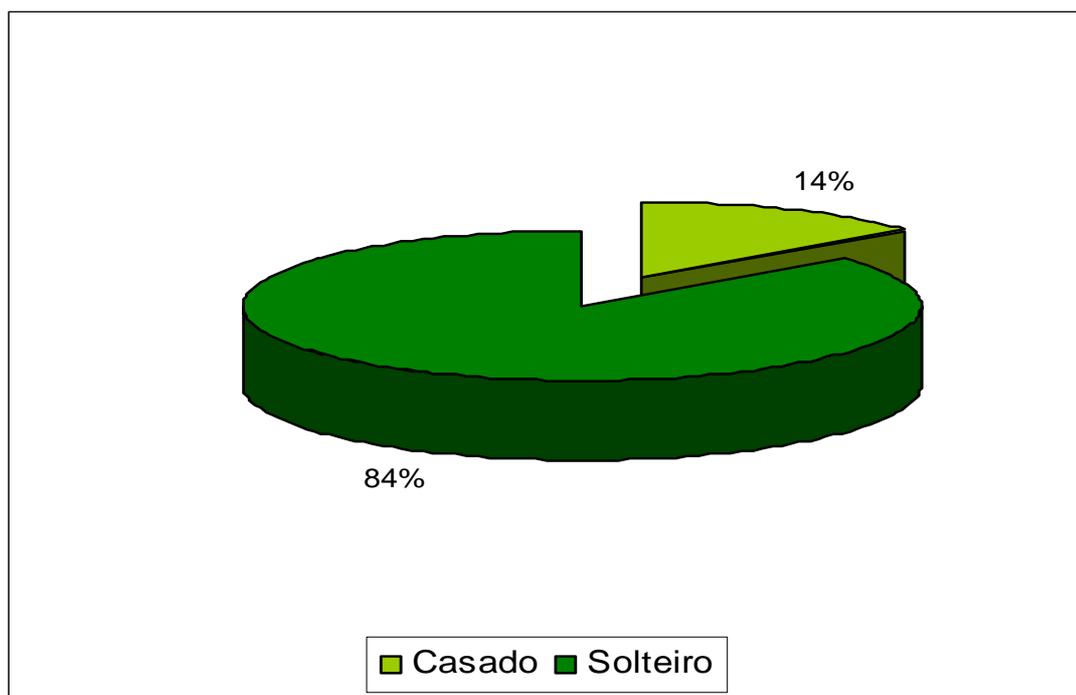
⁵ Quantos vegetarianos há no mundo? Disponível em: http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_content&task=view&id=944&Itemid=104. Acesso em 10/02/2008.

ESTADO CIVIL

O gráfico 2 representa o estado civil dos respondentes. Os solteiros são 84% do total, em grande maioria.

Aparentemente, algumas explicações para esse fato: existem muitos jovens adeptos ao vegetarianismo, por serem talvez mais idealistas; é uma filosofia que está em pleno crescimento, atingindo os mais jovens, que são solteiros; há uma certa dificuldade em encontrar parceiros com o mesmo ideal, geralmente essas pessoas tendem a ser mais livres para fazer suas escolhas. Talvez, por essas razões, muitas pessoas acreditam que seria difícil, senão impossível, se sentir mais próximo de alguém que não compartilhasse com essas características.

Gráfico 2 – Estado civil dos entrevistados



FAIXA ETÁRIA

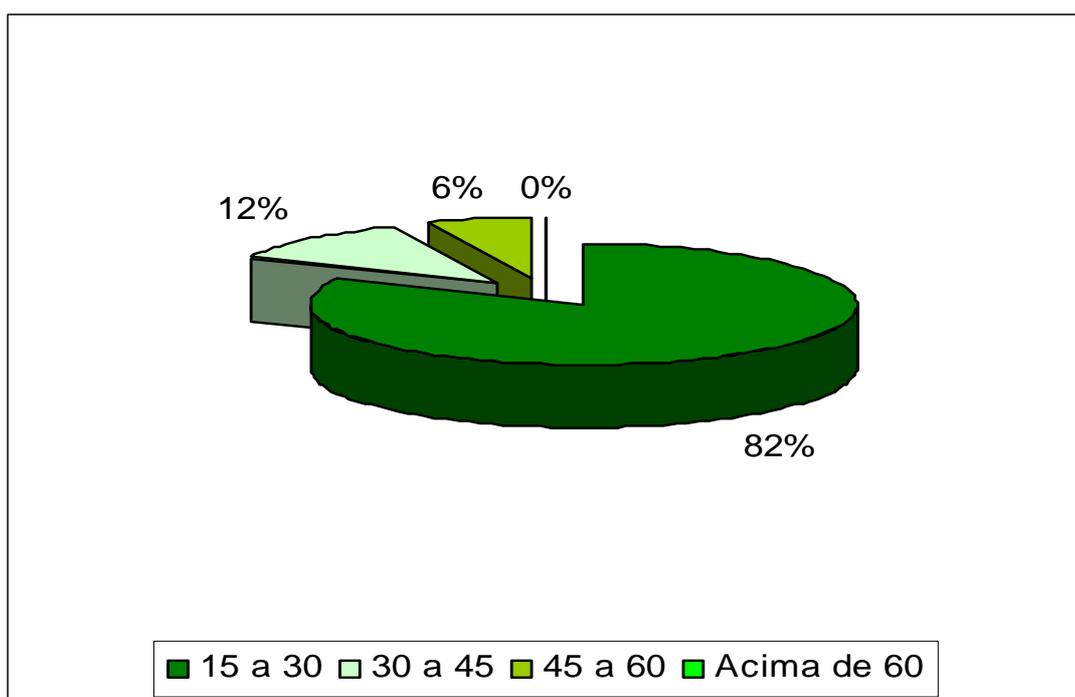
O terceiro gráfico representa a faixa etária dos respondentes. Os que têm de 15 a 30 anos representam 82% do total.

Os mais jovens, geralmente, são mais flexíveis em relação à mudança de uma dieta onívora para uma dieta vegetariana. Os mais velhos, muitas vezes, sentem dificuldades na adaptação de uma dieta desse gênero e preferem continuar com os mesmos costumes.

Além disso, os mais jovens tendem a se preocupar mais com o estilo de vida levado hoje em dia, devido à grande quantidade de doenças existentes e problemas de saúde mais frequentes, além do padrão de beleza seguido pela sociedade atual, que os afeta diretamente.

O interesse em saber sobre as novas tendências, principalmente em relação à qualidade de vida e à longevidade, assim como aos métodos de beleza, é uma característica atual e que ocorre mais frequentemente entre os mais jovens; eles acreditam que o vegetarianismo representa uma alimentação saudável, que lhes garante uma maior qualidade de vida. Além disso, eles se mostraram mais interessados em responder ao questionário e procuraram saber mais sobre o objetivo da pesquisa; conseqüentemente, tiveram maior destaque.

Gráfico 3 – Faixa etária dos entrevistados



GRAU DE ESCOLARIDADE

O gráfico 4 representa o grau de escolaridade dos respondentes. Em destaque ficaram os entrevistados com 3º grau completo.

Há também uma boa quantidade de indivíduos com segundo grau completo e terceiro grau incompleto. Geralmente as pessoas com essa escolaridade, são pessoas mais jovens e que representam grande parcela da tendência atual, que têm grande preocupação com a saúde e também com o próprio estilo de vida. Como passam por um cotidiano movido por stress e pouco exercício, isso os leva a buscar uma compensação em alimentação mais saudável.

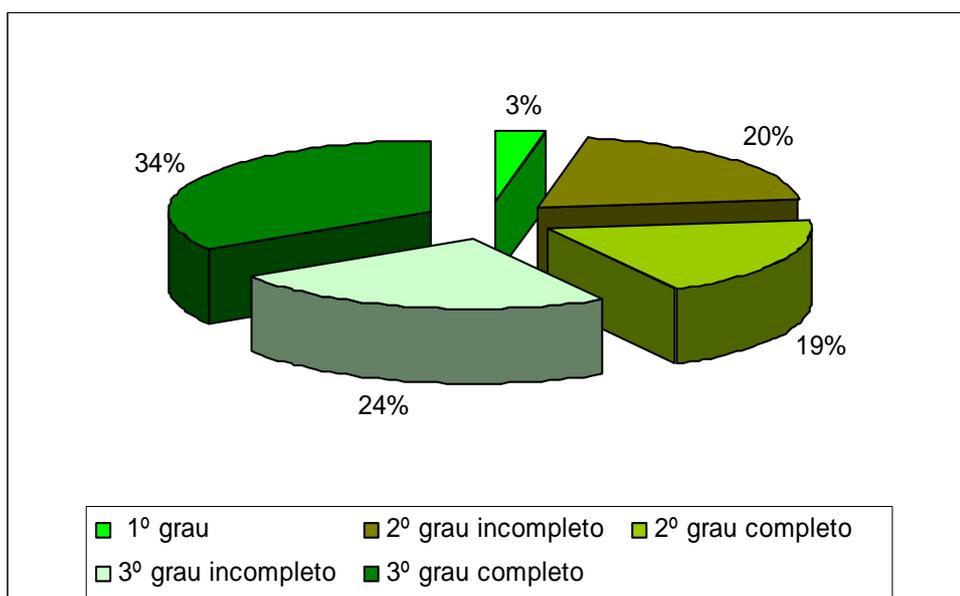
Em geral essas pessoas fazem parte de um público bem informado e que tem acesso à *Internet*; conseqüentemente, conseguem ter maior facilidade em adquirir informações.

Praticamente qualquer dado que se queira hoje em dia é de fácil acesso, e esse acesso é muito rápido, chega às pessoas com uma velocidade incomparável: uma nota publicada em um continente, chega a outro em segundos, como mostra o Sítio Veg:

Uma notícia que saia do Canadá no mesmo dia circula pelas listas do mundo todo – e também pelos boletins eletrônicos de notícias – e logo atinge centenas e milhares de vegetarianos. Mas isso, claro, acaba se dando dentro de um certo público que tem acesso à internet, havendo, portanto, uma limitação do alcance destas informações (SÍTIO VEG, 14/11/2007).

Hoje em dia, o acesso à *Internet* está mais fácil, seja em casa, seja em um *cybercafé* ou até mesmo na escola; mesmo assim, a parcela que pode ter acesso é privilegiada.

Gráfico 4 – Escolaridade dos entrevistados

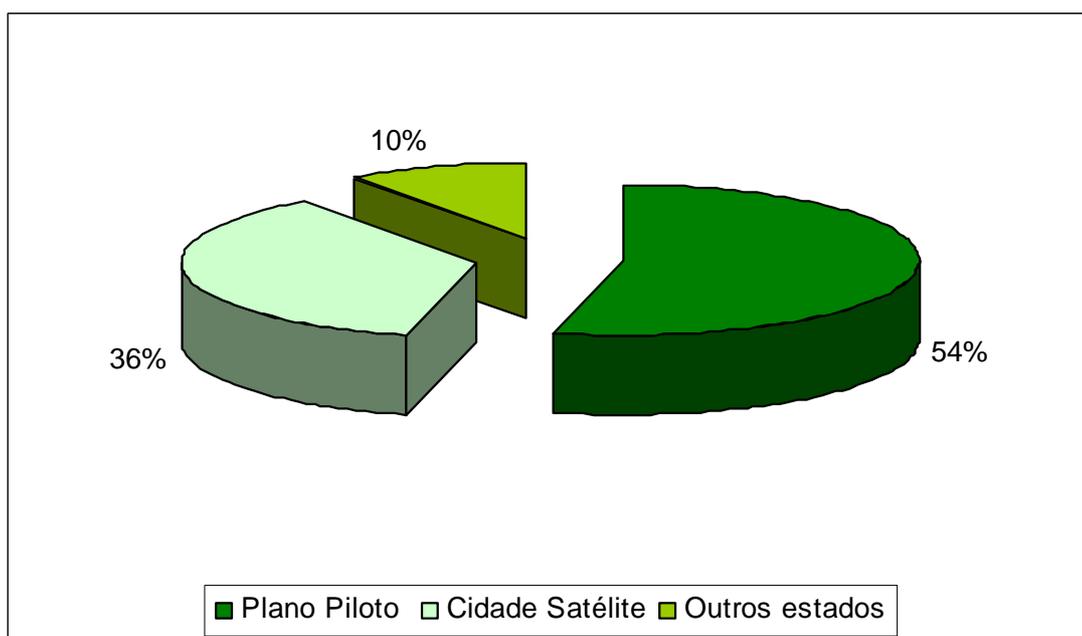


PROCEDÊNCIA

O quinto gráfico representa a procedência dessas pessoas. Os moradores do Plano Piloto são 54% do total, onde se concentra a maior parte dos restaurantes e lojas.

Os 10% que representam outros estados são pessoas que visitavam Brasília e que se identificavam com o perfil apresentado no trabalho, que é a linha vegetariana, ou simplesmente foram pessoas que acessavam frequentemente os *sites* sobre vegetarianismo, demonstrando grande interesse pelo tema e pelo estudo.

Gráfico 5 – Procedência dos entrevistados



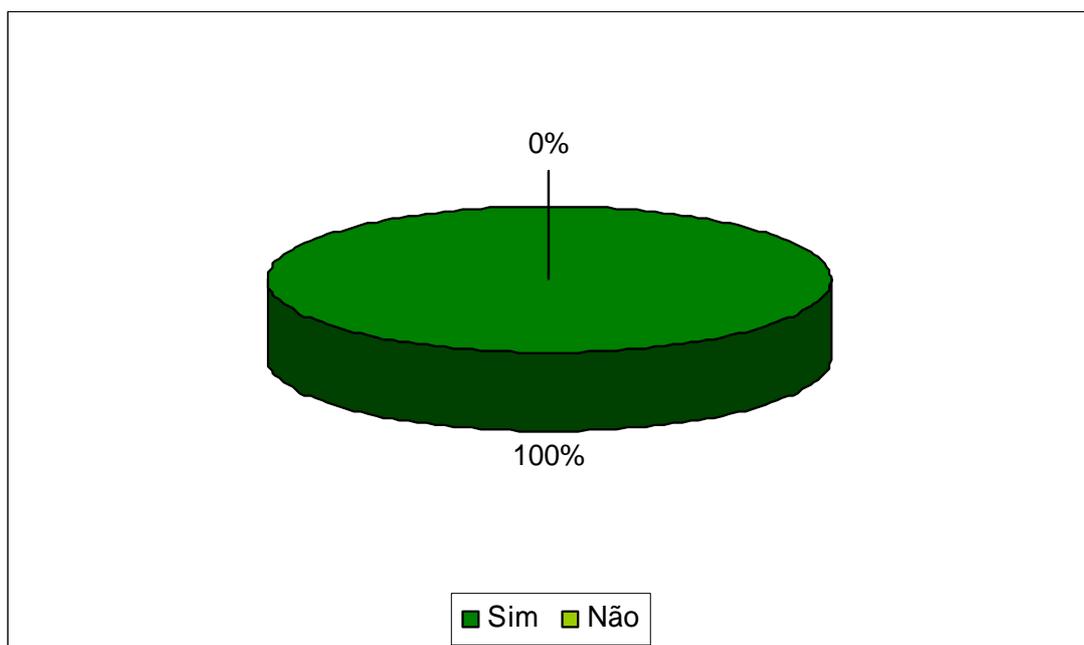
O QUE É VEGETARIANISMO

O sexto gráfico é relacionado à seguinte pergunta: “Você sabe o que é vegetarianismo?”

A autora procurou entrevistar essas pessoas em locais geralmente freqüentados por elas, como restaurantes vegetarianos e a Comunidade Vegetarianos de Brasília do Orkut (*site* de relacionamentos). Como esperado, a maioria era vegetariana e, os que não eram, se identificavam com a filosofia, tendo forte tendência a se tornar vegetarianos.

Sendo assim, todos responderam positivamente.

Gráfico 6 – “Você sabe o que é vegetarianismo?”



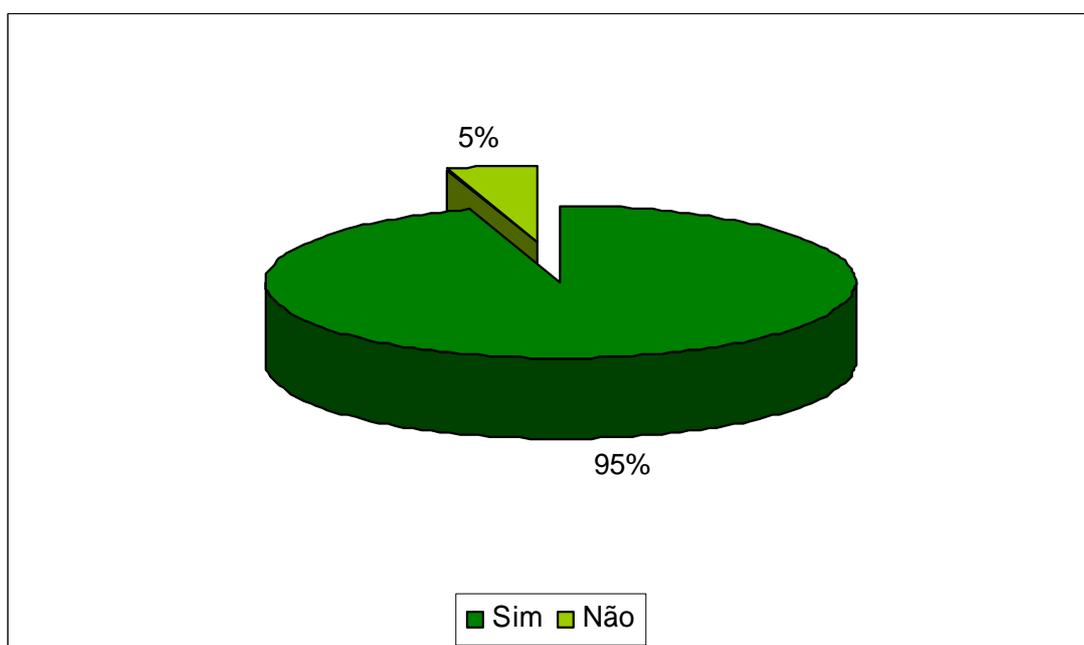
VEGETARIANOS

O gráfico 7 representa a porcentagem de vegetarianos respondentes. Apenas 5% do total diziam não ser, mas mesmo assim eram frequentadores dos locais escolhidos pela autora para aplicar o questionário, e se identificavam com esses lugares.

De acordo com a Revista Época (2008), o Instituto Ipsos, líder global no fornecimento de pesquisas de marketing, propaganda, mídia, satisfação do consumidor e pesquisa de opinião pública e social, em recente pesquisa constatou que 28% das pessoas, no Brasil, “têm procurado comer menos carne”. É o segundo maior índice mundial, próximo ao canadense e maior que o britânico. Fica atrás apenas do registrado nos Estados Unidos, onde os hambúrgueres são uma das maiores fontes de doenças cardiovasculares e de sentimento de culpa.

Além disso, a divulgação e o melhor acesso a essas informações influenciam a vontade das pessoas em substituir a dieta onívora pela vegetariana ou vegana.

Gráfico 7 – Porcentagem de vegetarianos entrevistados



TEMPO DE VEGETARIANISMO

O gráfico 8 representa o tempo de prática de vegetarianismo dessas pessoas; metade deles diz ser vegetariano de 1 até 5 anos.

O que surpreendeu é que 15% são vegetarianos há mais de 10 anos, e entre eles, muitos adolescentes.

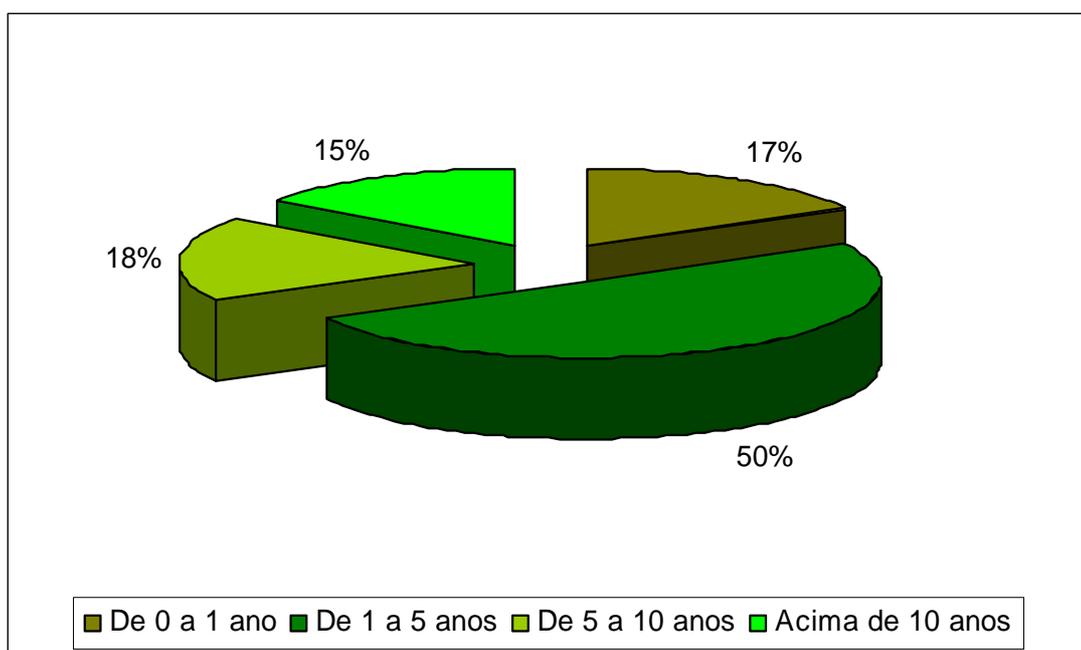
Isso se deve ao fato de o vegetarianismo ser uma filosofia com forte crescimento atualmente e bem mais falada nos dias de hoje; conseqüentemente, as pessoas que seguem a linha vegetariana são mais jovens e, claro, mais bem informadas sobre as novas tendências.

Famílias que seguem essa filosofia tendem a passá-la para seus filhos desde que são pequenos.

“Todos preferem os sabores que suas mães lhes fizeram apreciar” (ARAÚJO, W. et alii, 2005).

Sendo assim, tal filosofia acaba virando um costume diário e tradicional, que será carregado para as próximas gerações.

Gráfico 8 – Tempo de vegetarianismo dos entrevistados



TIPO DE DIETA

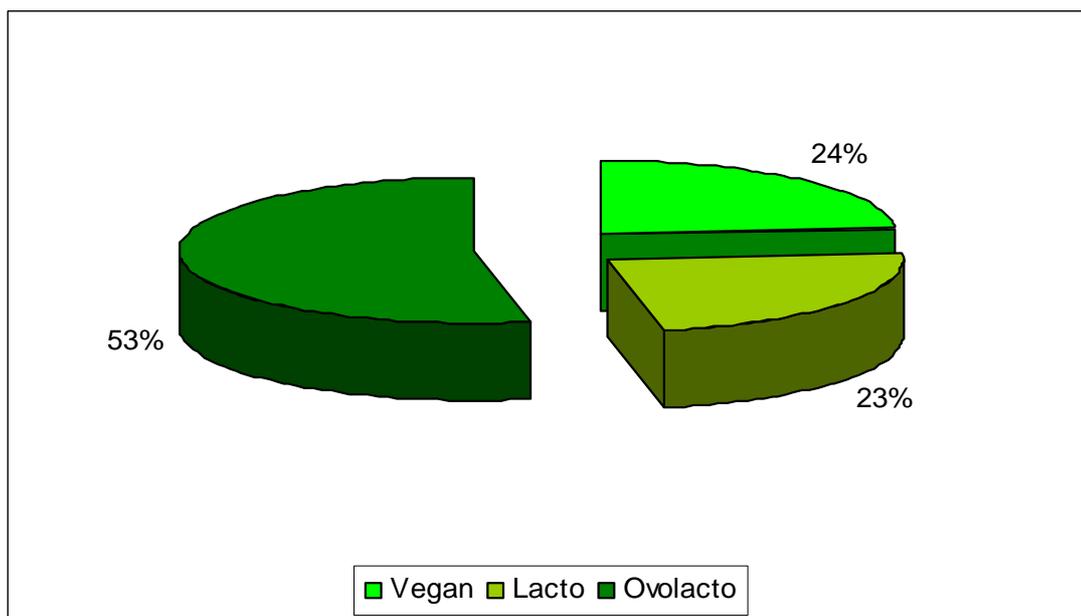
No nono gráfico foi questionado o tipo de dieta seguida pelos respondentes. 53% dos respondentes representam os ovolactovegetarianos. Aparentemente essa dieta é mais “fácil” de seguir, pois a maioria dos produtos vendidos em supermercados e restaurantes ainda contém ovo ou leite e são mais acessíveis financeiramente.

Os veganos representam 24%, número que tende a aumentar gradativamente, já que a variedade de produtos no mercado e produtores interessados em atender a esse público está aumentando a cada dia. Isso facilita a preferência pela dieta vegana.

Além disso, a ética a respeito dos padrões utilizados na preparação desses alimentos influencia muito na mudança de dieta. Com a grande facilidade de informação atualmente, as pessoas começam a refletir sobre a forma que a alimentação chega à mesa, que se contrasta com a forma de pensar: Se eu gosto tanto de uns animais, por que como outros?

Essa reflexão está atingindo cada vez mais pessoas e influenciando seu dia-a-dia, tornando cada vez mais pessoas adeptas ao vegetarianismo.

Gráfico 9 – Dieta mais seguida pelos entrevistados



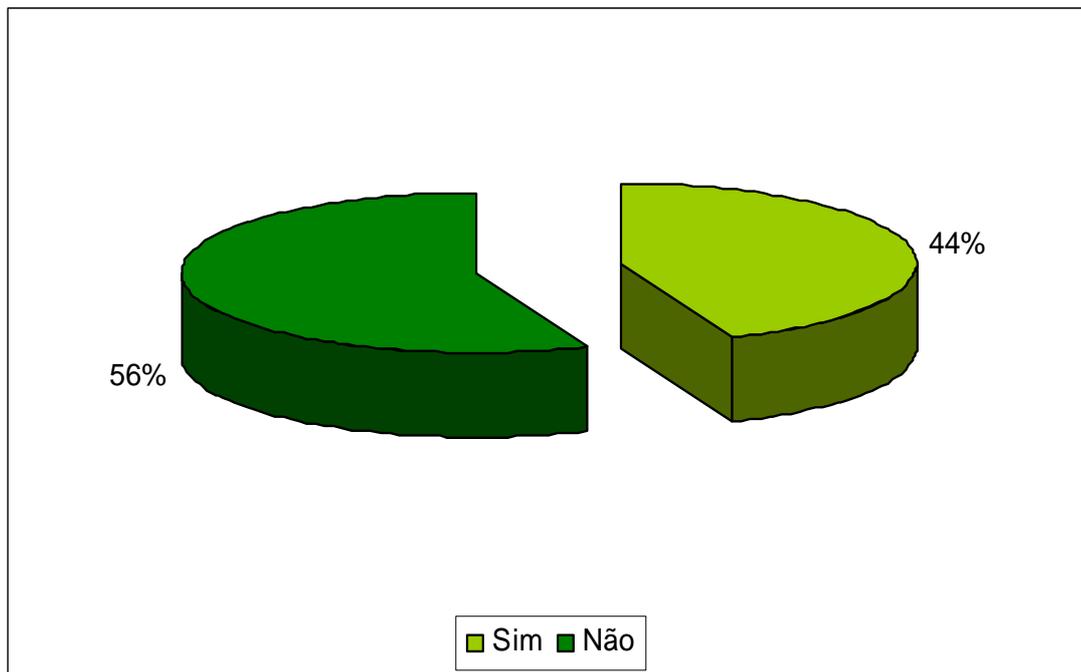
CONHECIMENTO DE RESTAURANTE VEGANO OU QUE TENHA ALIMENTAÇÃO VEGANA

O gráfico 10 representa a porcentagem de pessoas que conhece algum restaurante vegano em Brasília. Apesar de boa parte dizer conhecer, nenhum indicado na pesquisa foi detectado exclusivamente vegano.

Dentre as pessoas que responderam conhecer algum restaurante na cidade, acrescentaram que consideravam esses restaurantes veganos, pois também serviam pratos sem componentes animais, o que não exclui a população vegana de se alimentar neles.

O fato de não existir restaurantes exclusivamente veganos realmente não exclui essa parcela de vegetarianos de se alimentar nos restaurantes já existentes; porém, muitos sentem necessidade de uma alimentação mais rica, além de verduras, legumes, etc., e preferem não frequentar lugares que sirvam pratos com derivados de animais, o que para muitos é incômodo.

Gráfico 10 – “Conhece algum restaurante ou loja em Brasília que oferece alimentação vegana? Quais?”



NECESSIDADES NÃO ATENDIDAS / PARCIALMENTE ATENDIDAS DO PÚBLICO VEGANO

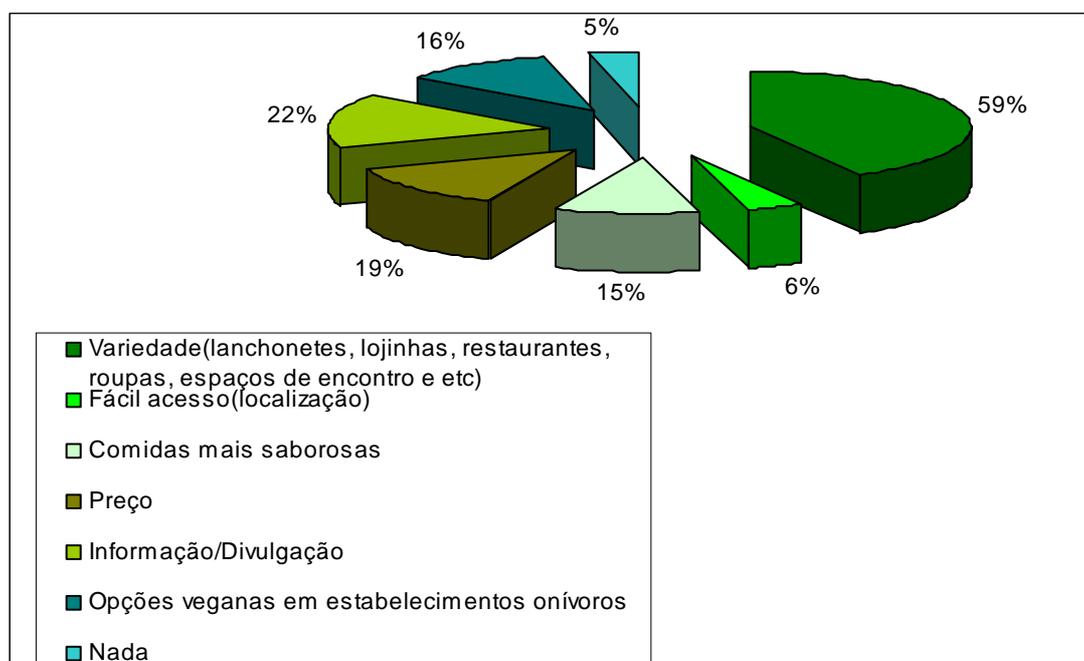
O gráfico 11 está relacionado a uma questão livre, onde se perguntava o que eles achavam que faltava para o público vegano na cidade. As respostas foram classificadas como segue:

A grande maioria respondeu que faltava uma estrutura de lanchonetes, lojas, restaurantes, espaços para encontros. Enfim, ambientes ajustados especialmente para eles, onde pudessem encontrar pessoas com o mesmo ideal e não se sentissem tão excluídos. Alguns também acrescentaram que o funcionamento noturno desses locais seria muito bom (principalmente, os jovens). A maioria dos restaurantes existentes na cidade abre apenas para almoço.

Um outro item que foi bem comentado: preço. A maioria dos restaurantes é por quilo, e, em geral, são mais caros que os restaurantes onívoros por quilo. Isso se deve ao fato de os produtos utilizados ainda serem mais caros.

Todos os itens apresentados no questionário são muito importantes; mostra que essas pessoas sentem necessidade de ambientes com as características apresentadas e que existe mercado sim para veganos, o que também possibilitaria, para muitos, mudarem a sua dieta para a estrita.

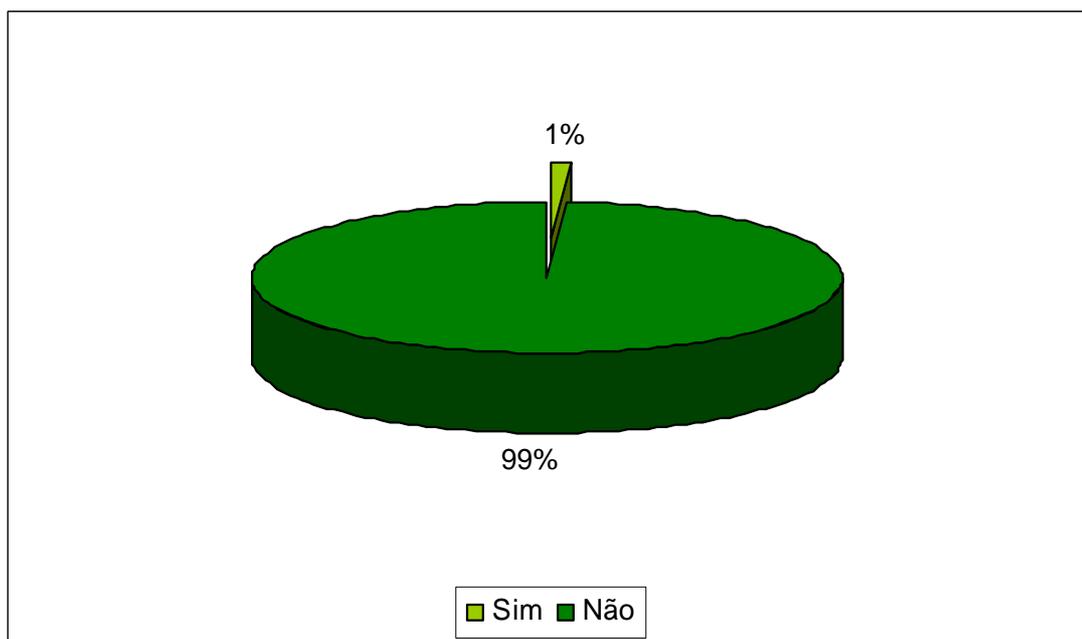
Gráfico 11 – “O que acha que está faltando na cidade para esse público?”



CRIAÇÃO DE UM RESTAURANTE VEGANO

O gráfico 12 mostra os resultados do que foi perguntado aos participantes: se, mesmo não sendo adeptos da dieta vegana, freqüentariam um restaurante com essas características. Com exceção de uma pessoa, todos responderam que sim e ainda acrescentaram que seria muito mais fácil restringir a alimentação tendo estabelecimentos exclusivamente veganos.

Gráfico 12 – “Você comeria em um restaurante vegetariano puro?”



FREQÜÊNCIA

O gráfico 13 representa a frequência com que essas pessoas iriam a esses estabelecimentos vegetarianos estritos.

A maioria disse que freqüentaria semanalmente e, 34%, todos os dias, demonstrando que, para o grupo pesquisado, um empreendimento com essas características seria bem vindo na cidade e que proporcionaria uma melhor adaptação da dieta vegana ao cotidiano dessas pessoas.

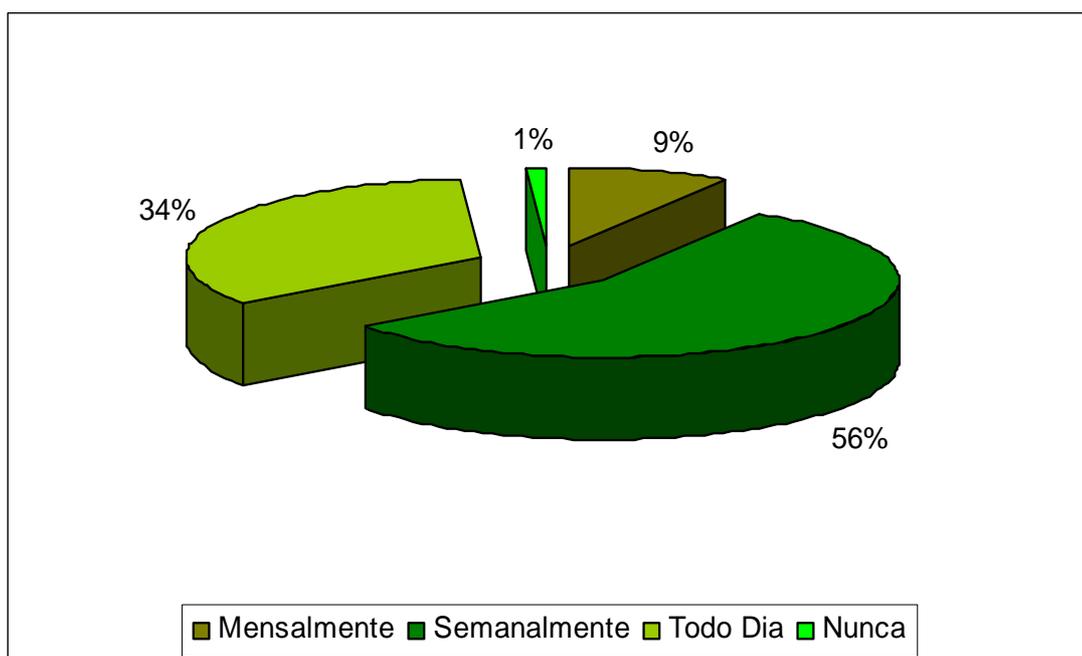
Pode-se analisar essas respostas lembrando que muitas pessoas preferem almoçar diariamente fora de casa, e existem vários fatores causadores disso. Muitas vezes o trabalho é longe de casa, e a correria do dia-a-dia não permite que essas pessoas cheguem a suas casas na hora do almoço; não têm alguém para cozinhar; não gostam de cozinhar ou simplesmente gostam de comer fora de casa. Aos fins de semana, muitos procuram um local agradável, não só para o almoço, mas também para lanches no fim da tarde ou um bom jantar.

Brasília, mesmo tendo grande quantidade de restaurantes variados, nos fins de semana e nos horários de pico durante a semana lotam os restaurantes, alguns até

formando filas e impossibilitando estacionar nas vias de acesso a esses estabelecimentos. A oferta é rica e a demanda ajuda, o que significa ser uma cidade onde existem muitas tendências, todas com respostas muito boas.

Com a existência de grande quantidade de restaurantes na linha vegetariana, Brasília se destaca e dá oportunidade a novos negócios na área.

Gráfico 13 – Frequência a um restaurante vegano



6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O mercado gastronômico em Brasília é um setor econômico representativo e promissor, e não deixa de ser um grande atrativo da cidade, o que ajudou a alcançar o objetivo principal da pesquisa, que teve como finalidade fazer um estudo sobre a gastronomia e o mercado vegano de Brasília, visando identificar o perfil desse público na cidade e, com base nos dados encontrados, analisar a viabilidade da futura implantação de um empreendimento nesse segmento.

De acordo com o objetivo geral, foram delimitados os objetivos específicos que visaram:

- identificar o perfil do público vegano na cidade de Brasília, onde foram analisados revistas, *sites*, entre outros referentes ao tema, além dos questionários aplicados;
- avaliar a importância deste segmento para a rede gastronômica da cidade. De acordo com os dados encontrados, percebeu-se que Brasília tem grande experiência na linha vegetariana, com mais de dez restaurantes com essas características, mostrando ser viável a oportunidade de acrescentar ao mercado brasileiro um estabelecimento voltado exclusivamente ao público vegano;
- realizar entrevistas com empresários e idealistas do vegetarianismo, a fim de entender mais sobre o tema, o que já foi comentado anteriormente e foi considerado o item de maior importância para as conclusões chegadas e, por fim,
- identificar o grau de aceitação por parte do público não vegetariano de um empreendimento voltado ao público vegano. Quanto a isso, como foi detectado nos questionários, muitas pessoas que não seguem a dieta vegetariana disseram ter interesse em se adequar à dieta vegetariana, e muitos frequentavam os estabelecimentos existentes na cidade.

Nesse contexto, o veganismo aparece como uma oportunidade de negócios em virtude da incipiente fatia no mercado alimentício. Assim, o presente estudo constatou que, para o público vegano, existem poucas opções alimentares, além de serviços em geral; a pequena variedade no cardápio local implica na aparente possibilidade de crescimento deste segmento na capital brasileira. Destaca-se assim o problema de pesquisa: Há mercado para um empreendimento exclusivamente *vegan* em Brasília?

Mesmo havendo uma gama de restaurantes vegetarianos na cidade, com opções para veganos, percebeu-se que essas pessoas sentem necessidade de maior variedade de sabores, mais opções de pratos salgados e doces, preços acessíveis, atendimento diferenciado, criatividade, locais que abram em outros turnos e estabelecimentos que não sirvam pratos com produtos animais, o que parece ser incômodo para muitos.

Acredita-se que a receptividade que esse nicho tem na cidade, junto à divulgação dos benefícios à saúde, da qualidade de vida e do respeito ao meio ambiente, o número de adeptos apresenta a perspectiva de uma demanda crescente. No fim, não se trata da simples venda de um produto ou serviço, mas também da vivência: o modo de viver em harmonia com a natureza, desde a produção sem agrotóxicos (ao contrário de uma devastação provocada pela monocultura e seus prejuízos ao solo), até a experiência de degustar sabores diferenciados de uma cozinha baseada no respeito aos animais.

Sendo assim, a viabilidade de abrir um empreendimento com características veganas parece ser uma boa oportunidade para o mercado brasiliense, o que equivale à hipótese positiva.

7. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

A REVISTA DOS VEGETARIANOS. Disponível em:

< www.revistavegetarianos.com.br. > Acesso em 01 out. 2007.

A REVISTA DOS VEGETARIANOS. **Artigos**. Disponível em:

<http://www.europenet.com.br/euro2003/index.php?cat_id=1109. >

Acesso em 01 dez. 2007.

A REVISTA DOS VEGETARIANOS. **Guia de restaurantes: Brasília**.

Disponível em:

<http://www.europenet.com.br/euro2003/index.php?cat_id=938&letra=DF>.

Acesso em 29 set. 2007.

ABRASEL. **Perfil da Abrasel: Abrasel – Trabalho, profissionalização e investimentos pelo desenvolvimento do Brasil**. Disponível em:

<http://www.abrasel.com.br/index.php/abrasel/perfil_da_abrasel/>.

Acesso em 11 dez. 2007.

AGÊNCIA SEBRAE DE NOTÍCIAS. **Ações conjuntas fortalecem empreendimentos do setor de alimentação**. Disponível em:

<<http://www.helioalonso.com.br/clippingtur/20060530/20060530.asp#tur11>. >

Acesso em 01 abr. 2008.

ALVES, Magda. **Como escrever teses e monografias: Um roteiro passo a passo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

ARAÚJO, W et alii. **Da alimentação à Gastronomia**. Brasília: Editora Universidade de Brasília, 2005.

BONFIM, Lara. **Abate Humanitário de Bovinos: Parte I**. Disponível em:

<http://64.233.169.104/search?q=cache:jz9uaaqg9dgJ:www.rehagro.com.br/siterehagro/publicacao.do%3Fcdnoticia%3D512+lei+sobre+abate+humanit%C3%A1rio&hl=pt-BR&ct=clnk&cd=3&gl=br&lr=lang_pt. > Acesso em: 02 mar. 2008.

BRASIL. Ministério do Esporte e Turismo (EMBRATUR). **Meu Negócio é Turismo**. 2003.

CASCAIS, Sofia. **Blog "Ajudem-nos"**. Disponível em:

< <http://ajudem-nos.blogspot.com/> > . Acesso em 30 out. 2007.

CASCUDO, Luís. **História da Alimentação no Brasil**. São Paulo: Golbal, 2004.

CENTRO VEGETARIANO. **Filosofia do Veganismo**. Disponível em:

<http://www.centrovegetariano.org/index.php?article_id=29>.

Acesso em 08 dez. 2007.

COOPER, Chris; FLETCHER, John; WANHILL, Stephen; GILBERT, David; SHEPHERD, Rebecca. **Turismo: Princípios e Práticas**. Porto Alegre: Artmed Editora, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 1998.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo**. São Paulo: Futura, 2001.

FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Saraiva, 2001.

FLANDRIN, Jean-Louis; MONTANARI, Massimo. **História da Alimentação**. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

GMBH, Tandem. **O livro Essencial da cozinha vegetariana**. Edição portuguesa, 2007.

GOELDNER, Charles; ROTCHIE, J.R Brent; MCINTOSH, Robert. **Turismo: Princípios, Práticas e Filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GONÇALVES, Maria. **A História da Gastronomia**. Rio de Janeiro: Ed. Senac Nacional, 1998.

GUIA VEGANO. **Culinária Vegetariana**.

Disponível em: <www.culinariavegetariana.com.br/>. Acesso em 03 out. 2007.

JACOBSEN, Michele, MARIANO, Tamiris. **Revolução Gastronômica: A mudança de hábitos com a chegada da globalização**.

Disponível em:

<<http://www.mostardas.tur.br/portal/html/uploads/turismo/artigos/michele-tamires.pdf>> Acesso em 01 abr. 2008.

LIMA, Eliane. **Por amor aos Animais**. Disponível em:

< <http://www.poramoraosanimais.blogspot.com/>.> Acesso em 16 nov. 2007.

MINISTÉRIO DA SAÚDE. **O que é vida saudável?** Disponível em

< http://www.planalto.gov.br/consea/static/documentos/Outros/Vida_Saudavel.pdf >

Acesso em: 05 maio 2008.

NAKASHIMA, Ivonete; TEIXEIRA, Aparecida; NAKASHIMA, Paulo. **Lar Vegetariano: Introdução ao vegetarianismo/ Filosofia/ Nutrição Espiritual**. São Paulo: Cultrix, 2005.

Orkut – Comunidade Vegetarianos – Brasília/DF.

PÁDUA, Elisabete. **Metodologia da Pesquisa : abordagem teórico-prática**. São Paulo: Papirus, 2002.

PORTAL DE HOSPEDAGEM. **Turismo Gastronômico**. Disponível em:

<<http://www.portaldehospedagem.com.br/artigo.asp?id=5>.>

Acesso em 12 fev. 2008.

REVISTA ÉPOCA - Edição 512. Data: 10 mar. 2008.

REVISTA DOS VEGETARIANOS – Edições 2 – 16

SABO, L. **Um lugar de gastronomia cosmopolita**. Correio Braziliense, Brasília, p. 5, 3 de dezembro de 2005.

SCHLÜTER, Regina. **Gastronomia e Turismo**. São Paulo: Aleph, 2003.

SÍTIO VEG. Disponível em:

<http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_frontpage&Itemid=110.> Acesso em 14 nov. 2007.

SÍTIO VEG. **Quantos vegetarianos há no mundo?** Disponível em:

<http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_content&task=view&id=944&Itemid=104.> Acesso em 10 fev. 2008.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. Disponível em:

< <http://www.svb.org.br/vegetarianismo/>. > Acesso em 03 out. 2007.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. **Estabelecimentos amigos dos Vegetarianos**. Disponível em:

< <http://www.svb.org.br/vegetarianismo/textos-institucionais/estabelecimentos-amigos-dos-vegetar.html> >. Acesso em 13 mar. 2008.

TRIGO, Luiz. **Turismo Básico**. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2002.

VERGARA, Sylvia. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2000.

VERGARA, Sylvia. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 2007.

10 EM TUDO. **A dieta vegetariana**. Disponível em:

http://www.10emtudo.com.br/imprimir_artigo.asp?CodigoArtigo=56&tipo=artigo.

Acesso em 01 abr. 2008.

8. APÊNDICES

8.1. Instrumento de Coleta de Dados

QUESTIONÁRIO



Aluna: Rayza Alves Campos

QUESTIONÁRIO PARA PESQUISA DO CURSO DE CONSULTORIA EM TURISMO

(PROJETO DE FINAL DE CURSO)

1. Nome:
2. Sexo: F () M ()
3. Estado Civil: Casado () Solteiro ()
4. Faixa Etária: 15 a 30 () 30 a 45 () 45 a 60 () acima de 60 ()
5. Grau de Escolaridade: 1º grau () 2º grau completo () 2º grau incompleto ()
3º grau incompleto () 3º grau completo ()
6. Onde mora?
7. Você sabe o que é vegetarianismo? Sim () Não ()
8. Você é vegetariano? Sim () Não ()
9. Há quanto tempo?
10. Que tipo? Vegan (puro) () Lactovegetariano ()
Ovolactovegetariano ()
11. Conhece algum restaurante ou loja em Brasília que oferece esse tipo de
alimentação vegana? Quais?
12. O que acha que está faltando na cidade para esse público?
13. Você comeria em um restaurante vegetariano puro?
14. Com que frequência?

Obrigada por sua participação na pesquisa!

9. ANEXOS

9.1. Pirâmide Vegetariana



9.2. Panfleto do VI Encontro Vegetariano de BSB

**VI ENCONTRO
VEGETARIANO DE BRASÍLIA**

16th fev
11hs
NO DELAY !!!

Copyright © Pedro França
All rights reserved



**AO LADO DO NICOLÂNDIA, PARQUE DA CIDADE.
LEVEM COMIDAS VEGETAS GOSTOSAS, AMIGOS NOVOS E UM PAPO LEGAL.**

9.3. Turismo Consciente

TURISMO
consciente

Convidamos você a uma Viagem à Amazônia Gastronômica
Sabores e Temperos

Dias 20,21,22 e 23 de março de 2008 – Semana Santa em Belém e Ilha de Marajó.

Não perca a oportunidade de fazer uma confortável viagem degustando os sabores regionais do Pará. Um passeio pelos encantos da culinária local em um cenário paradisíaco. Descobrirá os segredos da mágica cozinha paraense, seus temperos e preparos.
Prepare-se para muitas surpresas!

Valor da viagem – R\$ 2.200,00
Incluso todas as refeições, hospedagem em hotéis, passeios e transporte local.
Maiores informações: contato@turismoconsciente.com.br / 11 3813-7593
www.turismoconsciente.com.br

