

Estudo de hábitos alimentares: um olhar sobre o público frequentador de um restaurante vegetariano em Dourados/MS.

Study of eating habits: a look at the audience of a vegetarian restaurant in Dourados / MS.

Claudia Renata Faleiro¹, Camila de Brito Quadros Lara²

¹ 1Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD. Bacharel em Turismo. Graduanda em História.

claudiarenatafaleiro@gmail.com

² 2Universidade Federal da Grande Dourados – UFGD. Bacharel em Turismo. Mestre e Doutoranda em História.

camilaq21@hotmail.com

Resumo. O vegetarianismo é inerente aos seres humanos desde os mais remotos tempos, quando o ser humano já usufruía de uma dieta basicamente de vegetais, frutas e raízes, como já comprovado por estudos de fósseis dos primeiros hominídeos. Na sociedade moderna, a globalização e a vida frenética que a sociedade vem impondo aos indivíduos, a busca por uma vida mais saudável se tornou uma necessidade, e o vegetarianismo ressurgiu como uma “nova” opção para quem quer mudar seus hábitos alimentares. Neste contexto, identificou-se o interesse em ampliar a pesquisa científica nesta área, tendo em vista na cidade de Dourados-MS a existência de apenas um restaurante do tipo vegetariano, buscar entender o perfil do público que o frequenta, amplitude de seguidores desta dieta, e quais as prerrogativas que podem influenciar os consumidores deste tipo de hábito alimentar quando ao frequentar um restaurante.

Palavras-chave: gastronomia, vegetarianismo, hábitos alimentares, antropologia.

Abstract. Vegetarianism is inherent in human beings since ancient times, when the human has enjoyed a diet mainly of vegetables, fruits and roots, as proven by studies of fossils of early hominids. In modern society, globalization and the frenetic life that society has imposed on individuals, the quest for a healthier life has become a necessity, and vegetarianism reappears as a “new” option for those who want to change their eating habits. In this context, we identified the interest in expanding the scientific research in this area, given the city of Dourados - MS the existence of only one type of vegetarian restaurant, seek to understand the profile of the public who attends, amplitude of vegetarians and what are the rights which could influence consumers of this type of eating habit when attending to a restaurant.

Keywords: food, vegetarianism, eating habits, anthropology.

1. Introdução

Os seres humanos têm necessidades diversas as quais correspondem aos aspectos relacionados a fisiologia, até questões inerentes às práticas como segurança, relações sociais, questões de autoestima e de realização pessoal. Dentre as necessidades fisiológicas, a de alimentação é fundamental para a sobrevivência e necessita ser saciada permanentemente.

Desde o surgimento da espécie humana no planeta, a alimentação esteve relacionada às condições e aos hábitos que se construíram tendo como base o consumo alimentar que incluía, quase exclusivamente, insumos do reino vegetal. Os primeiros humanos se alimentavam de frutas, raízes e plantas, tinham vida nômade, sempre buscando alimentos em outros locais. O homem é um ser vegetariano por natureza, sua fisiologia era adequada a uma alimentação natural, constituída por frutas, folhas e grãos que fornecia ao homem pré-histórico a composição calórica necessária à sobrevivência. Isso pode ser comprovado historicamente “pelas dimensões relativamente pequenas dos territórios explorados e pelo desgaste característico dos dentes dos fósseis humanoides” (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 26).

Para compreendermos o comportamento alimentar é necessário levar em consideração o ambiente e a cultura em que um povo está inserido, seus hábitos alimentares são influenciados diretamente por estes dois fatores conforme o grupo social com que estes indivíduos convivem socioculturalmente. Nesse sentido, ambiente e cultura podem ter alterado o comportamento alimentar da espécie humana e inserido o consumo de origem animal. Apontando para esse cenário, Flandrin; Montanari (1998) nos contam que, na África Oriental, há aproximadamente quatro ou cinco milhões de anos atrás, ocorreu uma drástica alteração climática, o que provocou um reordenamento territorial com a diminuição das florestas e o surgimento das savanas e, conseqüentemente, uma diminuição da oferta alimentar vegetal. Nesse sentido, nossos ancestrais tiveram que se adaptar ao consumo de carne proveniente da organização das caçadas. Por outro lado, tal fato teria implicado na evolução da espécie caracterizada pelo “desenvolvimento da comunicação, das faculdades intelectuais, da divisão por sexo das atividades em grupo, da cooperação entre os indivíduos e entre sexos” (FLANDRIN; MONTANARI, 1998, p. 39).

Outro fator fundamental para explicar hábitos alimentares humanos está na descoberta do fogo, que tornou possível o consumo de mais tipos de alimentos, que antes eram tóxicos e após o cozimento passam a ser comestíveis, permitindo uma maior variedade e aporte nutricional. Em virtude disso o homem começa a realizar as refeições em grupo, produzir utensílios para preparação dos alimentos, além do armazenamento e conservação destes, sendo essas ações realizadas em conjunto com a feitura da cerâmica, revelando aspectos culturais importantes nesse contexto. Além disso, a “técnica do cozimento relacionou-se com a domesticação dos cereais e, possivelmente com a fabricação da cerâmica. O domínio do fogo há cerca de meio milhão de anos, gerou um hábito nutricional diferenciado” (CARNEIRO, 2003, p. 46).

Os hábitos alimentares são construídos de acordo com suas necessidades de nutrientes, combinando os alimentos de que melhor dispõe o ambiente, criando dessa forma uma relação habitual e cultural com os mesmos. Ao introduzir o alimento na boca, o indivíduo aciona processos fisiológicos, psicológicos, ecológicos, econômicos e culturais; todos estreitamente vinculados, os quais constituem os condicionantes do comportamento alimentar (GRACIA, 1996, s.p).

A alimentação vai sendo influenciada pelas práticas cotidianas do ambiente em que o sujeito vive, como a arte de conversar, de ler, de cozinhar, sendo muito diversificada e em muitos casos imposta do mais forte em relação ao mais fraco, como descreve Certeau (1998, p. 86) “Não se dá por acaso que toda a sua cultura se elabora nos termos de relações conflituais ou competitivas entre os mais fortes e mais fracos, sem que nenhum espaço, nem legendário ou ritual, possa instalar-se na certeza da neutralidade”.

As sociedades consideradas mais fracas, ao serem dominadas usam táticas de adaptação ao ser imposta uma nova cultura e hábitos, não os negando, mas adaptando-os conforme seus interesses. Certeau (1998) relata um exemplo dessa imposição ao descrever a colonização e dominação espanhola em relação às etnias indígenas:

[...] o espetacular sucesso da colonização espanhola no seio das etnias indígenas foi alterado pelo uso que delas se fazia: mesmo subjugados, ou até consentindo, muitas vezes esses indígenas usavam as leis, as práticas ou as representações que lhes eram impostas pela força ou pela sedução, para outros fins que os dos conquistadores. Faziam com elas outras coisas: subvertiam-nas a partir de dentro – não rejeitando-as ou transformando-as [...]. Modificavam-no sem deixá-lo. Permaneciam outros no interior do sistema que assimilavam e que os assimilava exteriormente. Modificavam-no sem deixá-lo. Procedimentos de consumo conservavam a sua diferença no próprio espaço organizado pelo ocupante (CERTEAU, 1998, p. 94-95).

Podemos perceber essa imposição alimentar durante a colonização do Brasil e o tráfico dos escravos, que foram obrigados a se adaptar às rações oferecidas pelos seus captores, como relata Cascudo (1983, p. 225), "A alimentação habitual dos escravos na Capital consiste em farinha de mandioca, feijão, arroz toucinho e bananas; no interior do país, mormente nas casas mais pobres, as vezes têm que se contentar durante meses com laranja e farinha".

Essa influência é bem destacada nos hábitos alimentares dos povos, nas mais diversas sociedades em todo planeta, onde é possível observar a inserção de alimentos originários de outros estados, países e continentes, alterando culturas e modificando comportamentos até os dias atuais, principalmente influenciados pela globalização, de forma que o sistema social impõe, mesmo que seja de forma imperceptível, o que comer, onde comer, como comer, com quem comer e quanto comer, excluindo o livre arbítrio até mesmo na escolha dos alimentos ingeridos.

Outro aspecto importante para se compreender a cultura alimentar está nas práticas religiosas. As mais diversas religiões, segundo Carneiro (2003), determinam regras alimentares em busca da purificação do corpo e da alma, como por exemplo, a utilização da privação alimentar (o jejum), objetivando uma possível conexão com o sagrado através da alteração da consciência. Ou seja, tais regras podem ter caráter ora contrário ao hedonismo, visto que evitam o prazer que o alimento proporciona; ora pragmático, quando se evita o consumo de determinados alimentos que detém alguma característica em específico. Contribuindo para contextualizar tais assertivas, podemos dizer que "as regras budistas eliminam até mesmo a cebola, a cebolinha e o alho, por considerarem que essas plantas inflamam as paixões" (CARNEIRO, 2003, p. 119).

A alimentação tem papel importante nas mais diversas religiões, influenciando os modos de agir, sentir, pensar, fazer e determinando regras e comportamentos em sociedade. Ao longo dos tempos tem se verificado em muitas sociedades a opção por uma alimentação sem carne: desde 3000 anos a.C., os egípcios já adotavam uma dieta sem carne, pois acreditavam que uma alimentação a base de plantas seria o melhor caminho para a reencarnação (FLANDRIN e MONTANARI, 1998, p.69).

Nessa direção, Carneiro (2003) destaca que: "Os hábitos e tradições alimentares constituem uma herança cultural que é recebida junto com o leite materno e que permanecerá tanto no nível consciente das prerrogativas religiosas ou dietéticas como no nível inconsciente das mentalidades e dos gostos coletivos" (CARNEIRO, 2003, p. 122). Contribuindo na mesma direção De Souza Franco; Amaral Rego (2005) afirmam que "Os hábitos alimentares são determinados predominantemente pela cultura estabelecida que é aprendida e transmitida de geração para geração, influenciando os futuros membros de uma sociedade" (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 472)

O consumo de uma alimentação rica em nutrientes é o que o homem necessita para sobreviver, realizar atividades, permanecer saudável e adotar hábitos alimentares a base de frutas e vegetais diversificados é capaz de suprir tais necessidades. O tipo de alimentação, a escolha e combinação dos alimentos ingeridos, as religiões, o clima, o ambiente em que este indivíduo está inserido, tudo é influenciado de forma social e cultural, sendo dessa forma, necessária a ampliação das pesquisas no âmbito das políticas alimentares e econômicas que regem a sociedade atual.

2. Vegetarianismo: origens e opções

A maior parte do consumo alimentar humano vem do reino vegetal, sendo eles os cereais, como trigo, arroz, milho, aveia; os tubérculos como a batata e mandioca; as gramíneas e a cana-de-açúcar, frutas, leguminosas, verduras e folhagens.

O vegetarianismo é uma dieta baseada no consumo de alimentos saudáveis, de acordo com o Guia Alimentar para a População Brasileira elaborado pelo Ministério da Saúde, porém sem consumo de carne, seguida normalmente por questões de ética e proteção aos animais, preservação da natureza, saúde e/ou religiosidade. São várias as formas de vegetarianismo, sendo elas: lactovegetariano, vegetariano estrito, vegano, ovo-lactovegetariano, crudívoro, frugívoro, macrobiótico, e semi-vegetariano.

Segundo a nutricionista Josefa Marinho¹, cada grupo tem sua dieta diferenciada de acordo com o tipo de alimento consumido, sendo:

-Lacto vegetariano: É um dos tipos mais comuns que existem, não consome nenhum tipo de carne, incluindo ovos, mas consome leite e seus derivados.

-Vegetariano estrito ou puro: Não utiliza qualquer espécie de derivado animal em sua alimentação, seja ovos, leites e seus derivados.

-Vegano: Além da comida, o vegano não utiliza nada que tenha componente animal em sua vida. Além de não comer nenhum tipo de carne ou derivado, não utiliza roupas de couro, lã ou qualquer outro tipo de produto que tenha qualquer coisa a ver com o animal.

-Ovolactovegetariano: Adota uma dieta sem nenhum tipo de carne, mas consome ovos, leite e seus derivados.

-Crudivorista: Utiliza alimentos crus ou aquecidos no máximo a 42°C. É muito comum o consumo de alimentos em processo de germinação como cereais integrais, leguminosas e oleaginosas.

-Frugivorista: Consome apenas legumes, frutas, cereais e oleaginosas.

-Macrobiótico: Dieta baseada em cereais integrais. Os macrobióticos não recomendam o uso de leite, laticínios ou ovos.

-Semivegetariano: Aceita o consumo de carne, geralmente branca, no máximo em 3 refeições por semana.

Em relação as categorias de vegetarianos, Abonizio (2016) ressalta que:

De acordo com esses autores², é importante identificar os tipos de vegetarianismo, mas ressaltam que a adesão a essa categoria não é fixa. Os indivíduos deslocam-se ao longo da escala em ambas as direções, até ao abandono da categoria. Algumas escalas são mais tolerantes com as outras, enquanto outras não aceitam nada além da sua própria, no caso, a vegana (ABONIZIO, 2016, p. 120).

¹ Para consultar mais informações: Vida Vegetariana. Disponível em: <http://www.vidavegetariana.com>. Acesso em: 01/10/2018.

² Refere-se a Beardsworth e Keil (1992).

Na Índia e Grécia, seguindo os preceitos da filosofia védica³ e posteriormente a budista⁴, que valorizavam e defendiam todas as formas de vida animal, a população passou a seguir uma dieta a base de cereais e frutas, que era considerada mais equilibrada.

As civilizações greco-romanas se baseavam no consumo das vinhas, oliveiras e dos trigais. Nessa época o filósofo romano Platão e o matemático grego Pitágoras defendiam o vegetarianismo por motivos religiosos, saúde equilibrada e responsabilidade ambiental, tanto que os vegetarianos dessa época eram conhecidos como pitagóricos.

Para Juliana Abonizio, que publicou um artigo em 2016 intitulado: Conflitos à mesa: vegetarianos, consumo e identidade:

Há vários tipos de consumo que compõem o vegetarianismo e as motivações que levaram à adoção e levam à manutenção da dieta (que podem ser variáveis, sucedâneas ou concomitantes) implicam diferentes atitudes em relação à carne. As duas motivações mais frequentes são a evitação do abate e as preocupações com a própria saúde (Fox e Ward, 2008), que conduzem à atribuição de sentido diferente à carne, sendo considerada ou um alimento nocivo ou um corpo morto. Outras questões relacionadas à forma de produção industrial da carne ainda podem ser relacionadas a debates ambientais e desigualdades sociais (Beardsworth e Keil, 1992) apud Abonizio (2016, p. 119).

Com o passar do tempo o vegetarianismo espalhou-se pelos continentes, no século XVIII já existiam pequenos grupos nos Estados Unidos e a partir do século XIX foi amplamente difundido, sendo criada em 1847 a Vegetarian Society - Sociedade Vegetariana na Inglaterra e em 1850 a American Vegetarian Society - Sociedade Vegetariana Americana nos Estados Unidos.

Já no século XX, mais precisamente em 1921 o vegetarianismo ganhou força no Brasil com a menção de uma Sociedade Vegetariana Brasileira e com a prática hippy na década de 1960, através da qual a sociedade tomava uma maior consciência ambiental, ética, moral, econômica e assumiam uma alimentação mais saudável, mas apenas em 2003 há registros da fundação da Sociedade Vegetariana Brasileira - a primeira Sociedade Vegetariana do Brasil, na qual resultou no 36º Congresso Vegetariano Mundial, ocorrido em Florianópolis, em novembro de 2004.

Nesse sentido, nota-se que as pessoas estão percebendo a necessidade de uma readequação no consumo alimentar, principalmente vinculada à rotina cotidiana e vida sedentária, surgindo nichos de mercado promissores para atender esse público. "O potencial de negócios é grande e pouco explorado, pois além dos interessados em qualidade de vida, existem nichos de produtos orgânicos e para vegetarianos, veganos, alérgicos e intolerantes", diz Lúcia Cristina de Buone, gerente de Negócios da Franca Feiras, que promove a Natural Tech, um evento de alimentação saudável para atacadistas e curiosos pela temática⁵.

Segundo pesquisa realizada pelo IBOPE (Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística), no ano de 2018, 14% da população brasileira declarou-se vegetariana, revelando um alto crescimento desse mercado consumidor nos últimos anos, sendo representado por quase 30 milhões de pessoas. Essa pesquisa foi aplicada em 142 municípios nas capitais, periferias e interiores das regiões Norte, Centro-Oeste, Nordeste, Sul e Sudeste do país. O universo amostral incluiu representantes de ambos os sexos, das classes AB, C e DE, com 16 anos ou mais. Salienta-se que nas regiões metropolitanas de São Paulo, Curitiba, Recife e Rio de Janeiro este percentual sobe para 16% (SVB, 2019).

³ Vedas: Cada um dos quatro livros sagrados dos Hindus, escritos em língua sânscrita. Fonte: <http://www.dicionariodoaurelio.com/Vedas>. Acesso em: 28/09/2018.

⁴ Budismo: Doutrina religiosa e moral fundada por Buda, que busca a elevação espiritual. Fonte: <http://www.dicionariodoaurelio.com/budismo>. Acesso em 28/09/2018.

⁵ Para saber mais sobre o assunto acesse: JORNAL ONLINE ESTADÃO. Desejo por comida saudável alimenta negócios. Disponível em: <http://economia.estadao.com.br/noticias/geral,desejo-por-comida-saudavel-alimenta-negocios,63266e>. Acesso em: 02/06/2018.

De acordo com o Mapa Veg⁶, as estatísticas relacionadas ao consumidor vegetariano no Brasil mostram um universo de mais de 30 mil cadastros, dentre os quais: 18.626 vegetarianos, 9.099 veganos e 2.475 simpatizantes. A maior incidência desse público está centrada no estado de São Paulo, seguido pelo Rio de Janeiro e Rio Grande do Sul. Vale salientar que o Mato Grosso do Sul ocupa a 14^a posição no ranking de cadastrados (MAPA VEG, 2019).

No decorrer desta pesquisa, as análises bibliográficas identificaram que a preocupação da maioria dos vegetarianos está centrada na falta de opções para seguir esse hábito alimentar, pela pouca quantidade de estabelecimentos que forneçam refeições adequadas para esse público. De Souza Franco; Amaral Rego (2005) corroboram essa argumentação, quando esclarecem que o público vegetariano “encontra grandes dificuldades para a alimentação fora de casa, essencialmente, porque as pessoas envolvidas com os serviços de alimentação não conhecem as suas motivações e não entendem as suas necessidades e os seus desejos” (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 470). Nos restaurantes tradicionais normalmente são oferecidos apenas feijão, arroz e alguns tipos de saladas de folhosos e/ou leguminosas, sendo esse tipo de dieta insuficiente para quem optou por um estilo de vida mais saudável.

Em Dourados/MS (local da pesquisa) constatou-se que existe apenas um restaurante inserido na categoria vegetariano⁷, conforme levantamento do Inventário Turístico de Dourados (INVITUR) na área de Equipamentos e Serviços Turísticos, Categoria de Gastronomia, tipo Restaurante (PREFEITURA MUNICIPAL DE DOURADOS, 2012, p. 122). Apesar da relativa quantidade de estabelecimentos do ramo de alimentação na cidade, pouco se conhece sobre esse público em específico, pela insuficiência de pesquisas nessa área, o que fez com que surgisse o interesse em efetivar esse projeto, buscando identificar o perfil do público consumidor vegetariano, seus hábitos alimentares e quais suas motivações para assumir esse tipo de alimentação. Com isso, optou-se por um recorte do público, o qual seria identificado mais adequadamente a partir da frequência a um equipamento de alimentação de categoria vegetariana.

3. Materiais e métodos da pesquisa

O instrumento metodológico escolhido foi o questionário, destacando que as questões formuladas para os frequentadores do restaurante foram embasadas na pesquisa bibliográfica, nas leituras diversas sobre o tema e na conversa inicial com o proprietário do restaurante.

A amplitude do público pesquisado foi baseada nas 400 refeições servidas semanalmente (conforme informações do proprietário), selecionando dessa forma, uma amostragem de 10% da clientela frequentadora durante a semana, gerando 40 questionários aplicados durante 6 dias consecutivos (terça a domingo), aplicando-se 6 questionários/dia, e selecionando aleatoriamente os frequentadores, de acordo com a disponibilidades dos mesmos. Os clientes eram abordados após realizarem suas refeições, no momento da abordagem inicial eram explicados as motivações e os objetivos da pesquisa e solicitado o preenchimento do questionário, não havendo negativa por parte de nenhum dos clientes abordados durante a aplicação do instrumento. No primeiro dia foi aplicado um pré-teste com 10 questionários para identificar quaisquer dúvidas ou dificuldades no preenchimento dos mesmos, e por não haver dificuldades entre os respondentes, deu-se prosseguimento à pesquisa nos dias seguintes. Ressalta-se que o questionário aplicado continha 14 questões de múltipla escolha, visando identificar o perfil do público e os hábitos alimentares dos clientes do restaurante vegetariano no qual a pesquisa foi executada.

⁶ Projeto brasileiro independente criado em julho de 2012 com o objetivo de disseminar o Veganismo. Para saber mais, acesse: <https://www.mapaveg.com.br/>. Acesso em: 09/01/2020.

⁷ De acordo com Venturi (2010, p. 102), o conceito de restaurante vegetariano está relacionado ao atendimento de um público específico, com tendências a uma alimentação natural, com base em vegetais. Já Ricetto (2013, p. 24) inclui a categoria de restaurante vegetariano como inserida em “cozinha natural/light”, englobando ainda, os equipamentos que ofertam alimentação macrobiótica e outras vertentes vistas como saudáveis no mercado.

Após o término do período da aplicação do instrumento de pesquisa, composto pelos 40 questionários, os dados foram tabulados, organizados em planilhas e convertidos em porcentagens, o que permitiu a visualização dos resultados gerais da pesquisa, assim como as informações relacionadas a cada uma das questões apresentadas ao público frequentador do restaurante durante a aplicação do instrumento na pesquisa de campo. Nesse sentido, o processo de análise e interpretação dos dados possibilitaram a identificação de um perfil do público frequentador do equipamento de alimentação vegetariana no qual se desenvolveu a pesquisa prática.

4 . Resultados e discussão

A parte prática da pesquisa foi desenvolvida em um restaurante vegetariano estabelecido em um dos bairros periféricos de Dourados/MS, localizado nas proximidades de um trevo que sinaliza a saída da cidade para o estado do Paraná. A localização do equipamento de alimentação revela-se enquanto fisicamente distante do centro econômico e comercial, além de estar ao lado oposto às universidades presentes na cidade, a qual é considerada a segunda maior do estado, destacando-se como polo educacional (contando com 2 universidades públicas e 2 privadas, e outros diversos estabelecimentos educacionais na modalidade a distância), além de ser identificada como polo de serviços no sul do estado. Desse modo, acredita-se que tais características impactam na quantidade e na variedade de estabelecimentos que ofertam produtos e serviços relacionados ao consumo de alimentos e bebidas.

O conceito⁸ do restaurante pesquisado, bem como seus proprietários (equipamento gerido por núcleo familiar) são de origem taiwanesa. O proprietário nos revelou que ele e sua família vieram para o Brasil na década de 1990 e implementaram o estabelecimento com o objetivo de divulgar o vegetarianismo em outras localidades. Ressalta-se que, após conversa inicial com o proprietário, na qual foi apresentado o projeto de pesquisa, seus objetivos, o instrumento a ser utilizado e a metodologia a ser aplicada, o mesmo concordou com a efetivação, bem como assinou o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido – TCLE. Além disso, o proprietário também assentiu com a divulgação dos dados da pesquisa, garantindo o conhecimento e a lisura do processo, além dos cuidados éticos relacionados a mesma.

Em relação aos resultados tabulados, a amostragem identificou que a maioria dos clientes são mulheres (57%), a faixa etária preponderante está entre 21 e 50 anos, a maioria dos clientes é casado (50%), com escolaridade de nível superior (48%) ou pós-graduado (47%), com residência fixa na cidade de Dourados (43%). Tais dados, juntamente com a pesquisa dos referenciais bibliográficos da área de alimentação vegetariana, nos permitiram observar que, conforme ocorre o aumento da faixa etária, também aumenta a procura por hábitos alimentares mais saudáveis, com uma preocupação maior por parte das mulheres relacionada com a saúde como identificado na Pesquisa Nacional de Saúde (IBGE, 2015) e ainda no estudo nutricional de dietas vegetarianas conduzido por Siqueira et. al. (2016), no qual afirma que “maioria se consiste em mulheres adultas e adolescentes e que o motivo por essa adesão é a grande preocupação com a qualidade de vida e conseqüentemente a saúde”. Além disso, a influência do nível de escolaridade abre um pressuposto de que, quanto maior o nível de conhecimento e cultura geral, maior a informação a respeito de que determinados hábitos alimentares trazem malefícios para a saúde, fato este que corrobora para uma constante busca por uma alimentação saudável e aumento de consumo de refeições mais equilibradas nutricionalmente. Essas constatações vão ao encontro dos resultados apresentados por Ribeiro (et. al., 2018), quando ao realizar

⁸ Conceito é a base que gera a diferenciação do negócio e uma identificação com o consumidor. Na literatura do Marketing, ele está relacionado ao posicionamento e ao diferencial do negócio. Fonte: <https://infood.com.br/a-importancia-da-criacao-do-conceito-do-seu-restaurante/>. Acesso em: 09/01/2020. No caso do estabelecimento onde a pesquisa foi aplicada, o cardápio, a decoração e a qualidade do serviço estão vinculadas à temática oriental.

um estudo sobre o perfil do consumidor de um restaurante de alimentação vegetariana em Cuiabá/MT, aponta que “a maioria dos consumidores que frequentam o restaurante possui um nível socioeconômico alto, pois buscam uma qualidade de vida melhor, se preocupam com a saúde e bem estar, e possuem um poder aquisitivo elevado e uma formação acadêmica onde tem acesso a informações para melhoria de vida” (RIBEIRO et. al., 2018, p. 7). Ou seja, “São consumidores com boa renda familiar e com bom nível de instrução, indicativos de que o seu atendimento não combina com uma oferta amadora e reativa” (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 480). Vale notar que, apesar de Dourados ser considerada uma cidade universitária, o público composto por universitários e trabalhadores dos vários equipamentos educacionais de nível superior existentes na cidade não é contemplado, visto que o restaurante vegetariano se encontra geograficamente em oposição a esses centros educacionais, o que dificulta aos estudantes e trabalhadores universitários a possibilidade de frequentar esse ambiente.

Dentre os motivos que influenciaram a irem ao restaurante, 20% (8 dos entrevistados) responderam que foram para conhecer o cardápio, 20% (8 dos entrevistados) responderam que estavam lá por convite de amigos ou familiares, e 34% (15 dos entrevistados) escolheram a opção “outro motivo” (opção aberta para resposta livre). Dentre as motivações elencadas, destacam-se: gosto pelo cardápio, dado que se repete no primeiro item escolhido (6 dos entrevistados), busca por uma alimentação saudável (3 dos entrevistados), nenhum motivo específico (3 dos entrevistados). Ainda foram listados ambiente agradável (1 dos entrevistados) e gosto pela culinária asiática (1 dos entrevistados). Esses dados nos permitiram sugerir que os motivos que levam os clientes do restaurante vegetariano a frequentá-lo são os mais variados, e não obrigatoriamente estaria vinculado à utilização de uma dieta especificamente vegetariana. Em relação a atratividade do cardápio, pôde-se notar que é formado por dezenas de pratos vegetarianos, entre saladas de folhosos e leguminosas, pratos quentes, caldos e molhos, cereais e grãos, massas assadas e fritas, além de pratos típicos orientais e sobremesas, revelando “o primado da delicadeza, as cores, as texturas, os sabores e os aromas englobados pelo reino vegetal resultam em uma gama de cores comparável ao arco-íris” compostos pela variada oferta de “frutas, verduras, legumes, grãos, temperos, ervas, raízes, sementes, cogumelos” (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 474). Já ao que concerne ao convite/convívio com amigos e familiares, De Souza Franco; Amaral Rego (2005) apresentam em sua pesquisa com frequentadores de restaurantes vegetarianos em São Paulo, alguns dados que contribuem para a discussão aqui realizada. Segundo os autores, “o critério de escolha de restaurantes quando há um vegetariano em um grupo com opções de alimentação tradicional, pode ser um indicativo da influência na decisão de compra. A maioria dos entrevistados, quando vai a restaurantes com a família ou com amigos, opta por restaurantes que estejam preparados a atendê-la”. Dessa forma, argumentam, ainda que, a maioria dos entrevistados “podem atuar como influenciadores na decisão de compra em restaurantes” (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 476).

Ao serem questionados sobre o hábito de frequentar o restaurante vegetariano em questão, notou-se que 38% (15 dos entrevistados) o frequentam semanalmente e 38% (15 dos entrevistados) frequentam eventualmente, o que sugere concluir que esses consumidores são pessoas que trabalham e/ou estudam, normalmente não dispõem de tempo de preparar suas refeições em casa, ou ainda optam por frequentar o restaurante onde a pesquisa foi aplicada por praticidade e/ou comodidade, devido a vida agitada e repleta de compromissos em uma cidade em franco crescimento, e 12% (5 dos entrevistados) estavam visitando pela primeira vez, demonstrando assim, que o público do restaurante vegetariano é formado por uma parte frequentadora rotineiramente e por outra parte que não tem o hábito de se alimentar assiduamente naquele equipamento de alimentação. A periodicidade da frequência do público consumidor aos restaurantes vegetarianos também foi investigada por De Souza Franco; Amaral Rego (2005), cujos apontamentos revelam, assim como nessa pesquisa, diversidade em relação aos dados, mas que, em sua maior parte, foi apontado como frequentador de mais de uma vez por semana. Nessa perspectiva, e vislumbrando um cenário futuro, os autores recomendam que “Resultados semelhantes em uma amostragem probabilística poderiam incentivar a oferta de pratos vegetarianos pelos restaurantes não-vegetarianos (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 476).

Quando questionados sobre o que mais agradou no equipamento de alimentação no qual estavam, foi possibilitado a escolha de mais de um dos itens elencados nas respostas objetivas, sendo identificado como elementos preponderantes: o cardápio por 85% dos entrevistados, 35% escolheram o ambiente, 22% o atendimento e 20% identificaram o preço como sendo um diferencial para frequentar o local, revelando que os atributos de qualidade vinculados ao hábito alimentar: cardápio, ambiente e atendimento do equipamento são fatores importantes para que continuem frequentando o estabelecimento, no qual o fator preço é considerado um diferencial de menor apelo na escolha por um local para fazer suas refeições. Venturi (2010) nos apresenta alguns fatores motivadores para que o consumidor frequente restaurantes, mencionando que “é um grande engano imaginar que as pessoas somente se alimentam fora de casa por razões biológicas, ou porque elas não têm alternativas”. Nesse sentido, o autor aponta que o cardápio “é o cartão de visitas do estabelecimento; de certa forma, é o primeiro contato com o cliente, e geralmente está vinculado a estabelecimentos que oferecem diária ou esporadicamente preparações específicas ou não convencionais”. Além disso, nota-se a importância da escolha de um cardápio que esteja vinculado aos hábitos alimentares específicos dos clientes, sendo esses os principais elementos condicionantes do processo de fidelização e conscientização alimentar. Já o fator ambiente é destacado “quando o estabelecimento apresenta alguma peculiaridade ou um estilo de decoração” (VENTURI, 2010, p. 21). Ricetto (2013) também contribui com tais esclarecimentos, apontando ainda, que uma boa ambientação de um restaurante é composta por uma adequada organização do espaço do salão, tendo também a decoração, o mobiliário, a iluminação e a sonorização como componentes fundamentais desse cenário. Vale salientar que a decoração do salão, bem como dos banheiros do restaurante no qual foi aplicada a pesquisa possui decoração no estilo oriental. Outro fator determinante mencionado pelos frequentadores foi o atendimento, ou seja, a qualidade do serviço prestado, a qual “é o ponto chave de um restaurante” e pode estar relacionada a um serviço ágil ou a oferta de serviços diferenciados (VENTURI, 2010, p. 24). “Em outras palavras, o atendimento de qualidade é aquele que supre, ou até mesmo supera as expectativas do cliente” (RICETTO, 2013, 56). Segundo Venturi (2010) a qualidade do atendimento também está relacionada ao fator preço, pois diz respeito “ao valor que se paga e aos benefícios obtidos com a refeição, ou seja, o cliente percebe que a qualidade das preparações e dos serviços justifica o preço pago” (VENTURI, 2010, p. 24).

Diante dessas assertivas, é relevante mencionar que quando os clientes foram questionados sobre a possibilidade de retorno ao restaurante, 100% responderam que voltariam. Isso nos permitiu concluir que, apesar da grande maioria dos clientes do restaurante vegetariano no qual a pesquisa foi aplicada não seguirem uma dieta próxima ou estritamente vegetariana, frequentam o equipamento alimentar pelos mais diversos motivos, e além disso, tiveram superadas suas expectativas em relação ao cardápio fornecido, bem como ao atendimento e a qualidade do consumo alimentar do qual estão acostumados. O que nos faz concordar com De Souza Franco; Amaral Rego (2005, p. 480), quando afirmam que “o atendimento a esses consumidores requer foco no mercado de tal forma que todos na empresa estejam preparados para um atendimento que vá ao encontro das suas expectativas”.

Ao serem indagados se sabem o que é vegetarianismo, 90% dos entrevistados responderam que tem conhecimento do significado dessa palavra/conceito, dado que vem corroborar com a informação de que quanto maior o nível de escolaridade, maior o conhecimento sobre os diversos tipos de hábitos alimentares, além da responsabilidade e da consciência alimentar, e da livre escolha por uma alimentação mais saudável. Outra possibilidade de interpretação está no fato de com o passar dos anos, o público frequentador de restaurantes (vegetarianos ou não) tem adquirido conhecimento sobre essa temática através dos diversos meios de comunicação. Na pesquisa realizada por De Souza Franco; Amaral Rego (2005) percebe-se que a realidade de mais de uma década atrás, tratava o assunto como algo desconhecido. Dessa forma, os autores afirmaram que, de acordo com os dados levantados, “Percebe-se que ainda não há total esclarecimento sobre a alimentação vegetariana, a ponto de alguns restaurantes não se sentirem à vontade para oferecer um prato vegano sob pena de serem rejeitados”. Nessa perspectiva, os autores apontam a educação como ferramenta de conhecimento sobre o vegetarianismo. “A educação, também papel dos restaurantes, como forma de ensinar a comer, aparece

novamente ensinando a perder o medo de experimentar o novo, ensinando que o saudável pode ser saboroso” (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 479)

Um dado nos chamou muito a atenção, sendo revelador nessa pesquisa: ao serem questionados sobre qual tipo de dieta seguiam, cerca de 70% (28 dos entrevistados) disseram não ser vegetarianos, somente 20% (8 dos entrevistados) responderam seguir uma dieta ovolactovegetariana e 10% (4 dos entrevistados) responderam que seguem uma dieta semivegetariana. Nesse sentido, nota-se que outras questões são relevantes ao se analisar esse contexto, sendo a cultura alimentar regional um preceito básico e imprescindível para determinar hábitos alimentares de uma região. Ocorre que a região Centro-Oeste e especificamente o estado de Mato Grosso do Sul é o 2º maior produtor de carne bovina do país e o 5º maior exportador, sendo que a receita das vendas externas totalizou US\$ 43 milhões em janeiro de 2019 (FAMASUL, 2019) e, nesse sentido, a pecuária se revela como um dos pilares econômicos do estado. Além disso, a região sul do estado (onde está localizada Dourados) é povoada por uma considerável quantidade de migrantes dos estados do Paraná, Santa Catarina e Rio Grande Sul, além de fazer fronteira geográfica com o Paraguai. Ou seja, o hábito alimentar de se preparar e consumir carne vermelha, sobretudo a bovina, tem origem em elementos sociais e culturais historicamente constituídos, sendo que esse costume já está enraizado na cultura local.

Dessa forma, nota-se que os consumidores adeptos de uma alimentação que se aproxima ao vegetarianismo, acabam consumindo também produtos derivados de animais como laticínios, ovos, além de outros tipos de carnes (carnes brancas) como peixe ou frango. Essa constatação também foi identificada na pesquisa de Silva (2008), ao investigar os consumidores “não vegetarianos frequentadores de restaurantes de culinária sem carne em São Paulo”. O intuito do autor foi avaliar os principais fatores que motivam um não vegetariano a optar por uma refeição sem carne, sobretudo a vermelha, e saber quais os critérios são mais importantes na escolha do equipamento de alimentação. De acordo com o autor, a maior parte do público pesquisado aponta que frequenta restaurante vegetariano por se preocupar em consumir uma alimentação mais saudável e há ainda os que buscam leveza nas refeições, inovação culinária, novos ingredientes, pratos diferenciados (SILVA, 2008, p. 18). Outro dado constatado pelo autor e que se assemelha com os levantados nessa pesquisa, diz respeito as motivações para a escolha do restaurante vegetariano em questão, a saber: qualidade, preço e atendimento. Tais assertivas nos levam a refletir sobre futuras pesquisas a serem realizadas no mesmo local e que contemplem mais especificamente esse público não vegetariano, porém frequentador de restaurante de categoria vegetariana.

Em relação à questão: “Há quanto tempo segue essa dieta?”, os respondentes nos mostraram um quadro heterogêneo, no qual: 10% (4 dos entrevistados) seguem essa dieta entre 2 e 5 anos, 10% (4 dos entrevistados) seguem entre 6 e 10 anos e 10% (4 dos entrevistados) há mais de 10 anos, lembrando que esse público é formado por semivegetarianos e ovolactovegetarianos. Abonizio (2016) nos apresenta um quadro interessante sobre a problemática da negação do consumo de carne por parte dos vegetarianos e como se deu o processo de transição alimentar apresentada pelo público pesquisado. Segundo a autora “As práticas vegetarianas são bem mais plurais e não se fundam apenas negativamente na evitação do consumo de determinados produtos, mas também no incentivo em consumir outros”. Dessa forma, complementa o raciocínio: “No decorrer das entrevistas, foi possível ver que a recusa da carne ocorre em graus variados de rigor, de suspensão da recusa e de sua intensificação ao longo do tempo (ABONIZIO, 2016, p. 120).

Entre os entrevistados que adotam hábitos alimentares vegetarianos, 15% responderam que o principal motivo de seguir essa dieta é a procura de uma melhora na saúde, e 13% responderam que é por amor aos animais. Esses dados são condizentes com as questões culturais anteriormente apontadas na pesquisa bibliográfica e que têm relação com os aspectos socioculturais vinculados aos hábitos alimentares, sendo saúde e crenças pessoais fatores preponderantes na escolha e determinação do consumo alimentar. Nessa direção, Fox e Ward (2008) apud Abonizio (2016) apresentaram um estudo direcionado a jovens do Reino Unido, Canadá e Estados Unidos, cujo objetivo foi identificar as motivações para a adesão ao vegetarianismo. Dentre os motivadores foram identificados: o combate a crueldade com os animais e a preocupação com a saúde pessoal. Outros motivadores

foram elencados, em menor número, a saber: repugnância em comer carne, à associação com o patriarcado, às crenças de amigos e às influências familiares (ABONIZIO, 2016, p. 121). A mesma autora ainda aponta outro estudo relacionado à temática da motivação ao vegetarianismo, realizado por Beardsworth e Keil (1992), os quais destacaram quatro fatores principais: “a questão moral, seguida pela saúde; em terceiro lugar, a questão relativa ao paladar, e, em último lugar, a ambiental (ABONIZIO, 2016, p. 130).

No questionamento sobre o que mais sentem falta no mercado produtor enquanto consumidor vegetariano, as respostas foram: 12% escolheram a opção “outros” e listaram as seguintes opções: maior variedade de restaurantes e lanchonetes vegetarianos (2 dos entrevistados), todas as opções oferecidas (1 dos entrevistados) e não listou nenhum item específico (2 dos entrevistados), 7% (3 dos entrevistados) sente falta de fast food vegetariano e 7% (3 dos entrevistados) identificou que falta variedade de pratos vegetarianos. Nesse sentido, notou-se um público em potencial, que está disposto a consumir com qualidade e de acordo com seus hábitos alimentares específicos, facultando ao mercado produtor a possibilidade de oferta de produtos e serviços vegetarianos. Ou seja, “vegetarianos também gostam de pratos preparados, e não se limitam a comer folhas ou soja e os seus derivados” (DE SOUZA FRANCO; AMARAL REGO, 2005, p. 474).

Considerações Finais

Historicamente, o ser humano vem se adaptando às mudanças e adequando seus hábitos alimentares de acordo com o que a natureza lhe oferece. O desenvolvimento das técnicas de produção e cocção dos alimentos proporcionou um tempo maior disponível o que permitiu o desenvolvimento das sociedades. As religiões influenciam de forma direta ou indireta os hábitos alimentares, permitindo o consumo de alguns alimentos e restringindo o uso de outros, implicando dessa forma no comportamento do ser humano em sociedade.

A vida agitada em um mundo mais globalizado tem feito com que muitos indivíduos voltem a buscar um tipo de alimentação mais saudável, optando em adotar hábitos alimentares vegetarianos, por motivos de saúde, de crenças pessoais ou simplesmente pode ter preferência gustativa por esse tipo de alimentação.

Essa pesquisa permitiu uma abordagem inicial sobre a temática do vegetarianismo em Dourados ao realizar uma investigação com os frequentadores de um restaurante vegetariano da cidade, selecionando como prioridade a investigação de parte de seus hábitos alimentares. Os dados revelaram-se inovadores e provocadores, tendo em vista que a primeira impressão e a hipótese inicial era de que os frequentadores de um equipamento de alimentação de categoria vegetariano seria, em sua grande maioria, consumidores estritamente vegetarianos ou próximos aos hábitos alimentares vinculados ao vegetarianismo, fato este que não ocorre neste estabelecimento. O que nos leva a conclusão de que não é possível determinar um público e seus hábitos alimentares e comportamentais, sem conhecer de forma mais detalhada os fatores que influenciam seu comportamento social e cultural.

O aumento do fluxo de informações circulando na sociedade, tem permitido que cada vez mais as pessoas busquem realizar refeições mais saudáveis, mesmo com o grande apelo de marketing no que tange a divulgação das chamadas “comidas prontas rápidas” ou fast food, e considerando que pouco a pouco tem se criado uma maior consciência da necessidade de preservação do ambiente, visando maiores investimentos na produção de alimentos mais saudáveis e com menor quantidade ou nenhum agrotóxico, para atender este público seletivo, cada vez mais exigente, e que se dispõe a pagar mais para ter acesso a esses produtos.

A oferta de refeições mais saudáveis tem tido grande influência também no que diz respeito aos indivíduos que estão em frequentes viagens, afinal quando estão fora de seu lar, querem manter o tipo de alimentação, com variedade, qualidade e segurança alimentar, como se estivessem em sua própria casa, o que vem ao encontro do franco crescimento

de estabelecimentos que disponibilizam este tipo de refeição nas mais variadas cidades e países. Mesmo que não sejam adeptos de hábitos alimentares vegetarianos, este público tem uma consciência maior em busca de uma vida mais saudável para si e para sua família.

Referências

ABONIZIO, J. Conflitos à mesa: Vegetarianos, consumo e identidade. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol. 31, núm. 90, febrero, 2016, pp. 115-137. Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais. São Paulo, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/107/10745321009.pdf>. Acesso em: 09/01/2020.

CARNEIRO, Henrique. Comida e Sociedade: uma história da alimentação. Rio de Janeiro: Campus, 2003.

CASCUDO, Luis da Câmara. História da Alimentação no Brasil. Belo Horizonte: Editora Itatiaia; São Paulo: Ed. Da Universidade de São Paulo, 1993.

CERTEAU, Michel. A invenção do cotidiano. Artes de fazer. Petrópolis, RJ: Vozes, 1998.

DESOUZAFRANCO, Érica; AMARALREGO, Raul. Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo. Turismo - Visão e Ação, vol. 7, núm. 3, septiembre-diciembre, 2005, pp. 469-482. Universidade do Vale do Itajaí. Camboriú, Brasil. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=261056112006>. Acesso em: 09/01/2020.

FAMASUL. Federação da Agricultura e Pecuária Mato Grosso do Sul. RVTV – Conectando o Agronegócio. Carne bovina produzida em MS tem recorde nas exportações. Disponível em: <https://rvtv.com.br/2019/02/19/carne-bovina-ms-exportacoes/>. Acesso em: 09/01/2020.

FLANDRIN, J.-L.; MONTANARI, M. História da Alimentação. 2.ed. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

GRACIA, M. Paradojas de la Alimentación Contemporánea. Barcelona: Icària, Institut Català d'Antropologia, 1996.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Pesquisa nacional de saúde 2013: acesso e utilização dos serviços de saúde, acidentes e violências: Brasil, grandes regiões e unidades da federação. Rio de Janeiro: IBGE, 2015.

MAPA VEG. Estatísticas. 2019. Disponível em: <https://www.mapaveg.com.br/censo/estatisticas>. Acesso em: 09/01/2020.

PREFEITURA MUNICIPAL DE DOURADOS. Inventário Turístico Dourados-MS. Departamento Municipal de Turismo. Dourados, 2012.

RIBEIRO; F. P. C.; RONDON, J. L.; SANTOS, P. P.; PRADO, B. G. Perfil de consumidores de um restaurante de alimentação vegetariana de Cuiabá/MT. III Mostra de Trabalhos do Curso de Nutrição do Univag. v. 3. 2018. ISSN 2594-6757. Disponível em: <https://www.periodicos.univag.com.br/index.php/mostranutri/issue/view/54/showToc>. Acesso em: 09/01/2020.

RICETTO, L. N. A & B de A a Z: entendendo o setor de alimentos e bebidas. Brasília: SENAC Distrito Federal, 2013.

SILVA, E. R. Público-alvo dos restaurantes vegetarianos da cidade de São Paulo: um estudo sobre os hábitos de consumos dos clientes não-vegetarianos. Monografia de Conclusão de Curso do Pós-graduação em Gestão de Negócios Gastronômicos. HOTECH – Faculdade de Tecnologia em Hotelaria, Gastronomia e Turismo em São Paulo. São Paulo, 2008. Disponível em: <http://doczz.com.br/doc/149618/p%C3%BAblico-alvo-dos-restaurantes-vegetarianos-da-cidade-de-s....> Acesso em: 09/01/2020.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. Pesquisa do Ibope aponta crescimento histórico no número de vegetarianos no Brasil. Disponível em: <https://www.svb.org.br/2469-pesquisa-do-ibope-aponta-crescimento-historico-no-numero-de-vegetarianos-no-brasil>. Acesso em: 22/10/2019.

VENTURI, J. L. Gerenciamento de bares e restaurantes. Porto Alegre: Bookman, 2010.