

AS PRINCIPAIS CARACTERÍSTICAS DO VEGANISMO SOB O OLHAR DA GASTRONOMIA

Katty Caroline dos Santos¹; Vanessa Ferreira Prates¹; Alessandro Costa Soares Corazza^{2*}

¹ Graduanda em Tecnologia em Gastronomia, Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS; ² Médico Veterinário; Gastrólogo; esp. em Cozinha Italiana; membro da Federazione Italiana Cuochi – FIC Brasile; docente das Faculdades Integradas de Três Lagoas – FITL/AEMS

* autor correspondente: dr.alessandro74@gmail.com

RESUMO

O veganismo é um estilo de vida que objetiva excluir qualquer tipo de crueldade e exploração animal para fins alimentares, de vestuário ou outro propósito. Diminuir o consumo de carne é uma solução para reduzir muitos problemas ambientais. A oferta de produtos compatíveis ainda é limitado e exige um novo olhar da área. Através deste viés ético surge a culinária vegana, que por meio da não utilização de carne e exploração animal, busca seus principais objetivos aproveitando-se de tudo que a natureza já oferece, como frutas, verduras e legumes, trabalhando o sabor da naturalidade e sustentabilidade na praticidade do dia a dia. Perante as características comportamentais da sociedade contemporânea e reconhecendo os interesses dos consumidores veganos e vegetarianos, surge um vasto mercado para profissionais gastrônomos. Diante o pressuposto o principal objetivo deste artigo foi abordar as principais características do veganismo sob olhar da gastronomia e sua perspectiva de mercado para os gastrólogos. O presente artigo trata-se de uma revisão de literatura baseada em artigos científicos publicados nas bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO), Google Academics, revistas *on line* e sites relevantes, como o da Sociedade Vegetaria Brasileira (BVS). A alimentação é um ato próprio de todos os seres vivos compartilhado por todas as culturas e fundamental na manutenção da vida, embora o surgimento do veganismo seja considerado atual ele tem ganhado inúmeros adeptos, indicando um caminho em evolução e um mercado promissor.

PALAVRAS-CHAVE: veganismo; dieta vegetariana; estilo de vida; gastronomia vegana.

1 INTRODUÇÃO

Vegetarianos são indivíduos que não consomem nada que implique no sacrifício de animais, não consumindo carne ou qualquer um de seus derivados, embora consumam outros produtos de origem animal, tais como, laticínios e ovos. Já os intitulados veganos não consomem quaisquer tipos de produtos cuja origem seja proveniente de um animal. Seja por questões de saúde, ambientais, ou contra a exploração dos animais, quem segue esse estilo de vida tem como prioridade a defesa à vida.

A culinária vegana surge como um princípio ético, e através da não utilização de carne busca realizar seus objetivos aproveitando-se de tudo que a natureza

já oferece, como frutas, verduras e leguminosas, trabalhando o sabor da naturalidade na praticidade do dia a dia.


É comum a associação imediata do veganismo ao vegetarianismo, já que ambos renunciam a carne como consumo, mas as principais diferenças consistem entre 4 principais grupos, os que não consomem carne, os que não consomem ovos e derivados, não consomem laticínio e por último os mais restritos que são os veganos conforme a Figura 1.

Com base em fatores comportamentais, características da vida moderna e reconhecendo os interesses dos consumidores vegetarianos e veganos, o mercado tende ao crescimento nos próximos anos. Diante disso, a produção e oferta de produtos vegetarianos configura-se

um ótimo mercado para profissionais gastronômicos.

Figura 1. Grupos vegetarianos

DIFERENÇAS ENTRE OS GRUPOS DE VEGETARIANOS	OVOLACTOVEGETARIANOS	LACTOVEGETARIANOS	VEGETARIANOS ESTRITOS	VEGANOS
NÃO CONSOMEM CARNE NEM PEIXE, FRANGO, CRUSTÁCEOS ETC.	●	●	●	●
NÃO CONSOMEM OVOS NEM PRODUTOS COM OVOS E DERIVADOS.		●	●	●
NÃO CONSOMEM LATICÍNIOS LEITE, QUEIJOS, IOGURTES ETC.			●	●
NÃO CONSOMEM NADA DE ORIGEM ANIMAL NA ALIMENTAÇÃO			●	●
NÃO CONSOMEM NADA DE ORIGEM ANIMAL ALIMENTAÇÃO, VESTUÁRIO, BELEZA, ENTRETENIMENTO, ETC.				●

WWW.VISTA-SE.COM.BR 

Fonte: Extraído de www.vista-se.com.br.

Apesar dos ovolactovegetarianos corresponderem a grande maioria (SLYWITCH, 2006), o veganismo é o que mais se aprofunda quanto ao efeito de luta pela causa, já que seu maior propósito é não consumir nenhum produto de origem animal.

De acordo com Slywitch (2006), os veganos também são chamados de vegetarianos “verdadeiros” ou “puros”. Embora essa classificação não tenha a intenção pejorativa a outros grupos, apenas descrevê-las como grupo de maior restrição. Em linguagens nutricionais estritos e veganos não teriam qualquer diferença.

Segundo o Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (IBOPE), inteligência, como é descrito atualmente, através de uma pesquisa em 2018, relatou uma porcentagem de brasileiros adeptos ao vegetarianismo em 2017 que correspondia a 14% da população, representando 30 bilhões de brasileiros seguindo essa dieta que se estabelece pelo não consumo de carne.

Com a crescente demanda de

pessoas adeptas ao consumo de produtos naturais, segue a missão da gastronomia, a diligência em trazer a mesa do consumidor reinterpretada ao modo vegano, esses produtos para uma linguagem simples, com produtos acessíveis e a satisfação de vida.

Diante o novo cenário digital e a evolução da gastronomia, o *food service* e a gastronomia sustentável, são setores da alimentação que mais crescem. Onde restaurantes e estabelecimentos que oferecem uma alimentação saudável, atraem cada dia mais os apreciadores de produtos artesanais, orgânicos, gourmet, admiradores da alta gastronomia, vegetarianos, veganos e pessoas com consciência ecológica. Oportunizando assim, o crescimento do setor gastronômico. Por isso, o principal objetivo deste artigo foi abordar as principais características do veganismo na gastronomia e a consequente análise de mercado para gastrólogos.

O objetivo deste trabalho é descrever as principais características do

veganismo sob olhar da gastronomia e sua perspectiva de mercado para os gastrólogos.

O presente artigo trata-se de uma revisão de literatura baseada em artigos científicos publicados nas bases de dados Scientific Electronic Library Online (SciELO), Google Acadêmics, revistas *on line* e sites relevantes, como o da Sociedade Vegetaria Brasileira (BVS). Foram analisados artigos publicados no período de 2000 a 2020, utilizando as palavras chaves: gastronomia vegana, dieta vegetariana, veganismo e estilo de vida. Com o total de 68 artigos encontrados e desses, 6 foram específicos para escrita. Além dos artigos, 3 livros e uma dissertação, serviram como base para melhor entendimento.

2 GASTRONOMIA VEGANA

2.1 Princípios

Segundo Franzoni (2016), a alimentação é delineada como fenômenos socioculturais construídos ao longo do tempo e espaço.

É um processo essencial da existência humana. Delineado principalmente como uma necessidade biológica indispensável para a vida humana, acaba por ser uma questão de importância cultural e social fundamental. Na verdade, ela é fortemente influenciada pela cultura e pela sociedade de referência, e constitui-se como um meio de comunicação, de identidade e de pertença (Franzoni, 2016, p. 14).

O homem se estabeleceu historicamente como caçador, depredador e sua evolução está em seu domínio sobre toda e qualquer natureza, tornando-se o topo da cadeia alimentar, e as narrativas que pregam sua origem valorizam esse aspecto da domesticação do animal e da carne como símbolo de fartura e riqueza (CELKA, 2016). De fato, alguns pensadores questionavam esse aspecto, como o filósofo grego Platão que abominava a

matança animal, assim como próprio consumo de sua carne. É de senso comum que tenha sido o primeiro ato de veganismo na história. Contudo, também preencheu cenários religiosos como no budismo, por Sidarta Gautama, que também se isentava de qualquer produto de origem animal.

O termo “vegan” teve sua origem em 1944, por adeptos e fundadores da Sociedade Vegana Donald Watson e Elsie Shrigley. Desde então, o objetivo do veganismo é ampliar suas idealizações de modo a corroborar para um melhor relacionamento entre o homem e o animal, a sociedade e o meio ambiente, que se caracteriza como um estilo de vida saudável a todos (CELKA, 2016).

De acordo com Slywitch (2006), três princípios regem o veganismo, (1) ética (o direito do animal a vida); (2) saúde (os benefícios obtidos pelo não consumo da carne) e (3) meio ambiente (a criação industrializada dos animais gera impacto ambiental).

Para o veganismo, esta é a era do sensocentrismo. Onde se acredita no valor do animal não-humano, sustentada na ética e moralidade a estes seres que também passam por diversas experiências sencientes. E seus direitos devem ser invioláveis (DIAS ABAD, 2019; SANTOS; FONSECA, 2012).

2.2 Benefícios

A culinária vegana vai além do não consumo da carne. Dentro desse vasto mundo, os ganhos que se tem vão além de sua terminologia, principalmente no enriquecimento de uma vida mais saudável.

Slywitch (2006), seguindo com base nas pesquisas da Associação Dietética Norte-Americana e a Associação de Nutricionistas do Canadá, publicado em 2003, confirmou os seguintes benefícios, (i) redução de mortes por infarto. 31% em homens e 20% em mulheres compara aos onívoros; (ii) níveis sanguíneos de colesterol em 35% mais baixos nos

grupos de alimentação vegana; (iii) menor pressão arterial. Segundo os dados é de 5 a 10 mmHg, nas dietas vegetarianas; (iv) menor chance de adoecer de Diverticulite, uma doença que atinge principalmente o intestino grosso. Cerca de 50% de redução; (v) menor risco de sofrer com diabetes. Estudo indica uma chance de 50% menor nos vegetarianos; (vi) menor probabilidade de obter pedras na vesícula e (vii) redução dos índices de obesidade.

Mesmo não defendendo a dieta vegana ou vegetariana, conforme descrevem os autores, Greger e Stone (2018), através de dados científicos comprovam em sua obra que quanto mais alimentos vegetais integrais se come, mas nutritiva se torna a alimentação e são responsáveis por prevenir inúmeras doenças.

2.3 Perspectivas

Os modos de consumo são inerentes aos modos de como se vive e isso muda com o tempo e diante dessas mudanças que o suporte se faz necessário (DIAS; GUARESCHI; HENNIGEN, 2019). O Veganismo gastronômico quando difundido apoiou essas transformações à medida que acompanhou esses movimentos sociais que se distinguem dos demais por expor os absurdos do especismo (SANTOS; FONSECA, 2012). Tais ações é que possibilita a culinária ir além da cozinha, ela se faz presente no meio da sociedade, é a voz da cultura, é a identidade do seu povo. Tais valores, crenças e significados são necessários para se entender o consumo (FONSECA et al., 2011).

Segundo Lopes e Gimenes-Minasse (2019), a culinária vegana ainda sofre com alguns desafios da compatibilidade, como a substituição de produtos de origem animal para opções mais saudáveis. Isso requer, segundo a visão de alguns gastrólogos, um processo desafiador de novas posturas e aprendizados. Ainda sob um olhar criterioso, avaliam este sistema de três formas. A primeira conceitua o veganismo como uma

subcultura. A segunda percebe a relevância do veganismo no mercado. A terceira e última, reconhecem a importância dos itens veganos nos cardápios, desde que não sejam objetos principais, ou seja, permanece em muitos âmbitos da gastronomia uma visão limitante que se volta unicamente para o consumo.

Um olhar otimista sobre a inclusão do veganismo na economia, conforme dados da pesquisa IBOPE (2018), é que a tendência deste tipo de mercado é expandir-se cada vez mais e há muitas apostas nesse setor. Um deles é o de proteínas vegetais que vem a substituir ovos, o leite e a carne. Outros dados apontam um ponto de partida para maior oportunidade de negócios, com grandes nomes apoiando a causa, como Sergey Brin (do Google), Richard Branson (da Virgin) e Bill Gates. No entanto, ainda prevalece o déficit de acessibilidade aos produtos. A referida entrevista declara que 55% dos entrevistados consumiriam ainda mais se tais produtos tivessem melhores indicações nas embalagens e 60% afirmam a necessidade de um menor preço comparado aos de fácil acesso.

A pesquisa reflete que a procura por produtos veganos é progressiva, o mercado tende a moldar-se, todavia esse grupo ainda é considerado distante a mesa dos brasileiros.

Para que esse cenário exclusivista mude, muitas organizações foram criadas, entre elas a Sociedade Vegana Brasileira (SVB), fundada em 2003, com os propósitos de difundir uma alimentação sustentável e ética. Sem fins lucrativos, a organização se mantém através de campanhas, eventos, convênios, pesquisas, ativismo, entre outras formas de promoção. Também é lançada a partir dessas medidas, alguns outros programas, como A Campanha Segunda Sem Carne (SSC) e Programa Opção Vegana.

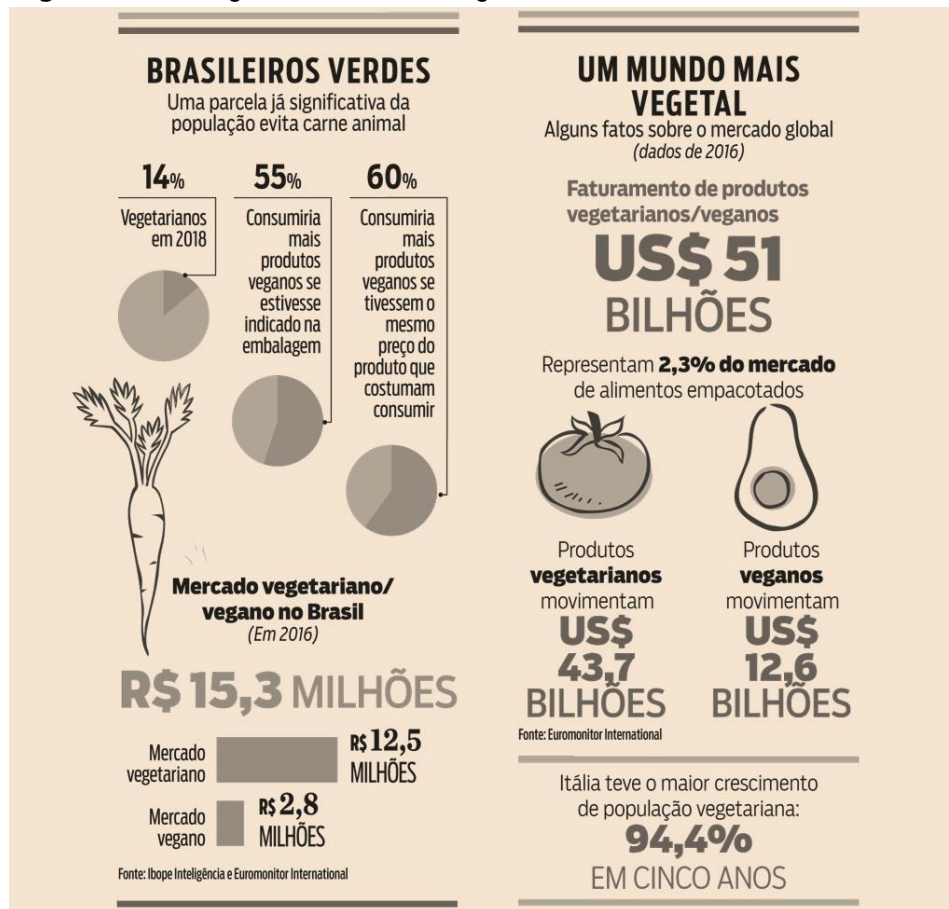
Segundo a SBV (2020), o Programa Opção Vegana já conta com mais de 1,4 mil estabelecimentos comerciais, em diversos locais do Brasil contam com este

programa. Em parceria com a Humane Society International (HSI), promove assessoria grátis a restaurantes na inclusão de alimentos veganos em seus cardápios. Já a campanha Segunda Sem Carne (SSC) conta com mais de 100 municípios e é considerada a maior do mundo. Foi lançada no Brasil em 2009, e conta com mais de 40 países adeptos. Um dos objetivos é a Alimentação

Escolar Vegetariana, com a implementação de alimentos 100% naturais de origem não animal. Além destes, parceiras como aplicativos facilitam a localização destes estabelecimentos.

É certo afirmar que a gastronomia tem todos os motivos para ser o futuro da culinária. Além dos benefícios sustentáveis e éticos, gera um novo tipo de economia, conforme exemplifica a Figura 2.

Figura 2. Análise geral do mercado Vegano



Fonte: Extraído da Revista Isto É

Valim (2019) ressalta que as mudanças de hábitos alimentares têm impulsionado o que afirma como “revolução vegana” e aponta um argumento usado por Alison Angus, chefe de pesquisa de *lifestyle* na *Euromonitor International*. Ele afirma que a nova geração, os “baby boomers” são os precursores deste estilo que exige melhor conhecimento do que se alimentam e focam nas empresas com mais clareza em seus serviços. Algumas

empresas McDonald’s, Burger King, BRF, Nestlé, JBS, Tyson Foods e Danone, gigantes da economia já entenderam esse novo cenário. Quem tem acompanhado esses sistemas são as organizações econômicas globais. Um exemplo acontece no Fórum Mundial de Davos, que através de estudo da Universidade de Oxford abordam o não consumo da carne por questões de saúde e meio ambiente.

Outro grande avanço da

gastronomia contemporânea vegana se estende as escolas públicas e hospitais. Em 2018, a Associação Médica Americana realizou um congresso em que abordava a alimentação vegana nos centros de saúde. Em Los Angeles já ocorre esses processos nas escolas públicas desde 2018. A grande decisão importante se dá pela Comissão Europeia que pretende formalizar este tipo de alimento. O objetivo consiste em tornar padrão para melhor entendimento de empresas e consumidores (VALIM, 2019).

3 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A alimentação é um ato próprio de todos os seres vivos e compartilhado por todas as culturas, fundamental na manutenção da vida e equilíbrio da cadeia alimentar no reino animal.

Embora o surgimento do veganismo tenha surgido há algumas décadas, é possível perceber que ainda há um longo caminho pela frente. Seja por seus diferentes grupos, contexto histórico ou econômico, o que não falta são pilares de oposição. Se por um lado, na sociedade segue crescendo os números de adeptos, por outro o mercado ainda tenta adaptar-se. Diante o pressuposto, recomenda-se novos estudos acerca do tema, pois a bibliografia ainda é muito restrita, atual e em consolidação.

É comum ver uma culinária intrinsecamente voltada para o consumo, sem precisamente preocupar-se a atender as diretrizes éticas, ambientais, muitas vezes tidas como subcultura exclusivista ou alienada. O fato que há muitas especulações e poucos estudos voltados para a introdução desse elemento vegano de forma científica, com produtos acessíveis, com divulgação positivistas em mídia, mercados com maiores informações e aplicada nos setores da gastronomia na prática, não apenas como elementos de acompanhamento.

Optar pelo veganismo, pela sustentabilidade, pelos direitos dos animais ou

até mesmo por uma nutrição saudável expõe também o viés capitalista, pois oportuniza novos mercados.

O campo de atuação para gastrólogos é promissor. Se antes a culinária já ganhava destaque no cenário mundial, agora, com os novos conceitos sustentáveis e o mercado cada vez mais explorando esse tipo de alimento vegano como uma opção de estilo de vida e economia, tende a protagonizar o profissional dessa área à medida que a cultura (gastronomia é uma interpretação cultural) vegana se consolida.

Em suma, o número de pessoas que exclui alimentos de origem animal de seu cardápio reflete tendências mundiais consolidadas na busca de uma alimentação saudável, sustentável e ética, afinal acredita-se que o futuro é vegano.

REFERÊNCIAS

CELKA, M. Carne, consumo ou abolição: incompatibilidades nas relações com a carne. In: PRADO, SD., et al. orgs. Estudos socioculturais em alimentação e saúde: saberes em rede. [online]. Rio de Janeiro: EDUERJ, 2016. Sabor metrópole series, vol. 5, pp. 183-195. Disponível em: <<http://books.scielo.org/id/37nz2/epub/prado-9788575114568.epu>>. Acesso em: 20 de jun. de 2020.

DIAZ ABAD, C. A. Do antropocentrismo ao sensocentrismo: uma evolução ética necessária. UH, Havana, n. 287, pág. 363-381, junho 2019. Disponível em: <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S025392762019000100363&lng=es&nrm=iso>. Acesso em: 22 de ago. de 2020.

DIAS, D. D.; GUARESCHI, P. A.; HENNINGEN, I. Modos de consumir como expressões de modos de viver. Fractal, Rev. Psicol. Rio de Janeiro, v. 31, n. 2, p. 143-149. 2019. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1984-02922019000200143&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 22 de ago. de 2020.

FONSECA, A.B. et al. Modernidade alimentar e consumo de alimentos: contribuições sócio-antropológicas para a pesquisa em nutrição. *Ciênc. saúde coletiva*, Rio de Janeiro, v. 16, n. 9, p. 3853-3862, Sept. 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232011001000021&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 22 de jun. de 2020.

FRANZONI, E. A gastronomia como elemento cultural, símbolo de identidade e meio de integração. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Universidade Nova de Lisboa. Lisboa, p. 74, 2016.

GREGER, M.; STONE, G. Comer para não morrer: conheça o poder dos alimentos capazes de prevenir e até reverter doenças. [S. L.]: Intrínseca, 2018. 496 p. Tradução de: Bruno Casotti.

IBOPE. Pesquisa de opinião pública sobre vegetarianismo. 2018. Disponível em: < <https://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana/> >. Acesso em: 20 de jun. de 2020.

LOPES, M.; GIMENES-MINASSE, M. H. Menus onívoros com opções veganas.

Revista Ingesta, v. 1, n. 2, p. 270, 1 dez. 2019.

SANTOS, A.; FONSECA, R. P. Realidades e imagens do especismo: impactos da indústria (agro)pecuária e representações publicitárias de animais não-humanos sencientes. *Sociologia*, Porto, v. 23, p. 205-222, jun. 2012. Disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S087234192012000100011&lng=pt&nrm=iso>. Acesso em: 22 ago. de 2020.

SLYWITCH, E. Alimentação sem carne: guia prático: o primeiro livro brasileiro que ensina como montar sua dieta vegetariana. São Paulo: Alaúde, 114 p., 2006.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. SVB anuncia ferramenta online que indica restaurantes com opção vegana no cardápio. 10 abril de 2020. Disponível em: <<http://www.svb.org.br/vegetarianismo/>>. Acesso em: 20 de jun. de 2020.

VALIM, C.E. Sem carne, com lucro. Mudança nos hábitos alimentares impulsiona uma revolução vegana que já movimenta US\$ 50 bilhões ao ano e transforma a indústria mundial. *Revista IstoÉ*, 2019. Disponível em: <<https://www.istoedinheiro.com.br/sem-carne-com-lucro/>>. Acesso em: 03 de ago. de 2020.