



Análise de hábitos de consumo dos ovolactovegetarianos em Curitiba

Carolina RODELLI
Dáphene ZANDONÁ
Luane BITTENCOURT
Maria Eduarda POSSAMAI
Mariana FERRARA

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Curitiba, PR

RESUMO

Em proposta acadêmica para estudo de um público-alvo e seu comportamento, a equipe através de análises quantitativas e qualitativas pesquisou e procurou entender o público vegetariano e seus hábitos de consumo na cidade de Curitiba. No presente artigo, serão apresentados os dados da pesquisa realizada assim como a análise dos resultados obtidos.

PALAVRAS-CHAVE: comportamento de consumo; vegetarianismo; segmentação de públicos, metodologia de pesquisa.

INTRODUÇÃO

O presente artigo é resultado de um projeto interdisciplinar do último período do Curso de Comunicação Institucional e tem como objetivo principal pesquisar o comportamento dos vegetarianos na cidade de Curitiba, buscando entender seus hábitos de consumo. O interesse pelo estudo do público vegetariano surgiu após o contato que o grupo teve com uma pesquisa realizada pelo Ibope no ano de 2012. Em comemoração ao Dia Mundial do Vegetarianismo (1 de outubro), o Ibope divulgou uma matéria online com dados sobre o vegetarianismo no Brasil, que atingia 8% da população na época. O fator decisivo para o grupo aprofundar o estudo nesse público foi verificar que Curitiba se encontra em segundo lugar entre as capitais do país com o maior percentual de vegetarianos por habitantes, 11%, ficando atrás apenas de Fortaleza, com 14%.

A partir desta referência, a equipe realizou uma pesquisa bibliográfica, buscando um maior conhecimento dos hábitos dos vegetarianos, percebendo então que se trata de um público que representa uma boa parcela da população curitibana, mas é protagonista de poucos estudos e pesquisas. Sendo assim, o grupo decidiu conhecer esse argumento para

entender quais os hábitos, preferências e princípios dessa porcentagem significativa de habitantes da capital.

Dentro disso, procurou-se entender quais os motivos que levaram esse público a optar pela dieta vegetariana, sendo uma informação de grande importância para compreender os incentivos que a sociedade recebe para seguir esta prática e quais os fatores que influenciam essa escolha. Em seguida, era necessário saber mais sobre as principais atividades do dia a dia deles; como são os hábitos alimentares, os exercícios físicos, a relação com atividades culturais e os hobbies. Finalmente, com um conhecimento mais aprofundado sobre o público escolhido, o grupo procurou identificar as dificuldades encontradas pelos adeptos para exercer a dieta vegetariana na cidade de Curitiba.

Espera-se ainda, que o presente artigo possa contribuir com as diferentes áreas que tenham interesse em conhecer mais a fundo este público.

METODOLOGIA DE PESQUISA

O vegetarianismo possui diversas vertentes. Cada uma delas diferencia a dieta assumida pelo praticante, podendo variar entre somente a restrição de carne na alimentação, os ovolactovegetarianos, como há também os que se privam de qualquer alimento e produto que tenha origem animal, como os veganos. Além dessas, o vegetarianismo possui outras classificações específicas e nem tão populares, como os frugívoros, que só se alimentam de frutas. Sendo assim, o grupo optou por realizar a pesquisa somente com a parcela ovolactovegetariana dessa população, sendo a forma mais popular do vegetarianismo.

A primeira dieta conhecida pelos nossos antepassados foi o vegetarianismo, sendo o homem um ser frugívoro, se alimentando exclusivamente de frutas, grãos e raízes. Conforme explica Carneiro (2003), *“O alimento básico da humanidade tem sido, desde o advento da agricultura na revolução neolítica, alguns grãos que, domesticados, passaram a ser cultivados.”* Com a evolução e as adaptações necessárias à sobrevivência, o homem incluiu a carne em sua dieta, sendo uma grande fonte de nutrientes.

A evolução adicionou a carne às dietas com o decorrer do tempo, o homem então passou a dominar a caça e se posicionou no topo da cadeia alimentar. Foi com a evolução também que o respeito pelos animais começou a tomar forma, sendo guiado pelas religiões das civilizações antigas, como no Egito, onde se acreditava que uma refeição baseada em



vegetais era o caminho para reencarnação. Ou então o budismo, pregado principalmente na Índia, pregando o respeito e defesa dos animais. Segundo o Centro Vegetariano, uma das maiores associações sem fins lucrativos que defende a causa, as religiões tiveram um papel de grande importância para a disseminação do vegetarianismo, mas foi no século XX que a dieta ganhou uma proporção maior:

“Durante as décadas de 80 e 90, o vegetarianismo ganhou um maior ímpeto, quando o desastroso impacto que a população humana estava a causar no planeta se tornou mais evidente. Os assuntos ambientais dominaram os noticiários e estiveram durante muito tempo em primeiro plano na política. O vegetarianismo foi encarado como parte do processo para a conservação dos recursos.” (CENTRO VEGETARIANO, 2004)

Sendo por questões religiosas, de saúde ou ética, o vegetarianismo vem se tornando uma tendência cada vez mais forte na sociedade, exigindo uma demanda específica para seus hábitos de consumo tão específicos. Para então conhecer o público vegetariano que mora em Curitiba, a equipe decidiu desenvolver a pesquisa em duas etapas, visando evitar leituras superficiais sobre o público. A primeira delas foi um grupo focal, escolhido por ser uma pesquisa de caráter exploratório que permite estudo aprofundado, já que pouco se sabia sobre os hábitos dos vegetarianos de Curitiba. Foram reunidos cinco praticantes da dieta no Datacenso Intelligence Business, com a intenção de captar o maior número de informações possível. A escolha dos participantes para compor a amostra desta etapa da pesquisa foi pautada na idade e tempo de prática da dieta, para que eles representassem as opiniões de diferentes perfis que formam esse público. A amostra seguiu o seguinte padrão:

- Sexo feminino, 31 anos, 1 ano de prática vegetariana;
- Sexo feminino, 52 anos, 3 anos de prática vegetariana;
- Sexo feminino, 24 anos, 6 anos de prática vegetariana;
- Sexo feminino, 56 anos, 12 anos de prática vegetariana;
- Sexo masculino, 20 anos, 1 ano e 6 meses de prática vegetariana.

A conversa foi intermediada pelo Professor Doutor Camilo Catto e seguiu um roteiro dentro das propostas da equipe. Foram discutidos assuntos gerais, ligados ao dia a dia e à prática dos participantes. Entre diversos aspectos levantados por eles durante a pesquisa focal, é possível destacar alguns pontos:

- Os alimentos destinados à este público são caros. Por isso, os participantes deixaram claro que a escolha pela dieta é sinônimo de gastos extras com alimentação;



- Antes de comprar um produto alimentício, todos os participantes responderam que leem as especificações da embalagem do produto para saber quais ingredientes foram usados no processo de produção;
- Amigos e familiares apresentam dificuldade em aceitar a escolha deles pelo vegetarianismo;
- Cozinhar o próprio alimento, para ter certeza de que nenhum tipo de carne foi incluída no processo, é uma prática comum entre eles;
- Apontaram a facilidade de relacionamento com outros vegetarianos. Sentem forte empatia por artistas e produtores do meio cultural que também tenham essa opção alimentar.

Com as informações obtidas no grupo focal, foi necessário mensurar a dimensão de cada uma dentro do público vegetariano de Curitiba para que os dados fossem válidos. Para isso, a equipe desenvolveu uma pesquisa quantitativa em forma de questionário online que ficou disponível para receber respostas durante uma semana (de 11 a 18 de junho de 2014). A escolha do meio online para divulgar o formulário foi para atingir um grande número de pessoas em um pequeno espaço de tempo. Além disso, o participante poderia responder no momento em que fosse mais adequado. Para que o questionário chegasse até o público pesquisado, as perguntas foram divulgadas em um página exclusiva de vegetarianos nas redes sociais: o grupo Vegetarianos e Veganos Curitiba. Nesta fase tinha-se como objetivo atingir um maior público e, desta forma, mensurar o comportamento dos vegetarianos em Curitiba. Foram obtidas 160 respostas, das quais 122 foram válidas (pois se encaixavam no perfil ovolactovegetariano), em 8 dias de divulgação via internet.

RESULTADOS E ANÁLISE DE PESQUISA

A pesquisa quantitativa revelou que a maior parte do público se encontra na faixa etária de 20 a 30 anos. De acordo com as 122 respostas válidas, 67,21% das pessoas se encaixavam nessa faixa, sendo que os outros 32,79% foram divididos em 19 pessoas com menos de 20 anos (15,57%), 16 pessoas de 31 a 40 anos (13,11%) e 5 pessoas de 41 a 50 anos (4,09%). Também foi identificado o maior público como feminino, sendo que 87 (71,31%) das 122 respostas foram de mulheres.

Os motivos pelos quais os vegetarianos decidiram aderir a esta dieta foram variados, mas dentro da pesquisa quantitativa em uma questão de múltipla escolha, a maior parte das



pessoas (55%) marcou as opções “contato com informações sobre os benefícios do vegetarianismo” e “contato com informações sobre o sofrimento dos animais” (63,93%). Já no grupo focal, além de também colocarem essas questões em discussão, os participantes revelaram outros fatores motivacionais importantes para essa decisão, como por exemplo, a preocupação com o meio ambiente e a poluição causada pela indústria da carne.

Para todos os adeptos, o fator motivacional é claramente decisivo para seguir comprometido com as práticas da dieta, e o comportamento alimentar está diretamente associado a fatores ambientais, sociais ou pessoais, influenciando o estilo de vida, e apontados principalmente, como determinantes diretos nos hábitos de consumo.

O contato com esses dados levou a equipe a outros dados importantes: 78,68% das pessoas entrevistadas estão cursando o ensino superior ou já tem ele completo, e 51,63% das pessoas ganham de 2 à 4 salários mínimos* (cerca de dois mil reais). Ou seja, as pessoas que decidem virar vegetarianas por conta própria (sem influências como por exemplo, dos familiares) são instruídas e possuem um poder aquisitivo de classe média.

A preocupação com o que está sendo consumido não para por aí: antes de comprar produtos alimentícios, 36,6% dos entrevistados lêem as embalagens para saber os ingredientes que ele contém, bem como 29,5% procura saber se o produto foi testado em animais, ou se houve exploração de animais no processo de desenvolvimento do produto.

Buscou-se saber também se essa preocupação com a dieta refletia na preocupação com o corpo e com a saúde, relacionando algumas perguntas à prática de exercícios físicos. Surpreendentemente, 13,93% das pessoas não praticam esportes ou atividades físicas, 32% das pessoas responderam que praticam “raramente”, e 23,7% praticam de 1 a 2 vezes por semana. Fazendo um estudo mais detalhado levando em consideração o perfil do maior público - mulheres na faixa etária de 20 a 30 anos [58 (47,54%) dentre as 87 (71,31%) mulheres entrevistadas], confirmou-se que a maioria delas [30 mulheres (24,59%)] não pratica esportes, ou pratica raramente. Ou seja, essa preocupação com a alimentação não está diretamente ligada a ter um corpo saudável, mas sim, ligada às ideologias e motivos de escolha de cada um.

Por exemplo, uma pessoa que escolhe ser ovolactovegetariana por ter uma grande preocupação com os impactos da indústria da carne ao meio ambiente, não está pensando em melhorar a sua saúde e preocupada com o seu corpo em primeiro lugar, mas pode ter esses resultados como consequência de uma dieta balanceada.

Foi derrubado então, o pensamento do senso comum de que por ser vegetariano, o seguidor da dieta deve ser magro (a) e praticar esportes com frequência, levando uma vida “modelo” para quem quer ser saudável. Quando questionados com relação à frequência que sofrem tais preconceitos, 81 (66,39%) das 122 pessoas responderam que sim, sendo que dessas, 23 (18,85%) sofreram tal preconceito “algumas vezes”, 34 (27,86%) pessoas “na maioria das vezes” e 24 (19,67%) pessoas “sempre”.

Outro ponto a ser analisado com a pesquisa, é a relação dos hábitos de consumo. Os dados levantados exemplificam o perfil exigente que busca sempre por novidades e procura entender e correlacionar a alimentação às práticas saudáveis e comuns do dia-a-dia. Dentre elas, destacam-se priorizar alimentos orgânicos e naturais (49,2%); raramente consumir alimentos congelados (49,20%) ou frituras (43,4%); e passar longe de redes de “Fast Foods” (60,65%).

Na hora de escolher um local para sair e se divertir com os amigos, as principais características que o público vegetariano preza são locais que ofereçam culinária vegetariana (55% dos entrevistados colocaram que é importante ou muito importante), que tenham um preço justo (54%) e que seja um ambiente tranquilo para conversar, onde predominou de importante a muito importante (somando cerca de 60%). Fatores como culinária exclusivamente vegetariana, culinária temática e estacionamento não influenciam tanto na escolha deste público.

Na fase do grupo focal, foi percebida a defasagem de alguns serviços oferecidos para os vegetarianos. Dessa forma, perguntou-se na pesquisa quantitativa se os entrevistados consumiriam determinados serviços os produtos. Destacaram-se pratos vegetarianos baseados em grãos (além da soja), com mais de 70% das respostas de que com certeza consumiriam. Restaurantes que ofereçam informações sobre o processo de produção e ingredientes utilizados em todos os pratos e serviço de delivery vegetariano ficaram com cerca de 60% de respostas com a opção “com certeza consumiria” cada. A opção de curso de culinária vegetariana teve resultados positivos, pois cerca de 60% dos entrevistados ficaram entre as opções de possivelmente ou com certeza consumir. Opções de “junk food” vegetariano (coxinhas, salgadinhos, pastéis, sanduíches, etc.) também tiveram destaque, pois 49% com certeza consumiria. Dessa forma, percebe-se que o dado de que 60% dos vegetarianos raramente consomem “fast foods” baseia-se no fato do público não ter opções deste serviço no qual respeite a dieta. Ainda assim, eles apresentam interesse em tal serviço.



Dentre estes resultados, a equipe percebeu que o produto mais escolhido pelo público feminino seria pratos vegetarianos baseados em grãos (68%), seguido pelo delivery com 62%. O mesmo pode ser percebido no público masculino, onde 69% com certeza consumiriam pratos vegetarianos baseados em grãos, seguido por 63% de escolhas para restaurantes que informem o processo de produção dos pratos.

Ainda no final da pesquisa quantitativa foram feitas duas perguntas discursivas: uma sobre as dificuldades de ser vegetariano em Curitiba e outra com sugestões de serviços e produtos. Dentre as dificuldades, a que mais se destacou foi em relação ao preço, quase sempre elevado. Além disso, houve diversas reclamações sobre a falta de opções nos estabelecimentos, tanto em oferecerem pratos vegetarianos quanto ao preparo dos pratos considerados sem carne, pois muitas vezes são temperados com caldo de carne ou de galinha. Dessa forma, a pouca variedade restringe ainda mais e muitos vegetarianos acabam enjoando de frequentar sempre os mesmos locais. Houve também muitas críticas por não terem deliveyrs, pizzas, lanches e locais que ofereçam petiscos e jantares vegetarianos.

Conclui-se sobre a pesquisa quantitativa que nosso perfil de público, em sua maioria, foi:

- Feminino, com 70,7% das respostas.
- De 20 a 30 anos, com uma maioria de 67,4% das respostas.
- Principais motivações para aderirem à prática: Contato com informações sobre os benefícios do vegetarianismo e contato com informações sobre o sofrimento dos animais.
- Renda mensal de 2 a 4 salários mínimos (51,63% das pessoas).
- Cursando ensino superior ou com ele já completo (78,68% das pessoas).
- Morando com três ou mais pessoas (63,92% das respostas), sendo que destas, na maioria das residências somente quem respondeu a pesquisa segue esta dieta (71,31% dos casos), os outros moradores não.
- Seguem a dieta há 3 anos ou mais.
- 100% consomem os pratos vegetarianos em restaurantes comuns.
- Priorizam alimentos orgânicos e naturais (49,2% das pessoas), e raramente consomem alimentos congelados (49,20% das pessoas).
- 79,46% lêem as informações nutricionais contidas nas embalagens dos produtos comprados nos mercados sempre, ou na maioria das vezes.



- 64,6% dos entrevistados se mantêm informados sobre o vegetarianismo (através de livros, revistas, blogs, artigos, etc).
- Não tem o hábito de praticar esportes e atividades físicas.
- Para sair se divertir com os amigos as principais preocupações são: ter opções de pratos vegetarianos e que tenha um preço justo.
- Dentre opções de serviços/produtos voltados para o público vegetariano, a alternativa que mais agradou foi pratos vegetarianos baseados em grãos (além da soja).
- A principal dificuldade para o vegetariano em Curitiba é tendo o preço elevado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Lembrando que o público vegetariano em Curitiba representa uma parcela significativa da população, a equipe percebeu uma necessidade de entender os hábitos de consumo e possíveis demandas a serem atendidas pelo mercado. A partir disso, constatou-se que este é um público exigente, sendo fiel a dieta vegetariana e aos ideais que os motivam a prosseguir com ela. Tal comportamento exigente influencia na escolha dos locais onde frequentam, os produtos que consomem, os seus hábitos do dia-a-dia e até o ambiente social em que estão inseridos. Ofertas que existem de formas limitadas na cidade.

Foram desmistificados então, alguns pensamentos do senso comum sobre esta prática em Curitiba, como por exemplo: o de que uma pessoa que segue a dieta vegetariana tem por padrão estético o corpo esbelto e pratica esportes com frequência, sendo modelo de uma vida saudável. Além de não terem o hábito de praticar esportes e atividades físicas, os vegetarianos têm como características buscar informações e se atualizar com relação à dieta, pesquisando através de livros, revistas, blogs e artigos, além de terem o cuidado em ler as informações nutricionais contidas nas embalagens dos produtos comprados nos mercados e priorizar alimentos orgânicos e naturais, e consumir os pratos vegetarianos em restaurantes comuns.

Nesta pesquisa também foi constatado que o público vegetariano é aberto a diversas formas de consumo, prova disso é que não exigem que o local seja exclusivamente vegetariano, mas que respeite as restrições desta dieta e ofereçam opções de pratos com um preço justo. Como observado no decorrer do processo, principalmente no grupo focal, pode-se perceber que o público em questão quer que o vegetarianismo seja tratado com



naturalidade e, desta forma, que os estabelecimentos apresentem alternativas no cardápio convencional. Sendo assim, produtores e empresários do ramo deveriam pensar nos vegetarianos como um público forte, fiel e que está aberto às opções que respeitem sua escolha.

REFERÊNCIAS

Associação Vegetariana Portuguesa, O Vegetarianismo ao longo da História da Humanidade. Disponível em: <<http://www.avp.org.pt/notiacutecias/o-vegetarianismo-ao-longo-da-histria-da-humanidade>> Acesso em 06 de Julho de 2014

União Vegetariana Internacional, FAQ – Perguntas Frequentes. Disponível em: <<http://www.ivu.org/portuguese/faq/definitions.html>> Acesso em 06 de Julho de 2014

Sítio Veg, O homem é um ser frutívoro. Disponível em: <http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_content&task=view&id=2110&Itemid=117> Acesso em 06 de Julho de 2014

Pensata Animal, O homem evoluiu como um animal carnívoro ou vegetariano? Disponível em: <<http://www.pensataanimal.net/arquivos-da-pensata/43-sergiogreif/356-o-homem-evoluiu-como-um-animal-carnivoro-ou-vegetariano>> Acesso em 08 de Julho de 2014

Vegetarianismo e Veganismo, As origens do vegetarianismo no mundo. <<http://vegetarianismoveganismo.wordpress.com/eu-sou-vegetariana/as-origens-do-vegetarianismo-no-no-mundo/>> Acesso em 07 de Julho de 2014

Sítio Veg, Quantos são os Vegetarianos no mundo. Disponível em: <http://www.vegetarianismo.com.br/sitio/index.php?option=com_content&task=view&id=1037&Itemid=122> Acesso em 07 de Julho de 2014

IBOPE, Dia Mundial do Vegetarianismo. Disponível em: <<http://www.ibope.com.br/pt-br/noticias/Paginas/Dia-Mundial-do-Vegetarianismo-8-da-populacao-brasileira-afirma-ser-adepta-ao-estilo.aspx>> Acesso em 07 de Julho de 2014

Centro Vegetariano, Vegetarianismo ao Longo da História. Disponível em: <http://www.centrovegetariano.org/index.php?article_id=300> Acesso 19 de Julho de 2014