

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FLÁVIA LUIZA SCHIOCHET

VEGETARIANISMO E TURISMO EM CURITIBA: POSSIBILIDADES E
REALIDADES

CURITIBA

2018

FLÁVIA LUIZA SCHIOCHET

VEGETARIANISMO E TURISMO EM CURITIBA: POSSIBILIDADES E
REALIDADES

Dissertação apresentada como requisito à
obtenção do título de Mestre, Programa
de Pós-graduação em Turismo, Setor de
Ciências Humanas, Universidade Federal
do Paraná

Orientador: Professor Vander Valduga

CURITIBA

2018

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELO SISTEMA DE
BIBLIOTECAS/UFPR-BIBLIOTECA DO CAMPUS REBOUÇAS
TANIA DE BARROS BAGGIO, CRB 9/760
COM OS DADOS FORNECIDOS PELO(A) AUTOR(A)

Schiochet, Flávia

Vegetarianismo e turismo em Curitiba : possibilidade e realidades / Diego Flávia Schiochet. – Curitiba, 2018.
142f.

Dissertação (mestrado) – Universidade Federal do Paraná, Setor de Educação, Programa de Pós-Graduação em Turismo
Inclui referências

1. Vegetarianismo – Curitiba (PR). 2. Turismo – Curitiba (PR). 3. Gastronomia – Curitiba (PR). I. Universidade Federal do Paraná. II. Título.

CDD 338.4791



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SETOR SETOR DE CIÊNCIAS HUMANAS
UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ
PRO-REITORIA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO TURISMO

TERMO DE APROVAÇÃO

Os membros da Banca Examinadora designada pelo Colegiado do Programa de Pós-Graduação em TURISMO da Universidade Federal do Paraná foram convocados para realizar a arguição da dissertação de Mestrado de **FLÁVIA LUIZA SCHIOCHET** intitulada: **Vegetarianismo e turismo em Curitiba: Possibilidades e Realidades**, após terem inquirido a aluna e realizado a avaliação do trabalho, são de parecer pela sua APROVAÇÃO no rito de defesa.

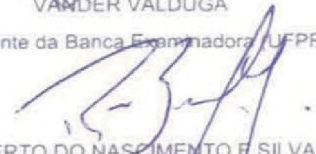
A outorga do título de mestre está sujeita à homologação pelo colegiado, ao atendimento de todas as indicações e correções solicitadas pela banca e ao pleno atendimento das demandas regimentais do Programa de Pós-Graduação.

Curitiba, 04 de Setembro de 2018.



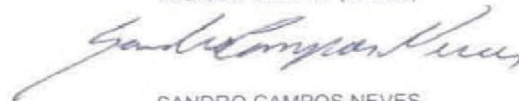
VANDER VALDUGA

Presidente da Banca Examinadora (UFPR)



ROBERTO DO NASCIMENTO E SILVA

Avaliador Externo (UNISC)



SANDRO CAMPOS NEVES

Avaliador Interno (UFPR)



GRAZIELA SCALISE HORODYSKI

Avaliador Interno (UFPR)

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que fizeram de tudo para garantir que eu tivesse a educação formal que não tiveram, ao incentivo a sempre estudar, aos olhares amorosos que nunca cessam e à vibração a cada passo que dei. Ao apoio financeiro e cafunés irrestritos. Obrigada por me ensinarem a amar.

Ao meu irmão, Guilherme Schiochet, dono do sorriso mais bonito que já vi e excelente contador de histórias. Obrigada por arrancar gargalhadas com lágrimas contando inúmeras vezes a mesma anedota e me lembrar de que tudo dá certo no final. Com você ao meu lado, tenho certeza de que sim.

A Carlos Felipe Urquizar Rojas, meu amigo querido e com quem dividi quase oito anos da minha vida. Seu apoio moral, emocional, técnico e material (especialmente o empréstimo do computador nos últimos meses de redação desta dissertação, enquanto o meu agonizava no conserto!) durante todas as fases do mestrado foi primordial.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Vander Valduga, que sempre foi compreensivo e generoso. Obrigada por tudo: pela paciência e orientação, mas também pelos conselhos, cafés e risadas.

À equipe do Bom Gourmet Gazeta do Povo, Andréa Sorgenfrei, Deise Campos, Carlos Coelho, Adriano Justino, Gilson Garrett Jr., Andrea Torrente, Júlia Ledur, Talita Boros Voitch e Amanda Lüder, que seguraram as pontas quando precisei ajustar meu expediente para poder comparecer às aulas. Andréa, Deise, Carlos e Andrea: esta pesquisa começou, sem nenhum de nós prevermos, em 2013, quando o blog Verdura sem Frescura foi ao ar. Sem a oportunidade de manter o blog, é possível que a ideia de pesquisar o tema não surgisse com tanta clareza e, certamente, os dados disponíveis seriam ainda mais escassos

Às minhas amigas e amigos que entornaram comigo dezenas de garrafas de vinho e cerveja e centenas de xícaras de café e chá durante esses meses. Sei que com vocês sempre posso ter conversas enriquecedoras, um ombro para me apoiar e

companhia para almoços e cafés da tarde filosóficos. Se tentasse nomeá-los, seria injusta: minha memória não é tão boa. A presença de alguns foi pontual e passageira, enquanto outros são tão próximos que sabem de cada etapa. Minha gratidão é a mesma independentemente do tempo e da intimidade construída.

Aos professores e colegas de mestrado, que receberam a presente forasteira de braços abertos e com indicações de bibliografia a qualquer horário do dia e da noite.

Às minas mais ponta firme do mundo, com quem construí uma amizade e extravasei nos finais de semana no último ano de mestrado. Jade Quadros e todas (todas!) que já passaram pelo BDNT: estar com vocês aos sábados me manteve e me mantém sã.

À minha psicóloga Letícia Lorenzet, presença luminosa que o BDNT me apresentou e me ajudou a sair do bloqueio de meses, em que ignorava o trabalho a ser feito. Seu poder de me fazer enxergar toda e qualquer questão por outros ângulos com apenas uma frase é coisa fora de série.

Aos participantes da pesquisa, aos que compartilharam o questionário, aos envolvidos na cena vegetariana que abriram espaço para minhas solicitações, perguntas e questões e deram força na divulgação.

RESUMO

O vegetarianismo tem crescido como estilo de vida e dieta no Brasil. Em Curitiba, 16% dos habitantes declararam-se vegetarianos (IBOPE, 2018) e de 2013 a 2016 a capital paranaense registrou o aumento de estabelecimentos de alimentação fora de casa com opções ou cardápio adaptado para atender o vegetariano.

Ao mesmo tempo, o crescimento do turismo gastronômico, como uma vertente do turismo cultural, também foi registrado; com a diversidade e peculiaridade da gastronomia sendo a principal motivação de uma parcela de turistas ao viajar. Ao juntar ambas as tendências, tem-se o turista vegetariano, um tipo ainda não estudado pela academia diretamente, tendo apenas abordagens em marketing, hospitalidade e nutrição. Considera-se o trabalho relevante por ter como objeto um significativo grupo social e por abordar um tema pouco explorado cientificamente, o das relações entre turismo e vegetarianismo.

A presente dissertação tem como objetivo geral analisar a realidade do segmento de alimentação vegetariana em Curitiba e suas relações com o turismo. Como objetivos específicos tem-se relacionar os estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba por tipo de dieta e localização, para tanto foi feita uma pesquisa bibliográfica e levantamento de informações em bases de dados colaborativas disponibilizadas on-line. Como segundo objetivo específico está a identificação do perfil dos turistas que frequentaram os estabelecimentos listados no primeiro objetivo. O perfil será delineado a partir de um survey, com questionário aplicado on-line com questões fechadas e abertas e escala de Likert. Como terceiro objetivo, fazer um mapeamento dos estabelecimentos, características espaciais e sócio-econômicas da localização e perfil dos consumidores. O mapa será o suporte para análise e triangulação dos dados para obtenção de inferências e novos dados que possam dar suporte a futuras pesquisas.

Dentre os resultados, observou-se um crescimento de estabelecimentos exclusivamente vegetarianos estritos desde 2013, com maior concentração nos bairros Centro e adjacências do Batel e Alto da XV. Os buffets ovolactovegetarianos, que foram os primeiros a se estabelecerem em Curitiba, seguem em número estável, compondo a maior parte dos estabelecimentos em todos os períodos analisados. Houve crescimento também em estabelecimentos onívoros que passaram a incluir em seus cardápios mais pratos considerando a dieta vegetariana estrita, em um impulso identificado pela Sociedade Vegetariana Brasileira como resultado da realização de um congresso nacional vegetariano em Curitiba em 2013.

Palavras-chave: Vegetarianismo. Turismo. Gastronomia. Brasil. Curitiba – PR.

ABSTRACT

Vegetarianism has grown as a lifestyle and diet in Brazil. In Curitiba, 16% of the inhabitants declared themselves vegetarians (IBOPE, 2018) and from 2013 to 2016 the capital of Paraná registered the increase of food establishments with options or menu adapted to a vegetarian diet.

At the same time, the growth of gastronomic tourism, as a part of cultural tourism, has also been recorded: the diversity and peculiarity of the gastronomy being the main motivation of a portion of tourists when traveling. By bringing together both trends, one has the vegetarian tourist, a type not yet studied by the academy directly, having only marketing, hospitality and nutrition approaches. The relevance of the present work is considered to have as object a significant social group and to approach a theme little explored scientifically – the relations between tourism and vegetarianism.

This dissertation aims to analyze the reality of the vegetarian food segment in Curitiba and its relations with tourism. As a specific objective we have to list the vegetarian eating establishments in Curitiba by type of diet and location, for which a bibliographical research and information survey was carried out in collaborative databases online. As a second specific objective is the identification of the profile of the tourists who attended the establishments listed in the first objective. The profile will be examined through a survey, with questionnaire applied online with closed and open questions and Likert scale to vegetarian tourists that had been to Curitiba. As a third objective, mapping establishments, spatial and socio-economic characteristics of location and profile of consumers. The map will be the support for analysis and triangulation of the data to obtain inferences and new data that can support future research.

The main results of the present research showed a growth of strictly vegetarian establishments since 2013, with a higher concentration in the downtown districts and adjacent areas of Batel and Alto da XV. The vegetarian buffets, which were the first to establish themselves in Curitiba, are in stable numbers, making up most establishments in all periods analyzed. There was also growth in omnivorous establishments that started to include in their menus more dishes considering the strict vegetarian diet, an impulse identified by the Brazilian Vegetarian Society (Sociedade Vegetariana Brasileira – SVB in Portuguese) as a result of a national vegetarian congress in Curitiba in 2013.

Keywords: Vegetarianism. Tourism. Gastronomy. Brazil. Curitiba – PR.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1: O ESPAÇO SOCIAL ALIMENTAR	36
FIGURA 2: HIERARQUIZAÇÃO DOS ANIMAIS NA CULTURA OCIDENTAL	45
FIGURA 3: RESPOSTAS DA QUESTÃO 6	96
FIGURA 4: ESTABELECIMENTOS VEGETARIANOS ESTRITOS MAIS VISITADOS PELOS TURISTAS VEGETARIANOS EM CURITIBA ENTRE 2014 E 2016	103
FIGURA 5: ESTABELECIMENTOS VEGETARIANOS EM CURITIBA AOS QUAIS OS TURISTAS VEGETARIANOS VOLTARIAM	105
FIGURA 6: ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JANEIRO A JUNHO DE 2014)	139
FIGURA 7: ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JULHO A DEZEMBRO DE 2014)	141
FIGURA 8: ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JANEIRO A JUNHO DE 2015)	144
FIGURA 9: ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JULHO A DEZEMBRO DE 2015)	147
FIGURA 10: ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JANEIRO A JULHO DE 2016)	150

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – DADOS SOCIOECONÔMICOS DE CURITIBA E BAIRROS DA REGIÃO MATRIZ	41
QUADRO 2: ATIVIDADES DOS ESTÁGIOS DO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO GASTRONÔMICO	57
QUADRO 3: MOTIVAÇÕES GASTRONÔMICAS	59
QUADRO 4: RESULTADOS VÁLIDOS DA REVISÃO BIBLIOGRÁFICA SISTEMÁTICA SOBRE TURISMO E VEGETARIANISMO	61
QUADRO 5: RELAÇÃO DE OBJETIVOS E PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	66
QUADRO 6: PROPOSTA DE ADIÇÃO DA MOTIVAÇÃO GASTRONÔMICA DE ORDEM ÉTICA E MORAL AOS TIPOS IDENTIFICADOS POR FIELDS (2002)	77
QUADRO 7: HISTÓRICO RECENTE DE MARCOS DO VEGETARIANISMO EM CURITIBA (2013 – 2016)	79
QUADRO 8: DESCRITIVO DOS ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JULHO A DEZEMBRO DE 2016)	87
QUADRO 9: COMPARAÇÃO DAS RESPOSTAS DAS QUESTÕES 4 E 5	95
QUADRO 10: CRITÉRIOS DECISIVOS NA ESCOLHA DE UM RESTAURANTE SEGUNDO O TURISTA VEGETARIANO	97
QUADRO 11: COMPARAÇÃO ENTRE CRITÉRIOS DECISIVOS E REALIDADE DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA SEGUNDO O TURISTA VEGETARIANO	113
QUADRO 12: QUESTIONÁRIO APLICADO ON-LINE	132
QUADRO 13: DESCRITIVO DOS ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JANEIRO A JUNHO DE 2014)	139
QUADRO 14: DESCRITIVO DOS ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JULHO A DEZEMBRO DE 2014)	141
QUADRO 15: DESCRITIVO DOS ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JULHO A DEZEMBRO DE 2015)	144
QUADRO 16: DESCRITIVO DOS ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO VEGETARIANA EM CURITIBA (JULHO A DEZEMBRO DE 2015)	147

**QUADRO 17: DESCRITIVO DOS ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO
VEGETARIANA EM CURITIBA (JANEIRO A JUNHO DE 2016)**

150

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: ESTABELECIMENTOS CITADOS ESPONTANEAMENTE PELOS TURISTAS VEGETARIANOS	98
TABELA 2: TIPOS DE COZINHA E PRATOS CITADOS ESPONTANEAMENTE PELOS TURISTAS VEGETARIANOS	100
TABELA 3: AVALIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DOS TURISTAS VEGETARIANOS EM ESTABELECIMENTOS VEGETARIANOS EM CURITIBA	102
TABELA 4: MOTIVOS QUE FARIAM O TURISTA VEGETARIANO VOLTAR AOS ESTABELECIMENTOS VEGETARIANOS ESTRITOS DE CURITIBA	106

LISTA DE MAPA

MAPA 1: MAPEAMENTO DOS ESTABELECIMENTOS DE ALIMENTAÇÃO
VEGETARIANA EM CURITIBA (JULHO A DEZEMBRO DE 2016), ATRATIVOS
TURÍSTICOS E CUSTO DE TERRA 86

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. Contextualização: estar no mundo	20
1.1 Espaço	23
1.2 Deslocamento, lugar e turismo	25
2. Nomadismo e alimentação	29
2.1 O papel da carne na alimentação: do nômade ao sedentário	29
2.3 Características espaciais e socioeconômicas de Curitiba	40
3. ÉTICA ALIMENTAR	44
3.1 Alimentação vegetariana na contemporaneidade	46
4. Turismo gastronômico	51
4.1 Turismo e vegetarianismo	61
METODOLOGIA	64
Tipo de pesquisa	65
Técnicas e delineamentos da pesquisa	66
Instrumentos para coleta de dados	70
Survey	70
Questionário	71
Análise de dados: triangulação	73
RESULTADOS	75
Formação do cenário vegetariano em Curitiba	79
Espacialização dos estabelecimentos vegetarianos em Curitiba (2014-2016)	85
Análise da evolução temporal	91
Descrição dos resultados do questionário	93
Análise dos resultados do questionário	107
Análise geral	117
CONSIDERAÇÕES FINAIS	120
REFERÊNCIAS	125
APÊNDICE	132

INTRODUÇÃO

Através da despensa pode-se entender o contexto econômico da época: mudanças de comportamento alimentar precedem ou acompanham mudanças na sociedade. Foi a necessidade de se alimentar que fez o homem se organizar para prover comida, cultivar alimentos, criar animais, abrir rotas comerciais, fluxos mercantis e sistemas produtivos, com escala e excedente. A alimentação é o fenômeno fundador da economia (CARNEIRO, 2003).

À medida que as sociedades mudam, a alimentação também muda. As primeiras civilizações se alimentavam de frutos, cereais, carcaças de animais e demais alimentos coletados. A partir do desenvolvimento da caça e posteriormente, da agricultura, uma nova cultura alimentar começa a ser criada pela repetição dos alimentos cultivados. O desenvolvimento da pecuária possibilita uma frequência maior da ingestão de carne, leite e subprodutos como o couro e a descoberta de novas técnicas para produção de alimentos (o leite coalhado, por exemplo).

Na agricultura e pecuária de subsistência, em que grãos e cereais formavam a base da alimentação do camponês europeu, a preocupação era a nutrição e a segurança alimentar. Quando estes grupos se estabeleceram e desenvolveram as primeiras civilizações, as refeições, feitas em conjunto, carregavam um significado além da nutrição: eram um momento de construção de relações, de afirmação de confiança (FLANDRIN & MONTANARI, 1998).

Passa-se a distinguir os alimentos não apenas entre bom e ruim, mas também entre comida de rico e de pobre, além da distinção de costumes à mesa – o próprio móvel, a mesa, fundamental para as refeições no mundo moderno, não existia na “sala de jantar” do antigo Egito ou nos simpósios dos gregos, que comiam deitados, por exemplo. Os alimentos são hierarquizados, ressignificados, proibidos, receitados. Religiões interferem nos costumes alimentares. Pragas e fenômenos climáticos forçam a sociedade a repensar suas fontes de alimento. A insegurança alimentar faz surgirem processos e técnicas para conservação e estocagem de insumos (FLANDRIN & MONTANARI, 1998).

Com a expansão das civilizações, conflitos e trocas culturais foram inevitáveis, e o encontro entre diferentes culturas resultou em rechaçamento ou adaptação de preparo e inclusão de alimentos na dieta das sociedades. A comida é a identidade do povo. Quando se compartilha da comida com o estrangeiro, aceita-

se sua presença. Tirar a possibilidade de um povo de se alimentar à sua maneira é uma forma de lhe privar parte fundamental de sua própria cultura e identidade.

Sendo o deslocamento e a procura de novos espaços algo intrínseco ao ser humano, o encontro entre diferentes sociedades e povos é inevitável. Os viajantes na Idade Média podiam contar, até o século XI, com a hospedagem e alimentação nos mosteiros europeus. Peregrinos, missionários e demais viajantes do século seguinte se hospedavam ou faziam paradas em estalagens e tabernas, onde podiam comer pão, carne, queijo e beber cerveja, vinho e hidromel (FREIXA e CHAVES, 2015).

Em um pulo temporal para os tempos modernos entre o século XV e o XVIII, na época das grandes navegações, a exploração dos continentes e de diferentes culturas incluiu especiarias, frutas e variedades asiáticas e americanas nos campos e dieta dos europeus, tais como milho. A troca cultural estabelecida entre colonizador e colonizado não foi um processo pacífico e de comum acordo, mas foi definitivo para a mudança hábitos alimentares de ambos os lados.

A atividade de receber os viajantes se desenvolveu para um preparo mais sofisticado de alimentos e a prática de viagens educativas feitas por jovens nobres criou uma demanda para que a refeição saísse de seu âmbito puramente social e a transformasse em mercadoria. Assim surgiram, na França, os primeiros restaurantes, palavra cuja etimologia é o *bouillon restaurant*, ou “caldo restaurador”, oferecido aos viajantes além do pão. O restaurante como se conhece hoje, com horário de funcionamento, cardápio e equipe dedicada ao preparo dos alimentos se propagou pela Europa muito tempo depois, no século XIX.

A mudança mais recente na alimentação é a industrialização de alimentos pós-Segunda Guerra Mundial, na década de 1940. Com a industrialização da alimentação e a facilidade que a produção em massa de produtos alimentícios trouxe no século XX, ficou cada vez mais fácil encontrar opções para diversos nichos e preferências de alimentação no meio urbano. Em contrapartida, a industrialização inseriu na produção de alimentos aditivos, flavorizantes, conservantes, aromas sintéticos, subprodutos do processamento de outros alimentos (POLLAN, 2008).

A sistematização da produção de comida também alterou a maneira como se obtém a carne. Se antes era preciso criar seus próprios animais, dos anos 1950 em diante, grandes empresas passaram a controlar o campo, transformando a

agricultura em agronegócio e o hábito de comer carne mais "acessível" a partir da criação em escala e abate sistematizado (SINGER, 2010).

A industrialização da pecuária cria uma distinção entre animais de corte e de fornecimento (vacas leiteiras e galinhas poedeiras, por exemplo), cria e abate animais em uma linha de produção, vende as partes dos corpos separadamente e barateia o custo de produção, ao passo em que aumenta o custo ambiental pela emissão de gases que contribuem com o efeito estufa, aumenta o número de dejetos sem tratamento liberados no meio ambiente, entre outros impactos. O que opera é a lógica de mercado, com competição e aumento de escala. Quantidade acima de qualidade (SINGER, 2010; LÉVI-STRAUSS, 2009; DÓRIA, 2009; POLLAN, 2008; FLANDRIN & MONTANARI, 1998).

Nesse contexto, o conhecimento desse *modus operandi* da indústria alimentícia contemporânea faz surgir um movimento contrário, que se expressa de diferentes maneiras: a procura por uma alimentação mais natural (sem a presença de ultraprocessados, como molhos prontos, embutidos e alimentos com muitos aditivos), a preferência por alimentos certificados orgânicos e provenientes de pequenos produtores locais e a redução do consumo de alimentos de origem animal, como o vegetarianismo. Estas manifestações podem ser simultâneas ou não nas escolhas do consumidor (SINGER, 2010; POLLAN, 2008). Para a presente pesquisa, optou-se por focar no vegetarianismo.

Calcado no respeito pela vida e em um comportamento que evita infligir dor e sofrimento a outros seres vivos, o vegetarianismo se apresenta de diversas formas: pode ser uma prática apenas alimentar, em que as variações são o ovolactovegetariano (que consome leite e ovos), ovovegetarianos (apenas ovos, exclui laticínios), lactovegetarianos (apenas laticínios, exclui ovos), vegetarianos estritos, que se alimentam apenas de vegetais, excluindo todos os derivados de animais, como leite, ovos, mel e corantes à base de insetos e, o mais abrangente e que diz respeito a uma filosofia de vida, o vegano. "O vegetarianismo é uma forma de boicote", define Singer (2010, p. 237), e o veganismo, uma moral em que nada que seja proveniente da exploração e uso de animais como meios para fins de seres humanos é tolerado. Além da alimentação, o vegano não consome peças de vestuário (couro, lã, seda), entretenimento (rodeio, circo, farra do boi, parques aquáticos, zoológico e aquários, entre outros), força de trabalho (carroça, moinhos, entre outros) e demais atividades.

Ao falar de alimentação vegetariana, é comum pensá-la como um desdobramento da alimentação onívora com a exceção da carne. Os estudos mais frequentes são relacionando-a à saúde e nutrição, mas ao enquadrar o vegetarianismo dentro de um regime alimentar sob o aspecto de preferência, gosto e conhecimentos compartilhados por um determinado grupo, é gastronomia (FREIXA & CHAVES, 2015). Brillat-Savarin (1995) definiu a gastronomia como "o conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem na medida em que se alimenta" (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p. 17).

Dados mais recentes no Brasil apontam que 14% da população se declarou vegetariana (IBOPE, 2018), com índices que superam a média nacional nas cidades de São Paulo, Recife, Rio de Janeiro e Curitiba, sendo 16% para cada uma das capitais. A média nacional teve crescimento expressivo se comparada à de 2012, em que 8% dos brasileiros se declaravam vegetarianos, enquanto em Curitiba o percentual era de 11% (IBOPE, 2012), fatia que representava aproximadamente 198 mil pessoas à época. Em agosto de 2015, reportagem veiculada no programa Pequenas Empresas & Grandes Negócios¹ apontou que empresas que oferecem serviços para veganos cresceram em 2015 (G1, 2015). Uma das empresas apresentadas é uma fábrica de cosméticos que aumentou seu faturamento em 50% em relação a 2014, uma época em que empresários reclamam da recessão econômica. Outra pesquisa realizada no mesmo ano apontou que 28% dos brasileiros desejavam tirar a carne da dieta (E-Paraná, 2015).

A capital paranaense foi a cidade escolhida em 2010 para receber a 4ª edição do VegFest, o maior congresso sobre vegetarianismo da América Latina, realizado em setembro de 2013, e desde então houve um crescimento na oferta de estabelecimentos de alimentação fora de casa que atendem às suas restrições. Esta oferta inclui estabelecimentos vegetariano estritos; estabelecimentos com opções para vegetarianos estritos dentro de um cardápio ovo-lacto-vegetariano ou mesmo uma parte do cardápio de um estabelecimento onívoro dedicada a pratos que atendam a vegetarianos estritos.

Em 2013, a autora desta dissertação criou o blog Verdura sem Frescura, em que acompanhou periodicamente a movimentação em Curitiba relacionada à alimentação vegetariana. O blog foi lançado em setembro de 2013 e continua sendo

¹ Programa do canal Globo que passa aos domingos e mostra modelos de negócio e cases de sucesso de empresas de diversos segmentos

atualizado, com notícias sobre eventos em Curitiba, receitas, novidades no mercado de alimentação, dicas e compilados de receitas e serviços em geral². Desde que o primeiro *post* foi ao ar, a frequência e a quantidade de postagens referentes a eventos aumentou de dois a três por mês para mais de dez, vide agosto de 2015, quando se passou a publicar mensalmente uma agenda com eventos de e com comida vegetariana.

O número de eventos voltados à alimentação vegetariana estrita e as opções de pratos que não levam ingredientes de origem animal foram os que mais aumentaram. Os eventos são organizados independentemente ou com o apoio do comércio desse nicho, que movimenta multidões pela cidade. A área central de Curitiba é a que tem mais opções, valendo-se do calendário tradicional para criar suas próprias versões. Um exemplo disto foi a Vegan Oktoberfest, realizada em 24 de outubro de 2015 na Galeria Osório (SCHIOCHET, 2015).

Pelos comentários em redes sociais como Facebook, em grupos específicos sobre vegetarianismo, há pessoas que vêm de cidades e estados diferentes apenas para participar de eventos realizados em Curitiba, o que origina um fluxo que requer uma análise mais detalhada e um tratamento científico, dada a multidimensionalidade do turismo.

Observa-se que o processo de decisão do destino passa por vários critérios do turista. Lemos (2005) menciona sobre o processo de cancelamento, a construção do valor turístico gerando envolvimento da comunidade – em Curitiba, este engajamento é notável tanto pelas filas nos eventos quanto pela atividade em fóruns da internet. Houve um tempo em que tal movimento seria reflexo da falta de opções, mas de 2013 em diante é possível ligar o fluxo e o retorno à satisfação dos clientes, por critérios como identificação com o lugar, qualidade do prato, sabor e conhecimento dos estabelecimentos sobre os hábitos dos vegetarianos (FRANCO e REGO, 2005), porque muitos donos seguem a mesma filosofia de vida de seus clientes.

A partir de buscas prévias em bases de dados e, também, pela aproximação da pesquisadora com o tema e pesquisa constante desde 2013, constatou-se que faltam estudos que descrevam e acompanhem o segmento vegetariano no Brasil e,

² Parte dos dados expostos na dissertação foram coletados pela pesquisadora entre 2013 e 2016, enquanto jornalista de gastronomia do Bom Gourmet, portal de gastronomia do jornal paranaense Gazeta do Povo. O blog foi criado em setembro de 2013 e segue no ar. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/blogs/verdura-sem-frescura>>

por conseguinte, na cidade de Curitiba. Desde a realização da edição do congresso VegFest em Curitiba, no entanto, os meios de comunicação passaram a dar maior atenção ao segmento em Curitiba. Além do blog Verdura sem Frescura, a Gazeta do Povo – maior jornal do estado do Paraná – incluiu em 2015 a categoria Prato Vegetariano no Prêmio Bom Gourmet (GAZETA DO POVO, 2015). O evento premia os melhores restaurantes e chefs de Curitiba a partir do voto de um júri especializado para cada categoria. Os vencedores nas três edições realizadas foram pratos vegetarianos estritos.

Prêmios de gastronomia e a citação de estabelecimentos de alimentação em roteiros turísticos são, desde sua origem, uma chancela de uma instituição especializada aos restaurantes e sua oferta. É sabido que uma das motivações gastronômicas apresentadas pelo turista é a de status e prestígio (FIELDS, 2002), em que o consumo da refeição é mais valorizado por sua experiência de exclusividade e de distinção social. Os outros tipos de motivações gastronômicas listados por Fields (2002) são o de ordem fisiológica (alimentar-se por necessidade); de ordem cultural (conhecer a história e cultura da localidade visitada através da comida) e de ordem interpessoal (a comensalidade e o relacionamento entre quem partilha uma refeição ou a mesa). Os tipos não são excludentes: não raro os turistas apresentam mais de uma concomitantemente.

Quando a alimentação é o motivo da viagem, outros serviços do complexo turístico, como hotelaria, *city tour*, casas de entretenimento e outros agentes do sistema turístico que produzem bens e serviços, são impactados (LEMOS, 2005). A lógica se inverte: o turista se desloca para comer algo específico e esse desejo de provar os alimentos de diversos locais dita o itinerário e a interação do turista com o destino. Ainda que a gastronomia vegetariana esteja se estabelecendo, seu impacto no turismo em Curitiba pode ser significativo, uma vez que a comida e a informação sobre ela aproximam o turista da cultural local (PECCINI, 2013).

O vegetarianismo pode ser uma maneira de aumentar a qualidade de cardápios de hotéis e a visibilidade de restaurantes que já atuam neste segmento. Novos modelos de eventos – como a Vegan Oktoberfest, a primeira do Brasil (CHAVES, 2015) – encaixam-se em inovações em roteiros, em canais, em estratégias de divulgação e de venda do produto turístico (LEMOS, 2005). Beni (2001) aponta que mais importante que entender como produzir e obter renda a partir do serviço turístico é saber para quem se está produzindo.

Os estudos sobre o turismo praticado pelos vegetarianos ainda são insipientes. Em pesquisa nos bancos de artigos científicos Capes, Science Direct, Publicações de Turismo e Persée em agosto de 2016 foram encontrados 428 resultados de artigos científicos usando os strings de busca "vegetarianismo + turismo"; "vegetariano + turismo"; "veganismo + turismo"; "vegano + turismo"; "vegan + turismo"; "turismo vegetariano"; "turismo vegano"; "turismo vegan"; "tour vegetariano"; "tour vegano"; "rota vegetariana"; "rota vegana" e o equivalente em inglês, espanhol e francês (SCHIOCHET, 2017). Destes, apenas 3 relacionavam os temas, mas de maneira indireta, sendo da perspectiva de nutrição (ALCOCK, 1995), marketing (FRANCO & REGO, 2005) e hospitalidade (LIU, CAI & ZHU, 2015).

Dessa perspectiva, este trabalho parte da seguinte questão: Que dinâmicas entre o vegetarianismo e o turismo podem ser estabelecidas na cidade de Curitiba?

Tem-se como objetivo geral analisar a realidade do segmento de alimentação vegetariana em Curitiba e suas relações com o turismo.

Como objetivos específicos, propõe-se: 1) caracterizar os locais de alimentação vegetariana em Curitiba por nichos de alimentação (alta cozinha, *fast food*, etc.) e por tipologia de estabelecimento (restaurante, bar, lanchonete, mercearia, empório, etc); 2) identificar o perfil dos turistas que frequentaram esses estabelecimentos; e 3) fazer um mapeamento dos estabelecimentos, das características espaciais e socioeconômicas da localização e o perfil dos consumidores.

Ainda faltam estudos acadêmicos que quantifiquem e qualifiquem os estabelecimentos voltados exclusivamente aos vegetarianos em Curitiba e que delineiem o perfil dos consumidores. As informações organizadas por ativistas da causa também são difusas na internet. As listas existentes on-line são atualizadas por grupos esporadicamente e muitas acabam saindo do ar ou sendo excluídas. Um dos mais populares, o Guia Vegano de Sobrevivência em Curitiba, teve sua última atualização em 22 de maio de 2013³, e em 27 de julho de 2017 o site informava que o conteúdo havia sido excluído pelos administradores. A lista mantida pública dentro do grupo do Facebook Vegetarianos e Veganos Curitiba⁴ estava desatualizada em 2 de novembro de 2015 e em 27 de julho de 2017 estava temporariamente

³ Disponível em: www.vegcuritiba.wordpress.com. Primeiro acesso em: 2 nov. 2015.

⁴ O grupo da rede social é fechado para membros e a aprovação da entrada de novos membros é feita por um mediador, bem como o conteúdo lá postado. A autora faz parte do grupo desde 2013 e desde então tem acompanhado a evolução da lista e das discussões, além das novidades e debates propostos pelos mais de 10 mil membros.

indisponível. O mapa construído no Google *Maps*⁵ – Veganos e Vegetarianos Curitiba era atualizado a partir da lista do grupo de Facebook mencionado anteriormente. Porém, em consulta no dia 27 de julho de 2017, o conteúdo estava desatualizado, uma vez que estavam marcados restaurantes que não existem mais ou que mudaram seu nome ou endereço.

As informações mais recentes de indicações de lugares e novidades se perdem no *feed* de notícias da rede social e dificultam uma análise mais detalhada. Por isso, para elencar os estabelecimentos presentes nesta pesquisa foi necessário cotejar as listas de restaurantes encontradas no mapa colaborativo, registros publicados pelo blog Verdura sem Frescura desde 2013 e a lista de restaurantes arrolados pelo aplicativo Be Veg, que reúne endereços e detalhes sobre estabelecimentos que atendem a vegetarianos em Curitiba.

O levantamento e classificação dos estabelecimentos de alimentação que atendem a vegetarianos auxiliou na identificação de quais áreas de Curitiba poderiam receber fluxo turístico de vegetarianos. A partir dos resultados do *survey* em adição à pesquisa bibliográfica com dados da Prefeitura Municipal de Curitiba, foi usado um mapa como suporte para análise e triangulação dos dados. A localização dos estabelecimentos e os circuitos descritos pelos turistas, ao ser aplicado ao mapa com descrições tais como custo da terra e perfil socioeconômico dos bairros, permitiu identificar se há padrões de acordo com o perfil de público, suas preferências alimentares e localização dos estabelecimentos que frequenta, bem como o perfil do bairro em que se concentram as atividades turísticas dos vegetarianos, entre outros.

Considera-se o trabalho relevante, também, na medida em que coopera com um significativo grupo social e que aborda um tema pouco explorado cientificamente, o das relações entre turismo e vegetarianismo.

⁵ Disponível em: bit.ly/1j8kunF. Acesso em: 27 jul. 2017.

1. Contextualização: estar no mundo

O presente capítulo trata das relações do espaço-tempo e da compressão causada pelo aceleração da vida cotidiana na hipermodernidade, o que alterou também a relação do homem e suas refeições, diminuindo o tempo para desfrutar do alimento e fazendo com que, muitas vezes, esse escasso tempo para se alimentar seja usado para outros afazeres concomitantemente.

Com a metáfora “o mundo sem bússola”, Lipovetsky (2011) resume o momento paradoxal da hipermodernidade, que se inicia entre as décadas de 1970 e 1980 e que tem se acelerado no século XXI: "Jamais na história da humanidade os homens tiveram tanta possibilidade de estar conectados uns com os outros e [...] um sentimento tão forte de isolamento" (LIPOVETSKY, 2011, p. 56). É regra o estar sempre conectado, com a possibilidade de interação e acesso a todo tipo de conteúdo, o acompanhamento ao vivo na televisão e internet, o trabalho remoto, a comunicação em tempo real, entre outras simultaneidades. Giddens (1991) identificou as características experimentadas entre 1970 e 1990 como uma consequência da modernidade, em que a humanidade experimenta "formas de interconexão social que cobrem o globo" e a alteração intensa de características íntimas e pessoais sem precedentes (GIDDENS, 1991, p. 14), uma vez que na pré-modernidade, o espaço e o tempo coincidiam, pois as atividades eram presentes e localizadas, sem o remoto e o simultâneo que são presentes atualmente. A modernidade "arranca crescentemente o espaço do tempo fomentando relações entre outros 'ausentes'" (GIDDENS, 1991, p. 27). O autor nota, no entanto, que isso não significa que o processo seja irreversível ou abrangente, podendo ser experimentado de diferentes maneiras e intensidades ao redor do globo.

A separação de espaço e tempo na modernidade, segundo Giddens, dá-se a partir da invenção do relógio mecânico, que permitiu uma organização social do tempo como se este fosse uma "dimensão uniforme de tempo 'vazio' quantificado"; como exemplo, o autor cita a jornada de trabalho. Assim, o tempo da modernidade e, por consequência, da pós-modernidade, são regidos pela passagem do tempo. Um tempo que anda cada vez mais urgente de ser preenchido com o novo e com o progresso.

Se o relógio marca o tempo com precisão, organiza-se o dia em função de horários, duração e aproveitamento, e com isso, tem-se a ideia de adiantamento e de atraso. Sempre é possível estabelecer um prazo e o tempo torna-se uma variável para medir rendimento.

Em uma perspectiva materialista, Harvey (2001) afirma que as concepções de tempo e espaço são criadas através de "práticas e processos materiais que servem à reprodução da vida social" (p. 189) e as experiências mudam de acordo com os grupos e a organização de cada um. Assim, a modernidade e a pós-modernidade teriam suas maneiras de experimentar o espaço e o tempo, sendo a última marcada pelo aceleração do tempo, tornando o espaço algo a ser conquistado. "A redução do espaço a uma categoria contingente está implícita na própria noção de progresso" (HARVEY, 2001, p. 190). A alta velocidade com que se transmitem informações, a simultaneidade e o imediatismo que a globalização trouxe ligam o local ao global de maneira a comprimir o tempo e a encolher o espaço (LIPOVETSKY, 2011, p. 16).

Citando Gurvitch (1964) e Lefebvre (1974), Harvey (2001) tipifica práticas espaciais e tempos sociais e conceitua o tempo à frente de si mesmo (acelerado) com o nível de ação e inovação transformadoras coletivas de forma descontínua e contingente, em que o futuro se torna presente, características do capitalismo competitivo e da especulação. A transição do fordismo para a acumulação flexível foi um período em que a compressão do espaço-tempo se intensificou e essa ruptura desorientou práticas político-econômicas bem como a vida social e cultural (HARVEY, 2001, p. 257).

Com novas tecnologias produtivas e organização visando o lucro e o rápido giro de produção e consumo, a aceleração atingiu também e principalmente atividades cotidianas, tais como as refeições, uma forma de valorizar o espaço e tempo da produtividade e não da sociabilidade. Popularizam-se os alimentos instantâneos, as embalagens, guardanapos, talheres e pratos descartáveis, fazendo com que a relação com a comida se enfraquecesse, tornasse-se efêmera, sem a necessidade de prepará-la e cozinhá-la, tornando o momento da refeição mais rápido e com menos vínculos (HARVEY, 2001).

Amon (2014) descreve a comida como agente transformador e também produto da transformação das relações cotidianas. Como exemplo, cita reuniões na hora do almoço, uma maneira de unir duas atividades em um mesmo espaço de

tempo. A rapidez para a refeição também é notada no aumento de *fast-foods* e na quantidade de pratos diferentes disponíveis em bufês a quilo, muitas vezes em detrimento da qualidade, uma “mercantilização das práticas de sociabilidade” (AMON, 2014, p. 20).

A cultura, que outrora explicava e sistematizava o mundo, foi absorvida e reproduzida como parte do mercado. Lipovetsky (2011) afirma que a globalização dissolveu os modelos de sociedade, em que há uma dissolução da referência de coletivo, "supervalorização do futuro", "superinvestimento no presente e a curto prazo" (p. 13), e uma "hiperindividualização" (p. 16). A predominância do individual sobre o coletivo é uma questão trabalhada também por Castells (1999). O autor afirma que o desaparecimento da comunidade é um debate antigo na sociologia urbana, e que muitos autores atribuem à urbanização e suburbanização tal fenômeno, que ele refuta:

As pessoas se socializam e interagem em seu ambiente local, seja ele a vila, a cidade, o subúrbio, formando redes sociais entre seus vizinhos. Por outro lado, identidades locais entram em intersecção com outras fontes de significado e reconhecimento social, seguindo um padrão altamente diversificado que dá margem a interpretações alternativas. [...] não creio que seja impreciso afirmar que ambientes locais, per se, não induzam um padrão específico de comportamento ou, ainda, justamente por isso, uma identidade distintiva. [...] as pessoas resistem ao processo de individualização e atomização, tendendo a agrupar-se em organizações comunitárias que, ao longo do tempo, geram um sentimento de pertença [...]. [...] para que isso aconteça, faz-se necessário um processo de mobilização social, isto é, as pessoas precisam participar de movimentos urbanos (não exatamente revolucionários) pelos quais são revelados e defendidos interesses em comum, e a vida é, de algum modo, compartilhada, e um novo significado pode ser produzido (CASTELLS, 1999, p. 79).

Castells (1999) sugere, ao estudar o surgimento de movimentos urbanos entre as décadas de 1970 e 1980, que há três conjuntos de metas principais reivindicadas pelos grupos auto-organizados em contraposição a outros atores sociais antagônicos: "necessidades urbanas de condições de vida e consumo coletivo; afirmação da identidade cultural local; e conquista da autonomia política local e participação na qualidade de cidadãos" (CASTELLS, 1999, p. 79). Assim, os movimentos urbanos, mesmo com período curto de existência, marcam a memória coletiva da comunidade e foram identificados como sendo "as principais fontes de resistência à lógica unilateral do capitalismo, estatismo e informacionalismo" (CASTELLS, 1999, p. 80) ao construírem novos códigos culturais e organizadas em torno de valores em comum.

O movimento ambientalista é listado por Castells (1999) como um desses movimentos que surgiram contra a ordem global do último quarto do século XX, cujo alcance aumentou durante a década de 1990. Castells (1999) define como ambientalismo "todas as formas de comportamento coletivo que, tanto em seus discursos como em sua prática, visam corrigir formas destrutivas de relacionamento entre o homem e seu ambiente natural" (CASTELLS, 1999, p. 143). Dentro do movimento ambientalista que questiona a ordem vigente do mundo, o autor elenca o "ambientalismo radical", no qual encaixa o movimento de libertação animal e classifica como "fundamentalismo ecológico".

As mudanças tecnológicas do século XXI têm mudado a relação do homem com o espaço e tempo, acelerando as transformações culturais e sociais e privilegiando a produtividade em detrimento da sociabilidade. Esse comportamento tem afetado atividades cotidianas, como a alimentação, e valorizado a individualidade sobre a coletividade. Como resposta, surgem movimentos em prol de um bem comum, como o ambientalista.

1.1 Espaço

Neste capítulo, é apresentada a interpretação do espaço segundo Massey (2008), Silva (2006) e Saarinen (2004), que o descrevem como uma dimensão do social, onde ocorrem encontros, coexistem as diferenças e a qual contém múltiplas dimensões temporais e estruturas sociais.

Ao falar de turismo e alimentação, fala-se, necessariamente de deslocamento, partida, chegada, trajeto. Portanto, é preciso compreender que o deslocamento opera dentro das dimensões de espaço e tempo em um contexto histórico e social.

Para Massey (2008), o espaço é a dimensão do social onde se constrói continuamente a partir da coexistência com o diferente. Saarinen (2004) define que o espaço é uma categoria social e um meio em que se organizam estruturas sociais, como o setor e a atividade turística.

Seria na dimensão espacial que a dimensão temporal se desenha em múltiplas durações, nas quais as pessoas construiriam seus entendimentos de mundo, experimentariam os encontros com o outro e criariam suas narrativas (ora se encontrando, ora não). O espaço, como dimensão de múltiplas durações temporais, é um sistema aberto e sua construção é simultânea, não-linear e sempre inacabada.

Assim, o espaço contém múltiplas possibilidades de relações e conexões a acontecer, pois é composto do diferente e do potencial (MASSEY, 2008, p. 32).

Silva (2006) define o espaço como uma construção social onde se apresenta o que é adequado, o que é pertencente a ele e o que é permitido naquele espaço. O espaço seria, portanto, uma expressão do imaginário coletivo, e sua força seria tamanha que este imaginário pode ser replicado por pessoas que sequer tenham experimentado ou visitado o local. É preciso que se imagine antes que se realize, e conforme essa dinâmica se desdobra, há a sobreposição de resultados e de identidades.

Neste entendimento, uma linha do tempo seria uma forma de achatar as múltiplas dimensões e tornar a História algo reversível e linear, com começo e fim, que pode ser lido em ambas as direções através de pontos espaciais que ignoram a articulação temporal de lugares. O que se perde neste processo de esquematização e simplificação da História são outros entendimentos e narrativas: limita-se a apresentar um tipo de agente tornando os demais participantes personagens passivos e desprovidos da própria narrativa (MASSEY, 2008).

Montar uma linha do tempo é necessariamente escolher uma narrativa em detrimento das outras que coexistem e coexistiram naquele espaço. Massey (2008) ilustra esta crítica com o exemplo da conquista dos territórios do povo asteca pelos espanhóis, em que Fernão Cortés é o personagem ativo que encontra Tenochtitlán. Nessa esquematização, o espaço é considerado apenas o material, a superfície nas quais se encontram fenômenos, povos, civilizações desprovidas de história (MASSEY, 2008, p. 23). Portanto, o espaço é uma categoria filosófica ampla, com diferentes domínios. Sua interpretação é complexa, pois coexistem múltiplos fatores. Dentre esses fatores, estão os elementos de poder, materiais e simbólicos, que remetem, então, à uma perspectiva territorial do espaço.

Saarinen (2004) aponta que há uma diferenciação espacial crescente que transforma, cada vez mais rápido, a noção de espaço e lugar, causando insegurança social, econômica e maior competição por produção e consumidores em destinos turísticos. Nessa disputa pelo fluxo turístico, o destino passa por transformações intensificadas e produzidas através de discursos. Saarinen (2004) define o discurso como uma estrutura de poder e uma maneira de construir sentidos e práticas, com seu teor evoluindo com o tempo. O autor divide o discurso em dois tipos: o discurso de região e o discurso de desenvolvimento.

No processo de produção do turismo, o discurso de publicações voltadas à divulgação do destino, o posicionamento de órgãos oficiais e autoridades de determinado assunto são maneiras de reforçar o "diferencial" do destino em relação a outros que possam ter atividades similares, colocando-o como único. Esta maneira de construir a identidade do destino é chamada por Saarinen (2004) de discurso de região.

Reportagens jornalísticas, materiais de turismo, vídeos, conteúdos produzidos colaborativamente na internet (especialmente em redes sociais como o Facebook), entre outros tipos de comunicação e representação social e cultural produzida pelos habitantes, visitantes e stakeholders (SAARINEN, 2004) também são formas de reforçar o discurso dos empresários. Cria-se, então, um imaginário, que é repetido e propagado à exaustão, a ponto de quem reproduz a ideia não necessariamente ter atestado sua veracidade ou experimentado e visto por si mesmo (SILVA, 2006). A identidade da cidade, para muitas pessoas, passa a ser o epíteto pela qual a conhece, algo que evoca um símbolo ou uma aura pitoresca. Por outro lado, há o discurso "oficial", administrativo e da parte da gestão pública, geralmente o discurso hegemônico em que o foco é demonstrar a natureza material e econômica do turismo (SAARINEN, 2004).

Por ser no espaço onde se organizam estruturas sociais, tais como a turística, portanto, é crucial entendê-lo como a esfera múltipla que permite a coexistência, o encontro e a troca em vez de a ideia de que o espaço está para ser tomado e conquistado (SAARINEN, 2004).

1.2 Deslocamento, lugar e turismo

Massey (2008) define o lugar como o espaço da negação e remoção da diferença, ou seja, um espaço seguro. Essa construção se dá através da ideia de refúgio, em que as pessoas criam relações com aquele espaço cujo acesso só é permitido aos seus semelhantes, onde se constroem identidades a partir do conhecido e do afim. Outro entendimento é o lugar como a esfera do cotidiano, que opera enquanto o global "tece suas teias (...) poderosas e alienantes" (MASSEY, 2008, p. 24).

Ao desenvolver o turismo a partir de atividades relacionadas à atividade ou em sua divulgação, cria-se uma nova maneira de olhar para essa esfera do cotidiano, construindo uma nova visão de mundo e de identidade para um mesmo

lugar. Essa nova visão, no entanto, nem sempre é a mesma para o anfitrião e para o turista (SAARINEN, 2004). O turismo é uma prática anterior ao capitalismo, uma vez que a viagem é inerente às civilizações e foram registradas por povos originários das Américas antes da colonização europeia – antes, portanto, do mercantilismo e posterior capital – com uma conotação espiritual além de material (SANTOS FILHO, 2005).

Entende-se que a existência e operação do turismo vai além da sua prática no sistema econômico vigente, sendo este, no contexto atual, o capitalismo. Santos Filho (2005) chama a atenção para o discurso geralmente usado para definir o turismo e seu surgimento: "o turismo só passa a existir em sua trajetória histórica, decorrente da evolução do próprio capitalismo, cuja essencialidade é limitada a um período histórico determinado" (SANTOS FILHO, 2005, p. 22).

A falácia geralmente apresentada é a de que a criação de um empreendimento cria, por si, a demanda, como se a existência de algo material e a capacidade de gerar renda fossem as finalidades do turismo. Deste modo, entende-se que o turismo não é produto do capitalismo, e sim que "possui uma anterioridade histórica dada pelo afastamento do homem ao seu estágio natural e de aproximação constante à vida social" (SANTOS FILHO, 2005, p. 53).

O turismo e os turistas têm se tornado uma característica própria da sociedade contemporânea: com o trabalho sendo uma obrigação, há a necessidade do não-trabalho, ou seja, do lazer e divertimento, sendo o turismo uma dessas modalidades (SANTOS FILHO, 2005). A mercantilização do tempo – venda de mão-de-obra e tempo de trabalho para a compra de tempo livre – para a subsistência humana transformou o lazer em uma "mercadoria que pode ser recuperadora do equilíbrio biopsicossocial das pessoas ou destruidora dos valores ontológicos do ser" (SANTOS FILHO, 2005, p. 37), em que o interesse do setor é o giro de consumo em primeiro lugar e não os resultados e transformações na pessoa que compra o serviço. O crescimento e desenvolvimento rápido nas últimas décadas significam que novos destinos, atrações e instalações estão sendo constantemente transformados e outros lugares e regiões são planejados e construídos com o objetivo de atrair mais turistas e investidores não-locais (SAARINEN, 2004).

No mundo ocidental, o turismo e atividades relacionadas a ele têm um papel importante na construção de visão de mundo e identidade do sujeito que viaja

(SAARINEN, 2004). Para Minnaert et al. (2011), o ato de viajar evoca a ideia da visão do turista, que constrói previamente a experiência a ser consumida.

Thirkettle (2013) critica a maneira ocidental de narrar o turismo, a partir do viés do conquistador por demandas imperialistas e de expropriação territorial. Seu questionamento é principalmente em relação à "matéria-prima" do turismo, a atividade fundamental que é viajar. Pensar no deslocamento e na necessidade que levou o homem a viajar permite estudar outras narrativas, como viagens por prazer protagonizadas por indivíduos de etnias endêmicas dos territórios que posteriormente ficaram conhecidos como conquistados pelos europeus.

No entendimento de Minnaert et al. (2011), o turismo deveria ser concebido como uma atividade de direito de todos os cidadãos independentemente de seu poder aquisitivo. Porém, uma vez que a lógica de mercado trata o turismo como um serviço a ser vendido com exclusividade, a viagem é vista como um produto cuja comercialização deve produzir lucro e não como uma atividade transformadora e necessária.

A prática do turismo é parte inerente do lazer e opera dentro de um "sistema de sonho" ou fantasia, ou seja, sua atividade não seria a responsável pela mudança de componentes políticos e produtivo da sociedade, permitindo uma fuga do cotidiano e não uma alteração do *status quo*. Thirkettle (2013) descreve três pilares que sustentam esta "indústria da fantasia": a escassez, o extraordinário e a predestinação.

A escassez pode motivar o membro de uma comunidade a migrar ou a "fugir", ter uma experiência e um motivo para pertencer e voltar ao grupo. O extraordinário, por sua vez, é a permissividade de ações "fora de casa", um estado catártico em experiências subjetivas. Por fim, Thirkettle (2013) define a predestinação como o pilar que dá à sociedade exemplos concretos de atividades que talvez coloquem sua própria sobrevivência em risco.

A palavra turista (*tourist*, em inglês) foi criada na Inglaterra do século XVIII para designar o viajante. Nesta época, o turismo era praticado pela aristocracia como um rito de passagem, uma busca pela edificação pessoal e de estudo cultural para os filhos dos aristocratas, que passavam temporadas na Europa antes de voltarem às ilhas britânicas e assumirem uma função no governo. Havia dois circuitos: o *Petit Tour* compreendia Paris e o sudoeste da França, enquanto o *Grand Tour* correspondia a temporadas nos países França, Itália, Holanda e Espanha,

principalmente, período que poderia levar de meses a anos. Era comum serem acompanhados por um tutor e ter um material que os guiava pela arquitetura, obras de arte, museus, lugares históricos, teatros, entre outros (TOSQUI, 2007; SALGUEIRO, 2002). No início, as acomodações e serviços não eram "refinados" como o turista aristocrata da época se julgava merecedor. Salgueiro (2002) citando Goethe relata que muitas vezes, ao não encontrar uma hospedaria com vagas ou que fosse do seu agrado, restava ao turista a hospedagem em casas de famílias.

Essa prática foi responsável pelo desenvolvimento da hotelaria, transportes e serviços na Europa, bem como impulsionou o desenvolvimento dos meios de transporte e de comunicação, formando aos poucos o que viria a ser a indústria de turismo, um mercado alocado essencialmente em serviços (TOSQUI, 2007; SANTOS FILHO, 2005; SALGUEIRO, 2002).

Quando a prática do *Petit e Grand Tour* foi adotada pela nobreza de outros países no século seguinte surgiram as expressões *touring* e *tourisme* para designar a prática do turista. Levaria ainda mais um século para que o turismo como fenômeno de massa surgisse (TOSQUI, 2007). Escreve Salgueiro (2002):

Um novo tipo de viajante surge no século 18 em conexão com as transformações econômicas e culturais na Europa do Iluminismo e da Revolução Industrial. Trata-se aqui não do viajante de expedições de guerras e conquistas, não do missionário ou do peregrino, e nem do estudioso ou cientista natural, ou do diplomata em missão oficial, mas sim do *grand tourist*, conforme era chamado o viajante amante da cultura dos antigos e de seus monumentos, com um gosto exacerbado por ruínas que beirava a obsessão e uma inclinação inusitada para contemplar paisagens com seu olhar armado no enquadramento de amplas vistas panorâmicas, compostas segundo um idioma permeado por valores estéticos sublimes. Um viajante dispondo acima de tudo de recursos e tempo nas primeiras viagens registradas pela historiografia da prática social de viajar por puro prazer e por amor à cultura. (SALGUEIRO, 2002, p. 291)

Tido como o inventor do turismo moderno, Thomas Cook foi o responsável pelos primeiros *tours* de grande massa. Era a segunda metade do século XX e a Revolução Industrial havia ampliado a malha ferroviária para escoar a produção em larga escala e o capitalismo se estabelecia mais organizadamente como a economia de mercado vigente (TOSQUI, 2007). Santos Filho (2005) chama a atenção para o destaque que Thomas Cook recebe na história do turismo: por ter desenvolvido uma atividade que se encaixava na lógica do capitalismo, a ideia de que o inglês "inventou" o turismo moderno acaba se fortalecendo em detrimento das histórias de viagens e lazer de outros povos anteriores ou coetâneos ao século XIX.

Os trabalhadores das fábricas agora tinham salários, expediente e tempo livre para se ocuparem de atividades de lazer. Neste contexto, as primeiras viagens organizadas por Thomas Cook foram uma forma de a burguesia imitar a aristocracia e consumir um serviço similar às viagens de formação dos filhos de aristocratas. O turismo atinge seu status social e poder simbólico e cultural e passa a ser praticado por uma classe que não desfruta do tempo livre e recursos financeiros da aristocracia de outrora (TOSQUI, 2007; SALGUEIRO, 2002).

Assim, pode-se dizer que o turismo nasce com o trabalho, pois é o seu contrário, o não-trabalho, e sua frequência é baixa, uma vez que está fora do cotidiano. Por ter nascido como eventual e para poucos, o turismo acaba carregando um estigma de futilidade e atividade pouco digna. Ao longo da História, a atividade de comercializar viagens à qual Thomas Cook deu início se transforma em um setor da indústria com diferentes práticas e profissionais, mas sua base econômica sempre foi o setor de serviços, cujo ciclo de acumulação era instável e, portanto, "visto como menor dentro da macroeconomia, (...) pouco significativo para o capital" (SANTOS FILHO, 2005, p. 43).

O tempo do turista moderno é finito e racional e uma das maneiras que a "indústria de turismo" encontrou para prover a necessidade de lazer e viagem durante o tempo de ócio do trabalhador foi desenvolver pacotes de diferentes durações, perfis e valores (SANTOS FILHOS, 2005; TOSQUI, 2007; SALGUEIRO, 2002). De certa forma, um formato desenhado por Thomas Cook.

2. Nomadismo e alimentação

2.1 O papel da carne na alimentação: do nômade ao sedentário

As viagens sempre estiveram presentes na História humana, seja como exploração, migração, deslocamento para procurar melhores condições climáticas, garantir a subsistência ou ampliar território (SANTOS FILHO, 2005). Mas foi a procura pelo alimento, possivelmente, uma das primeiras necessidades que fez com que os seres humanos se deslocassem rumo ao desconhecido. O que se sabe sobre a alimentação dos nômades caçadores-coletores de diferentes culturas é que eram onívoros, ou seja, a alimentação tinha porções eventuais de carne. Ao longo da história da humanidade, 18 plantas domesticadas constituíram a base da alimentação, sendo responsáveis por 75% a 80% dos alimentos consumidos pelo

ser humano em todos os continentes (CARNEIRO, 2003; FLANDRIN & MONTANARI, 1998):

(...) nove são cereais (trigo, arroz, milho, cevada, centeio, aveia, trigo-sarraceno, milhã e sorgo), quatro são tubérculos (batata, mandioca, batata-doce e inhame); três são arbustos (tamareira, oliveira e vinha); e há uma árvore (bananeira) e uma gramínea (cana-de-açúcar). De todas estas plantas, oito foram domesticadas na bacia mediterrânica, quatro são asiáticas (cana, bananeira, arroz e trigo-sarraceno), quatro americanas (milho, batata, batata-doce e mandioca) e duas africanas (sorgo e inhame). (CARNEIRO, 2003, pp. 53-54)

A facilidade com que resíduos de vegetais se degradam é uma explicação para estudos de alimentação dentro da arqueologia estarem ligados ao consumo de carne. Perlés (1998) deduz que, se o Homem é um primata onívoro tais como os outros, seria correto afirmar que o espaço que o homem pré-histórico deu à carne em sua dieta não é diretamente proporcional à importância nutricional da mesma, uma vez que sua obtenção não era fácil e que a coleta de vegetais é uma prática inerente às estratégias alimentares dos animais, seres humanos inclusos. "Se nos propormos (...) a estudar (...) a alimentação composta de carne, é porque temos vestígios (...) e porque os (...) pré-historiadores (...) lhe atribuem uma importância (...) desproporcional" (PERLÉS, 1998, p. 38).

A carne, por sua alta concentração de nutrientes, gordura, sais essenciais, açúcares e aminoácidos (por ter cadeia proteica completa), sempre foi um alimento desejado pelo ser humano, mesmo quando não havia uma cultura alimentar estabelecida. As papilas gustativas, receptores olfativos e sua comunicação com o cérebro eram o instrumento no qual o homem animal confiava. Dos aminoácidos desejados, o glutamato livre, responsável pelo gosto umami (MCGEE, 2014), certamente sempre foi apreciado. Ao ser exposta a altas temperaturas, como o fogo, ou curada ao sol, reações químicas preservam a carne por mais tempo – e, portanto, diminuiriam a frequência com que o homem precisava sair para caçar – além de desenvolver sabores mais complexos pela reação de Maillard e a caramelização dos açúcares em altas temperaturas (MCGEE, 2014; FREIXA & CHAVES, 2015). Essa manipulação de alimentos, sejam eles de origem vegetal ou animal, teria sido o início do desenvolvimento do paladar humano:

(...) as receitas eram simples e os cardápios, repetitivos. A carne era assada sobre brasas, cinzas ou num espeto improvisado feito de ossos. Praticamente não havia temperos, e o uso do sal na comida ainda era desconhecido. (FREIXA & CHAVES, 2015, p. 26).

Apesar de a teoria do homem-caçador ser a mais difundida, é preciso pensar na composição da dieta onívora possível em um período com recursos escassos, como o paleolítico. Wrangham (2010) e Freixa & Chaves (2015) sinalizam que a coleta de vegetais e o seu preparo para compartilhar eram feitas por mulheres, enquanto os homens iam em grupos caçar. É plausível que a coleta de vegetais fosse responsável por pelo menos metade das calorias ingeridas no dia, uma vez que a caça nem sempre poderia ser bem-sucedida e o consumo de carne se tornaria mais previsível a partir da domesticação de animais (MCGEE, 2014). McGee (2014) relata a escassez de carne nas primeiras sociedades agrícolas:

Com o advento da domesticação do centeio e do trigo, do arroz e do milho, povos nômades se fixaram para lavrar a terra e produzir alimentos, a população aumentou explosivamente – e a maioria das pessoas passou a comer pouquíssima carne. Os cereais simplesmente representam uma forma muito mais eficiente de nutrição quando comparados a animais que pastam na mesma área de terra; por isso a carne tornou-se um luxo relativamente caro e reservado à nobreza. Desde a invenção da agricultura na época pré-histórica até a Revolução Industrial, a grande maioria dos habitantes do planeta vivia de pães e mingaus. (MCGEE, 2014, pp. 135-136)

O que possibilitou que a evolução humana ocorresse dos australopitecinos – mais próximos aos símios, como chimpanzés – ao homem moderno foi o processo de cozimento destes alimentos, sejam eles de origem vegetal ou animal (WRANGHAM, 2010; FREIXA & CHAVES, 2015; MCGEE, 2014; FLANDRIN & MONTANARI, 1998). Com cérebro menor, lentos, de estatura baixa e com mandíbulas e dentes fracos para um ataque, a teoria refere que os australopitecinos possivelmente armavam-se de rochas e galhos, sem sinalizar um trabalho de construção de instrumento, e andavam em grupos para perseguir ou afastar um predador de sua presa e aproveitar a carcaça para comer um pouco de carne.

Do que se conhece sobre o comportamento destes primeiros seres humanos, é possível presumir que "(...) o início do consumo de carne fomentou várias características humanas, como as viagens a longa distância, os corpos maiores, a inteligência aguçada e a crescente cooperação" (WRANGHAM, 2010, p. 11-12). O consumo de carne é a explicação encontrada para a evolução do australopitecino ao habilino, mas a segunda transição, do habilino ao *homo erectus*, seria explicada não só por sua habilidade em caçar, mas especialmente pelo domínio do fogo e a preparação de alimentos, sejam eles carnes ou vegetais (WRANGHAM, 2010).

A prática da caça de manadas, por sua vez, indica a organização social e divisão de tarefas mais elaborada que a caça esporádica, feita por pequenos grupos atrás de um único animal, ou a pilhagem de carcaças abandonadas por predadores (PERLÉS, 1998). A caça em grupo de manadas exige preparação de armadilhas, integração entre indivíduos de diferentes grupos (além da organização familiar), preparação de armas e uma organização das técnicas e etapas a serem realizadas após o abate dos animais, tais como cortar a carne, separar as peles, tendões, crina, gordura, entre outras partes que serão usadas para diversos fins. Perlés (1998) aponta que nas regiões em que se praticavam caçadas de manadas foi onde se desenvolveu a arte do paleolítico, tais como santuários, mobiliário e ornamentos. O excedente gerado nas caças bem-sucedidas de bandos de animais fez com que o grupo não tivesse necessidade de se deslocar constantemente, o que pode ter favorecido rituais coletivos, a integração e colaboração entre os indivíduos do grupo.

O uso do fogo tem registros de 500 mil anos atrás, e possibilitou tornar os alimentos mais fáceis de digerir. Ao diminuir o custo energético da digestão, essa energia excedente contribuiu para o desenvolvimento do cérebro paulatinamente. Esse avanço gradual e permanente na alimentação tornou possível a diminuição do tubo digestivo, do tamanho dos dentes, no ajuste de enzimas e o aumento do cérebro ao longo de 2 milhões de anos, a trajetória evolutiva mais rápida e duradoura conhecida no Reino Animal. O cozimento no fogo também tornou os alimentos mais palatáveis, uma explicação para o início do desenvolvimento do paladar e da preferência por certos alimentos (WRANGHAM, 2010; FREIXA & CHAVES, 2015).

A necessidade de estocar sementes, preparar alimentos e armazenar alimentos fez o homem desenvolver recipientes dos mais diversos materiais, como a cerâmica. A partir da invenção de potes e utensílios para a transformação dos alimentos – algumas incidentais, como a fermentação – originaram-se técnicas importantes para o desenvolvimento de uma gastronomia (WRANGHAM, 2010; FREIXA & CHAVES, 2015). O domínio do cultivo, modos de preparo e propagação do saber-fazer é tido como um momento de ruptura em que o homem abandona seu estado selvagem para se tornar "dono do mundo natural" no período neolítico (MONTANARI, 2008).

A mudança na dieta de sementes e frutos para a inclusão de raízes (em alguns casos, parte da planta com maior reserva energética) e seu preparo no fogo,

bem como a carne, contribuíram para a maior eficiência energética da dieta. O impacto da comida cozida foi maior que a ingestão de carne na evolução humana, uma vez que a digestão da comida crua é mais custosa para diversas espécies além do ser humano, seja ele onívoro ou vegetariano. "Somos mais cozinheiros que carnívoros", alega Wrangham (2010, p. 48).

O conjunto de ingredientes usados pelos seres humanos para se nutrirem é o que Freixa e Chaves (2015) chamam de alimentação e sua existência está ligada à produção, abastecimento e consumo; sendo, na atualidade, considerados também os produtos processados e industrializados como integrantes da alimentação. A alimentação pode ser estudada a partir dos setores de produção, tais como agricultura, pecuária, feiras, indústria alimentícia; a partir da perspectiva nutricional, com a forma que se combina e se preparam os alimentos para maior nutrição e com vista em uma vida saudável; ou sob o aspecto da gastronomia, que abarca as tradições sociais, religiosas, preferências, gostos e conhecimentos acerca de alimentação que determinado povo mantém vivo (FREIXA E CHAVES, 2015, p. 18).

A soma e frequência de execução dos conhecimentos que se referem ao homem à medida em que ele se alimenta é o que circunscreve sua cultura gastronômica. Os conhecimentos gastronômicos são, por sua vez, "necessários a todos os homens, pois tendem a aumentar a soma de prazer que lhes é destinada" (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p. 59). A alimentação foi também o elemento central para estruturar os grupos e construir uma expressão própria e um pensamento simbólico em relação à comida. Note-se que nessa construção social, a alimentação é sistematizada e orientada para sanar a necessidade fisiológica do grupo, um pensamento coletivo e sem a figura do ofício de cozinheiro como o preparador e transformador de ingredientes.

Os preparos eram rudimentares, exceto em algumas sociedades – como nos impérios do Oriente Médio – onde foram encontradas combinações complexas de diferentes substâncias, com o objetivo de alterar o sabor com outras estratégias além da cocção. A hipótese dos pesquisadores é de que nessas regiões tinha estabelecido um Estado e a dinâmica social teria se desenvolvido ao ponto de haver uma hierarquia nos costumes alimentares e um posto de subordinados especializados em alimentar os privilegiados: os cozinheiros (FLANDRIN & MONTANARI, 1998).

O processo de evolução constante fez o ser humano chegar aos dias de hoje: na maior parte dos países, a urbanização, o trabalho assalariado, o sistema baseado em capital e as refeições que tomam menos tempo para preparo (e, por vezes, consumo) são a realidade. Para tornar os alimentos acessíveis, foram criadas indústrias para beneficiar matéria-prima e a comercialização de excedentes, que resultam em lucro. O desenvolvimento humano atual torna possível viver em qualquer ecossistema do planeta e, considerando a facilidade de grandes centros, inclusive escolher o que se quer comer. A variedade de cozinhas étnicas disponíveis nas metrópoles é uma realidade irreversível: come-se o mesmo em grandes centros de qualquer continente habitado pelo ser humano, com suas adaptações e releituras para a preferência local (FREIXA & CHAVES, 2015, SANTOS FILHO, 2005).

Um dos pontos que distingue o ser humano do restante dos animais é a capacidade de desenhar estratégias para que se possa aumentar a eficiência energética e nutricional, além de que a evolução intelectual e a capacidade de transformar a natureza em metrópole. Com este conforto do entorno em prol do bem-estar e satisfação, é preciso reconhecer que a parcela que vive em sociedades ricas – e em estratos com renda superior – atualmente pode fazer escolhas alimentares, uma vez que a carne é uma fonte de nutrição menos eficiente e mais custosa que proteínas vegetais (MCGEE, 2014).

A capacidade de seleção de alimentos, cultivo e preparo dos mesmos é uma distinção cultural, mas o que vem depois deste primeiro passo da intervenção do homem sobre a natureza para prover alimentos é seguida por uma moral e uma cultura de como o consumir (FREIXA & CHAVES, 2015; DÓRIA, 2009, MONTANARI, 2008). Segundo aponta Abonizio (2016), a antropologia tem mostrado uma diversidade de modos de produzir, processar e consumir alimentos ao longo da história da humanidade, uma atividade social que define a identidade do grupo em relação a outras sociedades. A arbitrariedade e a proibição ou não consideração de alguns itens como alimentos também é parte da construção da identidade (BLOCH-DANO, 2011).

A modalidade de consumo para o onívoro dos tempos atuais é uma construção de significados cada vez mais diversificados, "com base em preferências individuais e coletivas ligadas a valores" (MONTANARI, 2008, p. 55), uma vez que a alimentação enquanto sistema de representações apresenta o que é comestível e como deve ser consumido. O que compõe o sistema de representações de cada

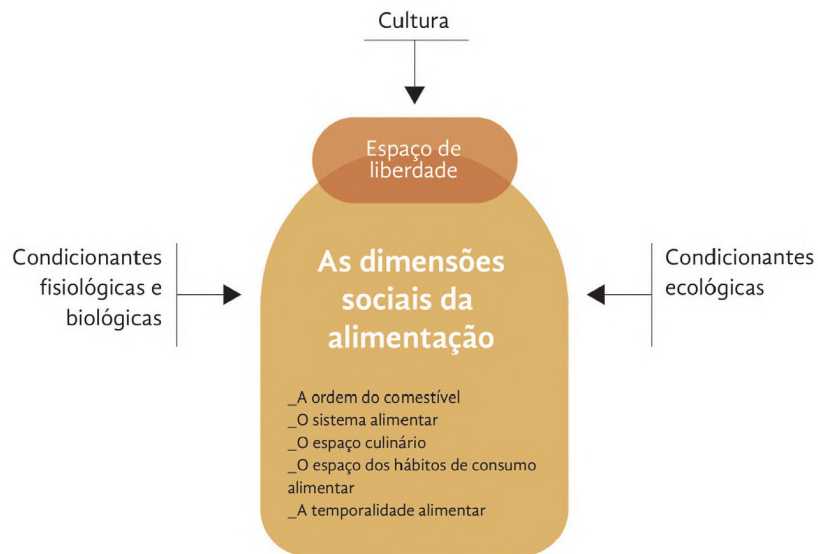
cultura varia tanto no que é comestível, quanto o jeito de preparar e de comer (TRAMONTIN & GÂNDARA, 2010).

A gastronomia é a área que engloba as diversas relações do ser humano em torno da alimentação, produção e consumo de alimentos. Na definição de Brillat-Savarin (1995), gastronomia é "tudo o que pode ser comido" com o objetivo de conservar os indivíduos. "(...) seus meios de execução [são] a cultura que produz, o comércio que troca, a indústria que prepara e a experiência que inventa os meios de dispor tudo para o melhor uso." (BRILLAT-SAVARIN, 1995, p. 58). É a gastronomia que move lavradores, vinhateiros, pescadores, caçadores e cozinheiros e está relacionada à história natural da classificação e seleção das substâncias alimentares, à física e química pelas análises que possibilitam, à culinária; ao comércio; à economia política por ser fonte de renda e de tributação (BRILLAT-SAVARIN, 1995, pp. 57-58).

Na definição de Freixa e Chaves (2015), o termo gastronomia engloba técnicas de cocção e o modo de preparo dos alimentos, o serviço, maneiras à mesa, o ritual da refeição. Ou seja, a culinária está inserida na gastronomia como um arsenal de técnicas de preparo, sendo a gastronomia algo mais complexo que o ato de cozinhar: "Cozinha e culinária são sinônimos. Ambos os termos se referem ao conjunto de utensílios, ingredientes e pratos característicos de um país ou de determinada região" (FREIXA E CHAVES, 2015, p. 18).

Essas ferramentas da cozinha se encontram em uma das 6 dimensões do espaço alimentar. A Figura 1 mostra o esquema e as condicionantes que nele operam e auxilia o estudo dos modelos alimentares, "um conjunto de conhecimentos que agrega múltiplas experiências realizadas sob a forma de acertos e de erros pela comunidade humana [...] de maneira implícita" (POULAIN & PROENÇA, 2003, p. 253).

Figura 1: O espaço social alimentar



Fonte: Poulain e Proença (2003)

Os vetores laterais da Figura 1, que representam as condicionantes fisiológicas e biológicas (representa o estatuto do onívoro, ou seja, sua capacidade digestiva e mecanismos bioquímicos subjacentes à nutrição e capacidades de digestão) e as condicionantes ecológicas à direita (que faz referência às condicionantes ecológicas onde o grupo de indivíduos se instala). Ambas influenciam, mas não determinam a cultura e práticas do grupo.

Assim, há um espaço da liberdade, onde se desenvolve a sociabilidade, preferências e construções coletivas. O vetor do topo, representando a cultura, também impõe uma carga de influência neste espaço de liberdade, que se desenrola em diferentes dimensões sociais da alimentação, descritas abaixo:

- Espaço do comestível: conjunto de escolhas que um determinado grupo humano constrói ao longo do tempo a partir das práticas de selecionar, adquirir ou conservar os alimentos.
- Sistema alimentar: contém as etapas de produção e transformação dos alimentos, transformando o ingrediente em comida através de diferentes canais – compras, cultivo, colheita, entre outros –, cada qual

com um "porteiro" que atua de acordo com seus papéis sociais, como profissional e familiar.

- Espaço do culinário: expressa-se de três modos: 1. "espaço no sentido geográfico do termo, de distribuição no interior dos lugares (onde se realizam as operações culinárias, dentro ou fora de casa)"; 2. "um espaço no senso social, o qual representa a repartição sexual e social das atividades de cozinha"; 3. "espaço no sentido lógico do termo, englobando relações formais e estruturadas" (POULAIN & PROENÇA, 2003, p. 252).
- Espaço dos hábitos de consumo: engloba as variações da cultura alimentar, hábitos, definição de refeição e modalidades de costumes, a localização dos comensais, além de comportamento e regras.
- Temporalidade alimentar: a vida humana tem ciclos temporais socialmente determinados e cada um deles são designados estilos de alimentação, com alimentos permitidos ou proibidos, "ritmo das refeições, os status dos comensais, os papéis, as condicionantes, as obrigações e os direitos". Diz respeito também ao ritmo das estações e da agricultura, migração das caças, "alternância de períodos de abundância e penúria" ocasionados pela natureza, como secas, ou épocas de colheita e poda; decididos pelos homens (como o jejum ou festa e seus alimentos específicos) (POULAIN & PROENÇA, 2003, p. 253).
- Espaço de diferenciação alimentar: a marcação identitária dos alimentos em relação a grupos de diferentes culturas ou mesmo de diferentes hábitos dentro de uma mesma cultura.

Sendo assim, a preferência alimentar não é tão individual quanto se quer acreditar: "A nutrição humana é uma dessas atividades cujos padrões de conduta muitas vezes escapam de seus próprios agentes, educados desde a infância para considerá-los algo automaticamente óbvio e consuetudinário" (CARNEIRO, 2003, p. 20). É preciso notar o peso da cultura e da educação do entorno sobre o indivíduo, o que ele aprende durante sua formação como ser humano do que é comestível, do que é aceito e do que é o "correto".

A cultura alimentar não é concebida arbitrariamente: ao longo do tempo, consolidam-se valores morais e estéticos sobre a matéria-prima disponível, tecnologia e saber-fazer. As comidas “boa” e “ruim” são variáveis no espaço e no tempo, o que explica um doce japonês ser feito com feijão causar estranhamento no Ocidente, acostumado a comer feijão em pratos salgados. "Há gostos e predileções diversos em diferentes povos e regiões do mundo, assim os gostos e as predileções mudam no decorrer dos séculos" (MONTANARI, 2008, p. 95).

A escassez e o excesso de comida sempre marcaram a história humana: enquanto os ricos se refestelavam em banquetes, a subnutrição era a regra para o pobre. Estudar um período de crise de produção de alimentos e abastecimento é um caminho para compreender conflitos e a estrutura de produção alimentar da sociedade naquela época (ANTUNES, 1995). Nas sociedades industriais pós-modernas, esse contraste entre o pouco e o muito fica evidente pela desigualdade social e o barateamento de produtos ultraprocessados – chamados de "comestíveis" e não "comida" por Pollan (2008) – facilita o consumo de alimentos não saudáveis em excesso para a massa.

A produção em larga escala e a uniformidade nos hábitos de consumo de diferentes continentes fazem com que as características de produtos ofertados sejam cada vez mais similares – com alto teor de açúcar, gordura e sal – e fortalece a indústria alimentar de multinacionais. A homogeneização dos hábitos alimentares com produtos ultraprocessados e modos de comer é chamado por Fusté Forné (2015) de comida sem identidade. Nestas sociedades industriais pós-modernas, as doenças decorrem de excesso de alimentação e não por carência (MONTANARI 2008; WRANGHAM, 2010; POLLAN, 2008; ANTUNES, 1995).

Quem tem o privilégio de escolher o que comer pode ser identificado por sua dieta. Sobre a célebre frase de Brillat-Savarin (1995), "Dize-me o que comes e te direi quem és", Montanari (2008) pontua que o modo de se alimentar de um indivíduo é fruto de sua experiência pessoal e também uma marca de pertencimento social. Dória (2009) aponta a alimentação como uma ação vigilante, uma maneira de expressar nossos valores através de escolhas alimentares e que a incorporação de costumes exteriores, "deglutir influências externas sem se descaracterizar" (p. 58), é para os hábitos alimentares similar à incorporação de palavras em língua estrangeira para a língua materna. Para Montanari (2008), a identidade não é o processo e sim o final da incorporação.

O ato de compartilhar da mesma comida é um sinal de pertencimento ao grupo, seja ele família, comunidade, confraria ou outro. A mesa une pessoas em torno de uma atividade comum, o que não significa que todos que sentam juntos à mesa sejam vistos como semelhantes – nela também pode se observar como se dão as relações entre os comensais (MONTANARI, 2008). Na contemporaneidade, a individualidade e a autonomia são marcas culturais que se apresentam também na alimentação, uma marca que permite a expressão de preferências alimentares racionalizadas e embasadas em princípios morais e éticos, como o vegetarianismo (ABONIZIO, 2016).

O modo de comer segue convenções análogas às que dão sentido e estabilidade às línguas. A proposta de Montanari (2008) considera como léxico (conjunto de palavras) do modo de comer os preparos a partir de ingredientes animais e vegetais disponíveis (análogos aos morfemas). A construção de pratos (palavras) se daria através de métodos de cocção e preparação, assim uma mesma base pode se transformar em preparos com aspecto e função distintos: "Por exemplo, com os cereais se podem fazer papas, pão, massa, tortas, fogaças: os ingredientes de base são os mesmos, diferente é o resultado gastronômico" (MONTANARI, 2008, p. 167). A retórica seria como esta comida é preparada, servida e consumida. A força de expressão da comida, assim como da língua, é a adaptação do discurso ao argumento. Desta maneira, a substituição de um ingrediente (morfema) em um prato (palavra) – seja por necessidade, seja uma alteração arbitrária – garante a continuidade do sistema. Em tempos de escassez de cereais, os camponeses aumentavam a massa de pão com terra e, mesmo assim, o preparo chamava-se pão.

Assim como a língua tem suas variações em diferentes regiões e estas diferenças não excluem o diálogo, o mesmo vale para o modo de comer. O exemplo citado por Montanari (2008) traz a regra monástica da abstinência da carne para ilustrar: "na época, o mais prestigioso, nutritivo e agradável dos alimentos, o aparente afastamento dos valores comuns na realidade os evoca, utilizando o mesmo léxico com o mesmo significado" (p. 166). Se a morfologia do alimento é respeitada, então ele cumpre sua função: um exemplo seria um purê de aipim ou um purê de batata, onde o aipim e a batata fazem as vezes de morfema e o purê seria a palavra.

Na formação do Paraná, a produção, distribuição e as características da atividade agrícola mudaram ao longo do tempo. Na segunda metade do século XVIII não havia uma produção de alimentos suficiente para subsistência da população paranaense. A base da economia da Província do Paraná era criação e comércio de gado e largo uso de trabalho escravo para a atividade – 28,8% dos habitantes eram escravizados. Os escravos eram também responsáveis pelo cultivo e criação de plantas e animais para a alimentação, como porco, milho, feijão, mandioca e arroz. No litoral do Paraná, a farinha de mandioca e o peixe eram os principais produtos no final do século XVIII, junto de feijão e milho. Não há registros da presença ou importância de legumes e hortaliças na alimentação dos habitantes do Paraná (ANTUNES, 1995).

A chegada dos estrangeiros para o processo de colonização mudou o sistema de produção dos alimentos: os imigrantes trouxeram novas técnicas de cultivos e culturas, a unidade econômica passou a ser a família imigrante e a relação com o Estado era de campesinato autônomo. Era preciso elevar o volume de produção de itens alimentícios dada a carestia que assolava a região na época. Com a remuneração de trabalho para a produção desses itens, no entanto, o valor da mercadoria aumentou, tornando a causar a escassez de alimentos para subsistência. O incentivo a imigrantes europeus foi uma escolha em investir em imigrantes em detrimento dos povos nativos, brasileiros e escravos recém-libertos no Brasil naquela época, que poderiam participar do processo de colonização e fixação na província, mas foram absorvidos pela produção de mate (ANTUNES, 1995).

Sendo a carne o principal produto de exportação da Capitania de São Paulo no século XVIII (da qual fazia parte o que hoje é parte do estado do Paraná), era também a base da alimentação, identificada como principal componente da alimentação básica. No século seguinte, a expansão de estabelecimentos de alimentação fora de casa e o fortalecimento da cultura culinária francesa como base do ensino de gastronomia reforçou a proteína animal como ingrediente central da refeição (ANTUNES, 1995).

2.3 Características espaciais e socioeconômicas de Curitiba

Neste subcapítulo serão apresentados os mapas fornecidos pelo Instituto de Pesquisa e Planejamento Urbano de Curitiba com informações sobre o número de

habitantes, domicílio, renda média e o custo da terra da cidade (IPPUC, 1997; 2007a, 2007b, 2016, 2017).

Entende-se que o turista, ao chegar à cidade, terá que se deslocar para se alimentar em locais que ofereçam pratos e opções que se adequem às suas preferências, portanto é importante e inevitável observar o espaço geográfico em que os estabelecimentos de alimentação se encontram.

Curitiba é a capital do Paraná, um dos três estados do sul brasileiro, e tem 204.450.649 habitantes. É a oitava maior população entre os municípios do Brasil e também a oitava maior população entre as capitais brasileiras (IBGE, 2015). É o município com o quarto maior PIB do Brasil, R\$ 59.151.308.000 e sua densidade demográfica é de 4.324 habitantes por quilômetro quadrado (IBGE, 2010), com uma taxa de crescimento anual de 1,17%. O serviço é a atividade com maior número de estabelecimentos ativos em Curitiba (79.779), majoritariamente microempresas (77.070) (IPPUC, 2015).

Quanto à organização espacial de Curitiba, o município tem 75 bairros e sua administração é dividida em dez regionais. Destas, apenas a região da Matriz será considerada para este trabalho, pois é a área em que está concentrada a maior parte dos atrativos turísticos de Curitiba contemplados pela Linha Turismo (INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO DE CURITIBA, -). A região da Matriz contém 18 bairros (Ahú, Alto da Glória, Alto da XV, Batel, Bigorrião, Bom Retiro, Cabral, Centro, Centro Cívico, Cristo Rei, Hugo Lange, Jardim Botânico, Jardim Social, Juvevê, Mercês, Prado Velho, Rebouças, São Francisco) e tem uma área de 35,95 km², que representa 8,26% da área total do município. Sua população é de 208.369 pessoas, ou 11,08% da população total da cidade (IBGE, 2015).

O Quadro 1 apresenta os dados individuais socioeconômicos dos 18 bairros de Curitiba, tais como área, população, número de domicílios, faixas de renda predominantes por domicílio – o IPPUC usou o valor de R\$ 510 como base – (IPPUC, 2015) e as faixas de custo da terra.

Quadro 1 – Dados socioeconômicos de Curitiba e bairros da região Matriz

Bairro	Área	População	Domicílios	Faixas de renda média predominantes por domicílio	Custo da terra (R\$/m ²)

CURITIBA	434,67 km ²	1.751.907	635.631	De ½ a 1 (20,59%) e de 1 a 2 salários mínimos (29,16%)	-
Ahú	1,85 km ²	11.506	4.784	De 3 a 5 (21,86%) e de 5 a 10 (25,59%) salários mínimos	61 – 80 41 – 60
Alto da Glória	0,88 km ²	5.548	2.777	De 3 a 5 (23,85%) e de 5 a 10 (30,62%) salários mínimos	81 – 110 61 – 80
Alto da XV	1,49 km ²	8.531	4.009	De 3 a 5 (23,06%) e de 5 a 10 (26,48%) salários mínimos	61 – 80
Batel	1,74 km ²	10.878	5.343	De 5 a 10 (28,55%) e mais de 10 (25,93%) salários mínimos	111 – 155 81 – 110
Bigorrião	2,9 km ²	28.336	13.691	De 3 a 5 (20,93%), de 5 a 10 (30,87%) e mais de 10 salários mínimos (20,15%)	81 – 110 111 – 155 61 – 80
Bom Retiro	1,9 km ²	5.156	2.029	De 1 a 2 (22%), de 3 a 5 (19,91%) e de 5 a 10 (19,15%)	61 – 80
Cabral	2,03 km ²	13.060	5.968	De 3 a 5 (20,35%) e de 5 a 10 (31,6%) salários mínimos	41 – 60 61 – 80
Centro	3,28 km ²	31.283	23.360	De 3 a 5 (21,06%) e de 5 a 10 (21,47%) salários mínimos	111 – 155
Centro Cívico	0,95 km ²	4.783	2.497	De 3 a 5 (23,4%) e de 5 a 10 (29,86%) salários mínimos	81 – 110
Cristo Rei	1,45 km ²	13.795	7.020	De 3 a 5 (24,23%) e de 5 a 10 (28,61%) salários mínimos	61 – 80
Hugo Lange	1,18 km ²	3.392	1.383	De 3 a 5 (21,73%) e de 5 a 10 (24,64%) salários mínimos	61 – 80
Jardim Botânico	2,76 km ²	6.172	2.541	De 1 a 2 (21,58%) e de 3 a 5 (21,35%) salários mínimos	41 – 60 61 – 80
Jardim Social	1,96 km ²	5.698	1.983	De 3 a 5 (21,52%) e de 5 a 10 (30,91%) salários mínimos	81 – 110
Juvevê	1,23 km ²	11.582	5.275	De 3 a 5 (21,16%) e de 5 a 10 (29,23%) salários mínimos	81 – 110

Mercês	3,59 km ²	12.907	5.407	De 1 a 2 (21,29%), de 3 a 5 (20%) e de 5 a 10 (19,85%) salários mínimos	61 – 80 81 – 110
Prado Velho	2,43 km ²	6.077	2.171	De ½ a 1 (29,22%) e de 1 a 2 (25,3%) salários mínimos	41 – 60 61 – 80
Rebouças	2,97 km ²	14.888	7.520	De 3 a 5 (22,06%) e de 5 a 10 (20,31%) salários mínimos	41 – 60 61 – 80 81 – 110
São Francisco	1,35 km ²	6.130	3.105	De 1 a 2 (21,25%), de 2 a 3 (18,44%), de 3 a 5 (22,32%) e de 5 a 10 (19,76%) salários mínimos	81 – 110

Fonte: IPPUC (1997, 2015)

Os dados de custo de terra do IPPUC são de 1997 e ainda que possam estar desatualizados, é possível inferir que as áreas apresentadas no Quadro 1 cujo custo do metro quadrado é mais alto – Alto da Glória, Batel, Bigorrião, Centro, Centro Cívico, Jardim Social, Juvevê, Mercês e São Francisco – mantêm-se como tal.

As informações do Quadro 1 são relevantes para a análise do espaço em que circula o turista, conforme proposto no terceiro objetivo específico deste trabalho.

Para limitar o espaço analisado no presente trabalho, considera-se apenas a área e perímetro delimitados pela Linha Turismo, cujos atrativos turísticos são 25, a saber: Teatro Paiol, Jardim Botânico, Mercado Municipal de Curitiba, Estação Ferroviária, Rua 24 Horas, Rua XV de Novembro, Centro Cultural Teatro Guaíra, Praça Tiradentes, Prédio Histórico da UFPR, Passeio Público, Memorial Árabe, SESC Paço da Liberdade, Prefeitura Municipal de Curitiba, Museu Oscar Niemeyer, Bosque João Paulo II, Bosque Alemão, Universidade Livre do Meio Ambiente, Parque São Lourenço, Parque Tanguá, Torre Panorâmica de Curitiba, Parque Barigui, parque Tingui, Bosque São Cristóvão, Portal de Santa Felicidade e Ópera de Arame.

Bizinelli (2015) e Horodyski (2014) usaram o mesmo recorte em seus trabalhos. Ao estudar como o consumo de souvenirs afetava as experiências turísticas em Curitiba, Horodyski (2014) delimitou seu estudo de caso dentro da área compreendida pela Linha Turismo. Em sua análise sobre a localização de lojas de souvenir em relação aos atrativos turísticos com base na projeção sobre o mapa de

Curitiba, Horodyski (2014) constatou que o bairro de Santa Felicidade, a região da Ópera de Arame e Pedreira Paulo Leminski, bem como a região da Rodoferroviária de Curitiba e Mercado Municipal apresentaram a maior concentração de oferta de lembranças da cidade e que também são os atrativos mais visitados na cidade. Assim, tem-se uma oferta modulada pela demanda do mercado turístico.

Bizinelli (2015), por sua vez, estudou a distribuição espacial dos estabelecimentos de alimentação em Curitiba. Seu recorte foi de acordo com os estabelecimentos com maior número de comentários no site TripAdvisor e o que constatou foi que os bairros Centro, Batel e Água Verde concentram o maior número de estabelecimentos cadastrados na plataforma – mas são os estabelecimentos do Batel, Centro e Santa Felicidade, respectivamente, que concentram o maior número de comentários e avaliações.

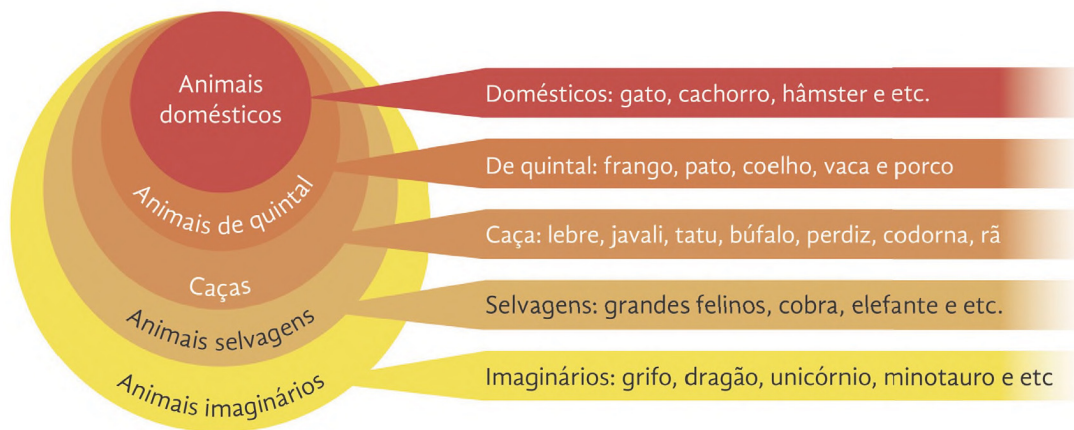
As tipologias culinárias e serviços mais comuns em Curitiba segundo a pesquisa nos dados do TripAdvisor por Bizinelli (2015) foram brasileira e à la carte, concentrados em pontos onde também estão o equipamento hoteleiro e os centros de compras. Bizinelli (2015) constatou, no entanto, que a localização dos atrativos turísticos não é determinante na concentração ou localização dos estabelecimentos de alimentação, porém, em bairros como Centro, Centro Cívico e São Francisco, onde está o “centro de negócios” da cidade, há uma concentração maior de estabelecimentos de alimentação, que coincidem em proximidade com os atrativos turísticos ali localizados.

3. ÉTICA ALIMENTAR

A perspectiva ética da alimentação é algo que perpassa os séculos, podendo ser evocado o comportamento dos monges, cuja renúncia do consumo da carne significava renunciar também (e mesmo rechaçar) um estilo de vida e de alimentação baseado em poder, violência e imposição da força. Por oposição, a preferência recai sobre os vegetais, historicamente ligados a comida de camponês e gente pobre, ressignificados como "humildade espiritual". "[...] nesse caso, se trata de uma escolha deliberada, não de uma constrição ditada pela pobreza: e nesse elemento de voluntariedade está todo o "valor" da experiência." (MONTANARI, 2008, p. 128).

Para ilustrar o entendimento de moralidade que constrói a ideia de comestível no que tange aos animais, Dória (2009, p. 39) apresenta um esquema de círculos concêntricos que hierarquiza a comestibilidade dos animais (vide Figura 2).

Figura 2: Hierarquização dos animais na cultura ocidental



Fonte: Dória (2009)

No centro da Figura 2 estão os animais de estimação (cachorros, gatos, algumas espécies de peixes), sendo os círculos subsequentes os animais de quintal (engloba frango, pato, coelho, vaca e porco – os explorados na pecuária), os animais de caça (lebre, javali, tatu, búfalo, perdiz, codorna, rã), os animais selvagens, como grandes felinos, cobras e grandes mamíferos, como o elefante, e os animais imaginários e inexistentes (como dragão, unicórnio e minotauro).

O antropocentrismo da cultura ocidental contemporânea coloca um veto ao consumo dos animais dentro do menor círculo – o que contém os animais domésticos, pois estariam mais próximos aos seres humanos.

Assim, é possível compreender o motivo do consumo de carne humana ou carne de animais de estimação causarem repulsa e revolta na sociedade ocidental atual. Seria considerado um "canibalismo" comer um cachorro ou gato, porém o mesmo não vale para animais vistos como objetos, que seriam desprovidos de personalidade e de expressão, tal como vacas, frangos e porcos, criados em quantidades maiores, o que contribui para sua objetificação (FELIPE, 2012). Alguns animais foram selecionados para fins alimentícios por predileções e construção social e cultural, enquanto a outros foi restringido o consumo por tabus e regras de

determinada sociedade, como a proibição para os judeus, muçulmanos e indianos de carnes de animais suínos e bovinos (CARNEIRO, 2003).

Mesmo com a aceitação do consumo de animais criados pela pecuária para consumo, a apresentação desta carne à mesa mudou. Se até o século XVI os banquetes tinham animais inteiros assados no meio da mesa, nos séculos subsequentes a apresentação passou a ser amorfa, com a carne sendo servida em meio a molhos e picada (CARNEIRO, 2003).

Embora o vegetarianismo seja mais estudado da perspectiva nutricional, ao falar de alimentação sob o aspecto de preferência, gosto e conhecimentos compartilhados por um determinado grupo, está se falando de gastronomia (FREIXA & CHAVES, 2015). Assim, é preciso compreender a formação e restrições da cozinha vegetariana.

3.1 Alimentação vegetariana na contemporaneidade

O vegetarianismo é um regime alimentar que exclui todos os tipos de carnes, inclusive peixes e frutos do mar. Há quatro classificações de dietas dentro do vegetarianismo segundo a Sociedade Vegetariana Brasileira (2016). São elas:

- a. Ovovetarianismo: come ovos e laticínios
- b. Lactovegetarianismo: come apenas laticínios
- c. Ovovegetarianismo: come apenas ovos
- d. Vegetarianismo estrito: não consome nenhum alimento de origem animal

A dieta vegetariana estrita é a alimentação adotada pelos veganos, cuja filosofia de vida é excluir de seu consumo todo e qualquer produto de origem animal (tais como laticínios, ovos, mel, gelatina, corantes à base de insetos, etc.) e também que tenham em sua produção exploração de animais (testes em laboratório, vivissecção, tração, produtos de entretenimento, como rodeio, zoológico, touradas, circo etc.) (SVB, 2015; TRIGUEIRO, 2013). Este comportamento surge em cidades urbanizadas como resposta à criação industrial de animais usados para a alimentação, em espaços exíguos e abate em linha de produção a partir de 1960 (SINGER, 2010). A concentração de vegetarianos estritos em espaços urbanos, portanto, cria uma demanda por locais que ofereçam produtos que sigam esta filosofia; um deles de necessidade básica e diária: a alimentação.

A alimentação vegetariana é um segmento crescente no mundo e, apesar do senso comum apontar para uma alimentação com produtos vegetais com pouco processamento, como saladas cruas e frutas, a cozinha vegetariana é rica em adaptações da culinária tradicional e pratos originais, que podem usar ou não técnicas da cozinha onívora. Quando Montanari (2008) afirma que o modo de comer segue regras similares ao modo de falar, obedecendo a lógica da cultura específica em que se cria, pode-se inferir que o léxico do vegetariano é uma variação do léxico vigente (onívoro), mas que desconsidera a carne e outros produtos animais como ingredientes. Nesta linha de pensamento, os estabelecimentos de cozinha vegetariana podem oferecer opções da culinária local sem que se perca a camada cultural do prato.

Em estudo feito em São Paulo com clientes de restaurantes vegetarianos, constatou-se que eles procuram também experiências e sabores distintos, sem limites a um único tipo de cozinha (FRANCO e REGO, 2005). Somam-se a isso os aspectos individuais, como renda, escolaridade, sexo e ocasião, e o resultado são preferências diversificadas de alimentação dentro de um mesmo grupo, muitas vezes considerado homogêneo.

Assim como estudar a história da alimentação passa pelo estudo da fome e do excesso, entende-se que para estudar a alimentação vegetariana é preciso entender o consumo de carne e sua simbologia, seus processos produtivos e de distribuição, a atuação "coadjuvante" e relegada ao segundo plano de vegetais e sua conotação de refeição pobre e simples em sabor. A carne é um assunto central quando se fala em alimentação vegetariana porque ela é o alimento rejeitado. O que a torna um produto não considerado ingrediente ou passível de ser chamado de comestível, para vegetarianos, é que para obtê-la é preciso matar um animal e que sua presença na alimentação é dispensável nutricionalmente caso haja uma dieta balanceada.

Há registros de alimentação vegetariana apregoadas por Pitágoras na Grécia Antiga e na cultura hindu como maneiras de evitar a contaminação e manter a pureza do corpo. Mais adiante na História, diversas organizações e grupos surgiram ao longo dos dois últimos séculos orientando uma alimentação livre de carnes, sendo muitas delas por motivos religiosos.

Carneiro (2003) cita a criação dos flocos de milho do Dr. Kellogg como uma saída para a alimentação em um sanatório ligado aos Adventistas do Sétimo Dia. A

prática do controle da alimentação estava ligada ao controle de outros apetites do corpo, tais como o sexual. As restrições de Kellog não se davam apenas à carne, tendo feito testes de adaptações de cardápio que passavam por comer apenas frutas ou um determinado alimento durante o dia.

Esta reforma alimentar de inspiração religiosa é similar aos votos que monges e outras figuras religiosas fazem ao renunciar às comidas "luxuosas", tais como carne, álcool, tabaco e, em algumas culturas, tais como a budista, especiarias e temperos mais pungentes. É construída uma relação direta entre o ascetismo alimentar e a castidade sexual, a ideia de que conter um impulso seria fazer um sacrifício em prol de algo maior. Deduz-se, portanto, que vem desta raiz histórica de pastores, monges e demais figuras religiosas do século XIX que resistem e se abstêm de "prazeres mundanos" o senso comum de que a opção alimentar sem carnes seria uma forma de castigo auto-imposto, de resiliência, auto-controle e negação do prazer ainda no século XXI. Pode-se entender que a construção dessa imagem vem da confusão entre a origem dessa decisão (CARNEIRO, 2003).

Em 1726, no livro "As Viagens de Gulliver", Jonathan Swift coloca seu personagem diante de um dilema em que deve escolher como gostaria de se alimentar, se como os Yahoos (carne crua, personalidade brutal e exalando mau cheiro) ou como os Houyhnhnms (que comiam capim fresco, eram delicados e tinham cheiro agradável). Gulliver opta por beber leite de vaca, deixando subentendido um caminho do meio (CARNEIRO, 2003). A história reflete também o imaginário da época em relação ao tipo de alimentação e o papel no mundo dos indivíduos de acordo com sua dieta: os estereótipos ligam a carne à detenção de poder e do uso da violência, bastante masculino, e como a dieta de agentes ativos; enquanto a segunda figura pintada é a de um tipo passivo, feminino e frágil. Diante de tal dualidade, é possível ver como a estrutura social que valoriza a carne pode também valorizar o masculino em detrimento do feminino, ou seja, sem o equilíbrio que Gulliver propôs.

Na Europa do século XIX uma visão mais "romântica" em relação aos animais é construída e a decisão de não ingerir carnes passa pelo cunho moral e de "solidariedade interespecies". A origem deste vegetarianismo tem ligação com o vegetarianismo pitagórico e com a tradição filosófica indiana, em que o consumo de carnes se assemelharia a um ato canibal. Outra vertente elencada é o

vegetarianismo ideológico espírita, que acredita que almas humanas reencarnam em diferentes corpos, podendo ser o de um animal (CARNEIRO, 2003).

Até os anos 1960, no pós-guerra norte-americano, tinham contato com o vegetarianismo pessoas mais próximas destas religiões. Com a onda contracultural que se iniciou nos Estados Unidos na década de 1960, o vegetarianismo foi abraçado pelos estadunidenses como uma quebra de paradigma. Carneiro (2003) registra que 6,7% dos estadunidenses se declaram vegetarianos e que a tendência mais expressiva seria cortar da alimentação carnes vermelhas e adotar o ovolactovegetarianismo, enquanto o veganismo seria uma prática ainda sem dados certos.

Os entendimentos religiosos e de pureza ignoram o argumento material levantado pela luta de direitos dos animais mais recente, do século XX, que considera que todo ser vivo tem um valor intrínseco e que é dever moral do ser humano evitar infligir dor e fazer uso de animais de sua mesma espécie e de outras como meios para seus fins. Carneiro (2003) traz outro exemplo de produção literária que trata do tema, este mais atual. É "A vida dos animais" de J. M. Coetzee (2002), título que debate as justificativas morais para o tratamento do homem dispensado aos demais animais e cuja personagem principal compara a criação dos animais para abate com o plano de extermínio dos judeus pelos nazistas (CARNEIRO, 2003).

A evolução do paladar, do primeiro alimento cozido até o momento em que se escolhe na gôndola de mercado, leva a uma preferência de sabores salgado, doces e gordurosos. Com a produção industrial de alimentos, a facilidade de consumir produtos ricos nestes três ingredientes resulta em um consumo excessivo dos mesmos (WRANGHAM, 2010; POLLAN, 2008). Pode-se dizer que a facilidade em encontrar carne atualmente no Brasil é, também, uma causa para o excesso de consumo e a falta de reflexão em torno da cadeia produtiva dos produtos de origem animal. "Só podemos nos dar ao luxo de ter nos animais uma grande fonte de alimento porque dispomos de um grande excedente de proteínas vegetais" (MCGEE, 2014, pp. 136-137).

É neste contexto que surge a alimentação vegetariana motivada pela preocupação ética e ambiental e sua prática tem como objetivo não só evitar o sofrimento de outra espécie como também mitigar danos ambientais causados pela criação industrial de animais. Atualmente, dois terços da produção de grãos do

mundo são destinadas a composição de ração para a pecuária, sendo que esta terra poderia ser usada para o cultivo de alimentos de origem vegetal que alimentariam mais humanos que a transformação de grãos e cereais em carne (CARNEIRO, 2003).

No decorrer dos anos, a lógica industrial do barateamento de insumos e da aceleração da engorda e abate, trouxe mudanças na alimentação do gado: antes baseada em pasto, a alimentação foi sendo substituída por parcelas de ração, composta, muitas vezes, de restos do setor de abate, tais como cartilagens, vísceras e ossos do próprio gado. A transformação de um animal herbívoro em canibal desencadeou doenças como o mal da vaca louca (LÉVI-STRAUSS, 2009).

Outras adaptações da indústria quanto à alimentação destes animais foi a inserção de grãos e cereais para aumentar a absorção de nutrientes e calorias. Por consequência, o sistema digestório dos ruminantes não consegue processar tais alimentos e acaba fermentando em um de seus vários estômagos, causando desconforto pelo aumento de gases, eliminados na forma de metano pelo gado e contribuindo para o aquecimento global (CARNEIRO, 2003; DÓRIA, 2009; FELIPE, 2012).

O mal da vaca louca foi um evento citado por Carneiro (2002), Lévi-Strauss (2009) e Dória (2009) como responsável pela diminuição do consumo de carnes à época e uma desconfiança mais presente por parte do consumidor em relação às práticas da indústria. Soma-se a isso as pesquisas que apontavam o uso de hormônios e antibióticos nas manadas e, mais recentemente, debates sobre o bem-estar animal tornaram o cenário favorável para um aumento da relevância do vegetarianismo e para a discussão sobre diminuir o consumo de carnes e produtos derivados de animais. Escreve Dória (2009):

"(...) uma humanidade vegetariana é um percurso evolutivo que se vislumbra já com a diminuição espontânea do consumo de carne, acelerada por acontecimentos como o da vaca louca. (...) não necessariamente se abandonará por completo o consumo de carne, mas ele recuperará um aspecto que há muito perdeu (...) sendo consumida ritualisticamente" (DÓRIA, 2009, p. 44)

Ainda que a ética no consumo seja o embasamento teórico de muitos autores, Lévi-Strauss (2009), Pollan (2008) e Dória (2009) apontam a industrialização como um fator desencadeante da desconfiança do consumidor na contemporaneidade. Para tornar a produção viável, a indústria trabalha com grande

escala, um método que prioriza a quantidade em detrimento da qualidade. A má qualidade reflete não apenas nas condições de criação dos animais, mas também na qualidade da alimentação destes.

Sementes transgênicas e o sistema de plantio intensivo são características de uma agricultura que empobrece o solo, em um sistema de monocultura – principalmente soja e milho – que degrada fauna e flora dos diversos biomas no Brasil. A criação extensiva do gado em pasto (o que é adotado no Brasil) tem efeitos negativos dificilmente reversíveis: compactação do solo, contaminação de mananciais e lençol freático e emissão de gás metano (SINGER, 2010; LÉVI-STRAUSS, 2009; DÓRIA, 2009; POLLAN, 2008). Tal transformação na maneira de se produzir alimento faz com que uma parcela da população questione a origem de seus alimentos e as consequências de suas escolhas no consumo e, conseqüentemente, na alimentação.

Ainda recente como tema na academia, a partir de 2009 nota-se um crescimento nas pesquisas acadêmicas que tratam de vegetarianismo e veganismo em periódicos dos Estados Unidos, Reino Unido, Austrália, Alemanha, Itália e Holanda, com um aumento significativo a partir de 2015. Se considerar o Brasil, que em 2012 tinha 8% dos habitantes se declarando vegetarianos (IBOPE, 2012) e, seis anos depois, 14% se declaram vegetarianos (IBOPE, 2018), há pouca expressividade da pesquisa brasileira no tema, não tendo nenhum artigo publicado em inglês sobre veganismo e consumo (SCHINAIDER e SILVA, 2018).

Em sua origem, o veganismo surge como uma filosofia de vida que pretende diminuir o impacto no meio ambiente e não causar sofrimento ou objetificação dos animais através de escolhas de consumo (TRIGUEIRO, 2013), uma motivação bem distinta de saúde.

A maneira com que os adeptos dessa filosofia de vida se alimentam e consomem serviços e produtos ligados à alimentação impacta em outros serviços, como o turismo. O recorte feito neste trabalho considera a alimentação do turista vegetariano em viagem, portanto, um nicho dentro do turismo gastronômico.

4. Turismo gastronômico

O turismo cultural é uma das modalidades do turismo praticada por turistas cujo interesse está em bens materiais e imateriais produzidos pelo homem, não

tendo como atrativo principal um recurso natural (BARRETTO, 2003). Dentro dessa modalidade está o turismo gastronômico, uma fatia do turismo cultural que pode recuperar tradições e valorizar produtos locais (GIMENES, 2003) e que é praticado intencionalmente pelo turista como uma maneira de explorar e participar dos costumes locais (PIMENTEL e MACHADO, 2014). O turismo gastronômico se dá pelo deslocamento de visitantes atraídos pelas práticas gastronômicas de determinada localidade, cujos atrativos seriam cozinha regional, eventos gastronômicos, oferta de estabelecimentos de alimentos e bebidas diferenciados e também caminhos, rotas e circuitos gastronômicos (GÂNDARA, 2008, p. 181).

O surgimento dos primeiros roteiros para indicar onde e o que comer se dá na França com o *Guide Michelin*, cuja primeira edição data de 1901. O precursor foi o *Guide Joanne*, cuja primeira edição saiu em 1840, que listava licores, queijos, comércio de aves e outras atividades e produtos como parte do descritivo da área geográfica e história local. Com o início do turismo automotivo, por volta de 1920, uma nova modalidade de percepção do espaço foi possível e as cozinhas regionais passam a integrar uma economia turística. As posteriores edições do *Guide Michelin* impulsionam esse descobrimento e o desenvolvimento da indústria hoteleira. É na edição de 1920 do *Guide Michelin* que se encontram as primeiras recomendações gastronômicas e a partir de 1922 nos *Guide bleus* (denominação que o *Guide Joanne* adotou a partir de 1919). Ao colocar lado a lado monumentos históricos e as especialidades culinárias locais que "o discurso [...] adquire nessa data uma amplitude considerável" (CSERGO, 1998, p. 819).

Em 1921, Marcel Rouff e Curnonsky organizam o primeiro "Tour de France gastronomique", um roteiro gastronômico editado em 24 volumes cujo conteúdo é centrado na história e inventário de iguarias, receitas, costumes e relatos sobre comida. Entre 1930 e 1950 surgem guias gastronômicos similares na França, sempre ligados à noção da cozinha local e descobertas gastronômicas (CSERGO, 1998).

Outros guias foram criados durante a segunda metade do século XX, mas foi em 2002 que outra lista de restaurantes alcançou a mesma importância que o *Guide Michelin*. A revista *Restaurant*, do grupo britânico William Reed Business Media, passou a publicar uma lista com os 100 melhores restaurantes do mundo, dando destaque para os 50 melhores. A premiação é anual e desde 2016 tem realizado suas cerimônias de premiação em outros países além da Inglaterra. A publicação

anual da lista dos 100 melhores (on-line) define o cenário gastronômico e as tendências no serviço, técnica e ingredientes da alta cozinha em todo o globo.

O *Guide Michelin* segue como um importante guia de gastronomia mundial, tendo lançado sua edição no Brasil em 2015. Atualmente, premiações e edições de revistas especializadas em gastronomia fazem as vezes de direcionar a atenção do público para um número limitado e exclusivo de estabelecimentos e no Brasil as seleções de estabelecimentos são a partir de unidades regionais, tais como *Veja Comer & Beber* (desde 1996) (ABRIL, 2016); *Prazeres da Mesa* (desde 2003) (PRAZERES DA MESA, -), entre outros. No Paraná, o jornal *Gazeta do Povo* lançou em 2011 o Prêmio Bom Gourmet com jurados para indicar um prato e um restaurante para cada categoria. O prêmio teve sete edições e cobre apenas o município de Curitiba. O mais recente em Curitiba é o Prêmio de Gastronomia TopView, organizado pelo Grupo RIC desde 2016.

Para o turista cuja motivação gastronômica é de status e prestígio, comer ou ser visto no "restaurante certo" é importante e o papel destes guias e prêmios de gastronomia são fundamentais para a decisão do destino visitado (FIELDS, 2002). Como parte importante do turismo, os serviços de alimentação têm se adaptado e apresentado cada vez mais opções, uma variedade que significa maior possibilidade para acúmulo de riquezas (SANTOS FILHO, 2005).

Mas nem só de restaurantes exclusivos é composto o turismo gastronômico. A alimentação em geral, bem como o desejo de conhecer pratos típicos, são motivos que levam milhões de turistas a viajarem na atualidade. Dados publicados por Fusté Forné (2015) descrevem que 5,5 milhões de turistas visitam a Espanha anualmente motivados a provar a gastronomia local, sendo o volume anual próximo de 50 milhões. A alimentação chegou a representar mais de um terço dos gastos dos turistas em viagens, considerando também os produtos alimentícios como souvenir (FUSTÉ FORNÉ, 2015). Fields (2002) elenca como uma vantagem da publicidade do destino gastronômico torná-lo mais facilmente identificável pelo turista interessado no nicho e menos "problemático" que o turista do turismo em massa.

São duas as experiências possíveis no turismo gastronômico segundo Pimentel e Machado (2014): quando os ingredientes são novos para o turista e quando a maneira de servir ou de consumir a refeição é nova para ele. O turismo gastronômico também pode ser o responsável por trazer de volta tradições e expressões locais da vida cotidiana de um destino, uma vez que a comida é um

ponto de partida que funciona como "uma máquina histórica do tempo e um refúgio da McDonaldização" (HJALAGER, 2002, p. 27).

O turismo gastronômico tem se consolidado principalmente em destinos cuja sociedade apresente relação estreita com quem produz o alimento (agricultor, pecuarista), tradição em modos de preparo e de comer, uma alimentação ligada à história do local por imigração, colonização ou mudanças econômicas e/ou uma cena gastronômica ligada à alta cozinha desenvolvida por chefs famosos e pautada por publicações do segmento de gastronomia. O turista que "viaja para comer" é quem pratica o turismo gastronômico: ele frequenta produtores, festivais, restaurantes, unidades de produção fabril ou artesanal, escolas de cozinha, percorre rotas e escolhe seu destino a partir das experiências possíveis em torno da mesa (JESUS & LÓPEZ-GUZMÁN, 2011; GRECHINSK & CARDOZO, 2008; OLIVEIRA, 2011; TRAMONTIN E GÂNDARA, 2010).

Um aspecto a se levar em conta no funcionamento dos serviços aos turistas é que ele "não tem bastidores" (exceto pelo trabalho dentro de uma cozinha de restaurante). É levada em conta não só a qualidade da comida, mas também a interação entre o cliente e o prestador de serviço e, se esta relação não corresponder às expectativas do turista, é interpretado como um produto de qualidade inferior. Uma leitura referente ao papel do profissional que atua nas atividades do turismo é que ele é o responsável por proporcionar bons momentos que serão lembrados de maneira positiva pelo turista, que está em um momento único e especial – folga ou férias. Não há, no entanto, um único tipo de visitante; cada um tem seus sonhos e expectativas. Uma maneira viável de manter a boa relação entre oferta e demanda sugerida é a supersegmentação e a superespecialização da oferta, dividindo ainda mais os nichos para melhor entendê-los e atender às especificidades com maior precisão (URRY, 2001; GÂNDARA, 2008).

O consumo no turismo gastronômico não se dá apenas pelo prazer de comer. É característica do consumo simbólico, na perspectiva turística, ser uma forma de montar sua narrativa. A partir do destino que se escolhe, dos lugares em que se hospeda e dos pratos que se prova em detrimento de outros cria-se sua própria história, em que o enredo é a incorporação das experiências em produto e serviços. Esta assimilação da cultura local pelo turista através do consumo influenciará decisões e sua história, uma vez que as viagens transformam as pessoas.

(GÂNDARA, 2008). E esta lógica se aplica ao consumo no turismo gastronômico com diferentes motivações.

Hjalager (2002) faz distinção entre comida de corpo e de alma, colocando o *fast food* como a primeira (fisiológica) e a comida de alma, com memória afetiva, ligada a rituais e celebrações. "O consumo no turismo é repleto de consumo simbólico que vai além da satisfação das necessidades do corpo" (HJALAGER, 2002, p. 21). Ao afirmar o exposto na frase anterior, Hjalager não considera o simbolismo que consumir *fast food* pode ter para um turista, por exemplo: comer em uma lanchonete ou cafeteria que não existe no país de origem do turista pode simbolizar status.

O turismo gastronômico pode ter sua demanda motivada pela busca de algo desconhecido, isto é, algo difícil de se encontrar na cidade de origem do visitante como experiência autêntica. Dessa maneira, excluiria-se do turismo gastronômico o consumo de produtos ultraprocessados, pois nele não estão os aromas e sabores únicos da localidade, mas a padronização e a perda de identidade local da comida em detrimento de grandes empresas industriais alimentícias. O "anonimato dos alimentos" seria a falta de relação entre quem produz os ingredientes e quem o prepara para consumo, portanto, esvaziando a experiência gastronômica e esvaziando o potencial de motivar o turista a conhecer o que se come no local (ZAGO, SALES & OLIVEIRA, 2013; FUSTÉ FORNÉ, 2015).

Para promover a gastronomia existente no local, é preciso que o trabalho de promoção torne claro ao turista a diferença e a peculiaridade daquele em relação a outros e que haja uma variedade de estabelecimentos e oportunidades para que ele possa prová-la (LÓPEZ-GUZMÁN & CAÑIZARES, 2012). É preciso notar que os integrantes da própria comunidade podem ter hábitos alimentares distintos entre si, como no caso de cidades construídas a partir de imigrantes (JAROCKI, 2010).

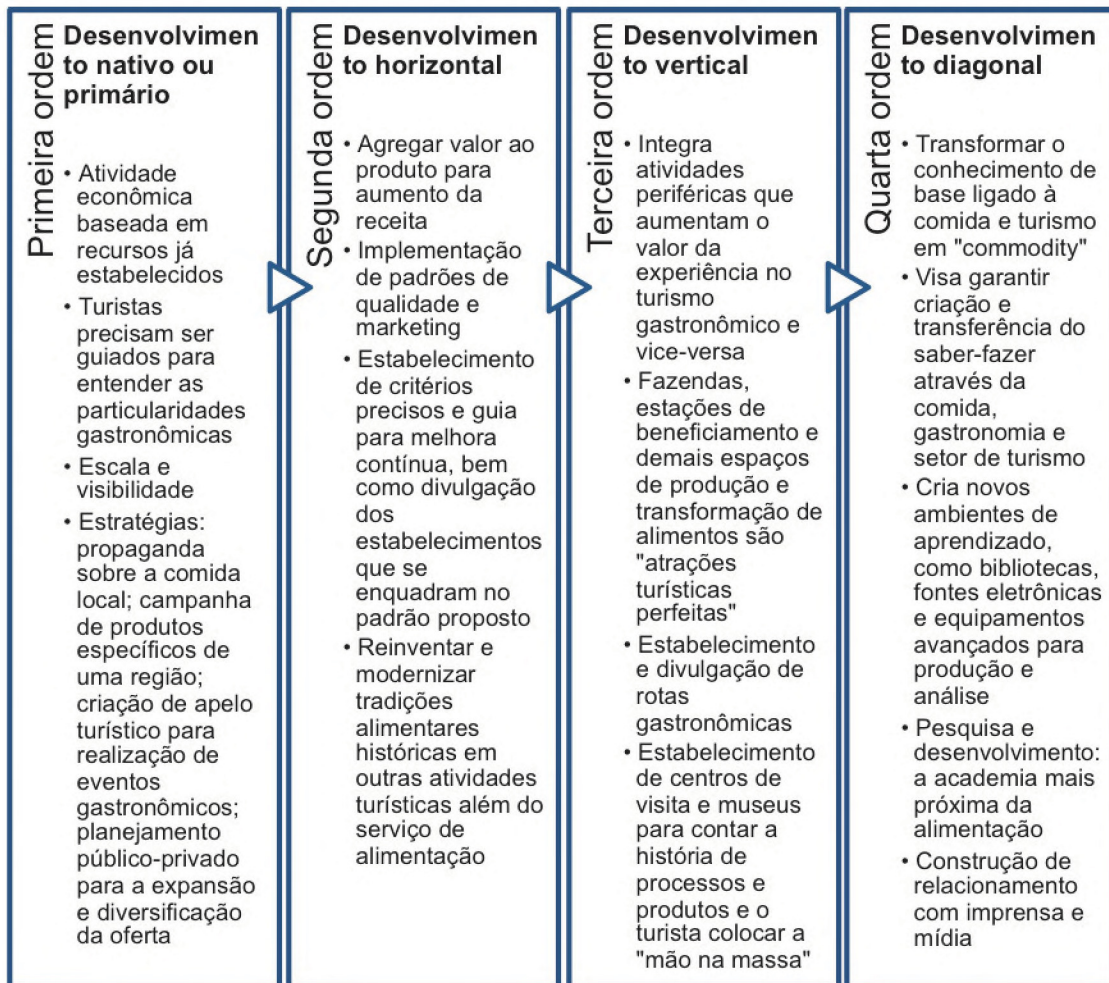
Na exploração da culinária típica, é preciso evitar cair em armadilhas como tornar o local uma caricatura de si. A gastronomia típica, ao ser explorada como o diferencial do destino, pode reforçar de maneira artificial sua "diferença" em relação a outros lugares e cair em uma armadilha, perdendo autenticidade e criando "pseudo-acontecimentos" (URRY, 2001). Outro perigo seria o de saturar o destino ao apostar em apenas um atrativo turístico, como foi o caso do município argentino Tomás Jofré, em que a gastronomia típica do local foi explorada por diversos estabelecimentos de maneira muito similar e, ao promover o turismo massificado,

acabou inibindo o desenvolvimento de outras atividades e inibindo também o fluxo de turistas que poderiam se interessar pela gastronomia local (NAVARRO & SCHLÜTER, 2010).

Uma das características necessárias para o desenvolvimento do turismo gastronômico é que a localidade apresente um produto turístico em que a gastronomia seja mais que uma oferta básica, trabalhando para satisfazer as expectativas do visitante tanto em gastronomia, serviço e opções de pratos quanto em outras atividades integrantes do produto turístico, tais como hospedagem, transportes e atrações culturais e naturais, entre outras (JAROCKI, 2010). Dentre as características de uma rota turística, cita-se cooperação entre os diferentes *stakeholders* do produto turístico, de maneira a estimular o desenvolvimento da região e a criação de uma base de atividades específicas que destaquem o destino e mostrem a diferença entre as ofertas geograficamente próximas ou ofertas similares em outras localidades distantes (JESUS & LÓPEZ-GUZMÁN, 2011).

Hjalager (2002) propõe uma sistematização das forças-motoras e barreiras para a criação do turismo gastronômico. O sistema é composto por quatro ordens, formando uma hierarquia, porém podendo ocorrer mais de uma simultaneamente no mesmo destino, dependendo do nicho a ser desenvolvido dentro do turismo gastronômico. O Quadro 2 detalha as características de cada uma das ordens:

Quadro 2: Atividades dos estágios do desenvolvimento do turismo gastronômico



Fonte: Hjalager (2002), adaptado pela autora.

No Quadro 2, é possível observar como as etapas do desenvolvimento do turismo gastronômico se desenvolvem. As características e estratégias listadas por Hjalager (2002) podem ser usadas para diagnosticar o cenário em que o turismo gastronômico se encontra no caso do nicho vegetariano em Curitiba.

Na primeira ordem, o turismo gastronômico é pensado organizando-se as estruturas e recursos já existentes, sejam eles materiais ou imateriais, e é preciso um esforço em comunicar ao turista o que se come e como se come no destino e apresentar as particularidades da alimentação da população local.

Dentre as estratégias iniciais estão a publicidade sobre a comida local, a criação de feiras, festas e eventos gastronômicos. Uma vez com público cativo, esses eventos podem ter sua sobrevivência garantida pelo interesse crescente de turistas. Também é parte do desenvolvimento primário o planejamento do poder

público em conjunto com o privado para a expansão e diversificação do setor de alimentação, como novos restaurantes instalados em empreendimentos urbanos ou resorts; lojas ligadas ao setor e outros pontos em que o turista possa comprar, experimentar e vivenciar o produto.

Na segunda ordem, o desenvolvimento do turismo gastronômico passa por agregar valor ao produto local, uma estratégia para aumento da receita e para evitar que a culinária local se torne trivial.

Com a globalização e a industrialização suprimindo receitas e comidas tradicionais, Hjalager (2002) cita a possibilidade de reinventar, modernizar ou "transformar em commodity" tradições alimentares históricas, como a criação de atividades turísticas que resgatem histórias, modos de fazer e que transportem o turista ao passado em uma experiência que se torna um "refúgio à McDonaldização".

Na terceira etapa de desenvolvimento do turismo gastronômico, as atividades periféricas à alimentação são integradas à cadeia, aumentando o valor da experiência do turista. A alimentação também passa a ser um destaque em outras atividades turísticas para aumentar seu valor: "Nenhum museu existe sem uma cafeteria, que geralmente está mais cheia que as salas de exposição. Mesmo nas trilhas difíceis dos Himalaias a comida está disponível em intervalos regulares" (HJALAGER, 2002, p. 27).

Outra prática é o estabelecimento e divulgação de rotas gastronômicas, em que se juntam em um mesmo itinerário diferentes estabelecimentos e pontos que tratem de um mesmo tema.

A quarta ordem tem o conhecimento como o ingrediente mais importante. Intensificam-se os recursos de conhecimento e desenvolvimento da capacidade de inovação. A criação e transferência do saber-fazer se dá através da comida, da gastronomia e do setor turístico, atraindo não só turistas de lazer em férias, mas também e principalmente profissionais dos setores de turismo e gastronomia.

O turismo gastronômico se desenvolve não só como entretenimento ou experiências relacionadas à comida, mas também como criação e disseminação de conhecimento sobre comida. Divulgação e aproximação da mídia são cruciais para o desenvolvimento do turismo gastronômico na quarta ordem. Ao tornar públicas as discussões em torno da alimentação, novas propostas, modelos de produção e

consumo e demais assuntos relacionados, o setor de turismo do destino se faz conhecido, cria demanda e torna-se relevante.

Enquanto a sistematização de Hjalager (2002) auxilia a diagnosticar o estágio de desenvolvimento em que se encontra o turismo gastronômico de uma localidade, Fields (2002) divide as motivações gastronômicas dos turistas em quatro: de ordem física, de ordem cultural, de ordem interpessoal e de status e prestígio.

Cada uma das quatro categorias denotam experiências turísticas distintas, ou seja, a gastronomia pode ser a motivação principal ou secundária dependendo do destino, da companhia, do período da vida em que o turista se encontra ou mesmo do dia em que está em sua viagem. As motivações gastronômicas estão apresentadas no Quadro 3 e não são excludentes nem hierárquicas:

Quadro 3: Motivações gastronômicas

Motivações gastronômicas	Descrição
Ordem física	alimentar-se por ser uma necessidade fisiológica e nutricional
Ordem cultural	conhecer a história e hábitos da comunidade visitada através de sua comida
Ordem interpessoal	comer é se relacionar com outras pessoas, compartilhar um momento
Status e prestígio	conhecer restaurantes premiados como uma forma de se posicionar socialmente e ter distinção; geralmente são lugares com valor alto e serviço exclusivo

Fonte: Fields (2002)

As motivações gastronômicas de ordem física dizem respeito às necessidades que não podem ser preenchidas no dia a dia do turista. Com a crescente preocupação dos ocidentais com uma alimentação que traga benefícios para a saúde, hábitos alimentares como a dieta mediterrânea têm apelo, pois são baseadas em ingredientes in natura, com pouco colesterol, métodos de cocção mais saudáveis e com menos calorias. Mas a motivação do turista não é por uma alimentação com menos calorias, e sim por ser "diferente e saudável".

O interesse por comida e alimentação é algo central em diversas sociedades atuais e o hábito de fazer refeições fora de casa e conhecer novos pratos e ingredientes – potencializado por programas de televisão gastronômicos e a onda de

tornar chefs em celebridades – está cada vez mais comum. É sobre esse comportamento a motivação gastronômica de ordem cultural.

Uma vez que o turismo gastronômico é uma faceta do turismo cultural, destinos cujo turismo cultural seja desenvolvido podem ter potencial para desenvolver também o turismo gastronômico. Ao experimentar um prato da cozinha local, o turista está experimentando parte da cultura, aprendendo sobre sua história, práticas e realidade.

Na motivação gastronômica de ordem interpessoal, comida e bebida são entendidas como ferramentas de aproximação de pessoas e facilitam a interação entre elas. Mesmo que muitas refeições (e viagens) possam ser feitas individualmente, pessoas criam e fortalecem relações sociais ao fazê-las juntos, especialmente no contexto atual, em que a individualidade e a rapidez com que se fazem as refeições no dia a dia tornaram esses momentos de conexão e compartilhamento mais escassos.

Escolhas alimentares sempre foram uma maneira de afirmar status e marcar a diferença do indivíduo ou grupo perante a sociedade ao consumir determinado produto ou dominar determinada forma de cocção. Ao transportar essa simbologia para os dias atuais – em que há premiações para restaurantes, chefs com status de celebridade, restaurantes exclusivos por serem caros, de salão pequeno, "para iniciados" ou "frequentado apenas por locais" –, tem-se a motivação gastronômica de status e prestígio.

As escolhas de estilo de vida na contemporaneidade são marcadores de individualidade e identidade, portanto não basta "comer no restaurante 'certo'", é preciso "ser visto" ou fazer com que os outros saibam que se foi ao restaurante. Daí deriva a importância do turismo gastronômico para conquistar status a partir da ida a restaurantes famosos, diferentes ou mesmo "descobrir" lugares.

Não é apenas através de capital financeiro que se conquista o status. Saber o que comer, em que ponto comer e como comer também denota exclusividade e poder. Essas expressões de conhecimento, segundo Fields (2002) são nativas da pós-modernidade, e podem se dar a partir do "comer como um local": consumir alimentos e pratos triviais como uma experiência gastronômica, frequentar estabelecimentos que não tenham fama nem estejam no radar dos outros turistas, mas que sejam "frequentados por locais". "Apenas um turista rico pode viajar longas distâncias para provar os frutos da pobreza" (FIELDS, 2002, p. 40), escreve o autor

sobre a moda de polenta, alimento à base de milho consumido pelos italianos na época da carestia.

Em que estágio Curitiba como destino para um turista vegetariano se encontra e quais são as motivações gastronômicas do mesmo foram o norte para a pesquisa apresentada no capítulo a seguir.

4.1 Turismo e vegetarianismo

Em pesquisa nos bancos de artigos científicos Capes, *Science Direct*, Publicações de Turismo e Persée em agosto de 2016 foram encontrados 428 resultados de artigos científicos usando os *strings* de busca "vegetarianismo + turismo"; "vegetariano + turismo"; "veganismo + turismo"; "vegano + turismo"; "vegan + turismo"; "turismo vegetariano"; "turismo vegano"; "turismo vegan"; "tour vegetariano"; "tour vegano"; "rota vegetariana"; "rota vegana" e o equivalente em inglês, espanhol e francês. Foi usado o método de revisão bibliográfica sistemática proposto por Conforto et. al (2011) em que a primeira triagem dos resultados é feita lendo título, resumo e palavras-chave. Foram selecionados 13 para a segunda etapa, que consiste na leitura integral. Destes, 3 foram considerados válidos diante das questões apresentadas.

Os resultados da pesquisa trouxeram artigos cujo conteúdo apresentava as palavras vegetarianismo e turismo e termos similares que compunham os *strings* de busca, porém as mesmas apareciam soltas no texto, não sendo o foco do artigo nem mesmo tendo relação com o turismo. O tema vegetarianismo aparece em milhares de pesquisas na área de saúde e em Turismo a aproximação se dá pela área de hospitalidade e marketing, vide Quadro 4.

Quadro 4: Resultados válidos da revisão bibliográfica sistemática sobre turismo e vegetarianismo

Portal	String de busca	Autor	Referência	Ano
Capes	vegetarian + tourism	ALCOCK, J.	The revival of traditional food in Mallorca. <i>Nutrition & Food Science</i> , 95 (3), 35-38	1995
Publicações de Turismo	vegetariano	FRANCO, E. & REGO, R.,	Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo. <i>Turismo Visão e Ação</i> , 7 (3), 469-482	2005

Capes	"vegetarian tour"	LIU, C.; CAI, X. & ZHU, H.	Eating out ethically: an analysis of the influence of ethical food consumption in a vegetarian restaurant in Guangzhou, China. <i>The Geographical Review</i> , 105 (4), 551-566	2015
-------	-------------------	----------------------------------	---	------

Fonte: elaboração da autora (2017)

Coincidentemente, os artigos selecionados foram publicados em intervalos de dez anos entre 1995 e 2015 e tratam da relação entre vegetarianismo e turismo de forma indireta.

Alcock (1995) publicou sua revisão bibliográfica em uma revista de saúde e nutrição e reportou uma série de pratos vegetarianos típicos da culinária da ilha espanhola de Mallorca e também pratos da cozinha local adaptados para atender a vegetarianos. Seu trabalho descreve os resultados de um investimento do governo no setor de turismo após a popularização do destino em 1994. A autora descreve a substituição de ingredientes (mais pratos à base de vegetais e pão, que acompanha todas as refeições) e menciona o resgate de pratos com miúdos como outra tendência observada na época, sem ênfase. Demonstra, pois, como a cozinha local pode ser valorizada ou até mesmo adaptada sem perder sua peculiaridade para atender a restrições alimentares de turistas.

O artigo de Franco e Rego (2005) – construído a partir de uma revisão bibliográfica, entrevista com 74 clientes vegetarianos de sete restaurantes da cidade de São Paulo e observação participante – foi publicado em um periódico de turismo, mas é da área de hospitalidade e marketing: os autores apresentam critérios usados pelos vegetarianos para avaliar a hospitalidade em restaurantes. Dado o tamanho da amostra, os resultados encontrados pelos pesquisadores não podem ser generalizados para a população.

Os critérios arrolados por Franco e Rego (2005) são: cordialidade e simpatia ao receber; adaptação de pratos; apresentação dos alimentos; conforto; decoração *clean*; formação de vínculos com funcionários e/ou proprietários; cordialidade sem invasão da privacidade; informações precisas sobre a composição dos pratos; limpeza; oferecer estacionamento; oferecer opções vegetarianas/vegas; organização; preço justo; proximidade da residência; proximidade do trabalho; rapidez no atendimento; sabor da comida; ser vegetariano; serviço *à la carte*; servir jantar; trabalhar nos fins de semana; variedade dos pratos.

Em pesquisa empírica publicada em periódico de geografia, Liu, Cai e Zhu (2015) examinaram as manifestações de ética entre os clientes e a relação destes com o próprio espaço de um restaurante vegetariano em Guangzhou, na China. Os métodos empregados foram etnografia, entrevista com gerentes e clientes e análise qualitativa a partir da transcrição das entrevistas. Constatou-se que a maioria dos clientes eram indivíduos da classe média, com educação fundamental completa e carreira "mental" e que frequentar o restaurante é uma forma de confirmarem sua identidade como cidadãos urbanos de classe média moralizados. Também pelo tamanho da amostra, o estudo não pode ser extrapolado para a população.

Assim, pode-se afirmar que pouca pesquisa relacionada aos temas vegetarianismo e turismo teve lugar na ciência, sendo sempre tratados tangencialmente, como mostra o estado da arte de Schinaider e Silva (2017) e a aqui apresentada.

METODOLOGIA

Sendo a ciência a busca pelo conhecimento, tem-se procedimentos e maneiras mais eficientes e confiáveis para alcançá-lo. Prodanov (2013) define o método científico como "um conjunto de procedimentos adotados com o propósito de atingir o conhecimento" a partir de objetivos pré-estabelecidos. Para Marconi e Lakatos (2003), a ciência tem por objetivo explicar os motivos e de que maneira os fenômenos ocorrem, "na tentativa de evidenciar os fatos [...] correlacionados, numa visão mais globalizante". Parte fundamental de uma pesquisa, a metodologia é a responsável por dar a estrutura lógica e delinear as potencialidades e limites de uma ferramenta usada em um estudo (GRIX, 2002).

É natural que a escassez de estudos na temática proposta (turismo e vegetarianismo) torne a montagem da metodologia mais voltada a explorar uma pesquisa qualitativa de caráter exploratório, como fez Ferreira (2015) ao estudar outro objeto de pesquisa pouco estudado, o turismo e a baixa gastronomia, também em Curitiba. Ferreira investigou as características de consumo do público, analisou as características dos estabelecimentos, investigou a relação dos indivíduos com os lugares e identificou se os mesmos estavam inseridos no cenário turístico de Curitiba.

A escassez de estudos acadêmicos que tratam de turismo e vegetarianismo é flagrante, conforme apresentado no item 4.1. A dinâmica entre estas áreas foi tratada de maneira indireta na perspectiva de hospitalidade (LIU, CAI & ZHU, 2015), marketing (FRANCO & REGO, 2005) e nutrição (ALCOCK, 1995).

De forma a responder à problemática inicial enunciada, foi desenhada uma pesquisa aplicada de caráter exploratório e descritivo com os seguintes objetivos específicos:

- Relacionar os estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba por tipo de dieta e localização

Uma vez que não há um estudo acadêmico ou um levantamento oficial que tenha listado todos os restaurantes que atendem ao público vegetariano em Curitiba, este objetivo específico visa estabelecer o universo da pesquisa. Caso haja não só quantidade, mas também variedade de serviços de alimentação fora de casa para o

público vegetariano, pode-se analisar se o número e a oferta poderiam estimular a atividade turística em Curitiba com base no turismo gastronômico.

- Identificar o perfil dos turistas que frequentaram esses estabelecimentos

Este objetivo específico visa identificar indícios de comportamento e preferências dos turistas que frequentam os estabelecimentos de alimentação que atendem o público vegetariano em Curitiba. Assim, a coleta de dados é de caráter complementar ao estudo do turismo gastronômico vegetariano.

- Fazer um mapeamento dos estabelecimentos, das características espaciais e socioeconômicas da localização e o perfil dos consumidores

O terceiro objetivo visa construir um mapa com as características espaciais e socioeconômicas de Curitiba e a localização de atrativos turísticos e estabelecimentos de alimentação que atendem a vegetarianos em Curitiba. A partir da sobreposição, usá-lo como suporte para uma análise e triangulação dos dados coletados sobre os estabelecimentos e turistas vegetarianos. Ao visualizar o mapa com a localização dos estabelecimentos sobreposta ao custo da terra e perfil socioeconômico dos bairros é possível identificar padrões e gerar novas leituras da área estudada.

Tipo de pesquisa

A delimitação do universo da pesquisa, do tempo (duração do fenômeno) e do espaço (geográfico e histórico) é necessária para que o trabalho seja viável no tempo proposto pelo programa de estudos (MARCONI & LAKATOS, 2003). A partir disso, foi escolhido estudar as práticas, o perfil e as preferências dos turistas vegetarianos que estiveram em Curitiba entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016, um objeto e universos não explorados em estudos acadêmicos até então.

A pesquisa se caracteriza por ser de natureza aplicada, ou seja, que gera produtos e processos cuja finalidade é imediata e o conhecimento resultante é aplicado na prática e pode resolver problemas específicos (PRODANOV & FREITAS, 2013). A abordagem da pesquisa é qualitativa, na qual a coleta de dados geralmente é realizada no ambiente do participante, tem análise construída a partir

das particularidades e os dados são interpretados pelo pesquisador (CRESWELL, 2010).

Os objetivos específicos do estudo são de natureza exploratória e descritiva. Objetivos exploratórios têm por finalidade delinear e definir um assunto ainda pouco estudado usando o levantamento bibliográfico, entrevistas e análise de exemplos como técnicas. A pesquisa com objetivos descritivos, por sua vez, tem como objetivo descrever os fatos observados, suas características e a relação entre as variáveis. Para a coleta de dados, a pesquisa descritiva vale-se de técnicas padronizadas tais como questionário e observação sistemática (PRODANOV & FREITAS, 2013).

Técnicas e delineamentos da pesquisa

Esta pesquisa pode ser classificada como aplicada de caráter exploratório e descritivo, com tratamento de dados qualitativos, objetivos de caráter exploratório e descritivo com procedimentos de pesquisa bibliográfica, documental, estudo de campo e survey com questionário on-line conforme Quadro 5 (GIL, 2008; PRODANOV & FREITAS, 2013).

Quadro 5: Relação de objetivos e procedimentos metodológicos

Objetivo Geral		Pesquisa	
Analisar a realidade do segmento de alimentação vegetariana em Curitiba e suas relações com o turismo		Aplicada	
Objetivo específico	Classificação	Procedimento	Tratamento
Relacionar os estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba por tipo de dieta e localização	Exploratório e descritivo	Estudo documental Pesquisa bibliográfica em bancos de dados colaborativos Estudo analítico Criação de protocolo de análise para classificar os locais	Quali-quantitativo
Identificar o perfil dos turistas que frequentaram esses estabelecimentos	Levantamento	Survey Questionário on-line com os turistas vegetarianos	Qualitativo
Fazer um mapeamento dos estabelecimentos, das características espaciais e socioeconômicas da localização e o perfil dos	Exploratório e descritivo	Triangulação Análise e triangulação dos	

consumidores	dados aplicados ao mapa	Qualitativo
--------------	-------------------------	-------------

Fonte: Elaboração da autora (2017)

Foram combinadas as pesquisas descritivas e exploratórias neste trabalho. Segundo Gil (2008), essa combinação é a mais realizada por pesquisadores sociais que visam a atuação prática.

A partir dos procedimentos expostos por Prodanov e Freitas (2013) para pesquisa exploratória, primeiramente foi realizada um levantamento bibliográfico para montagem do referencial teórico, bem como uma pesquisa bibliográfica em bancos de dados colaborativos para listar os estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba e atender ao primeiro objetivo específico.

Os bancos de dados consultados neste trabalho foram atualizados voluntariamente pelos integrantes do grupo Vegetarianos e Veganos de Curitiba no Facebook durante seguidos anos. O rol de restaurantes disponível no aplicativo para smartphone Be Veg⁶ também foi usado como base para uma primeira verificação de quais os estabelecimentos estavam em pleno funcionamento e em qual período dentro do recorte temporal deste estudo. Após cotejar as informações dos dois bancos de dados, as informações foram conferidas diretamente pela autora com os estabelecimentos.

A pesquisa exploratória visa "desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, fato ou fenômeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos" (MARCONI & LAKATOS, 2003). Dentre os procedimentos listados por Prodanov e Freitas (2013) está a pesquisa bibliográfica com base em material já elaborado – tais como “obras de referência, teses e dissertações, periódicos científicos, anais de encontros científicos e periódicos de indexação e resumo” (GIL, 2008, p. 61) – e também a materiais sem tratamento analítico que possam ser reelaborados, coletados a partir de fontes secundárias de dados, como o banco de dados colaborativos de mídia e textos veiculados pela imprensa. Sobre estes, Gil (2008) adverte que devem ser tratados com cuidado pelo pesquisador, pois são materiais produzidos sem o objetivo científico. Todavia, são "valiosos" porque possibilitam ao pesquisador

⁶ Aplicativo disponível para iOS e Android, criado por uma dupla de amigos de Curitiba e lançado em maio de 2015. A plataforma reúne 406 estabelecimentos de alimentação vegetariana ou com alguma opção sem carne, sendo 136 deles em Curitiba. A lista também está disponível no site do aplicativo: www.beveg.me.

conhecer e esclarecer os aspectos da sociedade e vida cultural de determinado grupo de acordo com a época em que foi produzido (GIL, 2008, pp. 151-152).

No caso da pesquisa descritiva, seu objetivo é delinear ou analisar as "características de fatos ou fenômenos, a avaliação de programas, ou o isolamento de variáveis principais ou chave". Estudos exploratório-descritivos visam "descrever completamente determinado fenômeno" e podem conter tanto descrições quantitativas quanto qualitativas e informações detalhadas (MARCONI & LAKATOS, 2003, p. 188).

Foi realizada uma pesquisa de levantamento para coletar indícios de comportamento e preferências de alimentação dos turistas que frequentaram os estabelecimentos identificados. Dados como estes podem ser coletados por meio de questionários ou entrevistas estruturadas e com uma amostra que pode ou não ser representativa, ou seja, cujos resultados podem ser generalizados para uma população (BABBIE, 1990). Prodanov e Freitas (2013) descrevem este tipo de pesquisa como a interrogação direta de pessoas que fazem parte do universo estudado. As informações coletadas a partir do levantamento são de caráter complementar ao estudo proposto.

O questionário foi disponibilizado *on-line* com o *link* para acesso distribuído em grupos de Facebook, eventos vegetarianos estritos em diversas capitais do país⁷ e mailing próprio da autora. Foi feito um levantamento da amostragem por conveniência em Curitiba nos dias 9 e 10 de julho de 2016 durante o VegFest Sulbrasileiro, o primeiro congresso regional do maior evento sobre vegetarianismo da América Latina. Foram distribuídas listas em dois estandes para que os interessados que se declarassem vegetarianos e consentissem em colaborar com a pesquisa disponibilizassem seu endereço de e-mail e cidade em que residem. Assim foi possível coletar 100 endereços de e-mail em dois dias, sendo 60 dessas pessoas residentes em Curitiba, 7 delas na Região Metropolitana de Curitiba e 33 delas de outros municípios. Por ser um estudo cujo objetivo é conhecer comportamento e preferências de turistas vegetarianos, foram desconsiderados o cadastro dos 60 residentes em Curitiba.

Segundo Gil (2008, p. 94), a amostragem por acessibilidade ou por conveniência é o tipo com menor rigor para seleção dos respondentes e que se

⁷ Com o apoio da Sociedade Vegetariana Brasileira, que distribuiu o link em sua rede de contatos.

aplica em estudos exploratórios ou qualitativos, em que "não é requerido elevado nível de precisão". No entanto, a amostra foi definida como aleatória por não ser certo que todos os turistas que receberam o link participariam da pesquisa ou a responderiam até o final. Por uma questão de tempo para a realização da pesquisa, o questionário foi aplicado apenas em português.

Para delimitar o estudo na dimensão espacial foi feito um recorte que abrange três anos, entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016. A escolha se deve a um evento considerado catalisador para a abertura de novos negócios e aumento de oferta de alimentos que atendem a vegetarianos estritos. Foram considerados os estabelecimentos em funcionamento no intervalo de tempo citado, mesmo que não se encontrassem funcionando nos anos seguintes. A seguir, foram divididos entre restaurantes onívoros que atendem aos vegetarianos estritos (com criação de pratos específicos para atender a vegetarianos estritos – possível a partir da análise das opções disponíveis no cardápio de cada estabelecimento⁸), buffets ovolactovegetarianos e estabelecimentos que são exclusivamente vegetarianos estritos.

Para o segundo objetivo específico, a autora disponibilizou um questionário *on-line* com questões sobre preferências alimentares, motivações gastronômicas enquanto turista, entre outros. Nos pré-requisitos para o respondente, ser vegetariano, não residente em Curitiba e que estivesse visitado a cidade entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016 (Apêndice, página 129).

O terceiro objetivo visa construir um mapa com as características espaciais e socioeconômicas de Curitiba e a localização de atrativos turísticos e estabelecimentos de alimentação que atendem vegetarianos em Curitiba. A partir da sobreposição dessas informações, analisar e triangular dados coletados sobre os estabelecimentos e turistas vegetarianos.

⁸ A autora teve acesso aos cardápios enquanto repórter de gastronomia desde 2013 até o presente e selecionou apenas os que criaram mais de uma opção e que contivessem uma parte identificada como pratos veganos, ou seja, vegetarianos estritos.

Instrumentos para coleta de dados

Survey

Günther (2009) define o survey como uma "conversa" com um objetivo da pesquisa. Seu uso é um dos caminhos apontados pelo autor para compreender o comportamento humano no contexto das Ciências Sociais empiricamente, sendo este o de perguntar às pessoas sobre o que fazem e pensam. Sua abordagem é quantitativa, feita em grande escala para coletar opiniões através de questionários ou entrevistas, podendo ser aplicada à totalidade da população-alvo ou à uma amostra dela (BABBIE, 1999; GÜNTHER, 2009).

A abordagem quantitativa possibilita a análise dos resultados e a construção de modelos explicativos. Com uma amostra representativa, o resultado do survey pode ser generalizado para toda a população – e para evitar margem de erro, a amostra deve ser grande e calculada para evitar ao máximo uma sub-representação do grupo estudado. A estrutura do survey conta com um roteiro igual para todos os respondentes, o que permite uma transcrição rápida das respostas de questões fechadas e uma tabulação mais ágil (BABBIE, 1999; GÜNTHER, 2009; MALHOTRA, 2011).

A aplicação pode ser feita de várias maneiras, sendo nesta dissertação escolhida a auto-aplicação pela internet, para facilitar o acesso dos turistas ao questionário. A auto-aplicação permite que o respondente se mantenha no anonimato, caso deseje, porém corre-se o risco de haver baixo retorno de questionários respondidos (GÜNTHER, 2009; MALHOTRA, 2011).

Para o presente trabalho, a coleta de dados a partir da survey é de caráter complementar, uma vez que o tempo dedicado à coleta de dados não seria o necessário para abarcar um número representativo de respondentes.

Sobre a estrutura e apresentação das questões, Günther (2009) sugere elencar por primeiro as questões mais gerais em direção às mais específicas, de maneira que as primeiras perguntas sejam também mais impessoais e que os assuntos delicados sejam tratados por último, bem como a personificação da amostra (nome, gênero, idade, renda). Essa estratégia evita embaraço ao respondente e reforça a relação de confiança entre o pesquisador e o respondente, que não sente que está dando respostas pessoais antes de saber do que se trata a pesquisa. Também por isso, o indicado é começar o questionário com as perguntas

sobre o tema principal, que foi contextualizado na conversa ou apresentação prévia à aplicação do questionário (GÜNTHER, 2009).

Questionário

Segundo Günther (2003), o questionário é um conjunto de perguntas – breves, claras e específicas – sobre um determinado tópico que não testa a habilidade do respondente. Serve para medir opinião, interesses, aspectos da personalidade e informações bibliográficas. O questionário pode ser administrado em entrevista individual, por telefone ou auto-aplicável – é preciso saber qual a viabilidade de aplicação para decidir. Em casos de pouco tempo e disponibilidade para aplicar pessoalmente, o pesquisador pode disponibilizar o questionário para que o respondente o preencha sozinho. Para tanto, é preciso que as perguntas sejam redigidas de maneira direta e inteligível, que não deixe margens para dúvidas. É recomendável que sejam de múltipla escolha, pois questões abertas podem desencorajar por exigir mais esforço ao responder (GÜNTHER, 2003).

Ao montar o questionário, deve-se levar em conta o motivo de fazer certas perguntas. É relevante para o objetivo do estudo? É realmente necessário coletar tal dado em um survey? As respostas serão usadas na análise e ajudam a elucidar alguma questão de pesquisa? Como as respostas serão transformadas em dados? Caso as respostas sejam negativas ou incertas, é desperdício de tempo e recursos na pesquisa (GÜNTHER, 2003; MALHOTRA, 2011).

A forma das questões pode ser dividida em não estruturadas e estruturadas, sendo estas subdivididas em múltipla escolha, dicotômicas e escala (MALHOTRA, 2011). A não estruturada também é chamada de aberta por Gil (2008), na qual o respondente usa o espaço para responder com suas próprias palavras. Esse tipo de pergunta é muito usado em estudos exploratórios, no qual pretende-se entender melhor o universo estudado.

As questões de múltipla escolha devem oferecer alternativas para que o respondente escolha uma ou mais, sendo que cada resposta fornecida seja exclusiva em comparação com as outras. A vantagem é a tabulação ágil, porém em alguns casos é preciso que haja uma alternativa que possibilite o respondente a incluir outra opção, que não esteja contemplada, com a inclusão de uma alternativa como "outros". O preenchimento da opção outros é também um indício de que a

questão não foi bem formulada ou que há viés nas opções formuladas pelo pesquisador (MALHOTRA, 2011).

No caso de questões estruturadas dicotômicas, Malhotra (2011) define que tenham apenas duas alternativas, tais como "sim"/"não" e "concordo"/"discordo". Também contam com a facilidade de serem fáceis de tabular, porém, se as questões forem mal redigidas podem enviesar as respostas e gerar erros graves.

As questões estruturadas em escala (MALHOTRA, 2011) são indicadas para dar a possibilidade de o respondente não precisar dar uma resposta extrema. As alternativas podem ser ordenadas de ordem subjacente (GÜNTHER, 2003; GIL, 2008), como na escala de Likert, em que geralmente tem-se alternativas ímpares que vão do ruim ao bom; gosto ao não gosto; aplica-se ao não se aplica, entre outros. Os autores indicam a construção das opções em número ímpar (3, 5 ou 7, dependendo do assunto e necessidade de nuances), para que haja um ponto de neutralidade entre os extremos e nuances para cada opinião (tais como "discordo em partes"). Günther (2003) indica deixar uma alternativa para "não sei" e ao computá-la usar o termo "não se aplica", distinto do "neutro".

Para definir o encadeamento das perguntas, seguiu-se a recomendação de Malhotra (2011) para a abordagem tipo funil, em que se começa do mais geral ao mais específico, sendo o geral os hábitos alimentares e preferências dos turistas vegetarianos e o mais específico a experiência desse turista vegetariano quando esteve em Curitiba.

O questionário apresentado neste trabalho (Apêndice, página 129) fez uso de questões não estruturadas, estruturadas de múltipla escolha, dicotômicas e em escala de acordo com as definições de Malhotra (2011). O questionário foi aplicado on-line, através da plataforma On-line Pesquisa⁹, com o objetivo de conhecer a experiência, preferências alimentares, motivações gastronômicas ao praticar o turismo e atividades turísticas praticadas em Curitiba de vegetarianos residentes em outras cidades que não a capital paranaense entre o período de janeiro de 2014 a dezembro de 2016. Foram consideradas as respostas de maiores de 18 anos por serem maiores de idade e poderem tomar decisões por conta própria, tais como o destino e onde comer.

⁹ Ferramenta gratuita para estudantes com número ilimitado de questões, participantes e respostas, sem obrigação contratual e com tradução automática do questionário, se necessário, avaliação e cruzamento de dados, possibilidade de exportar as respostas em múltiplos formatos de arquivo. Disponível em: <<https://www.onlinepesquisa.com>>

O questionário (Apêndice, página 129) tem 27 tópicos, com questões sobre a dieta do respondente, suas preferências alimentares, a dieta vegetariana praticada, há quanto tempo é vegetariano e suas motivações para tanto; experiências gastronômicas enquanto turista em Curitiba, critérios para escolha de restaurantes; sua avaliação em relação a estabelecimentos de alimentação que atendem vegetarianos em Curitiba, bem como sua opinião sobre a possibilidade de praticar turismo gastronômico em Curitiba de acordo com sua experiência.

O respondente também foi questionado sobre meios de hospedagem e de transporte e atrativos turísticos que conheceu em Curitiba, seus hábitos enquanto turista e qual sua percepção sobre a oferta de estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba. O questionário foi aplicado como um piloto entre os meses de setembro e outubro de 2017 para realizar os ajustes necessários.

Análise de dados: triangulação

Segundo Mathinson (1988), a triangulação é uma estratégia aplicada pelo pesquisador para obter evidências para a compreensão de um fenômeno social. A simples aplicação da técnica não garante resultados: é preciso que o pesquisador, a partir de seu conhecimento holístico, dê sentido aos resultados encontrados.

A triangulação pode ser aplicada com o objetivo de aumentar a extensão e profundidade do entendimento ou fenômeno ou para aumentar a precisão do estudo e validar dados. Um de seus fins é a integralidade do estudo, aumento da profundidade e entendimento do fenômeno, principalmente quando a pesquisa tem um objeto pouco explorado ou inexplorado (HUSSEIN, 2009).

Mathinson (1988) elenca quatro tipos de triangulação como estratégia de pesquisa, segundo Denzin (1978): de dados, de pesquisadores (na montagem da pesquisa), de teorias (a mais difícil, segundo o autor, pois dificilmente uma pesquisa é conduzida apenas por uma perspectiva teórica específica) e metodológica (ao usar diferentes métodos para validar ou fortalecer o estudo). A triangulação de dados, segundo Oppermann (2000) é o uso da mesma abordagem para diferentes conjuntos de dados com o objetivo de verificar ou falsificar as tendências generalizáveis detectados em um conjunto de dados.

Neste trabalho, cujo objeto é praticamente inexplorado pela academia, a triangulação será usada para a produção de uma análise qualitativa dos dados, o

que neutraliza as fraquezas, fortalece os benefícios e reduz o ceticismo em relação às descobertas do estudo (HUSSEIN, 2009). A triangulação pode ser usada em diferentes estágios da pesquisa, e no caso da presente dissertação, a escolha foi para a análise dos resultados encontrados a partir do mapeamento dos estabelecimentos que atendem vegetarianos em Curitiba (1), o perfil dos turistas vegetarianos que visitaram a cidade entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016 (2) e as características espaciais sócio-econômicas do município estudado (3), com o objetivo de complementar e aprofundar os resultados.

São três os tipos de resultado da triangulação: convergência, inconsistência ou contradição; qualquer um dos três é válido. O sentido e a explicação para cada um deles deve ser construído pelo autor, que por seu conhecimento pode entender o motivo de os dados coletados não convergirem para uma mesma resposta, por exemplo. É comum que o pesquisador tenha como expectativa a convergência como resultado, mas o que importa é a explicação consistente que se faz após triangular. Se os resultados do método não convergem, não significa que o estudo foi anulado (MATHINSON, 1988).

RESULTADOS

A compressão do espaço-tempo na pós-modernidade faz com que o individual seja valorizado e a rapidez e o efêmero se tornem marcas do período. Como todo movimento, há sempre uma resistência. Se antes o sentimento de pertencimento se dava ao local em que se nasceu ou cresceu, à religião ou língua falada, por exemplo, atualmente novas "colas sociais" formam comunidades, como interesses em comum (CASTELLS, 1999). Castells elenca como exemplo do final do século XX os ambientalistas, grupo emergente na década de 1990. No entanto, é possível "fatiar" este grupo em porções menores e identificar subdivisões dentro do mesmo grupo. Dentro do ambientalismo é possível encontrar o vegetarianismo. E em uma parcela ainda menor deste grupo estão os veganos.

O veganismo é um estilo de vida que surge como resposta aos hábitos de alimentação ocidental, em que a proteína animal está no centro. São questões discutidas pelos veganos a produção em escala industrial de animais, o impacto da pecuária sobre o meio ambiente, o custo social da atividade de abate e a agricultura extensiva de cereais e grãos cujo destino é ração para animais da indústria. A aceleração do tempo de crescimento e engorda dos animais para abate é reflexo das transformações da percepção humana atual sobre o tempo e espaço, em que se considera um avanço produtivo reduzir o tempo e espaço para atingir o mesmo resultado em detrimento do bem-estar e saúde do animal.

O veganismo, como todo grupo, existe e atua coexistindo com outros grupos afins ou contrários às suas convicções. Usando os conceitos de Massey (2008) e Silva (2006) de espaço como a dimensão do social e de lugar como o refúgio das diferenças, é possível estabelecer uma razão em que o veganismo e sua prática só sejam possíveis como resposta a um modo de vida em que o excesso e o hedonismo se sobrepõem aos valores morais e éticos mais rígidos. Sendo o espaço a dimensão em que o diferente se encontra, a construção do cotidiano é feita nas ruas, nos locais públicos e, no caso da alimentação, nos restaurantes, feiras, mercados, praças de alimentação e outros pontos em que o onívoro e o vegetariano frequentem.

No caso dos estabelecimentos vegetarianos e feiras gastronômicas voltadas ao grupo, sua formatação se encaixa no conceito de lugar: é um espaço seguro, em

que as diferenças não entram e no qual a alimentação e origem dos produtos é conhecida e segura para consumo, tornando a experiência ao vegetariano distinta e mais prazerosa que em restaurantes e eventos que têm opções vegetarianas dentre as onívoras.

No Brasil, 14% da população se declarou vegetariana no último censo de 2018 (IBOPE, 2018) e, três anos antes, 28% dos brasileiros declararam que desejam tirar a carne da dieta (E-Paraná, 2015). As três capitais com maior percentual de habitantes que se declararam vegetarianos são São Paulo, Recife, Rio de Janeiro e Curitiba (16%). Curitiba tem 1,8 milhão de habitantes (PREFEITURA DE CURITIBA, 2015) – sendo assim, 198 mil habitantes da capital declararam-se vegetarianas em 2012, quando a quantidade de estabelecimentos de alimentação vegetarianos era menor que em 2015, ano em que os empreendedores vegetarianos cunharam o termo "Curitiba Capital Vegana".

O território de Curitiba contém os lugares em que se produz e se consome comida vegetariana. Tal configuração fez com que um grupo de empresários de restaurantes vegetarianos e ativistas tenham cunhado o epíteto "Curitiba Capital Vegana", alegando que a concentração de lugares para a população vegetariana seja superior à de São Paulo. Ainda que informalmente, a nova proposta de um grupo de empreendedores vegetarianos é disseminar a ideia de que Curitiba é a capital vegana do Brasil por seu percentual de habitantes que se declararam vegetarianos, além da alegação de que houve um aumento de estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba a partir de 2013 (será apresentado mais adiante).

Segundo a ideia de Saarinen (2004) a respeito dos discursos de região e de desenvolvimento, é possível compreender outras duas expressões que definem Curitiba: em 1929, o jornalista e cronista Hermes Fontes publicou uma coluna chamando Curitiba de cidade sorriso (MENDONÇA, 2015) e na década de 1990, Curitiba passou a ser chamada de capital ecológica, um epíteto para a cidade que havia acabado de receber o prêmio máximo da área de meio ambiente da ONU (AGÊNCIA CURITIBA, [200-]). As expressões "Cidade Sorriso" e "Capital Ecológica" foram adotadas pelo discurso oficial (de região, segundo Saarinen (2004)) – é difícil saber o motivo de a primeira ter sido propagada, mas a segunda foi possivelmente por se tratar de uma premiação internacional cujo reconhecimento funciona como marketing para o município.

Em Curitiba, apesar de o título Curitiba Capital Vegana não ter sido adotado como discurso "oficial", a Sociedade Vegetariana Brasileira, organização sem fins lucrativos presente em todo o território nacional, aceita o termo e encoraja a iniciativa dos empresários vegetarianos, como forma de criar um imaginário e, com isso, criar um diferencial para a capital do Paraná (SILVA, 2006). A Associação de Bares e Restaurantes do Brasil (Abrasel), até a conclusão do presente trabalho, não demonstrou interesse em discutir ou agir ativamente para abrir espaço às opções vegetarianas nos estabelecimentos associados ou fazer campanha promovendo os restaurantes com opções vegetarianas. Um posicionamento a favor do título seria uma maneira de cancelar o discurso da Sociedade Vegetariana Brasileira e dos empresários do setor que cunharam o termo.

O que se publica sobre o destino nas mídias tem alto poder na formação de imagens do destino, colocando o lazer gastronômico como um estilo de vida a ser descoberto no destino ou uma forma de explorar o destino a partir da comida. Assim, a identidade local é fortalecida a partir de uma exposição midiática de "pratos típicos" ou um costume de se alimentar em vez de um resultado individual da experiência de distintos viajantes (FIELDS, 2002).

De todas as atividades e necessidades planejadas por turistas de todo o mundo, uma das mais evidentes – e cuja repetição é inevitável – é a alimentação. Segundo as quatro categorias de motivação gastronômica segundo Fields (2002), propõe-se o acréscimo de uma quinta motivação, a de ordem ética e princípios morais. A proposta apresentada no Quadro 6 leva em conta a multiplicidade que o vegetarianismo contém em seus tipos e práticas.

Quadro 6: Proposta de adição da motivação gastronômica de ordem ética e moral aos tipos identificados por Fields (2002)

Motivações gastronômicas	Descrição
Ordem física	Alimentar-se por ser uma necessidade fisiológica e nutricional.
Ordem cultural	Conhecer a história e hábitos da comunidade visitada através de sua comida.
Ordem interpessoal	Comer é se relacionar com outras pessoas, compartilhar um momento e estabelecer conexões.
Status e prestígio	Conhecer restaurantes premiados como uma forma de se posicionar socialmente e ter distinção; geralmente são lugares com valor alto e serviço exclusivo.

Ordem de ética e princípios morais	Consumir alimentos de acordo com os princípios morais e éticos de determinado grupo e optar por consumi-los em estabelecimentos que seguem os mesmos princípios ou estabelecimentos que os contemplem.
------------------------------------	--

Fonte: Elaboração da autora (2016) com base em Fields (2002), Singer (2010) e Felipe (2012).

Na proposta desta dissertação, a motivação de ordem ética e princípios morais é a quinta categoria de motivação gastronômica a ser adicionada aos tipos previamente listados e explicados por Fields (2002). A motivação gastronômica de ordem ética e princípios morais pode ser concomitante a qualquer outra e pode ser uma categoria que também encaixe outros consumidores, tais como os de orgânicos ou os que preferem consumir alimentos de acordo com os princípios do slow food¹⁰.

A inclusão da quinta motivação gastronômica seria uma maneira de considerar que há um peso significativo de questões éticas do grupo com que o consumidor se identifica. Essa preferência por uma alimentação ética pode pesar na decisão do destino, como ao considerar uma cidade com maior oferta de estabelecimentos que atendam às suas restrições e demandas em detrimento de outra.

Uma vez que o turista gastronômico coloca em seu roteiro não só os lugares em que consumirá a refeição, mas também transporte e estada (além de produtores, festivais, eventos e diversos estabelecimentos ligados à comida do destino), é certo afirmar que o turismo com motivação gastronômica – assim como outras motivações – impacta outros serviços do complexo turístico e o turista cujas escolhas só de ordem moral e ética terá mais uma “peneira” pela qual passam suas decisões (FIELDS, 2002; LEMOS, 2005; SINGER, 2010; JESUS & LÓPEZ-GUZMÁN, 2011).

Ao pensar a cozinha vegetariana por essa perspectiva, uma cidade que ofereça a um nicho de alimentação diversidade de locais em que o cardápio inteiro é livre de ingrediente de origem animal, a motivação gastronômica de ordem ética e princípios morais pode ser indutora de um fluxo. Urry (2001) aponta que a supersegmentação e a superespecialização viabilizam a boa relação entre oferta e demanda. Acrescente-se a isso o consumo simbólico, definido por Gândara (2008) como a construção de sua narrativa através de escolhas e preferências de destino, hospedagem, alimentação e outros consumos relacionados à atividade turística, e esta supersegmentação e consumo simbólico pode ser mais evidente no caso do

¹⁰ Movimento criado em 1986 pelo italiano Carlo Petrini que tem como princípios o alimento bom, limpo e justo. Maiores informações em <http://www.slowfood.com>. Acesso em 22 jun. 2018.

turista vegetariano, pois seu estilo de vida pauta todas as suas decisões, inclusive em seu lazer.

Formação do cenário vegetariano em Curitiba

Para compreender a formação do cenário atual de estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba é preciso rever alguns marcos recentes que podem ter intensificado a percepção das partes interessadas de que a cidade concentra opções para vegetarianos estritos, conforme mostra o Quadro 7:

Quadro 7: Histórico recente de marcos do vegetarianismo em Curitiba (2013 – 2016)

N.	ANO	MARCO/EVENTO	DESCRIÇÃO
1	mar/2013	Abre a Semente de Girassol	A lanchonete vegana abre em uma pequena loja, com opções diárias de salgados e doces e materiais informativos sobre veganismo. Apesar de ter sido uma das primeiras, a variedade era pouca.
2	mai/2013	Abre a Veg Veg	Primeiro empório totalmente vegano de Curitiba, com opções nacionais e importadas de comida, higiene pessoal e limpeza. Depois de um ano duplicou o tamanho da loja e em 2016 mudou de uma loja para uma casa para começar a organizar eventos.
3	set/2013	Lançamento do blog Verdura sem Frescura ¹¹	Dada a quantidade de eventos independentes de alimentação vegetariana em Curitiba e a abertura de dois locais veganos (em uma cidade com opções ovo-lacto-vegetarianas bem estabelecidas), surge a oportunidade de propor um blog para cobrir o nicho em junho de 2013. A proposta é aceita em setembro.
4	set/2013	IV VegFest	Congresso brasileiro sobre vegetarianismo (Campus Agrárias UFPR) – maior evento vegetariano da América Latina
5	mar/2014	Opção vegana em feira de gastronomia	A feira Alto Juvevê divulgou uma opção vegana: moqueca de cogumelos. Foi a primeira vez que o evento teve uma barraca especializada em cozinha vegana desde o seu início em dezembro de 2012. Depois desta, poucas edições tiveram o mesmo.
6	mar/2014	Zanquetta muda de ramo	A marca Zanquetta Alimentos Congelados, de Curitiba, era onívora até março, quando lançou sua primeira linha de refeições veganas. A aposta deu certo e a marca foi a primeira a abastecer o mercado com produção industrial de coxinhas congeladas, "carne" de jaca desfiada e outros produtos inéditos até então.

¹¹ De autoria de Flávia Schiochet, jornalista integrante da equipe de reportagem da revista Bom Gourmet, de gastronomia, e autora desta dissertação.

7	mai/2014	Mahatma Gourmet implanta sexta vegana no buffet ovolactovegetariano	O restaurante ovolactovegetariano passou a servir apenas pratos veganos às sextas-feiras no almoço.
8	jun/2014	I Festival de Coxinha	A Veg Veg promoveu o primeiro evento periódico de festival de coxinhas com diferentes sabores. Em todas as edições (cerca de dez, com periodicidade irregular), os salgados acabavam poucas horas depois da abertura.
9	jul/2014	Abertura do Joaquim Pub	Primeiro pub totalmente vegano de Curitiba, com opções de chopes e petiscos de boteco
10	jul/2014	Delivery de pizza vegana	A Semente de Girassol, lanchonete e conveniência no centro de Curitiba, foi o primeiro estabelecimento de Curitiba a ter um cardápio de delivery de pizzas sem ingredientes de origem animal. Até o final de 2016 mantinha o delivery, com interrupções de alguns meses. Atende bairros centrais de Curitiba.
11	ago/2014	Bouquet Gami implanta sábado vegano no buffet ovolactovegetariano	O restaurante ovolactovegetariano funciona desde 1989 e a partir de agosto de 2014 começou a fazer o buffet completamente vegano um sábado por mês. A iniciativa perdurou até seu fechamento, em 2018.
12	set/2014	Banca de produtos vegetarianos orgânicos no Mercado Municipal	A banca Annapurna foi a primeira a comercializar apenas produtos vegetarianos orgânicos no Mercado Municipal de Curitiba.
13	out/2014	Espaço vegetariano em feira de saúde	A segunda edição da feira ViverCom teve um espaço chamado "Espaço Veg Curitiba", em que se concentravam produtores vegetarianos e espaço para palestras e demonstrações culinárias. Nas edições posteriores, o espaço foi mantido.
14	nov/2014	Compra do Balarama	O Balarama foi o primeiro restaurante vegano de Curitiba e estava prestes a fechar as portas. Os proprietários da Semente de Girassol, lanchonete e conveniência vegana, compraram o local para que não fechasse.
15	dez/2014	I Festa Vegana das Nações	O evento teve três edições, em periodicidade irregular. A primeira foi realizada no Joaquim Pub.
16	fev/2015	Abertura do Mamba Vegan	Primeira hamburgueria vegana de Curitiba. Mudou de endereço cerca de um ano e meio da inauguração
17	fev/2015	Mahatma Gourmet passa a servir jantar	O restaurante ovolactovegetariano que opera com buffet montou um cardápio à la carte com entrada, prato principal e sobremesa. A iniciativa durou cerca de um ano, com experimentação de menu degustação a partir de setembro de 2015.
18	mar/2015	Lançamento do app Be Veg	Iniciativa de dois amigos de Curitiba, o aplicativo reúne estabelecimentos que sejam vegetarianos ou tenham pelo menos uma opção no cardápio.

19	mar/2015	Feira de Páscoa Vegana	Produtores artesanais organizaram uma feira no segundo andar do restaurante Bouquet Garni.
20	jul/2015	Opção vegana no Festival Sabores do Litoral (PR)	O restaurante Manacá da Serra, em Paranaguá, foi o único dentre dezenas de participantes a incluir uma opção vegana no festival.
21	ago/2015	I Bazar Vegano	Iniciativa de Andrey Sanson, da empresa VegAninha, reuniu mensalmente os produtores de alimentos e de outros itens veganos por um ano.
22	set/2015	VI Prêmio Bom Gourmet	O prêmio de gastronomia em Curitiba inclui pela primeira vez a categoria Prato Vegetariano
23	out/2015	Lançamento do podcast Ouvindo Abobrinhas ¹²	Com o objetivo de tratar sobre vários assuntos ligados ao vegetarianismo, o podcast é lançado no dia 1º de outubro, dia mundial do vegetarianismo.
24	out/2015	I Conferência Alimentar de Curitiba	Conselho que criou a área de cultura alimentar e propôs diretrizes para a Fundação Cultural de Curitiba. Um grupo de veganos se organizou para contribuir com diretrizes para a área. Houve participação em mesa sobre cultura alimentar de um dos representantes.
25	out/2015	I Oktoberfest Vegan	Organizada por empreendedores vegetarianos, teve banda e folclore alemão, chopes artesanais e comida típica adaptada para veganos, como a salsicha com chucrute, a torta alemã, entre outros.
26	fev/2016	Livro de receitas ovolactovegetarianas recebe prêmio internacional	O livro "Brasilidades" do chef Reinhard Pfeiffer, cujo restaurante ficava na Lapa (PR), recebeu o prêmio Gourmand World Cookbook Awards na categoria melhor livro de receitas do Brasil.
27	mar/2016	I O Mundo Vegano	Similar ao Bazar Vegano, o evento bimestral reúne dezenas de produtores de alimentos e itens veganos na Sociedade Recreativa Água Verde e realiza também eventos especiais no mesmo modelo para Páscoa e Natal.
28	mai/2016	Vegan Bake Sale	A feira no Natural Café (Água Verde) reúne confeitadores veganos para um dia de vendas de doces especiais. A partir de julho de 2016, o evento passou a ser mensal sob o nome Feira de Confeitaria Vegana no mesmo local.
29	jun/2016	Armazém VegAninha	Chamado de "açougue vegano" pela mídia, o armazém é especializado em salsichas, linguiças, bife, queijos e outros preparos que imitam carne. Foi o primeiro do Brasil com loja física.
30	jul/2016	I VegFest Sul	Primeira edição regional sul do congresso brasileiro foi em Curitiba (Mercado Municipal)
31	ago/2016	Festival Veganos Ogros	Depois de fazer sucesso na internet, o grupo Ogros Veganos, grupo no Facebook em que são compartilhadas fotos de refeições exageradas, ganha a primeira edição

¹² Produzido por Carlos Felipe Urquizar Rojas com participação da autora da presente dissertação.

			"offline" como uma feira de pratos bem servidos. As edições tiveram periodicidade irregular.
--	--	--	--

Fonte: Elaboração da autora com base em entrevistas feitas para o blog Verdura sem Frescura entre os anos de 2013 e 2016 (2017).

No Quadro 7 está um breve histórico dos principais eventos vegetarianos que marcaram de alguma maneira o cenário do vegetarianismo em Curitiba entre 2013 e 2016. Parte dos dados apresentados no Quadro 7 tem sido coletados desde setembro de 2013, quando a autora lançou o blog Verdura sem Frescura, que cobre especificamente a alimentação vegetariana em Curitiba. Outras fontes de coleta foram as entrevistas feitas no podcast Ouvindo Abobrinhas (lançado pela autora em outubro de 2015) e por observação participante (MARCONI e LAKATOS, 2003), uma vez que a autora era adepta da alimentação ovolactovegetariana à época.

É necessário destacar que em 2008 a Sociedade Vegetariana Brasileira – Paraná (SVB-PR) apresentou à Secretaria de Abastecimento do Município de Curitiba um projeto para implantar uma feira gastronômica vegetariana no rol de feiras livres do município. A primeira edição ocorreu em outubro de 2009, com alimentos vegetarianos estritos e oito barracas aos sábados na Praça 29 de Março. A feira foi descontinuada por questões burocráticas (LAURINO, 2016; FEIRA VEG CURITIBA, 2009). No ano seguinte, a SVB-PR anunciou que o próximo VegFest – Congresso Vegetariano Brasileiro seria realizado em 2013 em Curitiba e os anos de 2011 e 2012 foram de preparação do mercado (LAURINO, 2016). Ainda em 2010 a SVB-PR trouxe à capital paranaense a Mostra Animal, com exibição de filmes e documentários sobre o direito dos animais.

De acordo com Laurino (2016), o principal impulso para a abertura de novos estabelecimentos de alimentação vegetariana estrita foi a realização do VegFest, o maior congresso sobre vegetarianismo da América Latina, em setembro de 2013 no campus de Ciências Agrárias da Universidade Federal do Paraná. Além do aumento de estabelecimentos especializados, aumentou também o número de eventos voltados à alimentação vegetariana, especialmente a estrita. São eventos organizados independentemente ou com o apoio do comércio deste nicho, que movimenta multidões pela cidade. O mote pode ser um evento que foca em um determinado preparo, como coxinhas ou valendo-se do calendário tradicional para criar suas próprias versões. Exemplos desta prática são as feiras temáticas de

Páscoa (n. 19 no Quadro 7) e Natal (n. 21 e 27), a Festa das Nações (n. 15), os bazares periódicos (n. 21, 27 e 28) e a Vegan Oktoberfest (n. 25).

No Quadro 7 foram apontados eventos pós-VegFest inéditos ou que criaram uma nova proposta na cidade, a citar: a mudança de ramo da empresa Zanquetta Alimentos Congelados (n. 6); a adoção de buffets tradicionais ovolactovegetarianos por um dia totalmente livre de ingredientes animais (n. 5 e 7); a abertura de dois estabelecimentos de alimentação vegetariana estrita com serviço especializado à la carte (n. 9 e 16); a inclusão de um espaço específico para o vegetarianismo em grandes eventos (n. 3, 5, 12, 13, 20, 22, 24 e 26).

Ao analisar Curitiba como um destino gastronômico vegetariano segundo o sistema de Hjalager (2002), a cidade se encontra na primeira ordem, o desenvolvimento nativo ou primário. Nesta primeira etapa da formação de um destino gastronômico, o cenário se organiza a partir do que já existe: neste caso, a oferta de estabelecimentos vegetarianos que procura responder à uma demanda da população local.

Também compõe a primeira etapa o planejamento do poder público em conjunto com o privado para a expansão e diversificação do setor de alimentação. No caso do vegetarianismo, o nicho é considerado pelo setor privado ao incluir um estabelecimento vegetariano em mix de feiras e praças de alimentação e em opções que atendam vegetarianos ao criar ou reformular cardápios.

Porém não há, abertamente, um incentivo ou procura por parte do poder público para estimular o vegetarianismo. Sequer entidades representativas do setor de alimentação, tais como a Associação Brasileira de Bares e Restaurantes e Associação Brasileira de Bares e Casas Noturnas, trabalham com o vegetarianismo em seu horizonte. As inclusões de pratos para vegetarianos em bares e restaurantes se dá pela procura do público, por ser uma tendência observada por consultorias e por aproximação dos empresários e cozinheiros de estabelecimentos com ONGs como a Sociedade Vegetariana Brasileira.

Como estratégia adotada para fortalecer o mercado de alimentação vegetariana e, conseqüentemente, ganhar espaço na mídia, os empresários organizam feiras e bazares temáticos (vide Quadro 7), promovem seus estabelecimentos nas redes sociais e em grupos de discussão, entram como operação gastronômica em eventos culturais diversos, entre outras estratégias de divulgação.

Além de conseguir novos clientes locais e, com isso, garantir a sobrevivência do negócio, a divulgação espontânea na mídia pela singularidade das propostas de estabelecimentos e de eventos as tornam objeto de curiosidade também do turista vegetariano, que pode ter interesse em provar as opções vegetarianas da cidade como turismo gastronômico. Suas motivações provavelmente serão de ordem ética e moral, conforme proposto pela autora desta dissertação, concomitantemente à de ordem física (FIELDS, 2002), ou seja, de provar o diferente.

Na parte de gastronomia, é natural que os empresários e cozinheiros vegetarianos usem seu repertório para criar o cardápio. Como consequência, pratos típicos são adaptados e ingredientes de origem animal, substituídos por vegetais ou por preparos que simulam carnes e derivados (bacon, linguiça e salsicha¹³, por exemplo). Isso leva a uma observação feita por Hjalager (2002) sobre adaptações da cozinha típica e possíveis distorções, como, por exemplo, ao deixá-la mais “palatável” ao turista. Seria a descaracterização do prato típico uma consequência intrínseca à adaptação para a cozinha vegetariana?

Ao retomar a ideia de que a tradição é a repetição de processos e costumes como forma de reafirmar e preservar a identidade do grupo (GIMENES, 2003; PIMENTEL e MACHADO, 2014), a adaptação de pratos típicos por vegetarianos pode ser lida como um caminho paralelo tomado na mesma direção de permanência dos costumes. Mantém-se o propósito, porém em consonância com as mudanças pelas quais a sociedade (ou parte dela) tenha passado.

Ainda que muitos preparos sejam feitos unicamente à base de carne – como o churrasco gaúcho, por exemplo –, uma adaptação usando apenas ingredientes de origem vegetal parte das mesmas bases abstratas, como motivação e ritual, e operacionais, como a técnica empregada para realizar a cocção (POULAIN e PROENÇA, 2003). A refeição tem, para além da materialidade, a função de reunir pessoas e fortalecer seus laços, mesmo que à mesa haja divergência em relação ao que é considerado alimento (ABONIZIO, 2016).

O vegetarianismo se expressaria, portanto, a partir do espaço da liberdade (vide Figura 1) no espaço social alimentar segundo Poulain e Proença (2003). Desse modo, algumas das seis dimensões proposta pelos autores podem apresentar variações. As escolhas na dimensão espaço do comestível tem sua variação nos

¹³ A análise destas substituições e nomenclatura de pratos típicos feitos com carne adaptados para vegetarianos encontra-se na página 135 deste documento.

indivíduos cujas escolhas alimentares se identificam com a filosofia de vida vegetariana. O sistema alimentar, por sua vez, segue sendo o mesmo para vegetarianos e onívoros, pois nele está contido o repertório construído e repassado socialmente; o mesmo vale para o espaço culinário. Na dimensão temporalidade alimentar, a prática da alimentação sem carne obedece às mesmas regras de ritmo, costumes e demais condicionantes pelo tempo, haja vista a adaptação de pratos e festejos conforme mostrado no Quadro 7. Nas dimensões “espaço dos hábitos de consumo” e “espaço de diferenciação alimentar” é onde fica mais clara como a escolha do que comer pode parecer uma “afronta” ao repertório já estabelecido pelo social, porém observa-se que a expressão dessa preferência se encontra dentro dos aspectos materiais da alimentação e, portanto, possível como variação da dieta onívora convencional.

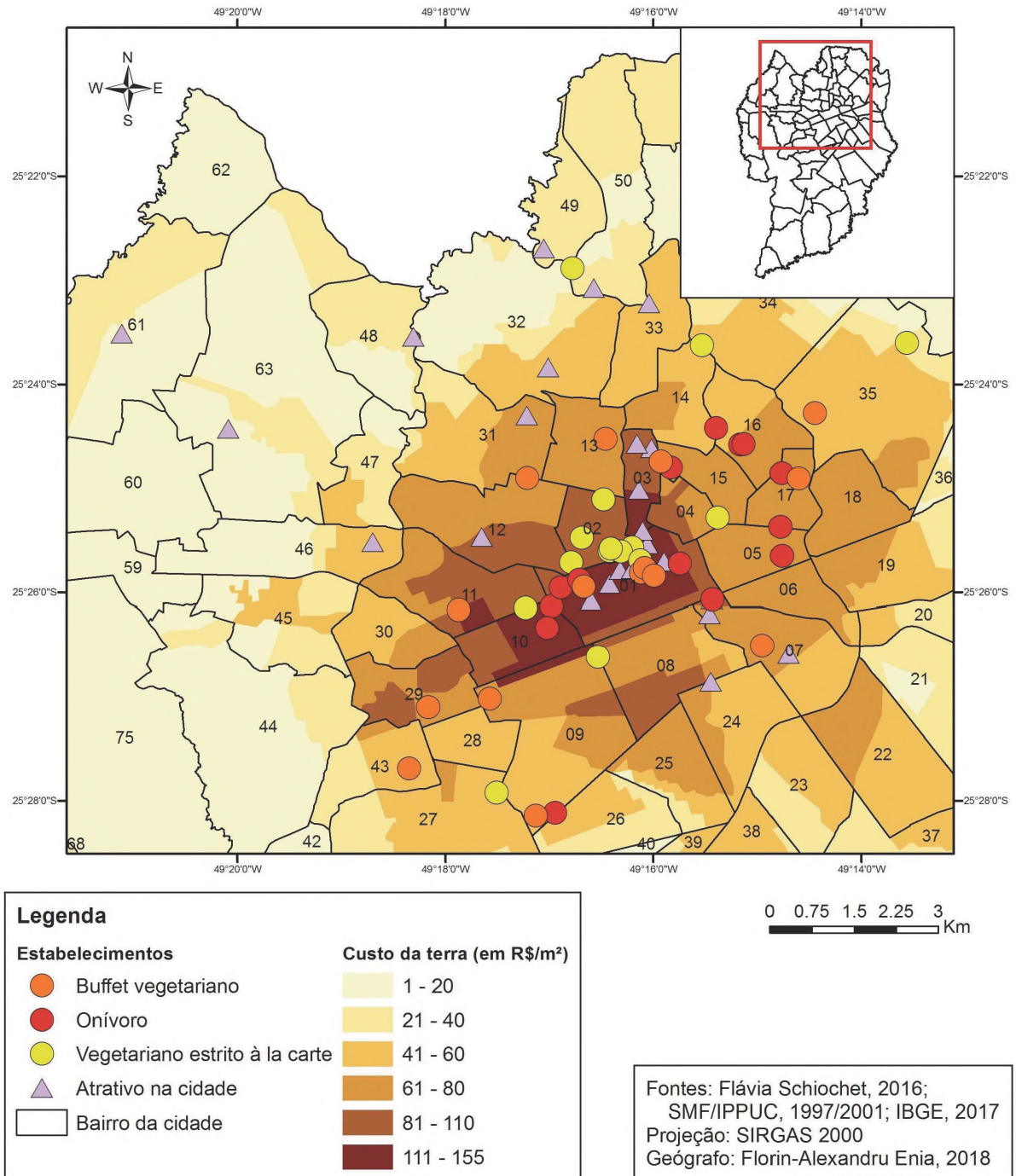
Espacialização dos estabelecimentos vegetarianos em Curitiba (2014-2016)

Por questão de tempo e espaço disponível para a análise neste trabalho, foram considerados apenas os estabelecimentos abertos e com endereço comercial entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016 para avaliar a evolução da espacialização dos estabelecimentos vegetarianos em Curitiba. Para facilitar a visualização, o período foi dividido em semestres, totalizando seis semestres, ilustrados pelas figuras de 6 a 10 e descritas pelo quadro subsequente com detalhes de nome, endereço, tipo de dieta, ano de abertura e fechamento (se houver). As figuras e quadros se encontram no Apêndice deste documento (a partir da página 130).

As informações do último semestre estudado neste trabalho (de julho a dezembro de 2016) está apresentado no Mapa 1 e também descrito no quadro subsequente. A escolha para apresentar em mapa apenas o último período se deu por ser o recorte temporal mais atual, além de ser o que apresenta o maior número de estabelecimentos de alimentação vegetariana. E, por ser o mais recente, é o analisado neste trabalho.

Mapa 1: Mapeamento dos estabelecimentos de alimentação vegetarianana em Curitiba (julho a dezembro de 2016), atrativos turísticos e custo de terra

Estabelecimentos de alimentação vegetarianana em Curitiba no segundo semestre de 2016



Na falta de dado mais atualizado sobre o custo de terra, é possível inferir que o valor mostrado na legenda do Mapa 1 seja simbólico e que as terras mantiveram

seu valor proporcional ao longo do tempo. O Quadro 8 descreve os estabelecimentos presentes no Mapa 1.

Quadro 8: Descritivo dos estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (julho a dezembro de 2016)

Legenda	Estabelecimento	Tipo de dieta	Endereço	Classificação	Tipo	Data de abertura	Data de encerramento
1	Veg Veg	vegano	Praça Osório, 333, Centro	À la carte	Lanchonete e empório	05/2013	O empório mudou de endereço em maio de 2015 e ampliou seus serviços de alimentação.
2	Natural da Ordem	vegano	R. Trajano Reis, 54, São Francisco	À la carte	Restaurante	08/2009	-
3	Quitanda do Geraldo Espaço Vegano	vegano	Av. Anita Garibaldi, 2140, Ahú		Padaria	2009	-
4	Mamba Vegan	vegano	Rua Tapajós, 19, São Francisco	À la carte	Hamburgueria	02/2015	-
5	Semente de Girassol	vegano	Rua Treze de Maio, 512, Centro	À la carte	Lanchonete	03/2013	-
6	Capivara Vegetarian	vegano	Av. Iguaçu, 1595, Rebouças	À la carte	Restaurante		Mudou de endereço em outubro.
7	Greengo Vegetariano	vegano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 1282, Batel	À la carte	Restaurante	05/2015	-
8	Veganetes	vegano	Rua Pres. Carlos Cavalcanti, 492, Centro	À la carte	Lanchonete	02/2016	-
9	Armazém VegAninha	vegano	Rua Eugênio Flor, 468,	À la carte	Empório Lanchonete	06/2016	-

			Abranches				
10	Pin Chan	vegano	R. Floriano Essener, 475, Alto da Glória	À la carte	Empório Lanchonete	04/2016	-
11	King Vegan	vegano	Rua Nilo Peçanha, 243, São Francisco	À la carte	Restaurante	05/2016	-
12	Gorillas Strong	vegano	Rua Brig. Dranco, 2666, Centro	À la carte	Lanchonete		-
13	Natural Café Empório Vegetariano	vegano	Av. Rep. Argentina, 2140, Água Verde	À la carte	Cafeteria Lanchonete	10/2015	-
14	Bouffe Vég	vegano	Rua Duque de Caxias, 119, São Francisco	À la carte	Cafeteria		Fechou na metade do semestre.
15	Green Land Restaurante	ovolactovegetariano	Rua XV de novembro, 548, Centro	Autosserviço	Buffet	1988	-
16	Bouquet Garni	Lactovegetariano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 271, Centro	Autosserviço	Buffet	1992	-
17	Sorella Restaurante	Ovolactovegetariano	R. Mal. Hermes, 728, Centro Cívico	Autosserviço	Buffet	2001	-
18	Mahatma Gourmet	ovolactovegetariano	R. Prof. Macedo Filho, 199, Bom Retiro	Autosserviço	Buffet	08/2010	-
19	Salus Veg		Rua México, 227, Bacacheri	Autosserviço	Buffet	07/2015	?
20	Dom Veggie	ovolactovegetariano	Av. Sete de Setembro, 6797, Seminário	Autosserviço	Buffet	01/2014	-

21	Restaurante Super Vegetariano	ovolactovegetariano	R. Presidente Faria, 121, Centro	Autosserviço	Buffet	1981	-
22	Verão Natural	lactovegetariano	R. João Negrão, 140, Centro	Autosserviço	Buffet	1977	-
23	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	R. Herculano Carlos Franco de Souza, 427, Água Verde	Autosserviço	Buffet	2001	-
24	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	Al. Princesa Izabel, 2191, Bigorriho	Autosserviço	Buffet	2001	-
25	Devai Vida e Sabor	ovolactovegetariano	R. Júlio Perneta, 848, Mercês	Autosserviço	Buffet		-
26	Flor de Anis	ovolactovegetariano	R. João David Perneta, 433, Hugo Lange	Autosserviço	Buffet	02/2015	-
27	Las Lavandas	ovolactovegetariano	Rua Pará, 1195, Água Verde	Autosserviço	Buffet	03/2015	-
28	Jagannatha	Lactovegetariano	Rua Curupaitis, 1336, Santa Quitéria	Autosserviço	Buffet	De 2003 a 2012 no Centro [reaberto em out/2016 com à la carte]	-
29	Polome	ovolactovegetariano	Rua Ernesto de Araújo, 69, Jardim Botânico	Autosserviço	Buffet		-
30	Famiglia Originale	onívoro	Av. Munhoz da Rocha, 665, Cabral	À la carte	Pizzaria Casa de massas	2008	-

31	New York Café	onívoro	Rua XV de Novembro, 2916, Alto da XV	À la carte	Cafeteria americana	2012	-
32	O Barba Hamburgueria	onívoro	Av. Vicente Machado, 642, Batel	À la carte	Hamburgueria	2011?	-
33	Le Caffés Especiais	onívoro	Av. Sete de Setembro, 1865, Cristo Rei	À la carte	Cafeteria	2012?	-
34	Green Dog	onívoro	Rua Alberto Folloni, 225, Juvevê	À la carte	Cachorro-quente	07/2007	-
35	Barcelona Bystro	onívoro	Rua Visconde de Nácar, 995, Centro	À la carte	Restaurante	10/2014	-
36	Tuk Tuk Comida Indiana e Tailandesa	onívoro	Rua Camões, 1888, Hugo Lange	À la carte	Restaurante	01/2014	-
37	Hamburgueria Central	onívoro	Rua Francisco Torres, 107	À la carte	Hamburgueria	2015	-
38	Superdog	onívoro	R. Dr. Manoel Pedro, Cabral	À la carte	Cachorro-quente	2004	-
39	Senhor Garibaldi	onívoro	Rua Itupava, 1355, Alto da XV	À la carte	Cachorro-quente artesanal	09/2013	-
40	Confeitaria Piegel	onívoro	Av. Anita Garibaldi, 548, Ahú	À la carte	Confeitaria	02/2016	-
41	Veg e Lev	onívoro	Al. Prudente de Moraes, 1218, Centro	À la carte	Cozinha brasileira	01/2015	-
42	Verd & Co.	onívoro	Rua Cel. Dulcídio, 588, Batel	Autosserviço	Cozinha saudável	12/2015	-

43	Opte Pizzaria	onívoro	Av. Pres. Kennedy, 2800, Portão	À la carte	Pizzaria	07/2016	-
----	---------------	---------	---------------------------------	------------	----------	---------	---

Fonte: Elaboração da autora (2017).

Análise da evolução temporal

Considerando o crescimento de estabelecimentos vegetarianos no espaço geográfico de Curitiba no decorrer dos 36 meses entre 2014 e 2016, conforme observado nas figuras 6 a 10 (vide Apêndice, página 130), é possível afirmar que sua concentração se desenvolveu no trecho central para o norte e nordeste da cidade, com alguns pontos no sudoeste.

Os Quadros 8, 9, 10, 11, 12 e 13 mostram o aumento progressivo de estabelecimentos que atendem a vegetarianos estritos em Curitiba: em dezembro de 2014 eram 26 e, em dezembro de 2015, 35. O ano de 2016 terminou com 43 estabelecimentos, entre vegetarianos estritos, buffets ovolactovegetarianos e onívoros com cardápio para atender vegetarianos estritos.

O Mapa 1 mostra a presença maciça de estabelecimentos exclusivamente vegetarianos estritos nos bairros Centro (1) e São Francisco (2), áreas cujo custo de terra estão entre as faixas mais altas. É possível notar, também, que os atrativos turísticos estão em maior número no Centro (1) e Centro Cívico (3), as áreas mais valorizadas do mapa.

A região da Matriz é onde está concentrada quase todos os estabelecimentos listados por este trabalho, ao passo que os atrativos turísticos se espalham também pelas regiões Norte e Oeste de Curitiba.

Quando se observam as regiões mais afastadas do Centro, vê-se uma escassez de estabelecimentos, tanto de exclusivamente vegetarianos estritos quanto buffets ovolactovegetarianos e onívoros que atendem a vegetarianos estritos e de atrativos turísticos e áreas cujo custo de terra é menor.

A localização próxima entre os estabelecimentos exclusivamente vegetarianos estritos (marcados em amarelo no Mapa 1) e os atrativos turísticos no Centro de Curitiba facilita ao turista vegetariano poder se alimentar em restaurantes e lanchonetes que tenham um cardápio inteiro que atenda à sua dieta.

Facilita, também, que o turista possa fazer um roteiro exclusivamente gastronômico em que experimente em pouco tempo e com pouco deslocamento as opções que cada estabelecimento oferece.

Porém, a proximidade entre os estabelecimentos e atrativos turísticos no Centro incentiva que o turista permaneça em uma mesma área da cidade. A área central de Curitiba, como o Mapa 1 mostra, é a que têm o custo de terra mais alto, a maior concentração de estabelecimentos que atendem a vegetarianos (um nicho que poderia movimentar os turistas para além do Centro) e o maior número de atrativos turísticos.

Como consequência, essa configuração pode estimular a abertura de novos negócios na mesma área, diminuindo ainda mais as distâncias entre um estabelecimento e outro, aumentando a competitividade e concentração da atividade turística em um espaço limitado, podendo haver saturação (NAVARRO e SCHLÜTER, 2010).

Pensando no conceito de espaço (MASSEY, 2008; SAARINEN, 2004) como dimensão do social em que as estruturas sociais são organizadas e no qual é construída a vivência entre o diferente, é inegável que as trocas aconteçam com intensidade onde há maior circulação de pessoas. Essa dinâmica pode ocorrer em detrimento de áreas mais afastadas e com pouco ou nenhum ponto que atraia o turista vegetariano, seja ele ou não um turista gastronômico.

A falta de estabelecimentos de alimentação que atendem vegetarianos em áreas menos valorizadas de Curitiba pode ser interpretada de vários modos. Uma explicação possível é a de que a população que mora nos bairros afastados da região Matriz não seja vista como possíveis consumidores de seus produtos pelos empresários. A concentração de oferta em regiões cujo custo de terra é mais alto tende a reforçar a visão de que a periferia não compartilha de uma visão política em relação à alimentação, logo, não seria vantajoso investir fora da Matriz.

O efeito colateral desse entendimento é o reforço da ideia de que é preciso ser de classe média ou classe média alta, no mínimo, para ter certa postura ética ou preferência alimentar, bem como reforça o senso comum de que comida vegetariana é cara e elitizada.

O significado de frequentar um restaurante vegetariano, para os clientes, pode ser mais que consumir refeições, como demonstrou Liu, Cai e Zhu (2015): funciona também como um espaço de reafirmação de identidade, de

reconhecimento de pertencer a um grupo e pode ser também o espaço para transformações de relações e trocas entre os clientes. A presença de um restaurante vegetariano é também uma “questionamento”: o que se come lá? Por que se come assim?

Evidentemente que uma alimentação ética não é exercida apenas ao frequentar restaurantes – ela existe com ou sem a oferta de estabelecimentos comerciais. Mas a mercantilização de um produto baseado em uma postura ética e política – como a alimentação vegetariana – existe e sua presença é também um fator de influência e pode ser o primeiro contato de um indivíduo com princípios diferentes do seu dentro da mesma cultura alimentar.

Não há dados sobre as razões que levaram os empresários a abrirem seus negócios nos endereços atuais, porém é possível inferir que o movimento de clientes seja maior no Centro da cidade por ser onde circula a maior parte da população durante os dias de semana. Mesmo assim, a demanda de 16% dos habitantes de Curitiba (IBOPE, 2018) que desejam comer fora de casa é atendida apenas em uma região.

Neste cenário, entende-se que está no Centro os lugares, segundo o conceito de Massey (2008): espaços seguros onde se constroem relações e se fortalecem laços. A identidade no mundo pós-moderno (CASTELLS, 1999) não se constrói mais na comunidade onde se mora, na igreja que se frequenta ou no ambiente escolar, mas por uma escolha individual, tal como a alimentação. Assim, um restaurante vegetariano na atualidade tem o poder de criar uma comunidade e um senso de coletivo tão ou mais forte que os núcleos de outrora, porém sua localização, forçosamente, exclui o acesso a quem não está ou não frequenta a região da Matriz, que concentra os custos de terra mais altos.

Descrição dos resultados do questionário

O questionário aplicado on-line foi distribuído em grupos de discussão fechados voltados a vegetarianos e veganos no Facebook¹⁴, compartilhado por pessoas em suas *timelines* e também no Twitter em janeiro e fevereiro de 2018. Neste período, 69 pessoas começaram a responder ao questionário, porém apenas

¹⁴ Vegetarianos e Veganos Curitiba; Vegetarianos em Curitiba; Vegetarianos em Itajaí e região; Vegetarianos iniciantes Brasil, Vegetarianas e vegetarianos Flórida; Veganos/vegetarianos em Blumenau; Vegetarianos & Veganos – Rio de Janeiro

28 o responderam completamente. Por esse motivo, conforme a descrição é feita, o número de respondentes diminui.

Assim, não é possível generalizar os resultados aqui obtidos. Os dados informados neste capítulo são indícios de uma realidade, necessitando ser reaplicada a pesquisa em amostras representativas. O modelo do questionário aplicado encontra-se no Apêndice (página 130).

As questões de 1 a 3 e da 18 a 26 ajudam a delinear o perfil dos respondentes da pesquisa. Os requisitos eram: ter mais de 18 anos; não residir em Curitiba; ser vegetariano e ter visitado a cidade entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016.

A maior parte dos 69 respondentes estiveram em Curitiba como turistas no segundo semestre de 2016 (n=48) e no segundo semestre de 2015 (n=35). Dos 58 respondentes sobre a dieta adotada, n=34 declararam-se ovolactovegetarianos, enquanto n=16 definiram-se como veganos e n=3 como vegetarianos estritos. Para fins de simplificação, uma vez que o estudo considera os hábitos e preferências alimentares, o número de veganos e vegetarianos estritos podem ser somados, pois sua dieta é a mesma, o que resulta em n=19.

Dos 58 participantes, n=38 declararam ser vegetarianos há mais de quatro anos, e n=10 entre dois e três anos. Dos mais recentes, n=2 se tornaram vegetarianos há menos de um ano e n=5 entre um e dois anos.

Os participantes deveriam colocar em ordem de importância os motivos que os levaram a tornar vegetarianos, sendo o valor de ϕ próximo a 1 o mais importante e o próximo a 6, o menos importante. As médias aritméticas das respostas dos 58 participantes mostra o direito dos animais em primeiro lugar ($\phi=2,09$), seguido de meio ambiente ($\phi=2,72$) e “para diminuir o impacto social causado pelo consumo de produtos de origem animal” ($\phi=2,86$), “pela minha saúde” ($\phi=3,43$). Os mais distantes foram “não gosto de comer carne” ($\phi=4,31$) e “fui criado em família vegetariana” ($\phi=5,59$).

Em tempo de estadia em Curitiba, as respostas variaram entre 2 e 45 dias, sendo uma média de aproximadamente 8 dias. Apenas 29 respondentes chegaram à esta questão, sendo uma das respostas desconsiderada por ter mencionado quantos anos viveu na cidade.

Tal quadro impossibilita traçar um perfil, mesmo que pontual, para o respondente do questionário desta pesquisa, mas a sequência de perguntas e os indícios apresentados nas questões de 4 a 17 são pistas para entender uma parcela da população vegetariana.

Para conhecer a preferência de alimentação e quais delas os fariam viajar a Curitiba para provar a versão vegetariana ou vegana, foi solicitado na questão 4 que organizassem dez opções do 1 ao 10, sendo o 1 o de maior preferência; e na questão 5, que se avaliasse cada uma entre “sim” (1), “talvez” (2) e “não” (3). O Quadro 9 apresenta as respostas em ordem decrescente com a média aritmética dos 46 respondentes entre parênteses:

Quadro 9: Comparação das respostas das questões 4 e 5

Ranking	Ordem de preferência (1 a 10)	Possibilidade de viajar a Curitiba para provar (1 a 3)
1º	Comida italiana ($\phi=3,82$)	Comida árabe ($\phi=1,59$)
2º	Comida árabe ($\phi=4,28$)	Comida indiana ($\phi=1,63$)
3º	Prato feito ($\phi=4,51$)	Comida asiática ($\phi=1,76$)
4º	Comida indiana ($\phi=5,16$)	Versões vegetarianas/veganas de pratos onívoros ($\phi=1,78$)
5º	Sanduiche natural, açaí, vitamina, smoothies ($\phi=5,57$)	Comida italiana ($\phi=1,83$)
6º	Comida asiática ($\phi=5,78$)	Porções para dividir (comida de boteco) ($\phi=1,98$)
7º	Cozinha americana/fast food ($\phi=6,09$)	Cozinha americana/fast food ($\phi=2$)
8º	Versões vegetarianas/veganas de pratos onívoros ($\phi=6,11$)	Salgados (pastel, croquete, coxinha, etc, fritos ou assados) ($\phi=2,20$)
9º	Salgados (pastel, croquete, coxinha, etc, fritos ou assados) ($\phi=6,38$)	Prato feito ($\phi=2,22$)
10º	Porções para dividir (comida de boteco) ($\phi=6,93$)	Sanduiche natural, açaí, vitamina, smoothies ($\phi=2,35$)

Fonte: elaboração da autora (2018).

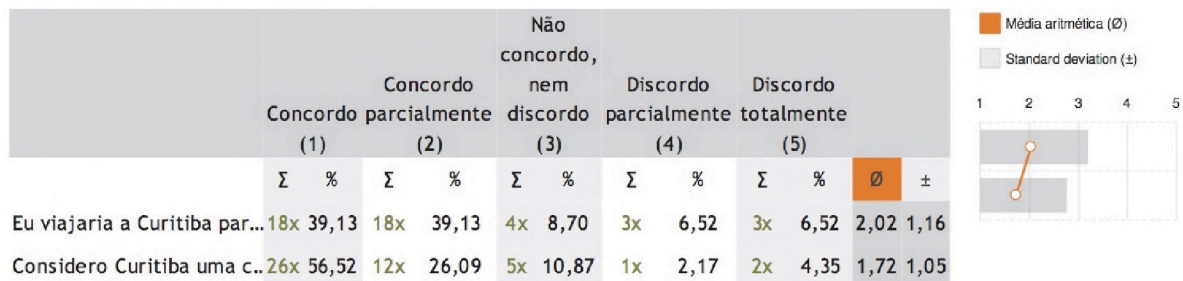
Como principais resultados obtidos pela aplicação do questionário on-line estão a preferência por comida italiana ($\phi=3,82$), árabe ($\phi=4,28$) e prato feito (arroz,

feijão, salada, batata frita, proteína) ($\phi=4,51$), considerando os valores entre 1 (maior preferência) e 10 (menor preferência).

Ao serem questionados se viajariam a Curitiba para provar versões vegetarianas de diferentes cozinhas, a árabe ($\phi=1,59$), a indiana ($\phi=1,63$), asiática ($\phi=1,76$) e versões vegetarianas de pratos onívoros ($\phi=1,78$) foram as com respostas com índice entre “sim” e “talvez”. Os itens avaliados como mais próximos do não ($\phi=3$) foram sanduíche natural, açai, vitaminas e demais pratos “naturais” ($\phi=2,35$), prato feito (arroz, feijão, salda, batata frita, proteína) ($\phi=2,22$) e salgados (pastel, croquete, coxinha, etc) ($\phi=2,20$).

Na sexta questão, 46 pessoas avaliaram duas afirmações entre “concordo” (1) e “discordo totalmente” (5): “Eu viajaria a Curitiba para fazer um roteiro de gastronomia vegetariana e vegana” e “Considero Curitiba uma cidade propícia para a realização de um roteiro de gastronomia vegetariano e vegano”. A Figura 3 mostra as respostas detalhadas.

Figura 3: Respostas da questão 6



Fonte: Schiochet (2018)

Para a afirmação “Eu viajaria a Curitiba para fazer um roteiro de gastronomia vegetariana e vegana”, n=18 concordaram com a afirmação e n=18 concordaram parcialmente. Com a segunda afirmação, “Considero Curitiba uma cidade propícia para a realização de um roteiro de gastronomia vegetariano e vegano”, n=26 concordaram totalmente enquanto n=12 concordaram parcialmente.

As questões 7 e 8 foram respondidas por 46 pessoas. A prevalência foi aproveitarem uma viagem para conhecer a gastronomia local (n=44) e n=28 viajou com o objetivo de conhecer restaurantes ou provar a comida local.

A questão 9 solicitava aos respondentes que avaliassem 15 critérios entre “pouca importância” (1) e “muita importância” (5) de acordo com a experiência do turista ao escolher um restaurante. O Quadro 10 apresenta a ordem decrescente de importância segundo as respostas dos 46 respondentes.

Quadro 10: Critérios decisivos na escolha de um restaurante segundo o turista vegetariano

Ranqueamento	Critério	Média aritmética (ϕ)
1º	Sabor da comida	4,87
2º	Oferecer opções vegetarianas/veganais	4,83
3º	Limpeza e organização	4,61
4º	Atender aos fins de semana	4,37
5º	Informações precisas sobre a composição dos pratos	4,35
6º	Variedade de pratos	3,83
7º	Conforto	3,76
8º	Preço	3,67
9º	Servir jantar	3,67
10º	Ser um estabelecimento vegetariano	3,50
11º	Rapidez no atendimento	3,43
12º	Adaptação de pratos onívoros	2,91
13º	Serviço à la carte	2,80
14º	Proximidade a atrativos turísticos	2,63
15º	Oferecer estacionamento	2,02

Fonte: Schiochet (2018).

Ao escolher onde comer quando se está viajando, conforme o Quadro 10, os critérios mais importantes para a decisão é o sabor da comida ($\phi=4,87$), oferecer opções vegetarianas ($\phi=4,83$), limpeza e organização ($\phi=4,61$), atender aos fins de semana ($\phi=4,37$) e informações precisas sobre os ingredientes que compõem o prato ($\phi=4,35$). Os critérios com menor índice, ou seja, que não são decisivos, estão oferecer estacionamento ($\phi=2,02$), proximidade a atrativos turísticos ($\phi=2,63$), serviço à la carte ($\phi=2,80$) e adaptação de pratos onívoros ($\phi=2,91$).

Outros critérios foram apontados no campo para respostas abertas como muito importantes ($\phi=5$): ativismo ($n=1$), bom atendimento ($n=1$), opção sem glúten ($n=2$), ter cozinha separada ($n=1$) e treinamento dos atendentes ($n=1$).

A décima questão era aberta e solicitava aos respondentes ($n=44$) que listassem estabelecimentos e pratos vegetarianos que se lembravam de ter provado quando estiveram em Curitiba. A pergunta foi feita antes de citar quaisquer estabelecimentos que atendem vegetarianos para ver o que seria lembrado e citado espontaneamente.

Muitas respostas denotam confusão na lembrança do período em que visitaram a cidade, pois citaram estabelecimentos que abriram em 2017, período fora do recorte temporal proposto pela pesquisa. Foram citadas as confeitarias vegana Bake It e Doces e Cores, o buffet vegano Veg & Tal, a lanchonete Viva la Vegan e o bistrô vegano Straveganzza. Estes estabelecimentos foram suprimidos da lista apresentada na Tabela 1.

Tabela 1: Estabelecimentos citados espontaneamente pelos turistas vegetarianos

Estabelecimento	Número de vezes que foi citado
Veg Veg	16
Mamba Vegan	14
Semente de Girassol	14
Bouquet Garni	11
Sorella	5
Capivara Vegetarian	4
Natural da Ordem	4
Armazém VegAninha	4
Dom Veggie	4
Mahatma Gourmet	4
Tuk Tuk	4
Veg e Lev	3
Greengo	3
Green Dog	3
Originale	3
Jardim das Amoras Brancas	2
New York Café	2
Lucca Café	2
Quintana Gastronomia	2
Jagannatha	2
Negrita	2
Hard Rock Café	2
Natural Café	2
Cerejeira	1
Veganetes	1
Verão Natural	1
Dom Corleone	1
Brisa Café	1
Restaurante dos Hare Krishna	1
Cidadão do Mundo	1
Restaurante Super	1

Menina Zen	1
Madalosso	1
Kebabix	1
Madero	1
Swadisht	1
Cervejaria Masmorra	1
Hendrix Bar	1
Restaurante Ohana	1
Páprica Vegan	1
Restaurante Las Lavandas	1
Zen Sushi Veg	1
Cacau Show	1
Lagundri	1
Menina dos Olhos	1
Everest Inn	1
Al Heim	1
Mafalda	1
Baba Salim	1
O Barba Hamburgueria	1
Baggio Pizzaria	1
Bar do Alemão	1
Rause Café	1
Kharina	1
Guiolla	1

Fonte: Schiochet (2018).

Os respondentes citam restaurantes árabes (Al Heim, Baba Salim), buffets ovolactovegetarianos (Sorella, Bouquet Garni), restaurantes com apelo mais descolado (O Barba Hamburgueria, Mafalda), clássicos de Curitiba, como o Bar do Alemão, o prato eslavo pierogi e cervejarias artesanais e cafeterias especiais, dois segmentos fortes em Curitiba.

Foram 55 estabelecimentos citados espontaneamente pelos respondentes. Os mais lembrados pelos participantes foram Veg Veg (n=16), Mamba (n=14), Semente de Girassol (n=14) e Bouquet Garni (n=11). Algumas respostas detalhavam o prato experimentado no estabelecimento, outras citavam apenas o tipo de comida, sem mencionar nenhum estabelecimento.

As respostas mostraram que alguns respondentes não lembraram o nome dos estabelecimentos que frequentaram, mas lembraram do prato que provaram. A Tabela 2 detalha os tipos de cozinha e pratos mais lembrados pelos participantes.

Tabela 2: Tipos de cozinha e pratos citados espontaneamente pelos turistas vegetarianos

Tipo de cozinha	Número de vezes que foi citado
Buffets (sistema self service)	33
Cozinha americana (hambúrguer = 27; milk shake = 2; panqueca =1)	30
Cozinha italiana (pizza = 8; massas = 2)	10
Cozinha árabe	9
Salgados (coxinha, pastel, etc)	8
Comida indiana	8
Cachorro-quente	7
Café	6
Doces (chocolate, bolo, paçoca, pão de mel, etc)	4
Comida de boteco	3
Sanduíche	3
Cozinha asiática	3
Cerveja artesanal	3

Cozinha brasileira (moqueca, açaí)	2
Cozinha alemã	1
Cozinha eslava (pierogi)	1

Fonte: Schiochet (2018).

Os tipos de pratos e serviço citados espontaneamente pelos respondentes foram buffet *self service* (n=33) e cozinha americana (hambúrguer, milk-shake, panqueca) (n=30). Na sequência, com menor incidência, cozinha italiana (n=10), cozinha árabe (n=9); salgados (n=8), cozinha indiana (n=8) e cachorro-quente (n=7). As cozinhas asiática (n=3), brasileira (n=2), alemã (n=1) e eslava (n=1) foram as menos citadas.

A transcrição a seguir de algumas respostas ajuda a ilustrar a experiência dos turistas em Curitiba:

“Pierogi, Pad Thai, massas verdes, ao queijo, com ricota. Comida de boteco (pastéis, batatas, etc) em cervejarias artesanais. Lanches vegetarianos em cafés (alguns muito bons e variados, como o Hauser Café [sic]. Outros de qualidade e variedade média, como o Lucca Café. E os ruins, como o café cultural da feirinha de domingo”

“Fomos a um pub no bairro São Francisco (não lembro o nome) e comemos uma massa”

“Não lembro o nome dos estabelecimentos, mas visitei um açaí e um local onde vende uma maçã verde com cobertura de chocolate e Lucca Café”

“Mamba vegan | não lembro exatamente o que comi, mas achei na época um menu bastante criativo para uma hamburgueria vegana; Semente de Girassol | almoço e provavelmente um salgado, tudo simples mas muito bem feito e bem servido; Bouquet Garni | almoço com poucas opções veganas para além das saladas; Originale | pizzas veganas, era praticamente a única opção de jantar vegano na cidade, pizzas simples; Jardim das Amoras Brancas (acho que era esse o nome, tinha noite de pizza orgânica 1x por mês, foi bem gostoso, diverso, ambiente colaborativo e acolhedor.”

Algumas respostas mostram que os turistas vegetarianos nem sempre frequentam estabelecimentos vegetarianos:

“Infelizmente, devido às companhias não serem vegetarianas, comemos apenas em restaurantes comuns, ou seja, sem serem específicos para vegetarianos/veganos”

“Poucos estabelecimentos, mas vários pratos em diversos outros estabelecimentos não exclusivos”

“No Madalosso, ao dizer que era vegetariana, me trouxeram várias opções feitas na hora, sem carne. (...) sempre que vou à Curitiba (e vou pelo menos uma vez ao ano), sei que não preciso me preocupar com alimentação”

“Batata frita em um restaurante de posto de gasolina”

Eventos como feiras e bazares vegetarianos também entram no roteiro dos turistas vegetarianos:

“Feiras veganas e/ou vegetarianas são uma ótima opção para se provar novidades. Carne de jaca, tofishi, sanduíche de mortadela. Adorei o restaurante Straveganzza na rua Sete de Abril, na minha opinião é o melhor de todos os restaurantes que visitei em todas as viagens que fiz no Brasil, é alta gastronomia vegetariana/vegana. Sinto muita falta e desejo muito voltar a Curitiba, apenas para ir lá.”

“Feira vegana perto do Largo da Ordem, tinha bacon vegano, chips veganos, etc”

As questões 11 e 12, sobre os meios de transporte usados para conhecer os atrativos turísticos da cidade e hospedagem foram respondidas por 40 pessoas. O meio de transporte mais usado pelos respondentes foi o serviço de transporte particular (Uber, Cabify, 99pop) (n=23) e automóvel próprio (n=20). De ônibus, foram n=13, enquanto a Linha Turismo foi citada por n=9. Os menos citados foram bicicleta (n=4), táxi (n=3) e a pé (n=1).

Em relação a hospedagem, casa de amigos ou parentes (n=28) foi o mais citado. Seguido por hotel (n=9), hostel (n=1), pousada (n=1) e a própria casa (n=1).

A questão 13 foi respondida por 39 pessoas e solicitava que os participantes avaliassem 15 itens entre “pouco desenvolvido” (1) e muito desenvolvido (5) de acordo com a própria experiência nos estabelecimentos de alimentação que frequentaram em Curitiba como turistas. A Tabela 3 detalha em ordem decrescente a avaliação dos turistas bem como a média aritmética (ϕ).

Tabela 3: Avaliação da experiência dos turistas vegetarianos em estabelecimentos vegetarianos em Curitiba

Ranqueamento	Segundo a experiência do turista vegetariano em Curitiba	Média aritmética (ϕ)
1º	Sabor da comida	4,31
2º	Limpeza e organização	3,92
3º	Atender aos fins de semana	3,82
4º	Conforto	3,74
5º	Variedade de pratos	3,72

6º	Rapidez no atendimento	3,67
7º	Oferta de estabelecimentos vegetarianos	3,67
8º	Preço	3,54
9º	Adaptação de pratos onívoros	3,51
10º	Oferecer opções vegetarianas/vegasas apesar de ser um estabelecimento onívoro	3,46
11º	Informações precisas sobre a composição dos pratos	3,23
12º	Serviço à la carte	3,21
13º	Proximidade a atrativos turísticos	3,15
14º	Servir jantar	3,15
15º	Oferecer estacionamento	2,56

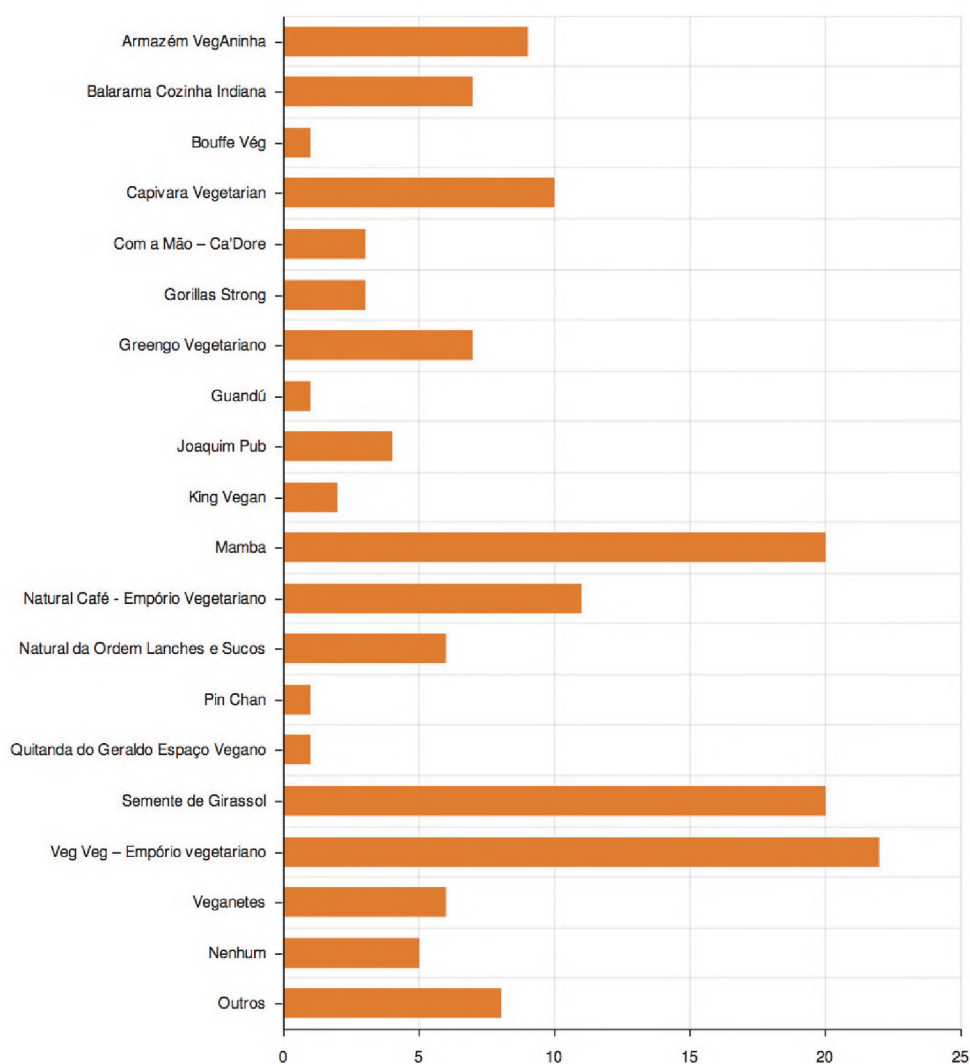
Fonte: Schiochet (2018).

Os turistas avaliaram como melhor desenvolvidos em Curitiba os quesitos sabor da comida ($\phi=4,31$), limpeza e organização ($\phi=3,92$), atendimento aos fins de semana ($\phi=3,82$), conforto ($\phi=3,74$) e variedade de pratos ($\phi=3,72$).

O único item avaliado entre “desenvolvido” e “pouco desenvolvido” foi estacionamento à disposição ($\phi=2,56$). A média aritmética de servir jantar ($\phi=3,15$), proximidade a atrativos turísticos ($\phi=3,15$) e serviço à la carte ($\phi=3,21$) ficaram próximas ao valor de centro.

A questão 14 apresentou uma lista com 18 estabelecimentos vegetarianos estritos que estiveram em funcionamento em algum momento entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016. Era possível assinalar quantas alternativas fossem necessárias e havia também a opção de assinalar “nenhum” e um campo para respostas abertas. A Figura 4 apresenta os dados:

Figura 4: Estabelecimentos vegetarianos estritos mais visitados pelos turistas vegetarianos em Curitiba entre 2014 e 2016

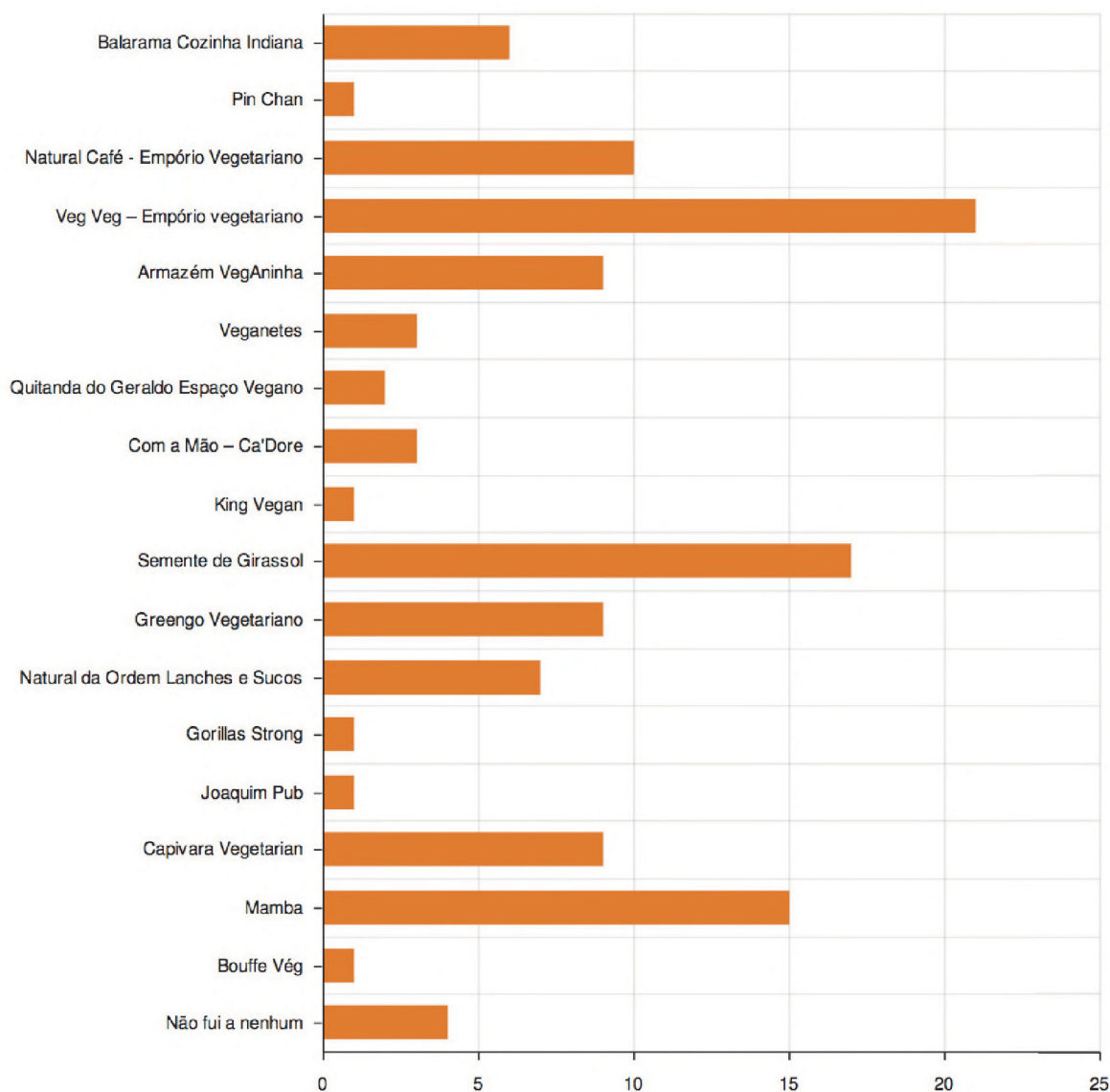


Fonte: Schiochet (2018).

No total foram 147 respostas. Dos restaurantes exclusivamente vegetarianos estritos mais lembrados de terem sido visitados pelos respondentes (n=34), estão Veg Veg (n=22), Mamba (n=20) e Semente de Girassol (n=20). Na sequência, Natural Café Empório Vegetariano (n=11), Capivara Vegetarian (n=10) e Armazém VegAninha (n=9) aparecem. Cinco pessoas assinalaram apenas a opção “nenhum” (n=5). Os demais variam entre n=1 e n=7. Nas respostas do campo aberto, aparecem oito estabelecimentos: os restaurantes de buffet Bouquet Garni, Restaurante Super Vegetariano, Dom Veggie, Veg & Tal e Mahatma Gourmet, o bistrô Straveganzza, a confeitaria Bake It – Confeitaria Vegana, a cafeteria Brisa Café.

A questão 15 solicitava que os participantes (n=34) escolhessem a quais dos 18 estabelecimentos vegetarianos estritos voltariam. Havia também uma alternativa com “nenhum”. Os resultados estão na Figura 5.

Figura 5: Estabelecimentos vegetarianos em Curitiba aos quais os turistas vegetarianos voltariam



Fonte: Schiochet (2018).

A figura 5 apresenta, novamente, Veg Veg (n=21), Semente de Girassol (n=17) e Mamba (n=15) como os mais citados. Natural Café (n=10), Armazém VegAninha (n=9), Greengo (n=9) e Capivara (n=9) também se destacaram, apesar de n=7 ter respondido anteriormente terem visitado o restaurante Greengo.

A questão 16 solicitava aos entrevistados que citassem os motivos que os levariam a voltar aos estabelecimentos assinalados na questão anterior, os participantes (n=33) elencaram os seguintes quesitos: “sabor da comida, qualidade da comida” (n=18), “bom atendimento” (n=13), “variedade de opções” (n=12), “preço justo, preço razoável, preço baixo” (n=10), “ambiente” (n=4). E também os seguintes:

“[Por ser] estritamente vegetariano”

“Boa combinação de ingredientes”

“Gosto de comida oriental e a localização do Semente de Girassol, além de sempre ter comida acessível e que sustenta a qualquer hora do dia.”

“Atendem a vários tipos de bolso, as opções são variadas e o atendimento bom [sic]”

“Qualidade dos produtos”

“Segurança a respeito dos ingredientes”

“Limpeza”

“Comida colorida, aromática e saborosa”

“Ambientes democráticos aparentemente seguros para minorias sociais”

“Preço, honestidade e compromisso com o papel desempenhado”

“Comida fresca, sabor e originalidade”

Na questão 17, os participantes deveriam avaliar novamente os 15 critérios que os motivariam a voltar aos estabelecimentos citados. Apesar de soar repetitiva em relação à questão anterior, os parâmetros de 1 (pouca importância) a 5 (muita importância) podem trazer *insights* de acordo com o que é lembrado espontaneamente (caso da questão anterior) e como avaliam critérios já elencados por pesquisadores. Os resultados estão na Tabela 4 em ordem de preferência:

Tabela 4: Motivos que fariam o turista vegetariano voltar aos estabelecimentos vegetarianos estritos de Curitiba

Ranqueamento	Critério	Média aritmética (ϕ)
1º	Oferecer opções vegetarianas/veganais apesar de ser um estabelecimento onívoro	4,79
2º	Sabor da comida	4,73
3º	Limpeza e organização	4,24
4º	Ser um estabelecimento vegetariano	4,15

5º	Atender aos fins de semana	4,15
6º	Informações precisas sobre a composição dos pratos	4,00
7º	Variedade de pratos	3,94
8º	Preço	3,88
9º	Rapidez no atendimento	3,70
10º	Conforto	3,64
11º	Servir jantar	3,64
12º	Proximidade a atrativos turísticos	2,79
13º	Adaptação de pratos onívoros	2,79
14º	Serviço à la carte	2,76
15º	Oferecer estacionamento	2,12

Fonte: Schiochet (2018).

Tiveram a média aritmética mais próxima do “muita importância (5) os seguintes: oferecer opções vegetarianas ($\phi=4,79$); “sabor da comida” ($\phi=4,73$); “limpeza e organização” ($\phi=4,24$); “ser um estabelecimento vegetariano” ($\phi=4,15$); “atender aos fins de semana” ($\phi=4,15$) e “informações precisas sobre os ingredientes” ($\phi=4$). Apareceram também as respostas espontâneas “não fui a nenhum restaurante vegetarianos estrito” ($n=1$) e “proximidade ao centro” ($n=1$).

Os menos importantes segundo a média aritmética foram estacionamento ($\phi=2,12$); “proximidade a atrativos turísticos ($\phi=2,79$); adaptação de pratos onívoros ($\phi=2,79$) e serviço à la carte ($\phi=2,76$).

Análise dos resultados do questionário

Ratifica-se que os resultados apresentados anteriormente não podem ser generalizados e o que está exposto abaixo é uma análise que combina os indícios das respostas com a experiência da autora como jornalista da área de alimentação vegetariana em Curitiba desde 2013 e como pesquisadora da área pela academia.

Os resultados do questionário apontam para uma participação maior de pessoas nascidas entre as décadas de 1980 e 1990, majoritariamente mulheres e renda de 2 a 4 salários mínimos. A adoção de uma alimentação com viés político

usada como símbolo de sua identidade encontra eco na descrição de Castells (1999) sobre o aumento a partir dos anos 1970 para a construção de identidades a partir de movimentos políticos, tais como o ambientalista.

As avaliações positivas dos participantes em relação à variedade e opções de restaurantes pode ser um reflexo do período visitado: em 2016, foram 81 pessoas, enquanto no ano anterior foram 63 e em 2014, 52. O número de restaurantes vegetarianos estritos ou com cardápio para vegetarianos estritos quase duplicou em três anos. Passou de 26 no primeiro semestre de 2014 (vide Quadro 8) para 43 no segundo semestre de 2016 (vide Quadro 13).

Porém, as respostas abertas no questionário demonstram que a distância temporal da aplicação do survey (janeiro e fevereiro de 2018) em relação ao período estudado neste trabalho (2014 a 2016) tornou difícil para os respondentes lembrarem-se com exatidão quando visitaram Curitiba. Foram comuns respostas citando restaurantes que não existiam no período estudado – tais como Straveganzza, um bistrô aberto no primeiro semestre de 2017; e a confeitaria Doces e Cores, inaugurada em meados de 2017.

Ao comparar as respostas do que preferem comer e por quais tipos de cozinha os 46 respondentes viajariam a Curitiba para provar a versão vegetariana (vide Quadro 14), percebe-se que a comida árabe mantém o destaque de preferência em ambos (2º lugar em preferência para consumo no dia a dia e 1º lugar em possibilidade de viajar a Curitiba para provar), mas opções como comida italiana, prato feito e sanduíche natural, saem das posições 1º, 3º e 5º, respectivamente, para 5º, 9º e 10º.

Esses dados podem ser interpretados como se essas comidas fossem cotidianas, não sendo valorizadas em roteiro turístico gastronômico por dificilmente serem diferentes das opções que têm em sua cidade de origem. O salgado, no entanto, “sobe” uma posição ao comparar a preferência para consumo diário (9º) e a possibilidade de viajar para provar (8º).

A comida indiana e asiática, consideradas exóticas no Brasil, alcançam melhores posições como possibilidade de viajar a Curitiba para provar: a indiana ocupa o 2º lugar na avaliação dos respondentes, e o 4º lugar no consumo do dia a dia. A asiática ocupa o 3º lugar de mais provável viajar para comer enquanto no consumo diário vai para o 6º lugar. O fato de ambas as cozinhas precisarem de ingredientes importados e, portanto, mais caros, além de profissionais com técnica

para reprodução dos pratos típicos, restaurantes especializados nessas cozinhas geralmente se concentram em grandes centros, onde a demanda é maior; daí pode decorrer o desejo de conhecer enquanto estiver viajando.

Na questão 6, os participantes sinalizaram concordar parcialmente com a afirmação de que “Curitiba é uma cidade propícia para a realização de um roteiro de gastronomia vegetariano e vegano” ($\phi=1,72$) e que viajariam “a Curitiba para fazer um roteiro de gastronomia vegetariana e vegana” (Figura 3).

É possível interpretar o viés político e por razões éticas e morais para uma alimentação sem carne apresentado pelos respondentes como coexistentes à motivação de status e prestígio (FIELDS, 2002), uma vez que se propõem a viajar a um determinado destino para fazer um roteiro de gastronomia.

Os estabelecimentos de alimentação vegetariana, assim como outras atividades cujo crescimento e desenvolvimento se deram nas últimas décadas, não fogem da lógica capitalista, que transforma tudo em mercadoria para se manter funcionando (SANTOS FILHO, 2005). Promover, mercadologicamente, um destino por sua concentração de estabelecimentos que atendem a vegetarianos é um desdobramento possível para o cenário de Curitiba considerando o Mapa 1.

Os resultados das questões 7 e 8 mostram que o vegetariano pode não ter o hábito de viajar com o objetivo de fazer turismo gastronômico ou não encontra opções atraentes o suficiente no destino para organizar um roteiro próprio, mas que aproveita uma viagem com outros objetivos para conhecer a cozinha local. Subentende-se, por serem vegetarianos respondendo, que procuram a gastronomia local em versão vegetariana.

Os resultados da questão 9 mostram que, para a amostra ($n=46$), a proximidade dos restaurantes a atrativos turísticos não é importante ($\phi=2,63$), dado que pode ser interpretado de diversas maneiras:

- a. o restaurante em si é considerado um ponto a ser visitado e entra no roteiro com a mesma importância dos demais;
- b. a estratégia para se alimentar passa por escolher as opções vegetarianas propostas pelos restaurantes próximos aos atrativos turísticos;
- c. os turistas se dispõem a ir a restaurantes vegetarianos mesmo que não estejam próximos a atrativos turísticos que estejam visitando;
- d. os turistas não levam em conta visitar atrativos turísticos convencionais quando viajam.

A segunda hipótese ganha força ao notar que o critério “oferecer opções vegetarianas” ($\phi=4,83$) foi ranqueado em segundo lugar pela amostra. O fato de o critério “sabor da comida” estar em primeiro lugar ($\phi=4,87$) no ranqueamento e “informações precisas sobre a composição do prato” ($\phi=4,35$) em quinto, reforçam a ideia de que bastando ter opções que atendam à dieta vegetariana, o turista se sente bem atendido. A avaliação do critério “ser um estabelecimento vegetariano” ainda está no espectro de ser importante a muito importante ($\phi=3,5$), na 10ª posição, porém pouco relevante considerando os índices mais altos dos critérios que ocupam as cinco primeiras posições.

Como os dados da pesquisa apontam para indícios da realidade, é possível inferir que as quatro hipóteses elencadas anteriormente sejam verdade para subgrupos dentro do vegetarianismo.

Ao analisar as respostas dadas na questão 10, aberta, nota-se que os respondentes ($n=44$) nem sempre se lembram do nome do estabelecimento visitado. Os mais lembrados são três estabelecimentos veganos e com uma linha de ativismo através da comida: Veg Veg ($n=16$), Mamba Vegan ($n=14$) e Semente de Girassol ($n=14$). Na sequência, os buffets ovolactovegetarianos Bouquet Garni ($n=11$) e Sorella ($n=5$). Ambos são restaurantes com salão grande, em endereços estratégicos (o Sorella tem três unidades em Curitiba, uma delas próxima ao Museu Oscar Niemeyer) e com mais de uma década de história.

A presença de restaurantes onívoros nos resultados demonstra que os turistas nem sempre procuram fazer suas refeições em estabelecimentos vegetarianos, bastando que haja uma opção no cardápio que atenda à sua restrição alimentar. Na variedade de pratos experimentados, são poucas as experiências que fogem dos buffets de almoço ($n=33$) e hambúrgueres ($n=27$), seguido por cozinha italiana ($n=10$) e cozinha árabe ($n=9$).

O resultado indica uma preferência por almoço em buffets talvez pela conveniência e preço fixo (a maior parte dos buffets vegetarianos em Curitiba trabalha com o serviço de buffet livre). Os buffets livres foram os primeiros tipos de estabelecimentos que atendiam ao nicho vegetariano e talvez sejam os mais fáceis de lembrar por serem restaurantes do dia a dia, abertos para almoço e que atendem a um grande número de pessoas pela diversidade de pratos ofertados.

A presença dos hambúrgueres nas respostas pode ser lida como um indício de que esse sanduíche é o prato escolhido pelos restaurantes onívoros para incluir em seu cardápio como opção vegetariana. Se somar hambúrguer (n=27), salgados (n=8), cachorro-quente (n=4), doces (n=4), comida de boteco (n=3) e sanduíche (n=3), pode-se inferir que a preferência do turista vegetariano é por petiscos ou refeições rápidas (n=49), sendo n=34 apenas sanduíches. Esses pratos talvez sejam mais facilmente adaptáveis para a dieta ovolactovegetariana e, como os dados demonstram, estabelecimentos veganos especializados em sanduíches e refeições rápidas abriram em Curitiba a partir de 2013 (vide Quadro 7).

Os dados sugerem, também, uma falta de oferta de estabelecimentos com refeições completas em outro sistema que não o de buffet, o que pode explicar a alta incidência de turistas vegetarianos procurarem por buffets no almoço. Também soma-se a esse número a variedade de pratos que compõem um buffet vegetariano, com opções para ovolactovegetarianos e veganos em um mesmo local.

As respostas transcritas na questão 10 (n=34) exemplificam a experiência do turista vegetariano em Curitiba também como consumidores de cozinhas tradicionais, tais como italiana (n=10), árabe (n=9), indiana (n=8), asiática (n=3), brasileira (n=2), alemã (n=1) e eslava (n=1). Chama a atenção o fato de a cozinha mexicana não ter sido citada em nenhuma resposta, uma vez que muitos de seus pratos são tradicionalmente vegetarianos estritos, tais como tortilha (se feita com azeite), guacamole, pico de gallo, entre outros.

Como visto no capítulo sobre a história da alimentação, amiláceos foram os alimentos centrais no estabelecimento de sociedades e no desenvolvimento de agricultura. Em muitos ambientes, não se podia contar com a carne obtida pela caça, portanto a carne não teria como ter um papel central na alimentação cotidiana dos grupos (MONTANARI, 1998) – tal hipótese, no entanto, não refuta o papel da carne como alimento importante para o desenvolvimento do cérebro humano.

Assim, as cozinhas italiana, árabe, indiana e asiática são conhecidas por terem pratos tradicionalmente preparados sem carne. Como exemplos, massa de sêmola, molhos de tomate e caponata de legumes para a italiana; pão pita, falafel, homus, babaganoush e mjadra (arroz com lentilhas e cebola frita) para a árabe; dahl (ensopado de lentilhas ou de grão-de-bico), chutney de frutas (espécie de geleia apimentada), curry, samosa (espécie de pastel frito) para a indiana; pad thai, yakisoba e sushi (feitos com a mesma técnica, mas apenas com vegetais) para a

asiática; açaí, moqueca de banana-da-terra ou pupunha como substitutos para peixe e feijoada com substitutos de glúten para a carne (ambos os pratos feitos com a mesma técnica mas usando outros ingredientes) para a brasileira.

No caso da alemã, o relato de um respondente foi a adaptação de pratos típicos servidos sem as carnes, mas sem detalhes. O pierogi, massa cozida em água e recheada com batata e ricota, é um prato da cozinha eslava que também pode ser chamado de perohê ou varenek, dependendo do país de origem (Ucrânia e Polônia). Mudam os molhos com que o pierogi é servido, podendo ser de carne ou de natas.

Quando ocorrem adaptações de pratos com a substituição de carne por outros ingredientes de origem vegetal, tais como hambúrguer, moqueca, feijoada e salsicha, é possível ler o fenômeno a partir do que Montanari (1998) define como léxico e morfema. Assim como na linguagem a menor unidade que compõe uma palavra é o morfema, na alimentação a menor unidade seria o ingrediente. As regras para combinar morfemas e criar palavras foram estabelecidas pela cultura e o mesmo pode ser aplicado para a gastronomia: a combinação de ingredientes e técnica de preparo, bem como o ritual de comê-lo, com quem e em que momento se prepara, são regras construídas culturalmente para a combinação de ingredientes.

Mesmo tendo substituído o peixe por banana-da-terra em uma receita de moqueca baiana, por exemplo, a formatação do prato segue intocada: é uma moqueca e será comida com os mesmos acompanhamentos tradicionais e da mesma maneira que a moqueca com peixe seria.

Para as questões 11 e 12, considera-se a Linha Turismo como uma solução eficiente para visitar os principais atrativos turísticos de Curitiba. O fato de 9 entre 40 respondentes terem feito uso do serviço é um índice baixo. O uso de transportes particulares (n=23), tais como Uber, e automóvel próprio ou emprestado (n=20) são indícios de que os turistas preferem autonomia e montar seu próprio roteiro de visitas a atrativos turísticos, sem se prender a horários ou rotas pré-estabelecidas.

Em relação à hospedagem, apenas 11 de 40 pessoas usaram hospedagem de rede hoteleira, sendo n=9 hotel, n=1 hostel e n=1 pousada. A casa de parentes e amigos (n=28) foi mais da metade das respostas, o que também aponta para uma autonomia e maior controle sobre horários, além de uma possível economia.

Na questão 13, foi solicitado aos respondentes que avaliassem quão desenvolvidos os estabelecimentos vegetarianos de Curitiba lhes pareciam de

acordo com a experiência que tiveram. Os resultados refletem expectativas atendidas, se comparar os índices dados pelos mesmos respondentes a critérios tidos como decisivos na escolha de um restaurante, conforme o Quadro 11 apresenta.

Quadro 11: Comparação entre critérios decisivos e realidade do setor de alimentação vegetariana em Curitiba segundo o turista vegetariano

Ranqueamento	Critério decisivo para escolha de estabelecimento (ϕ)	Avaliação dos estabelecimentos vegetarianos em Curitiba (ϕ)
1º	Sabor da comida (4,87)	Sabor da comida (4,31)
2º	Oferecer opções vegetariananas/vegananas (4,83)	Limpeza e organização (3,92)
3º	Limpeza e organização (4,61)	Atender aos fins de semana (3,82)
4º	Atender aos fins de semana (4,37)	Conforto (3,74)
5º	Informações precisas sobre a composição dos pratos (4,35)	Variedade de pratos (3,72)
6º	Variedade de pratos (3,83)	Rapidez no atendimento (3,67)
7º	Conforto (3,76)	Oferta de estabelecimentos vegetarianos (3,67)
8º	Preço (3,67)	Preço (3,54)
9º	Servir jantar (3,67)	Adaptação de pratos onívoros (3,51)
10º	Ser um estabelecimento vegetariano (3,50)	Oferecer opções vegetariananas/vegananas (3,46)
11º	Rapidez no atendimento (3,43)	Informações precisas sobre a composição dos pratos (3,23)
12º	Adaptação de pratos onívoros (2,91)	Serviço à la carte (3,21)
13º	Serviço à la carte (2,80)	Proximidade a atrativos turísticos (3,15)
14º	Proximidade a atrativos turísticos (2,63)	Servir jantar (3,15)
15º	Oferecer estacionamento (2,02)	Oferecer estacionamento (2,56)

Fonte: Schiochet (2018).

Em comparação com os critérios decisivos para o turista vegetariano (primeira coluna, a partir das respostas da Questão 9), coincide de estar em primeiro lugar “sabor da comida” ($\phi=4,31$). Também entre os mais bem avaliados estão

“limpeza e organização” ($\phi=3,92$), “atender aos fins de semana” ($\phi=3,82$) e “variedade de pratos” ($\phi=3,72$). Outra avaliação que coincidiu na ordem foi “preço” ($\phi=3,54$), em oitavo lugar.

Já o critério “informações precisas sobre a composição dos pratos”, em quinto lugar ($\phi=4,35$) na ordem de critérios decisivos ao escolher um restaurante, ficou em 11º na avaliação dos turistas de acordo com sua experiência em Curitiba ($\phi=3,23$). Outra discrepância de resultados que pode sinalizar uma frustração é na comparação das médias para “oferecer opções vegetarianas”: na ordem de critérios decisivos ao escolher um restaurante ficou em segundo lugar ($\phi=4,83$), enquanto na avaliação dos turistas de acordo com sua experiência em Curitiba ficou em 10º lugar ($\phi=3,46$).

Apesar disso, a avaliação dos critérios decisivos em 10º e 11º lugar, “rapidez no atendimento” ($\phi=3,43$) e “ser um estabelecimento vegetariano/vegano” ($\phi=3,50$) teve melhor resultado ao serem avaliados a partir da experiência do turista em Curitiba: “rapidez no atendimento” foi o 6º melhor avaliado ($\phi=3,67$) e a oferta de estabelecimentos vegetarianos e veganos na cidade ficou em 7º ($\phi=3,67$).

O critério “proximidade a atrativos turísticos” não foi avaliado como decisivo para a escolha de um restaurante ($\phi=2,63$) e tampouco foi identificada como realidade em Curitiba de acordo com os estabelecimentos visitados pelos turistas ($\phi=3,15$). A partir do que os turistas responderam na questão 11, sobre ter usado mais transporte particular que Linha Turismo ou transporte público, essa resposta pode ser interpretada como um reflexo da autonomia na hora de decidir onde ir. Assim, se um estabelecimento não for perto de um atrativo turístico, isso não seria um impeditivo para visitá-lo.

Na questão 14, ao observar a diferença de quantidade de citações para os 18 estabelecimentos apresentados na questão, pode-se interpretar da seguinte forma: receberam mais menções os estabelecimentos veganos cuja característica principal é praticar seu ativismo através da comida.

A Veg Veg ($n=22$), aberta em maio de 2013, foi o primeiro empório vegano de Curitiba, reunindo em um mesmo endereço opções de queijos e carnes vegetais, refeições congeladas, doces e preparos sem ingredientes de origem animal para consumo imediato. O primeiro endereço, na Galeria General Osório, foi ponto de

encontro e divulgação de eventos vegetarianos ou afins, como festivais de show de hard core, cuja parcela da cena é ligada ao veganismo.

Junto de marcas locais como VegAninha (que abriu em 2016 seu “açougue” vegetariano), realizou festas e bazares para promover marcas locais, novidades do mercado, demonstrações culinárias, entre outros eventos. Seu ativismo nas redes sociais também ajudou a tornar o estabelecimento conhecido fora de Curitiba, virando um ponto a ser visitado por turistas vegetarianos.

O Semente de Girassol (n=20) abriu alguns meses antes da Veg Veg, em março de 2013, como uma lanchonete vegana próxima ao Largo da Ordem, ponto histórico e turístico de Curitiba.

Começou com opções de lanches rápidos para consumo no local, venda de salgados e doces veganos, encomenda de leites vegetais, entre outros serviços. Aos poucos, porém sem regularidade, o estabelecimento passou a vender também produtos de higiene e limpeza que não haviam sido testados em animais. Junto do balcão sempre houve folhetos, cartões de visitas e outros materiais gráficos para divulgação do veganismo.

Sua proposta é ser uma loja de conveniência vegana com preço popular para atingir todos os públicos e, principalmente, ser uma alternativa de baixo custo que atraia a curiosidade de onívoros. Esse posicionamento, mais do que sua presença nas redes sociais, fez com que o estabelecimento ficasse conhecido no “boca a boca”, tornando-se uma dica de visita obrigatória entre os vegetarianos.

Aberto em fevereiro de 2015, o Mamba Vegan (n=20) é uma hamburgueria vegana com produção artesanal de hambúrgueres à base de proteínas vegetais, tais como feijão, grão-de-bico, lentilha e proteína texturizada de soja. Quando foi inaugurada, a oferta de hambúrgueres vegetarianos e veganos existia em Curitiba, porém nenhum lugar servia mais do que uma opção no cardápio.

Em comum, a Semente de Girassol, Veg Veg e Mamba Vegan foram os primeiros exclusivamente veganos abertos a partir de 2013, como “herdeiros” da Quitanda do Geraldo, posteriormente chamada de Espaço Vegano, cujo horário, oferta e presença on-line sempre foram irregulares. A localização também não favorece o fluxo de clientes, por estar fora do centro, em bairro residencial e, portanto, com pouco movimento de turistas.

Os três estabelecimentos também são capitaneados por uma geração mais nova que a do Espaço Vegano, com propostas de serviço e atendimento diferentes, dando uma cara “descolada” a uma restrição alimentar e escolha pessoal.

O Armazém VegAninha teve um valor alto de visitas (n=9) se considerar que sua abertura foi no último semestre analisado trabalho. Assim como o que foi posto em relação a Veg Veg, Semente de Girassol e Mamba Vegan, o Armazém VegAninha trabalha sua presença on-line ativamente mesmo antes de ter aberto a loja física. A marca aceitava encomendas desde 2013, mesmo ano de abertura do Semente de Girassol e Veg Veg, para “embutidos” veganos, tais como linguiça e salsicha, feitos à base de glúten. Um dos sócios, Andrey Sanson, é administrador de um dos maiores grupos de discussão sobre vegetarianismo e veganismo em Curitiba no Facebook, o Vegetarianos e Veganos Curitiba.

A questão 14 também computou cinco respostas para a opções “nenhum”, resultado que dialoga com o resultado da questão 10, em que foram citados estabelecimentos onívoros e o fato de os turistas, por causa das companhias, não terem feito refeições em estabelecimentos vegetarianos. Assim, é possível inferir que a companhia é um critério de decisão para a escolha do estabelecimento de alimentação.

A questão 15 solicitava que os respondentes (n=34) assinalassem dentro das 18 opções a quais estabelecimentos vegetarianos estritos voltariam e na questão seguinte (16), aberta, citar os motivos que os levariam a voltar.

Ratificando o resultado da questão 14, os nomes mais assinalados com intenção de visitar novamente foram Veg Veg (n=21), Semente de Girassol (n=17) e Mamba Vegan (n=15). Natural Café (n=10), Armazém VegAninha (n=9), Greengo (n=9) e Capivara (n=9) também se destacaram pelo número similar. No caso do Greengo, o número de visitas foi de n=7 e a intenção de retorno, n=9. Essa discrepância pode ser interpretada como uma intenção de conhecer o estabelecimento ou que os participantes tenham esquecido de assinalar o estabelecimento na questão 14.

A 16ª questão era aberta e solicitava aos respondentes que citassem os motivos que os fariam voltar aos estabelecimentos marcados na questão anterior. Os mais citados, espontaneamente, foram sabor da comida (n=18), bom atendimento (n=13), variedade de opções (n=12) e preço (n=10). A questão seguinte, 17, fazia a mesma solicitação, porém avaliando os 15 critérios

apresentados nas questões anteriores. Apesar de parecer repetitivo, o processo permite comparar o que é citado espontaneamente pelos respondentes com o que o mesmo responde ao ter de avaliar os critérios apontados pela pesquisa. Nota-se que, diferentemente da questão 10, em que os respondentes citaram espontaneamente os estabelecimentos visitados, ao serem questionados sobre as qualidades dos lugares o repertório de análise não é tão rico.

Os participantes que responderam à 17ª questão (n=33) demonstraram satisfação (média aritmética entre 4 e 5) com as opções vegetarianas ofertadas pelos estabelecimentos onívoros, sabor da comida, limpeza e organização, o fato de muitos estabelecimentos visitados serem vegetarianos, atender aos fins de semana e por oferecerem informações precisas sobre a composição dos pratos.

Nota-se que os critérios mais bem avaliados sobre os estabelecimentos que visitariam de novo são similares aos que foram elencados como decisivos (questão 9): sabor da comida, oferecer opções vegetarianas/veganais, limpeza e organização, atender aos fins de semana e informações precisas sobre a composição dos pratos.

Ou seja, há coerência nas respostas de ambas as questões e pode-se inferir que os estabelecimentos assinalados na questão 15 satisfizeram as expectativas dos turistas vegetarianos.

Análise geral

Curitiba é percebida como uma cidade com quantidade satisfatória de estabelecimentos de alimentação que atendem a vegetarianos. Ao analisar a variedade ofertada a partir das respostas do questionário, porém, nota-se que há pouca diferença entre os cardápios e que falta inovação nos pratos servidos.

Ainda que as preferências alimentares tenham aspectos individuais em sua expressão dentro de um sistema de cultura alimentar, a oferta de pratos comercializados nestes estabelecimentos pode influenciar a construção do gosto de novos adeptos ao vegetarianismo. Se os restaurantes são também os espaços em que ocorrem as trocas e a construção de novas práticas, o que está no cardápio serve de baliza para a construção social do gosto.

Outra interpretação é a de que o que está nos cardápios é um reflexo da preferência do público vegetariano. A quantidade de respostas que cita sanduíches (especialmente hambúrgueres), massas e pizzas, é maior que as respostas que mencionam outros pratos. A impressão é a de que as preferências do grupo são

homogêneas e pouco diversificadas, além de os pratos terem pouca relação com a cultura alimentar brasileira. Haveria uma simplificação estética e uma diminuição de repertório no paladar de quem opta por uma dieta vegetariana?

Parece pouco provável. O contexto, a configuração social e as experiências ao longo da vida formam o repertório e preferências alimentares do indivíduo. Como a formação da cena vegetariana em Curitiba é recente – a maior parte dos restaurantes que estavam em funcionamento no segundo semestre de 2016 abriram depois de 2013 –, pode-se entender que a oferta ainda não está devidamente estabelecida e que a homogeneidade nos cardápios seja reflexo de um mercado incipiente.

Há também a possibilidade de muitos estabelecimentos que oferecem opções vegetarianas em seus cardápios estarem aproveitando a tendência crescente do vegetarianismo para aumentar sua gama de produtos. Assim, mesmo que comercialize algo que expressa uma postura política, desconsidera a preocupação com os princípios éticos e morais que envolvem o vegetarianismo.

A distribuição dos estabelecimentos estar concentrada na região da Matriz é outro aspecto que pode mudar com o tempo. De 2014 até 2016, observou-se o surgimento de restaurantes em pontos mais ao norte e nordeste, uma ampliação gradual para outras áreas da cidade, como para o sudoeste, fora da região da Matriz. Ainda assim, são áreas cujo custo de terra está na faixa dos mais elevados.

A região da Matriz é também onde está a maior parte dos atrativos turísticos da cidade. A oferta de estabelecimentos de alimentação que atendem vegetarianos não foge ao que Bizinelli (2015) encontrou ao pesquisar os restaurantes em Curitiba: a oferta básica, da cozinha cotidiana, está nos bairros Centro, São Francisco e Centro Cívico, o centro comercial e de negócios da cidade. A oferta reflete a necessidade fisiológica de se alimentar e não configuram uma proposta gastronômica por excelência, com pretensão de serem apreciados por sua pesquisa em técnica, ingrediente, criatividade e inovação.

Os estabelecimentos de alimentação que atendem vegetarianos em Curitiba cumprem a função de servir refeições. É evidente que a cozinha trivial reflete a cultura do grupo e da sociedade em que está inserida. Porém, ao analisar a variedade de oferta de uma perspectiva do turismo gastronômico, nota-se que ainda é insuficiente. A pouca diversidade de pratos nos cardápios dos estabelecimentos que atendem vegetarianos em Curitiba e a concentração dos estabelecimentos na

região com o custo de terra mais alto da cidade mostram um cenário pouco desenvolvido, com tendência a homogeneizar, centralizar e elitizar as opções de pratos.

A localização dos estabelecimentos abertos em 2016 beneficiava uma parcela da sociedade cujo acesso a informação, diversidade de serviços e renda são superiores em relação a outras. Fomentar o exercício do turismo nessas regiões abastadas reforçaria a manutenção, promoção e investimento em detrimento de outras áreas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pergunta que originou esta pesquisa foi “Que dinâmicas entre o vegetarianismo e o turismo podem ser estabelecidas na cidade de Curitiba?”, e a resposta é um cenário incipiente, com pouca relação direta entre os dois, mas com alto potencial de se desenvolver turisticamente aliando a alimentação e outras modalidades do turismo. Como cidade amigável aos vegetarianos, resta desenvolver de maneira mais profissional tecnicamente e diversificada.

Quanto ao cumprimento dos objetivos específicos propostos por esta dissertação, "relacionar os estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba por tipo de dieta e localização" foi feita integralmente. A etapa foi necessária para identificar a variedade presente em Curitiba e assim poder analisar a oferta de alimentação vegetariana na cidade. Verificou-se que a maior parte dos estabelecimentos vegetarianos em Curitiba entre 2014 e 2016 são restaurantes de buffet a quilo e lanchonetes com preparos similares entre si, especialmente sanduíches e salgados.

O segundo objetivo específico – "identificar o perfil dos turistas que frequentaram esses estabelecimentos" –, que visava complementar o estudo com indícios das preferências e comportamento dos turistas, foi realizado a partir da aplicação da survey. Ainda que o número de respondentes do questionário on-line não seja representativo e os resultados não possam ser generalizados, pode-se observar indícios de um comportamento alimentar do turista vegetariano no Brasil. Outra contribuição é a criação do questionário a partir de critérios trabalhados por Franco e Rego (2005), com a construção das perguntas e da sequência das mesmas, o que pode auxiliar outros pesquisadores no futuro em trabalhos similares.

O terceiro objetivo específico propunha "fazer um mapeamento dos estabelecimentos, das características espaciais e socioeconômicas da localização e o perfil dos consumidores" e este objetivo sozinho possibilitou inúmeras leituras a partir das camadas sobrepostas espacialmente. O recorte escolhido, a Linha Turismo, diminuiu a área estudada, dando a possibilidade de aprofundar as análises em um perímetro pelo qual passam diariamente turistas. Foi considerada também toda a área contida pelo contorno que a Linha Turismo faz em Curitiba, uma vez que os turistas podem descer do ônibus em alguns pontos. As análises apresentadas

neste trabalho estão longe de esgotar o tema ou mesmo as possibilidades de cruzamento de dados coletados.

Para uma cultura onívora em que a carne é um dos principais alimentos, a troca deste ingrediente por outro que cumpra a mesma função pode ser observada na alimentação vegetariana, segundo a ideia de léxico e morfema (MONTANARI, 1998): no hambúrguer (modo de preparo e apresentação do prato) de carne bovina (morfema), pode-se usar leguminosas como lentilha (morfema) ou cogumelos (morfema), entre outros ingredientes. A retórica da cozinha vegetariana é idêntica à onívora: costumes como churrasco e feijoada seguem ligados ao modo de preparo específico e à situação e ritualização que envolve os comensais. É como se a substituição de proteína animal por ingrediente vegetal fosse um neologismo sinonímico: moqueca de palmito, hambúrguer de lentilha, feijoada de legumes, brigadeiro de leite de coco, barreado de proteína texturizada de soja, coxinha de jaca.

O vegetarianismo não gera, portanto, uma nova cultura alimentar. Essa nova configuração de costumes e de preferências alimentares é também uma das expressões da cultura alimentar vigente para o grupo. Sendo uma variação das práticas alimentares do grupo, sua 'limitação' está circunscrita aos ingredientes disponíveis e ao conhecimento de preparo e transformação dos mesmos a que a sociedade tem acesso.

Assim, o vegetarianismo se apresenta como uma variação legítima da cultura alimentar, uma vez que usa as mesmas estratégias de alimentação e criação de identidade que outras variantes dentro do mesmo grupo social. É certo que, ao analisar a dieta de cada indivíduo dentro de um grupo social será possível observar como há outras restrições de alimentação mesmo para onívoros. A principal diferença para a variação do vegetarianismo é o critério para a escolha dos alimentos, que parte de princípios éticos e morais para depois desenvolver preferências de paladar, enquanto os critérios para indivíduos onívoros podem partir da necessidade de sobrevivência ou pelo prazer.

Dada a variedade encontrada de tipos de alimentação para vegetarianos estritos em Curitiba, é possível que a preferência por ofertar alimentos homogêneos, tais como sanduíches, hambúrgueres, massas e pizzas forme a identidade de Curitiba como uma simulação da alimentação onívora. Esta identidade, porém, não conecta o turista com a tradição culinária e história cultural e própria da cidade,

apagando raízes históricas na maior parte das vezes (pouca oferta ou histórico de ter preparado, por exemplo, pierogi e barreado, dois pratos ligados à história municipal e estadual). Sendo assim, como defender um potencial turístico de Curitiba como destino gastronômico para vegetarianos? Fusté Forné (2015) aponta que a *junk food* e a preferência por ofertar pratos iguais em diferentes regiões do mundo contribui para tornar a alimentação "anônima", desprovida de história e cultura locais.

Os estabelecimentos que atendem a vegetarianos em Curitiba concentram-se nos bairros centrais da cidade no período analisado (janeiro de 2014 a dezembro de 2016). A partir do primeiro semestre de 2016, verificam-se novos pontos ao norte, nordeste e sudoeste do centro, porém a localização de todos segue sendo em bairros com maior renda *per capita* e custo de terra mais alto. O turista, se guiado pela localização dos restaurantes que atendem a vegetarianos, acabarão circulando apenas na região da Matriz e não necessariamente de acordo com roteiros que contemplem os atrativos turísticos ou outras faces da cidade.

Uma vez que o espaço é algo em permanente construção onde se expressa a pluralidade e onde as diferenças co-existem, é natural que existam restaurantes onívoros que tenham interesse em atender aos vegetarianos, além de uma intenção mercadológica para diversificação do mix de produtos e aumento de clientela. Ao permitir que o vegetariano coexista com o onívoro há a possibilidade de criar relações, modificar comportamentos e se transformar. Ao mesmo tempo, o número de estabelecimentos vegetarianos estritos aumentou nos últimos três semestres do período analisado, um indício que de talvez os vegetarianos sintam necessidade de um lugar, uma dimensão afetiva e "segura", onde o diferente não entra. Há uma dicotomia entre a importância de o vegetarianismo estar nas ruas e construir-se fora do espaço privado e do lugar que são os restaurantes exclusivamente vegetarianos estritos. Em espaços compartilhados é onde o debate político é possível.

Dizem que o mestrado nos ensina como sermos pesquisadores e inevitavelmente transforma também nosso íntimo. Comecei essa pesquisa como ovolactovegetariana, motivada por minha posição contra a industrialização dos animais de corte. Acreditava que era o melhor para mim, como indivíduo, e para o mundo, como mais uma dos sete bilhões de habitantes que somos. Porém, depois de dois anos de disciplinas, leituras, discussões e o solitário e penoso trabalho de escrever, defino-me novamente como onívora.

Voltei a comer carne depois de quatro anos vegetariana. Parte da transformação se deu por ser uma necessidade profissional. Como jornalista de gastronomia, provo pratos com carne a trabalho quando necessário, pois estava ficando sem repertório e com dificuldades para acompanhar algumas novidades na gastronomia.

Mas entendo que o "afrouxamento moral", como podem classificar minha decisão, deve-se ao estudo do papel simbólico da comida, da sociabilização que a cerca e das possibilidades de conhecer e preservar uma cultura a partir da repetição do preparo, rituais de consumo e comunhão. Voltei a me interessar, portanto, em descobrir o mundo às bocadas, usando minhas refeições como ferramenta de pesquisa da multiplicidade de alimentação e cultura.

Não há resposta evidente para a inexistência de pesquisas acadêmicas no Brasil que tratem de vegetarianismo e veganismo por outro viés que não o de saúde. Uma hipótese é a falta de pesquisadores e interesse dos mesmos, ou ainda, que o vegetarianismo não está sendo enxergado como fenômeno passível de ser estudado em ciências sociais e humanas, ainda que no Brasil, 16% tenham se declarado vegetarianos ou parcialmente vegetarianos (IBOPE, 2018), uma fatia grande da população e que reflete a mudança de consumo nos últimos anos. Um percentual como este, que mostra uma clara mudança de costumes alimentares e escolhas de consumo, não surge espontaneamente, sem que haja um evento que o provoque.

Dada a pouca bibliografia encontrada durante o processo de produção da dissertação, entende-se que pesquisar um tema incipiente como o vegetarianismo no Brasil requer levantar muito mais dados e relatos "do zero", dificultando o surgimento de pesquisas na área.

Com a publicação deste trabalho e posteriores publicações de artigos com desdobramentos da pesquisa apresentada, espera-se que outros pesquisadores escolham o vegetarianismo como tema e que possam explorar o assunto em diversas áreas da ciência.

Como estudos futuros, recomenda-se a aplicação do questionário a uma amostragem representativa em uma cidade que tenha oferta de estabelecimentos de alimentação que atendem a vegetarianos para que os dados coletados possam ser generalizados. O mesmo pode ser aplicado em anos seguidos para acompanhar a evolução da percepção dos turistas vegetarianos em relação a um mesmo destino.

Um passo possível a partir da publicação desta dissertação está a análise de Curitiba como destino turístico para a gastronomia vegetariana a partir da sistematização de Hjalager (2002) e a inclusão de perguntas no questionário que permitam identificar a motivação gastronômica segundo Fields (2002) e o quinto tipo, aqui proposto como “motivação de ordem ética e de princípios morais”.

Estudar como a ética e a estética influenciam na decisão do consumo de alimentos também é um caminho futuro possível a partir desta primeira exploração dos hábitos de consumo dos vegetarianos.

REFERÊNCIAS

ABONIZIO, J. Conflitos à mesa: vegetarianos, consumo e identidade. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol 31, num 90, fevereiro 2016 pp. 115-137.

ABRIL, 2016. Veja São Paulo Comer e Beber celebra 20 anos e terá premiação em outubro. Acesso em 6 de agosto. Disponível em: <<http://publiabril.abril.com.br/destaques/veja-sao-paulo-comer-beber-celebra-20-anos-e-tera-premiacao-em-outubro>>

AGÊNCIA CURITIBA. Ambiente de negócios. [200-] Acesso em 1 de jan de 2017. Disponível em: <<http://www.agencia.curitiba.pr.gov.br/publico/conteudo.aspx?codigo=183>>

ALCOCK, J. The revival of traditional food in Mallorca. Nutrition & Food Science, 95 (3), 35-38, 1995.

AMON, D. Psicologia social da Comida. Rio de Janeiro: Vozes, 2014.

BABBIE, E. Métodos de pesquisa de survey. Belo Horizonte: Ed. UFMG, 1999.

BARRETTO, M. Manual de iniciação ao estudo do turismo – 13ª edição. São Paulo: Papyrus, 2003.

BENI, M. Análise Estrutural do Turismo. São Paulo: Senac, 2001.

BIZINELLI, C. Distribuição espacial dos estabelecimentos de alimentação no destino turístico Curitiba. 143 f. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2015.

BLOCH-DANO, E. A fabulosa história dos legumes. São Paulo: Estação Liberdade, 2011.

BRILLAT-SAVARIN. A fisiologia do gosto. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

CAPARRÓS, M. A era da carne. El País, 31 de out 2015. Acesso em 03 ago 2017. Disponível em: <https://brasil.elpais.com/brasil/2015/10/30/internacional/1446220690_355590.html>

CARDOSO, R. S. Primeiro vegetariano em Curitiba é de 1977. Gazeta do Povo, Curitiba, 17 de maio de 2012, Bom Gourmet. Acesso em 5 de jan de 2017. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/primeiro-vegetariano-em-curitiba-e-de-1977/>>

CARNEIRO, H. Comida e sociedade: uma história da alimentação. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CASTELLS, M. O poder da identidade. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2000, v. 2.

CHAVES, F.. 24/10: Vegan Oktoberfest 2015 terá comida vegana, danças e cervejas artesanais. Vista-se, São Paulo, 8 out. 2015. Disponível em: <<https://vista-se.com.br/2410-vegan-oktoberfest-curitiba-2015-tera-comida-vegana-dancas-e-cervejas-artesanais/>>. Acesso em: 2 nov. 2015.

CONFORTO, C., AMARAL, D. E SILVA, S. Roteiro para revisão bibliográfica sistemática: aplicação no desenvolvimento de produtos e gerenciamento de projetos. 8º Congresso Brasileiro de Gestão de Desenvolvimento de Produto – CBGPDP. Anais, p. 1-12. Porto Alegre, 2011.

CRESWELL, J. Seleção de um projeto de pesquisa. In: _____. Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3ª edição. Porto Alegre: Artmed, 2010.

CSERGO, J. A emergência das cozinhas regionais. In: FLANDRIN, J. e MONTANARI, M. (org.) História da Alimentação. São Paulo: Estação Liberdade, 1998, 7ª edição.

DÓRIA, C. A culinária materialista. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.

E-PARANÁ. Opção pela alimentação vegetariana e vegana cresce no Paraná. Rádio e TV Educativa E-Paraná. Curitiba, 5 nov. 2015. Disponível em: <<http://www.e-parana.pr.gov.br/2015/11/3211/Opcao-pela-alimentacao-vegetariana-e-vegana-cresce-no-Parana.html>>. Acesso em: 8 nov. 2015.

FEIRA VEG CURITIBA. Retorno da Feira. Blog Feira Veg Curitiba, 23 de out de 2009. Acesso em 4 de jan de 2017. Disponível em: <<http://feiravegcuritiba.blogspot.com.br/2009/10/retorno-da-feira.html>>

FELIPE, S. Galactolatria: mau leite: implicações éticas, ambientais e nutricionais do consumo de leite bovino. São José, SC: Edição da autora, 2012.

FERREIRA, M. Baixa Gastronomia: Dinâmicas de consumo e as possíveis inter-relações com o turismo – uma análise com base nos estabelecimentos de Curitiba/PR. Curitiba: UFPR, 2015.

FIELDS, K. "Demand for the gastronomy tourism product: motivational factors". In Hjalager, A. M, Richards, G. (edits.) Tourism and Gastronomy, Routledge, London, pp. 36-50, 2002.

FLANDRIN, J., MONTANARI, M. História da alimentação. São Paulo: Estação Liberdade, 1998, 7ª edição.

FRANCIONE, G. Introdução aos direitos animais. São Paulo: Unicamp, 2013.

FRANCO, E. & REGO, R. Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo. *Turismo Visão e Ação*, Balneário Camboriú (SC), v. 7, n. 3, p. 469-482, 2005.

FREIXA, D., CHAVES, G. *Gastronomia no Brasil e no mundo*. Rio de Janeiro: Senac Editoras, 2015, 3ª edição.

FUSTÉ FORNÉ, Francesc. *El turisme gastronòmic: autenticitat i desenvolupament local en zones rurals*. *Documents d'anàlisi geogràfica*, 2015, v. 61, n. 2, p. 289-304.

G1. Mercado vegano tem grande demanda e atrai empreendedores. *Pequenas Empresas e Grandes Negócios*, 16 ago. 2015. Disponível em: <<http://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2015/08/mercado-vegano-tem-grande-demanda-e-atrai-empresendedores.html>>. Acesso em: 1 nov. 2015.

GÂNDARA, J. Reflexões sobre o turismo gastronômico na perspectiva da sociedade dos sonhos. In: Orgs. PANOSSO NETTO, A. e ANSARAH, M. *Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas*. São Paulo: Manole, 2008, pp. 179-191.

GAZETA DO POVO. Sobre o Prêmio. Prêmio Bom Gourmet Gazeta do Povo 2015. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/bomgourmet/sobre-o-premio/>> Acesso em: 2 nov. 2015.

GIDDENS, A. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1991.

GIL, A. *Métodos e técnicas de pesquisa social – 6ª ed.* São Paulo: Atlas, 2008.

GOELDNER, C. e RITCHIE, J. (2009). *Tourism: principles, practices, philosophies*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

GOMES, B e MAGALHÃES, F. Turismo e ética: o entendimento de turistas. *Caderno Virtual de Turismo*, 2013, v. 13, n. 1, p.1-11.

GRECHINSK, P. e CARDOZO, P. A gastronomia eslava em Irati como possibilidade de atrativo turístico. *PASOS: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6 (2), 361-375, 2008.

GREIF, S. *Caracterização do consumo alimentar e hábitos associados à saúde em vegetarianos do estado de São Paulo*. Dissertação de mestrado. São Paulo: Universidade Estadual de Campinas, 2005.

GRIX, J. Introducing students to the generic terminology of social research. *Politics*, v. 22, n. 3, 2002.

GUIA VEGANO DE SOBREVIVÊNCIA EM CURITIBA. Disponível em: <www.vegcuritiba.wordpress.com>. Acesso em: 2 nov. 2015.

GÜNTHER, H. Como elaborar um questionário. *Série: Planejamento de Pesquisa nas Ciências Sociais, Laboratório de Pesquisa Ambiental*, n. 1, 2003.

HARVEY, D. *Condição pós-moderna*. São Paulo: Edições Loyola, 2001, 10ª edição.

HJALAGER, A. M. "A typology of gastronomy tourism". In Hjalager, A. M. e Richards, G. (edits.) *Tourism and Gastronomy*, Routledge, London, pp. 21-35, 2002.

HORODYSKI, G. S. O consumo na experiência turística: o caso dos souvenirs no destino Curitiba – PR. 311 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Setor de Ciências da Terra, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2014.

HUSSEIN, A. The use of triangulation in social sciences research: can qualitative and quantitative methods be combined? *Journal of comparative social work*, v.1, 2009.

IBOPE. Dia Mundial do Vegetarianismo: 8% da população brasileira afirma ser adepta do estilo. Ibope, São Paulo, 1 out. 2012. 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: 2 nov. 2015.

IBOPE. 14% da população se declara vegetariana. Ibope, São Paulo, 21 mai. 2018. Disponível em: <<http://www.ibopeinteligencia.com/noticias-e-pesquisas/14-da-populacao-se-declara-vegetariana>>

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO DE CURITIBA. Linha turismo. Acesso em 2 de jan de 2017. Disponível em: <<http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br/conteudo/linha-turismo/10>>

INSTITUTO MUNICIPAL DE TURISMO DE CURITIBA. Pesquisa de demanda turística, perfil e opinião. Curitiba, 2012. Disponível em: <<http://multimedia.turismo.curitiba.pr.gov.br/2014/10/pdf/00000328.pdf>> Acesso em 3 de agosto de 2017.

IPPUC. Mapa do custo da terra em Curitiba. 1997. Acesso em 3 de agosto de 2017. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br>>

IPPUC. Mapa de parques, bosques e praças. 2007b. Acesso em 3 de agosto de 2017. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br>>

IPPUC. Nosso bairro. 2015. Acesso em 6 de maio de 2018. Disponível em: <http://ippuc.org.br/nossobairro/nosso_bairro.htm>

IPPUC. Perfil físico-territorial e socioeconômico de 75 bairros de Curitiba. 2015. Acesso em 3 de agosto de 2017. Disponível em: <<http://ippuc.org.br>>

IPPUC. Mapa da malha cicloviária de Curitiba. 2016. Acesso em 3 de agosto de 2017. Disponível em: <<http://www.ippuc.org.br>>

JAROCKI, Isabella. Circuito Delícias de Pernambuco: a gastronomia como potencial produto turístico. *Turismo em Análise*, 2010, v. 20, n. 2, p.321-344.

JONG, A. e VARLEY, P. Food tourism policy: Deconstructing boundaries of taste and class. *Tourism Management*, 2017, v. 60, p. 212-222.

LAURINO, R. Podcast Ouvindo Abobrinhas. Episódio 9, minuto 22, 2016. Acesso em 4 de janeiro de 2017. Disponível em:<<https://soundcloud.com/ouvindoabobrinhas/ep-9-cidades-veggie-friendly-curitiba>>

LEMOS, L. O Valor Turístico na Economia da Sustentabilidade. São Paulo: Aleph, 2005.

LIU, C.; CAI, X. & ZHU, H. Eating out ethically: an analysis of the influence of ethical food consumption in a vegetarian restaurant in Guangzhou, China. *The Geographical Review*, v. 105 n. 4 p. 551-566, 2015.

LÓPEZ-GUZMÁN, T.; JESUS, M. Turismo, cultura y gastronomía: una aproximación a las rutas culinarias. *Tourism & Management Studies*, 1, 915-922, 2011.

MALHOTRA, N. K. Pesquisa de marketing: foco na decisão. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

MARCONI, M e LAKATOS, E. Fundamentos de metodologia científica – 5ª edição. São Paulo: Ed. Atlas, 2003.

MASCARENHAS, R. A diversidade gastronômica como atrativo turístico na região dos Campos Gerais do Paraná: um estudo de caso no município de Castro. Tese de doutorado. UFPR, 2009.

MASSEY, D. Pelo espaço: uma nova política da espacialidade. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2008.

MATHINSON, S. Why triangulate? *Educational Researcher*, 1988, pp. 13-17.

MCMICHAEL, P. Regimes alimentares e questões agrárias. São Paulo; Porto Alegre: Editora Unesp; Editora UFRGS, 2016.

MENDONÇA, D. Protocolos da visitação. *Gazeta do Povo*, Curitiba, 17 de jul. de 2015. Acesso em 1 de jan de 2017. Disponível em: <<http://www.gazetadopovo.com.br/vida-e-cidadania/colunistas/dante-mendonca/protocolos-da-visitacao-atpa4s4ctpffdq9vogbzb4he8>>

MENGUE, P. 14% dos brasileiros se declararam vegetarianos mostra pesquisa Ibope. *O Estado de S. Paulo*, São Paulo. 19 maio 2018. Disponível em: <<http://brasil.estadao.com.br/noticias/geral,14-dos-brasileiros-se-declaram-vegetarianos-mostra-pesquisa-ibope,70002315839>> Acesso em 20 de maio de 2018.

MONTANARI, M. A comida como cultura. São Paulo: Senac São Paulo, 2008.

OLIVEIRA, S. La gastronomía como atractivo turístico primario de un destino: el turismo gastronómico en Mealhada. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 20 (3), 738-752, 2011.

OPPERMANN, M. Triangulation – a methodological discussion, *The International Journal of Tourism Research*, Mar/apr 2000, 2, 141 -146.

ORNELLAS, L. A alimentação através dos tempos. Florianópolis: Editora da UFSC, 2000.

PECCINI, R. A Gastronomia e o Turismo. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul (RS), v. 5, n. 2, p. 206-217, 2013.

PERLÉS, C. As estratégias alimentares nos tempos pré-históricos. In: Flandrin, J. e Montanari, M (orgs.) *História da Alimentação*, Estação Liberdade, 7ª edição, pp. 36-53, 1998.

PIMENTEL, M. P. C.; MACHADO, D. F. C. Entre a fome de distinção social e os prazeres da gula: uma discussão sobre os significados culturais associados ao consumo no turismo gastronômico. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, Juiz de Fora, v. 4, n. 2, pp. 19-31, maio/ago. 2014.

POLLAN, M. O dilema do onívoro: uma história natural de quatro refeições. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2007.

_____, M. Em defesa da comida. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2008.

POULAIN, J. Sociologias da alimentação. Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

PRAZERES DA MESA, -. A revista. Acesso em 6 de agosto de 2017. Disponível em: <<http://prazeresdamesa.uol.com.br/a-revista/>>

PREFEITURA DE CURITIBA. Estrutura cicloviária. 2015. Disponível em: <<http://multimidia.curitiba.pr.gov.br/2015/00169467.pdf>>. Acesso em: 7 de dezembro de 2016.

PREFEITURA DE CURITIBA. Disponível em: <<http://www.curitiba.pr.gov.br/conteudo/perfil-da-cidade-de-curitiba/174>>. Acesso em: 2 nov. 2015.

PRODANOV, C e FREITAS. Metodologia do trabalho científico: Métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico – 2ª. ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

SAARINEN, J. 'Destinations in change': The transformation process of tourist destinations. *Tourist Studies*, v. 4 no. 2, 2004.

SALGUEIRO, V. Grand Tour: uma contribuição à história do viajar por prazer e por amor à cultura. *Revista Brasileira de História*, 2002, v. 22, n 44, pp. 289-310.

SCHINAIDER, A. D. e SILVA, L. X. O estado da arte do consumo vegano na produção científica internacional. In: *Anais do V Simpósio da Ciência do Agronegócio*. CEPAN/UFRGS. 26 e 27 de outubro de 2017. Rio Grande do Sul: Porto Alegre, 2018.

SCHIOCHET, F. Agenda de eventos vegetarianos em outubro em Curitiba. Blog Verdura sem Frescura, Gazeta do Povo, Curitiba, 30 set. 2015. Disponível em: <http://bit.ly/1LkzID0>. Acesso em: 2 nov. 2015.

SILVA, Armando. Imaginarios Urbanos. 5ª edição. Bogotá: Arango Editores, 2006.

SINGER, P. Libertação animal. São Paulo: Martins Fontes, 2010.

SLOW FOOD. Movimento Slow Food. 4 jul. 2007. Disponível em: <<http://www.slowfoodbrasil.com/slowfood/o-movimento>> Acesso em: 28 jun. 2018.

SOCIEDADE VEGETARIANA BRASILEIRA. Disponível em: <<http://www.svb.org.br/vegetarianismo1/o-que-e>> Acesso em: 2 nov. 2015.

_____. 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: 20 de maio de 2018.

THE GUARDIAN. UN urges global move to meat and dairy-free diet. Londres, 2 jun. 2010. Disponível em: <<https://www.theguardian.com/environment/2010/jun/02/un-report-meat-free-diet>> Acesso em: 22 nov. 2016.

TRAMONTIN, R. e GÂNDARA, J. Producción y transformación territorial: la gastronomía como atractivo turístico. Estudios y Perspectivas en Turismo, 19 (5), 776-791, 2010.

TRIGUEIRO, A. Consumo, ética e natureza: o veganismo e as interfaces de uma política de vida. Revista Internacional Interdisciplinar INTERthesis, Florianópolis, v. 10, n. 1, pp. 237-260, jan/jun. 2013.

TONIAL, S. Desnutrição e obesidade: faces contraditórias na miséria e na abundância. Recife: Instituto Materno Infantil de Pernambuco, 2001.

TOSQUI, P. Uma breve história do turismo. Dialogando no Turismo, nov 2007, v. 1, n. 4, pp. 35-42.

URRY, J. O olhar do turista. São Paulo: Editora Studio Nobel/SESC, 2001.

VALDUGA, V. Raízes do turismo no território do vinho: Bento Gonçalves e Garibaldi – 1870 a 1960 (RS/Brasil). 2011.

WINCKLER, M. Vegetarianismo no Brasil – uma breve história. 21 de julho de 2014. Acesso em 03 ago 2017. Disponível em: <https://prezi.com/phy0fyh_d8nu/copy-of-vegetarianismo-no-brasil/>

WRANGHAM, R. Pegando fogo: por que cozinhar nos tornou humanos. Rio de Janeiro: Zahar, 2010.

APÊNDICE

Quadro 8: Questionário aplicado on-line “Comportamento e preferências do turista vegetariano em Curitiba”

Introdução
<p>Olá!</p> <p>Este questionário é parte da pesquisa de mestrado em Turismo de Flávia Schiochet. O objetivo é identificar o comportamento e as preferências do turista vegetariano que esteve em Curitiba durante o período de três anos analisado na pesquisa (entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016). As respostas são fundamentais para a conclusão da dissertação, prevista para março de 2018. Por gentileza, responda se você:</p> <ul style="list-style-type: none"> - esteve em Curitiba entre janeiro de 2014 e dezembro de 2016 como turista - era vegetariano no período - tem mais de 18 anos <p>Seus dados e resultados estão sob sigilo. Para mais informações: flavia.schiochet@ufpr.br</p> <p>Quando esteve em Curitiba? <i>Marque quantos períodos forem necessários</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Primeiro semestre de 2014 <input type="checkbox"/> Segundo semestre de 2014 <input type="checkbox"/> Primeiro semestre de 2015 <input type="checkbox"/> Segundo semestre de 2015 <input type="checkbox"/> Primeiro semestre de 2016 <input type="checkbox"/> Segundo semestre de 2016
Questões
<p>1. Em qual destas definições você se encaixa? <i>Considere: ovolactovegetariano (consome ovos e laticínios), lactovegetariano (consome apenas laticínios), ovovegetariano (consome apenas ovos), vegetariano estrito (dieta livre de produtos de origem animal), vegano (além da dieta vegetariana estrita, não consome nenhum outro tipo de produto de origem animal)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> ovolactovegetariano <input type="checkbox"/> lactovegetariano <input type="checkbox"/> ovovegetariano <input type="checkbox"/> vegetariano estrito <input type="checkbox"/> vegano
<p>2. Há quanto tempo é vegetariano?</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Há menos de um ano <input type="checkbox"/> Entre um e dois anos <input type="checkbox"/> Entre dois e três anos <input type="checkbox"/> Entre três e quatro anos <input type="checkbox"/> Há mais de quatro anos
<p>3. Considerando 1 o mais importante, organize de 1 a 6 em ordem de preferência os motivos que o levaram a se tornar vegetariano:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Fui criado em uma família vegetariana <input type="checkbox"/> Não gosto de comer carne, peixe e/ou frutos do mar <input type="checkbox"/> Pela minha saúde <input type="checkbox"/> Pelo direito dos animais <input type="checkbox"/> Pelo meio ambiente

() Para diminuir o impacto social causado pelo produtos de origem animal

4. Considerando 1 o número de maior preferência e 10 o de menor, faça um ranking de acordo com o que você prefere comer:

1 = *preferido*

10 = *menos preferido*

- () Cozinha americana e fast food (hambúrguer, cachorro-quente, milk shake, cupcake, etc)
 () Versões vegetarianas/veganas de pratos onívoros (churrasco, feijoada, moqueca, almôndegas, bife acebolado, etc)
 () Comida árabe (falafel, esfiha, quibe, homus, babaganush, etc)
 () Porções para dividir (comida de boteco)
 () Sanduíche natural, açaí, vitaminas, smoothies
 () Salgados (pastel, croquete, coxinha, etc, fritos ou assados)
 () Comida indiana (samosa, curry, ensopados de lentilha e grão-de-bico, etc)
 () Prato feito (arroz, feijão, batata frita, salada e uma opção de proteína)
 () Comida italiana (pizza, lasanha, massas, etc)
 () Comida asiática (exemplo: japonesa, chinesa e tailandesa, tais como sushi, yakisoba e pad thai, respectivamente)

5. Você viajaria a Curitiba para provar estes pratos em versão vegetariana/vegana?

Sim

Talvez

Não

Cozinha americana e fast food
(hambúrguer, cachorro-
quente, milk shake, cupcake,
etc)

Versões vegetarianas/veganas de
pratos onívoros (churrasco,
feijoada, moqueca, almôndegas,
bife acebolado, etc)

Comida árabe (falafel, esfiha,
quibe, homus, babaganush, etc)

Porções para dividir (comida
de boteco)

Sanduíche natural, açaí,
vitaminas, smoothies

Salgados (pastel, croquete,
coxinha, etc, fritos ou assados)

Comida indiana (samosa,
curry, ensopados de lentilha
e grão-de-bico, etc)

Prato feito (arroz, feijão, batata
frita, salada e uma opção de
proteína)

Comida italiana (pizza,
lasanha, massas, etc)

Comida asiática (exemplo:
japonesa, chinesa e tailandesa,
tais como sushi, yakisoba e pad
thai, respectivamente)

6. Em relação às afirmações abaixo:				
Concordo	Concordo parcialmente	Não concordo, nem discordo	Discordo parcialmente	Discordo
<p>Eu viajaria a Curitiba para fazer um roteiro de gastronomia vegetariana e vegana</p> <p>Considero Curitiba uma cidade propícia para a realização de um roteiro de gastronomia vegetariano e vegano</p>				
<p>7. Desde que se tornou vegetariano, você viajou com o objetivo de conhecer restaurantes ou provar a comida local?</p> <p><input type="checkbox"/> sim</p> <p><input type="checkbox"/> não</p>				
<p>8. Desde que se tornou vegetariano, você aproveitou uma viagem para conhecer restaurantes ou provar a comida local?</p> <p><input type="checkbox"/> sim</p> <p><input type="checkbox"/> não</p>				
<p>9. Considerando 1 o número de menor importância e o 5 o de maior, preencha de acordo com o peso que os critérios abaixo têm para você na hora de escolher onde comer quando está viajando:</p> <p style="text-align: right;">1 2 3 4 5</p> <p>Adaptação de pratos onívoros</p> <p>Atender aos fins de semana</p> <p>Conforto</p> <p>Informações precisas sobre a composição dos pratos</p> <p>Limpeza e organização</p> <p>Oferecer estacionamento</p> <p>Oferecer opções vegetarianas/veganais</p> <p>Preço</p> <p>Proximidade a atrativos turísticos</p> <p>Rapidez no atendimento</p>				

<p>Sabor da comida</p> <p>Ser um estabelecimento vegetariano</p> <p>Servir jantar</p> <p>Serviço à la carte</p> <p>Variedade de pratos</p> <p>Outro (cite)</p>
<p>10. Quais estabelecimentos e pratos vegetarianos você se lembra de ter provado em sua visita a Curitiba? <i>Cite e descreva quantos considerar necessário</i> [campo aberto para respostas]</p>
<p>11. Quais meios de transporte você usou para conhecer atrativos turísticos em Curitiba?</p> <p><input type="checkbox"/> Automóvel próprio</p> <p><input type="checkbox"/> Automóvel alugado</p> <p><input type="checkbox"/> Bicicleta</p> <p><input type="checkbox"/> Ônibus da Linha Turismo</p> <p><input type="checkbox"/> Transporte coletivo</p> <p><input type="checkbox"/> Táxi</p> <p><input type="checkbox"/> Excursão</p> <p><input type="checkbox"/> Serviços de transporte sob demanda (Uber, Cabify, 99Pop)</p> <p><input type="checkbox"/> Outro (cite)</p>
<p>12. Em sua visita mais recente a Curitiba, onde se hospedou?</p> <p><input type="checkbox"/> Casa de amigos ou parentes</p> <p><input type="checkbox"/> Hotel</p> <p><input type="checkbox"/> Hostel</p> <p><input type="checkbox"/> Couchsurfing</p> <p><input type="checkbox"/> Pousada</p> <p><input type="checkbox"/> Outro (cite)</p>
<p>13. Considerando 1 o valor que corresponde a “menos desenvolvido” e 5 o valor que corresponde a “mais desenvolvido”, avalie os estabelecimentos de alimentação vegetariana de Curitiba de acordo com sua experiência:</p> <p style="text-align: right;">1 2 3 4 5</p> <p>Adaptação de pratos onívoros</p> <p>Atendimento aos fins de semana</p> <p>Conforto</p> <p>Estacionamento à disposição</p> <p>Informações precisas sobre a composição dos pratos</p> <p>Limpeza e organização</p> <p>Oferecer opções vegetarianas/veganas apesar de ser um estabelecimento onívoro</p> <p>Oferta de estabelecimentos vegetarianos</p> <p>Preço</p>

Proximidade a atrativos turísticos

Rapidez no atendimento

Sabor da comida

Servir jantar

Serviço à la carte

Variedade de pratos

Outro (cite)

14. Quais destes restaurantes vegetarianos estritos em Curitiba você se lembra de ter visitado?

Marque quantas sejam necessárias

- Armazém VegAninha
- Balarama Cozinha Indiana
- Bouffe Vég
- Capivara Vegetarian
- Com a Mão – Ca'Dore
- Gorillas Strong
- Greengo Vegetariano
- Guandú
- Joaquim Pub
- King Vegan
- Mamba
- Natural Café - Empório Vegetariano
- Natural da Ordem Lanches e Sucos
- Pin Chan
- Quitanda do Geraldo
- Espaço Vegano
- Semente de Girassol
- Veg Veg – Empório vegetariano
- Veganetes
- Nenhum
- Outro (cite)

15. A quais destes estabelecimentos vegetarianos estritos em Curitiba você voltaria?

Marque quantas sejam necessárias

- Armazém VegAninha
- Balarama Cozinha Indiana
- Bouffe Vég
- Capivara Vegetarian
- Com a Mão – Ca'Dore
- Gorillas Strong
- Greengo Vegetariano
- Guandú
- Joaquim Pub
- King Vegan
- Mamba
- Natural Café - Empório Vegetariano
- Natural da Ordem Lanches e Sucos
- Pin Chan
- Quitanda do Geraldo
- Espaço Vegano
- Semente de Girassol
- Veg Veg – Empório vegetariano
- Veganetes

<input type="checkbox"/> Não fui a nenhum					
16. Cite os motivos que o levariam a voltar nos estabelecimentos marcados na questão anterior: [campo aberto para respostas]					
17. Considerando 1 o valor que corresponde à "pouca importância" e 5 o que corresponde à "muita importância", avalie os motivos que lhe fariam voltar aos estabelecimentos marcados na questão acima:					
	1	2	3	4	5
Adaptação de pratos onívoros					
Atender aos fins de semana					
Conforto					
Informações precisas sobre a composição dos pratos					
Limpeza e organização					
Oferecer estacionamento					
Oferecer opções vegetarianas/veganias					
Preço					
Proximidade a atrativos turísticos					
Rapidez no atendimento					
Sabor da comida					
Ser um estabelecimento vegetariano					
Servir jantar					
Serviço à la carte					
Variedade de pratos					
Outro (cite)					
18. Considerando o período em que visitou Curitiba conforme informado neste questionário, preencha os campos abaixo: <i>Use valores aproximados em real (R\$)</i>					
- Quantos dias ficou em Curitiba					
- Gasto médio em Curitiba em relação à alimentação:					
- Gasto médio em Curitiba em relação à hospedagem:					
- Gasto médio em Curitiba em relação a compras:					
- Gasto médio em Curitiba em relação a transporte:					
- Outros gastos em Curitiba e seus valores aproximados:					
19. Qual sua faixa salarial? <i>Considere o salário mínimo vigente no Brasil em 2017: R\$ 937</i>					
<input type="checkbox"/> Acima de 5 salários mínimos					
<input type="checkbox"/> De 1 a 2 salários mínimos					
<input type="checkbox"/> De 2 a 3 salários mínimos					
<input type="checkbox"/> De 3 a 4 salários mínimos					
<input type="checkbox"/> De 4 a 5 salários mínimos					
<input type="checkbox"/> De zero até um salário mínimo					

<input type="checkbox"/> Prefiro não informar
20. Com que frequência costuma viajar a lazer? <input type="checkbox"/> Uma vez por ano <input type="checkbox"/> Duas vezes por ano <input type="checkbox"/> Três vezes por ano <input type="checkbox"/> Mais que quatro vezes por ano <input type="checkbox"/> Irregular (não é todo ano que consigo viajar a lazer) <input type="checkbox"/> Outro (cite)
21. Você costuma viajar acompanhado/a? <input type="checkbox"/> Sim <input type="checkbox"/> Não <i>Caso a resposta seja sim</i> 21.1. Com quem costuma viajar? <input type="checkbox"/> Cônjuge/namorado(a) Família <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/> Outro (cite)
Dados pessoais
Gênero: <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> Outro Data de nascimento: Cidade e estado em que residia quando visitou Curitiba:
Caso queira receber novidades sobre esta pesquisa, deixe seu endereço de e-mail: <i>Prometemos não mandar spam, nem passar seu contato para marcas e afins!</i>

Fonte: elaboração da autora (2017).

Figura 3: Estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (janeiro a junho de 2014)



Fonte: Elaboração da autora (2017)

Quadro 9: Descritivo dos estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (janeiro a junho de 2014)

Legenda	Estabelecimento	Tipo de dieta	Endereço	Data de abertura	Data de encerramento
1	Veg Veg	vegano	Praça Osório, 333, Centro	05/2013	O empório mudou de endereço em maio de 2015 e ampliou seus serviços de alimentação.
2	Natural da Ordem	vegano	R. Trajano Reis, 54, São Francisco	08/2009	-
3	Quitanda do Geraldo Espaço Vegano	vegano	Av. Anita Garibaldi, 2140, Ahú	2009	-
4	Balarama	vegano			
5	Semente de	vegano	Rua Treze de	03/2013	-

	Girassol		Maio, 512, Centro		
6	Green Land Restaurante	ovolactovegetariano	Rua XV de novembro, 548, Centro	1988	-
7	Bouquet Garni	Lactovegetariano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 271, Centro	1992	-
8	Sorella Restaurante	Ovolactovegetariano	R. Mal. Hermes, 728, Centro Cívico	2001	-
9	Mahatma Gourmet	ovolactovegetariano	R. Prof. Macedo Filho, 199, Bom Retiro	08/2010	-
10	Dom Veggie	ovolactovegetariano	Av. Sete de Setembro, 6797, Seminário	01/2014	-
11	Restaurante Super Vegetariano	ovolactovegetariano	R. Presidente Faria, 121, Centro	1981	-
12	Verão Natural	lactovegetariano	R. João Negrão, 140, Centro	1977	-
13	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	R. Herculano Carlos Franco de Souza, 427, Água Verde	2001	-
14	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	Al. Princesa Izabel, 2191, Bigorriho	2001	-
15	Devai Vida e Sabor	ovolactovegetariano	R. Júlio Perneta, 848, Mercês		-
16	Pin Chan	Lactovegetariano	R. Floriano Essenfelder, 475, Alto da Glória	04/2016	-
17	Famiglia Originale	onívoro	Av. Munhoz da Rocha, 665, Cabral	2008	-
18	New York Café	onívoro	Rua XV de Novembro, 2916, Alto da XV	2012	-
19	O Barba Hamburgueria	onívoro	Av. Vicente Machado, 642, Batel	2011?	-

20	Le Caffés Especiais	onívoro	Av. Sete de Setembro, 1865, Cristo Rei	2012?	-
21	Green Dog	onívoro	Rua Alberto Folloni, 225, Juvevê	07/2007	-
22	Tuk Tuk Comida Indiana e Tailandesa	onívoro	Rua Camões, 1888, Hugo Lange	01/2014	-
23	Superdog	onívoro	R. Dr. Manoel Pedro, Cabral	2004	-
24	Senhor Garibaldi	onívoro	Rua Itupava, 1355, Alto da XV	09/2013	-

Fonte: Elaboração da autora (2017)

Figura 4: Estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (julho a dezembro de 2014)



Fonte: Elaboração da autora (2017)

Quadro 10: Descritivo dos estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (julho a dezembro de 2014)

Legenda	Estabelecimento	Tipo de dieta	Endereço	Data de abertura	Data de encerramento
---------	-----------------	---------------	----------	------------------	----------------------

1	Veg Veg	vegano	Praça Osório, 333, Centro	05/2013	O empório mudou de endereço em maio de 2015 e ampliou seus serviços de alimentação.
2	Natural da Ordem	vegano	R. Trajano Reis, 54, São Francisco	08/2009	-
3	Quitanda do Geraldo Espaço Vegano	vegano	Av. Anita Garibaldi, 2140, Ahú	2009	-
4	Balarama	vegano			
5	Semente de Girassol	vegano	Rua Treze de Maio, 512, Centro	03/2013	-
6	Joaquim Pub	vegano	Av. Paraná, 130, Cabral	07/2014	12/2014
7	Green Land Restaurante	ovolactovegetariano	Rua XV de novembro, 548, Centro	1988	-
8	Bouquet Garni	Lactovegetariano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 271, Centro	1992	-
9	Sorella Restaurante	Ovolactovegetariano	R. Mal. Hermes, 728, Centro Cívico	2001	-
10	Mahatma Gourmet	ovolactovegetariano	R. Prof. Macedo Filho, 199, Bom Retiro	08/2010	-
11	Dom Veggie	ovolactovegetariano	Av. Sete de Setembro, 6797, Seminário	01/2014	-
12	Restaurante Super Vegetariano	ovolactovegetariano	R. Presidente Faria, 121, Centro	1981	-
13	Verão Natural	lactovegetariano	R. João Negrão, 140, Centro	1977	-
14	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	R. Herculano Carlos Franco de Souza, 427, Água Verde	2001	-
15	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	Al. Princesa Izabel, 2191, Bigorrrilho	2001	-

16	Devai Vida e Sabor	ovolactovegetariano	R. Júlio Perneta, 848, Mercês		-
17	Pin Chan	Lactovegetariano	R. Floriano Essenfelder, 475, Alto da Glória	04/2016	-
18	Famiglia Originale	onívoro	Av. Munhoz da Rocha, 665, Cabral	2008	-
19	New York Café	onívoro	Rua XV de Novembro, 2916, Alto da XV	2012	-
20	O Barba Hamburgueria	onívoro	Av. Vicente Machado, 642, Batel	2011?	-
21	Le Caffés Especiais	onívoro	Av. Sete de Setembro, 1865, Cristo Rei	2012?	-
22	Green Dog	onívoro	Rua Alberto Folloni, 225, Juvevê	07/2007	-
23	Barcelona Bystro	onívoro	Rua Visconde de Nácar, 995, Centro	10/2014	-
24	Tuk Tuk Comida Indiana e Tailandesa	onívoro	Rua Camões, 1888, Hugo Lange	01/2014	-
25	Superdog	onívoro	R. Dr. Manoel Pedro, Cabral	2004	-
26	Senhor Garibaldi	onívoro	Rua Itupava, 1355, Alto da XV	09/2013	-

Fonte: Elaboração da autora (2017).

Figura 5: Estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (janeiro a junho de 2015)



Fonte: Elaboração da autora (2017).

Quadro 11: Descritivo dos estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (julho a dezembro de 2015)

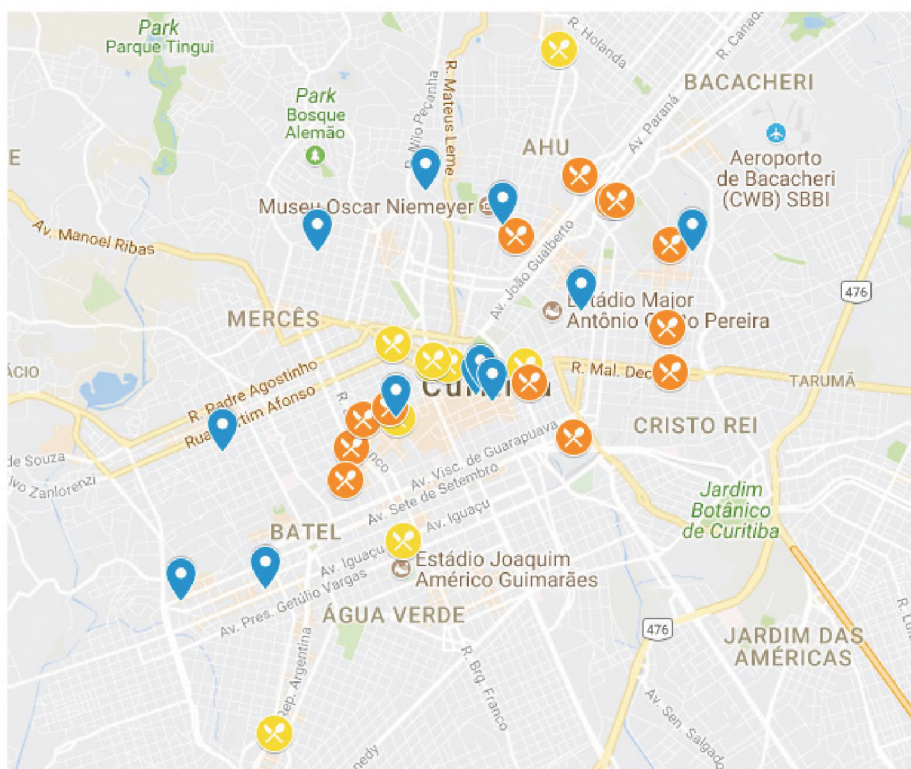
Legenda	Estabelecimento	Tipo de dieta	Endereço	Data de abertura	Data de encerramento
1	Veg Veg	vegano	Praça Osório, 333, Centro	05/2013	O empório mudou de endereço em maio de 2015 e ampliou seus serviços de alimentação.
2	Natural da Ordem	vegano	R. Trajano Reis, 54, São Francisco	08/2009	-
3	Quitanda do Geraldo Espaço Vegano	vegano	Av. Anita Garibaldi, 2140, Ahú	2009	-
4	Mamba Vegan	vegano	Rua Tapajós, 19, São Francisco	02/2015	-
5	Semente de Girassol	vegano	Rua Treze de Maio, 512,	03/2013	-

			Centro		
6	Capivara Vegetarian	vegano	Av. Iguaçu, 1595, Rebouças	2015	Mudou de endereço em outubro.
7	Guandú	ovolactovegetariano	R. Amintas de Barros, 270, Centro	2015	2016
8	Green Land Restaurante	ovolactovegetariano	Rua XV de novembro, 548, Centro	1988	-
9	Bouquet Garni	Lactovegetariano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 271, Centro	1992	-
10	Sorella Restaurante	Ovolactovegetariano	R. Mal. Hermes, 728, Centro Cívico	2001	-
11	Mahatma Gourmet	ovolactovegetariano	R. Prof. Macedo Filho, 199, Bom Retiro	08/2010	-
12	Dom Veggie	ovolactovegetariano	Av. Sete de Setembro, 6797, Seminário	01/2014	-
13	Restaurante Super Vegetariano	ovolactovegetariano	R. Presidente Faria, 121, Centro	1981	-
14	Verão Natural	lactovegetariano	R. João Negrão, 140, Centro	1977	-
15	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	R. Herculano Carlos Franco de Souza, 427, Água Verde	2001	-
16	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	Al. Princesa Izabel, 2191, Bigorriho	2001	-
17	Devai Vida e Sabor	ovolactovegetariano	R. Júlio Perneta, 848, Mercês		-
18	Pin Chan	Lactovegetariano	R. Floriano Essenfelder, 475, Alto da Glória	04/2016	-
19	Flor de Anis	ovolactovegetariano	R. João David Perneta, 433, Hugo Lange	02/2015	-

20	Famiglia Originale	onívoro	Av. Munhoz da Rocha, 665, Cabral	2008	-
21	New York Café	onívoro	Rua XV de Novembro, 2916, Alto da XV	2012	-
22	O Barba Hamburgueria	onívoro	Av. Vicente Machado, 642, Batel	2011?	-
23	Le Caffés Especiais	onívoro	Av. Sete de Setembro, 1865, Cristo Rei	2012?	-
24	Green Dog	onívoro	Rua Alberto Folloni, 225, Juvevê	07/2007	-
25	Barcelona Bystro	onívoro	Rua Visconde de Nácar, 995, Centro	10/2014	-
26	Tuk Tuk Comida Indiana e Tailandesa	onívoro	Rua Camões, 1888, Hugo Lange	01/2014	-
27	Hamburgueria Central	onívoro	Rua Francisco Torres, 107	2015	-
28	Superdog	onívoro	R. Dr. Manoel Pedro, Cabral	2004	-
29	Senhor Garibaldi	onívoro	Rua Itupava, 1355, Alto da XV	09/2013	-
30	Veg e Lev	onívoro	Al. Prudente de Moraes, 1218, Centro	01/2015	-

Fonte: Elaboração da autora (2017).

Figura 6: Estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (julho a dezembro de 2015)



Fonte: Elaboração da autora (2017).

Quadro 12: Descritivo dos estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (julho a dezembro de 2015)

Legenda	Estabelecimento	Tipo de dieta	Endereço	Data de abertura	Data de encerramento
1	Veg Veg	vegano	Praça Osório, 333, Centro	05/2013	O empório mudou de endereço em maio de 2015 e ampliou seus serviços de alimentação.
2	Natural da Ordem	vegano	R. Trajano Reis, 54, São Francisco	08/2009	-
3	Quitanda do Geraldo Espaço Vegano	vegano	Av. Anita Garibaldi, 2140, Ahú	2009	-
4	Mamba Vegan	vegano	Rua Tapajós, 19, São Francisco	02/2015	-
5	Semente de Girassol	vegano	Rua Treze de Maio, 512, Centro	03/2013	-

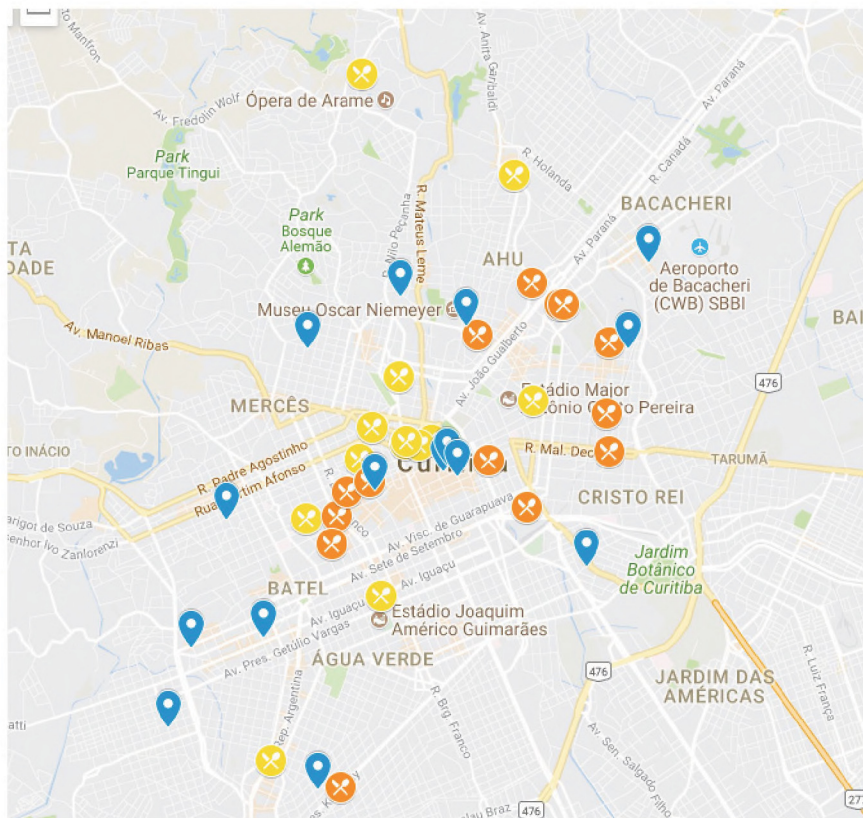
6	Capivara Vegetarian	vegano	Av. Iguaçu, 1595, Rebouças	2015	Mudou de endereço em outubro.
7	Guandú	ovolactovegetariano	R. Amintas de Barros, 270, Centro	2015	2016
8	Natural Café Empório Vegetariano	vegano	Av. Rep. Argentina, 2140, Água Verde	10/2015	-
9	Bouffe Vég	Vegano	Rua Duque de Caxias, 119, São Francisco		
10	Green Land Restaurante	ovolactovegetariano	Rua XV de novembro, 548, Centro	1988	-
11	Bouquet Garni	Lactovegetariano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 271, Centro	1992	-
12	Sorella Restaurante	Ovolactovegetariano	R. Mal. Hermes, 728, Centro Cívico	2001	-
13	Mahatma Gourmet	ovolactovegetariano	R. Prof. Macedo Filho, 199, Bom Retiro	08/2010	-
14	Dom Veggie	ovolactovegetariano	Av. Sete de Setembro, 6797, Seminário	01/2014	-
15	Restaurante Super Vegetariano	ovolactovegetariano	R. Presidente Faria, 121, Centro	1981	-
16	Verão Natural	lactovegetariano	R. João Negrão, 140, Centro	1977	-
17	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	R. Herculano Carlos Franco de Souza, 427, Água Verde	2001	-
18	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	Al. Princesa Izabel, 2191, Bigorriho	2001	-
19	Devai Vida e Sabor	ovolactovegetariano	R. Júlio Perneta, 848, Mercês		-
20	Pin Chan	Lactovegetariano	R. Floriano Essenfelder,		-

			475, Alto da Glória		
21	Flor de Anis	ovolactovegetariano	R. João David Pernetá, 433, Hugo Lange	02/2015	-
22	Las Lavandas	ovolactovegetariano	Rua Pará, 1195, Água Verde	03/2015	-
23	Polome	ovolactovegetariano	Rua Ernesto de Araújo, 69, Jardim Botânico		-
24	Famiglia Originale	onívoro	Av. Munhoz da Rocha, 665, Cabral	2008	-
25	New York Café	onívoro	Rua XV de Novembro, 2916, Alto da XV	2012	-
26	O Barba Hamburgueria	onívoro	Av. Vicente Machado, 642, Batel	2011?	-
27	Le Caffés Especiais	onívoro	Av. Sete de Setembro, 1865, Cristo Rei	2012?	-
28	Green Dog	onívoro	Rua Alberto Folloni, 225, Juvevê	07/2007	-
29	Barcelona Bystro	onívoro	Rua Visconde de Nácar, 995, Centro	10/2014	-
30	Tuk Tuk Comida Indiana e Tailandesa	onívoro	Rua Camões, 1888, Hugo Lange	01/2014	-
31	Hamburgueria Central	onívoro	Rua Francisco Torres, 107	2015	-
32	Superdog	onívoro	R. Dr. Manoel Pedro, Cabral	2004	-
33	Senhor Garibaldi	onívoro	Rua Itupava, 1355, Alto da XV	09/2013	-
34	Veg e Lev	onívoro	Al. Prudente de Moraes, 1218, Centro	01/2015	-

35	Verd & Co.	onívoro	Rua Cel. Dulcídio, 588, Batel	12/2015	-
----	------------	---------	-------------------------------	---------	---

Fonte: Elaboração da autora (2017).

Figura 7: Estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (janeiro a julho de 2016)



Fonte: Elaboração da autora (2017).

Quadro 13: Descritivo dos estabelecimentos de alimentação vegetariana em Curitiba (janeiro a junho de 2016)

Legenda	Estabelecimento	Tipo de dieta	Endereço	Data de abertura	Data de encerramento
1	Veg Veg	vegano	Praça Osório, 333, Centro	05/2013	O empório mudou de endereço em maio de 2015 e ampliou seus serviços de alimentação.
2	Natural da Ordem	vegano	R. Trajano Reis, 54, São Francisco	08/2009	-
3	Quitanda do Geraldo Espaço	vegano	Av. Anita Garibaldi,	2009	-

	Vegano		2140, Ahú		
4	Mamba Vegan	vegano	Rua Tapajós, 19, São Francisco	02/2015	-
5	Semente de Girassol	vegano	Rua Treze de Maio, 512, Centro	03/2013	-
6	Capivara Vegetarian	vegano	Av. Iguaçu, 1595, Rebouças	2015	Mudou de endereço em outubro.
7	Guandú	ovolactovegetariano	R. Amintas de Barros, 270, Centro	2015	2016
8	Natural Café Empório Vegetariano	vegano	Av. Rep. Argentina, 2140, Água Verde	10/2015	-
9	Greengo Vegetariano	vegano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 1282, Batel	05/2015	-
10	Veganetes	vegano	Rua Pres. Carlos Cavalcanti, 492, Centro	02/2016	-
11	Armazém VegAninha	Vegano	Rua Eugênio Flor, 468, Abranches	06/2016	-
12	King Vegan	Vegano	Rua Nilo Peçanha, 243, São Francisco	05/2016	-
13	Pin Chan	Vegano	R. Floriano Essenfelder, 475, Alto da Glória	04/2016	-
14	Green Land Restaurante	ovolactovegetariano	Rua XV de novembro, 548, Centro	1988	-
15	Bouquet Garni	Lactovegetariano	Al. Dr. Carlos de Carvalho, 271, Centro	1992	-
16	Sorella Restaurante	Ovolactovegetariano	R. Mal. Hermes, 728, Centro Cívico	2001	-
17	Mahatma Gourmet	ovolactovegetariano	R. Prof. Macedo Filho, 199, Bom Retiro	08/2010	-
18	Salus Veg	ovolactovegetariano	Rua México, 227, Bacacheri	07/2015	?

19	Dom Veggie	ovolactovegetariano	Av. Sete de Setembro, 6797, Seminário	01/2014	-
20	Restaurante Super Vegetariano	ovolactovegetariano	R. Presidente Faria, 121, Centro	1981	-
21	Verão Natural	lactovegetariano	R. João Negrão, 140, Centro	1977	-
22	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	R. Herculano Carlos Franco de Souza, 427, Água Verde	2001	-
23	Sorella Restaurante	ovolactovegetariano	Al. Princesa Izabel, 2191, Bigorilho	2001	-
24	Devai Vida e Sabor	ovolactovegetariano	R. Júlio Pernauta, 848, Mercês		-
25	Flor de Anis	ovolactovegetariano	R. João David Pernauta, 433, Hugo Lange	02/2015	-
26	Las Lavandas	ovolactovegetariano	Rua Pará, 1195, Água Verde	03/2015	-
27	Jagannatha	Lactovegetariano	Rua Curupaitis, 1336, Santa Quitéria	De 2003 a 2012 no Centro [reaberto em out/2016 com à la carte]	-
28	Polome	ovolactovegetariano	Rua Ernesto de Araújo, 69, Jardim Botânico		-
29	Famiglia Originale	onívoro	Av. Munhoz da Rocha, 665, Cabral	2008	-
30	New York Café	onívoro	Rua XV de Novembro, 2916, Alto da XV	2012	-
31	O Barba Hamburgueria	onívoro	Av. Vicente Machado, 642, Batel	2011?	-
32	Le Caffés Especiais	onívoro	Av. Sete de Setembro, 1865, Cristo Rei	2012?	-

33	Green Dog	onívoro	Rua Alberto Folloni, 225, Juvevê	07/2007	-
34	Barcelona Bystro	onívoro	Rua Visconde de Nácar, 995, Centro	10/2014	-
35	Tuk Tuk Comida Indiana e Tailandesa	onívoro	Rua Camões, 1888, Hugo Lange	01/2014	-
36	Hamburgueria Central	onívoro	Rua Francisco Torres, 107	2015	-
37	Superdog	onívoro	R. Dr. Manoel Pedro, Cabral	2004	-
38	Senhor Garibaldi	onívoro	Rua Itupava, 1355, Alto da XV	09/2013	-
39	Confeitaria Piegel	onívoro	Av. Anita Garibaldi, 548, Ahú	02/2016	-
40	Veg e Lev	onívoro	Al. Prudente de Moraes, 1218, Centro	01/2015	-
41	Verd & Co.	onívoro	Rua Cel. Dulcídio, 588, Batel	12/2015	-
42	Opte Pizzaria	onívoro	Av. Pres. Kennedy, 2800, Portão	07/2016	-

Fonte: Elaboração da autora (2017).