


Relações de Hospitalidade e Hostilidade entre Veganos e Onívoros em Práticas de Comensalidade: a Perspectiva Vegana

Hospitality and Hostility Relations between Vegans and Omnivores in Commensality Practices: The Vegan Perspective

*Mariana da Silva Lopes¹ 

*Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes Minasse² 

Resumo

O veganismo tem como premissa excluir todas as formas de exploração e crueldade contra animais, seja na alimentação, no vestuário ou em qualquer outra finalidade, provocando, por consequência, uma série de desafios ao convívio social. Na prática da comensalidade, posturas alimentares diferentes podem despertar reações tanto de hospitalidade quanto de hostilidade. Este artigo, com base construtivista e de caráter qualitativo, tem como objetivo analisar as relações de comensalidade entre indivíduos veganos e onívoros sob a perspectiva da hospitalidade e da hostilidade na ótica de indivíduos veganos, a partir de uma pesquisa bibliográfica e entrevistas semiestruturadas com 12 indivíduos veganos. Os resultados indicam como principais desafios a aceitação dos novos hábitos por parte de amigos, familiares e colegas de trabalho, bem como eventuais constrangimentos nos momentos de comensalidade, inclusive pela falta de alimentos veganos disponíveis. Evidenciaram também que ações de hospitalidade propiciam reações igualmente hospitaleiras, enquanto ações de hostilidade geram reações igualmente hostis.

Palavras-chave: hospitalidade; hostilidade; comensalidade; veganismo.

Abstract

Veganism is based on the premise of excluding all forms of exploitation and cruelty towards animals, whether in food, clothing, or any other purpose, consequently leading to a series of challenges in social interaction. In the practice of commensality, different dietary stances can elicit reactions ranging from hospitality to hostility. This article, with a constructivist approach and qualitative character, aims to analyze commensal relations between vegan and omnivorous individuals from the perspective of hospitality and hostility, as seen through the eyes of vegan individuals. The study is based on a bibliographic review and semi-structured interviews with 12 vegan individuals.

¹ Centro Universitário Senac, Departamento de Gastronomia (SENAC, Águas de São Pedro, SP, Brasil).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8019-5888>.

² Universidade Anhembi Morumbi, Escola de Turismo e Hospitalidade, Programa de Pós-Graduação em

Hospitalidade (PPGH/UAM, São Paulo, SP, Brasil). ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4952-808X>.

The results indicate the main challenges as being the acceptance of new habits by friends, family, and colleagues, as well as potential discomfort during moments of commensality, particularly due to the lack of available vegan foods. They also highlighted that actions of hospitality foster equally hospitable responses, while actions of hostility generate equally hostile reactions.

Keywords: hospitality; hostility; commensality; veganism.

1. Introdução

Comer não é uma atividade meramente biológica (Contreras; Gracia, 2011). O que um indivíduo come transcende a necessidade fisiológica e transmite mensagens sobre quem ele é (princípio da incorporação), a que grupo pertence (identidade cultural e estilo de vida) e no que acredita (identidade religiosa e ideológica) (Barthes, 2008).

O aforismo “Somos o que comemos” citado por Brillat-Savarin (1995) denota justamente as funções biológicas e culturais que a comida representa na formação de um indivíduo (Fischler, 1988). A cultura alimentar incentiva o indivíduo a agir de forma semelhante aos seus e adquirir seus alimentos a partir de padrões estabelecidos (Contreras; Gracia, 2011), criando predominâncias de consumo que impactam diretamente na cadeia produtiva alimentar (Poulain, 2004). Isto porque, como argumenta Petrini (2013), consumidores são também coprodutores do sistema alimentar e suas decisões de consumo têm a capacidade de incentivar o cultivo de determinadas matérias-primas, as suas transformações na indústria e também o processo de criação ou de reinterpretação de produtos.

O veganismo busca excluir, na medida do possível e praticável, todas as formas de exploração e crueldade contra animais na alimentação, no vestuário ou em qualquer outra finalidade. Promove o desenvolvimento e uso de alternativas livres de origem animal para benefício de humanos, animais e meio ambiente (The Vegan Society, [2023]). A exploração animal abrange não apenas o seu consumo como alimento, mas também seu uso como componente de produtos manufaturados (cosméticos, material de limpeza, roupas e mobiliário), trabalho forçado (testes laboratoriais) ou entretenimento (zoológicos, aquários, entre outros) (Trigueiro, 2013).

Embora não existam números oficiais sobre o veganismo no Brasil, há indícios de seu crescimento, tendo em vista o aumento de produtos veganos disponíveis em supermercados, a ampliação de pratos veganos em restaurantes onívoros e o surgimento de novos estabelecimentos exclusivamente veganos. Houve também a ampliação da oferta de produtos de higiene e beleza, vestuário, bem como no nicho do turismo (Ribeiro, 2019). Porém, como evidenciam Oliveira e Conti (2022), a produção acadêmica sobre o tema ainda é restrita no Brasil.

Como as interações à mesa colocam à mostra o que se come a todos os envolvidos, as preferências alimentares individuais podem tanto despertar reações e sentimentos de afinidade quanto constrangimentos ou rupturas nas relações. A comensalidade, o ato de comer juntos ou de compartilhar refeições, opera como uma força de agregação, coesão e incorporação de um indivíduo em um grupo. É na mesa que um grupo “[...] se encontra, se reconhece; expressa sua unidade, seus vínculos, sua capacidade de intercambiar, de se abrir, de relaxar e de se divertir” (Boutaud, 2011, p. 1213). Contudo, a mesa exige hospitalidade para que as funções sociais da comensalidade possam ser exercitadas.

Para um onívoro, dividir a mesa com um vegano significa romper com a normalidade do consumo animal, e a necessidade de ofertar comidas de origem exclusivamente vegetal coloca em xeque a “felicidade onívora” (Twine, 2014, p. 626). O vegano passa a ser considerado um estraga-prazeres, e a hostilidade se instaura na forma de inquisições, chacotas e até mesmo na ausência de comidas veganas. A partir de um outro termo, o vegano pode ser caracterizado como um alienígena (Twine, 2014) ou, nos termos da hospitalidade, um estranho, um intruso (Derrida, 2000).

Este artigo tem como objetivo analisar as relações de comensalidade entre veganos e onívoros sob a perspectiva da hospitalidade e da hostilidade do ponto de vista dos veganos. Para tanto foi realizada uma pesquisa de caráter qualitativo, desenvolvida por meio de entrevistas semiestruturadas, cujos resultados são apresentados a seguir.

2. Revisão de Literatura

2.1 Sobre a Hospitalidade e a Hostilidade

Para Derrida (2001), a hospitalidade é ao mesmo tempo um dever e um direito. É um dever do anfitrião, dada a sua obrigação de acolher, proteger e incluir um recém-chegado no universo interior. Na perspectiva de quem a recebe, é um direito diante da lei da incondicionalidade, apresentada originalmente por Kant [1724-1804], que prega abrir as portas e conceder abrigo a todo e qualquer recém-chegado sem nenhum questionamento (Derrida, 2001).

Boudou (2017) trata a hospitalidade como um ato político que demonstra como um grupo se abre ou se fecha para os recém-chegados. Para Camargo (2015), a hospitalidade é a virtude esperada no contato com o outro: a abertura para a socialização entre indivíduos diferentes e o usufruto mútuo e recíproco de um momento. Ainda, designa o ritual de visitar e receber amigos em casa, confraternizar com conhecidos e desconhecidos nas ruas, em estabelecimentos comerciais e até mesmo virtualmente (Camargo, 2015).

Assim como Boudou (2017), Camargo (2008) trata da hospitalidade a partir de leis “escritas” e “não escritas”. As “leis escritas” são aquelas consolidadas, tal como a inviolabilidade do espaço; as “leis não escritas” são aquelas das entrelinhas, que, apesar de não serem obrigatórias, são esperadas, como a alimentação e o entretenimento do hóspede (Camargo, 2008). O respeito por estas leis garante o equilíbrio e a harmonia entre anfitriões e hóspedes e permite que a hospitalidade se instaure.

A partir da tríade da dádiva – “dar, receber, retribuir” –, a hospitalidade se desenvolve, ajudando a criar e a fortalecer laços sociais. Segundo Camargo (2004), ao receber uma dádiva, a criação da dívida do hóspede com o anfitrião é automática e é preciso retribuição para quitá-la, mantendo o ciclo. Na retribuição os papéis se invertem e ocorre uma igualdade na relação – não necessariamente naquele momento, mas no laço estabelecido ao longo do tempo, na eterna dívida da dádiva e contradádiva (Boudou, 2017). É o ciclo sem fim do contato humano baseado na troca e se assemelha à assinatura de um contrato social que não termina nunca (Camargo, 2004). Contudo, a ocorrência da hostilidade pode romper este *continuum* e interferir negativamente nas relações humanas.

Kearney (2015) alerta que a hospitalidade nunca é garantida, sendo sempre assombrada pela hostilidade, e estes dois conceitos estão intrinsecamente relacionados. Para Derrida (2000), a hospitalidade trata o hóspede como amigo, enquanto a hostilidade o trata como inimigo. Camargo (2015) defende que a hospitalidade acontece

nos “interstícios” da hostilidade, ou seja, nos vãos, nas frestas: o status normal das relações humanas é de hostilidade, e a hospitalidade surge em espaços vagos para refazer os vínculos sociais desgastados pelas situações cotidianas.

2.1 Sobre a Comensalidade

A comensalidade pode ser definida como o ato de comer e beber juntos (Fischler, 2011), de compartilhar a mesa ou a refeição (Boutaud, 2011), ou ainda, como o ato de comer e beber juntos ao redor da mesma mesa (Boff, 2006). É uma das formas mais reconhecidas de hospitalidade em qualquer época e cultura (Boutaud, 2011), sendo considerada, inclusive, como o ápice da hospitalidade, da convivência, do respeito e da tolerância entre indivíduos (Boff, 2006).

A comensalidade, segundo Fischler (2011), é uma das manifestações mais marcantes da sociabilidade humana, desempenhando diferentes funções sociais. Ela envolve o fortalecimento dos vínculos sociais e o compartilhamento de valores e de experiências (Carvalho; Bastos; Minasse, 2017). É regida por aspectos culturais e pressupõe o reconhecimento e o acolhimento do outro, na medida em que este é incluído no círculo da comensalidade (Faltin; Gimenes-Minasse, 2019). Assim, ao fazer um convite para partilhar uma refeição, em casa ou em um restaurante, é preciso esforço para proporcionar uma experiência agradável ao outro (Grassi, 2011), o que exige pensar nos alimentos de seu agrado para demonstrar o seu pertencimento e fazê-lo sentir-se como um igual (Boudou, 2017).

Para Boutaud (2011), a mesa é um lugar de tropismos (regularidade nos temas das conversas) e de trofismos (ampliação do discurso), com vigilância para que alguns temas não rompam a harmonia da refeição. Na perspectiva familiar, Boff (2006) indica que a mesa é, ao mesmo tempo, um lugar privilegiado de convivência e de comunicação e um lugar em que se evidenciam tensões familiares, seja pela fala ou pelo silêncio. Contudo, Twine (2014) alerta que em qualquer situação de comensalidade a hospitalidade pode ser substituída pela hostilidade por conta de provocações e constrangimentos sofridos por indivíduos com dietas fora do padrão cultural, ainda que estejam entre familiares e amigos.

Para Simmel (2004), Scholliers (2001) e Fischler (2011), a escolha recorrente de com quem se come é digna de atenção, uma vez que comer junto significa ser visto como igual. A percepção do “você é o que você come” pressupõe que aqueles que comem a mesma comida “absorvem” as mesmas características e se tornam mais parecidos (Fischler, 2011), fazendo com que a comensalidade possa simultaneamente ser inclusiva e exclusiva: manifestar igualdade e inclusão daqueles que comem de modo parecido e desigualdade e exclusão daqueles que comem diferente. A escolha dos alimentos, por consequência, também expressa identidades, já que por trás de uma refeição existem discursos culturais subjacentes que apresentam ao mundo exterior a sua comunidade de pertencimento (Schänzel; Lynch, 2015).

Situações de exclusão no contexto da comensalidade – motivadas por ausência de convite, constrangimentos causados à mesa ou ainda falta de alimentos compatíveis – condicionam os indivíduos não aceitos a se autoexcluírem nas próximas situações de comensalidade pelos sentimentos de inferioridade, vergonha e medo despertados (Twine, 2014), o que pode causar rupturas permanentes em um grupo. Por esses motivos, vislumbrar as possibilidades de conflito à mesa é importante para compreender a própria complexidade da comensalidade (Fischler, 2011).

2.2 Sobre o Veganismo

Segundo a literatura, as principais motivações para tornar-se vegano são: (1) defesa da ética animal (caráter político de defesa dos direitos dos animais e da emancipação destes da exploração humana); (2) defesa da ética ambiental (contra o uso abusivo dos recursos naturais na produção de carne); (3) religião (as restrições ao consumo de carne estabelecidas pelo judaísmo, islamismo, hinduísmo, budismo, entre outras); (4) saúde (entendimento de que dietas carnívoras são menos saudáveis); e (5) moda (adesões motivadas principalmente pela recente popularidade do veganismo) (Alvaro, 2019; Kamel, 2017; Pazzini, 2014; Trigueiro, 2013).

Independentemente da motivação inicial para a adesão, a extensão dos efeitos do veganismo na vida dos indivíduos (em suas decisões de consumo e também em suas relações sociais) permite pensá-lo como uma subcultura alimentar e um estilo de vida.

Uma subcultura consiste em uma cultura menor – mas não subalterna – derivada e inserida em uma cultura dominante, com características capazes de distingui-la neste grande contexto (Cuche, 2012). Pode ser compreendida também como um espaço social que permite aos indivíduos serem diferentes em conjunto (Kamel, 2017) e manifestarem necessidades de consumo específicas (Franco; Rego, 2005). O veganismo é, então, uma subcultura dentro da cultura alimentar dominante – a do onivorismo – formada por indivíduos que compartilham valores, simbolismos, práticas e ideais, não só alimentares, como também um estilo de vida próprio (Franco; Rego, 2005).

O veganismo também pode ser pensado como um estilo de vida. Na concepção de Bourdieu (1983), um estilo de vida consiste em um conjunto unitário de preferências distintivas que se exprimem, na lógica dos subespaços simbólicos ocupados por cada indivíduo, em materialidades como: mobília, vestimenta, linguagem e alimentação. Este conceito se fundamenta na ideia de *habitus*, “o princípio unificador e gerador de todas as práticas” (Bourdieu, 1983, p. 82; e de gosto, como “a propensão e aptidão à apropriação (material e/ou simbólica) de uma determinada categoria de objetos ou práticas classificadas e classificadoras, sendo a fórmula generativa que está no estilo de vida” (Bourdieu, 1983, p. 83). Nesta lógica, as várias práticas e decisões de consumo de um indivíduo têm uma origem comum e fazem sentido entre si, ao ponto de serem capazes de gerar estilos de vida distinguíveis.

Um estilo de vida recorta um universo particular dentro do universo comum à maioria, concedendo identidades tão particulares que constituem uma marca pela qual as pessoas que o cultivam passam a ser lembrados (Velho, 1995). Na medida em que os princípios do veganismo regem diversas necessidades cotidianas – alimentação, higiene, vestuário, mobiliário e lazer –, tem-se um conjunto de preferências distintivas capazes de aproximar por afinidade indivíduos veganos e de diferenciá-los de indivíduos não veganos.

É preciso ressaltar ainda que o veganismo pode assumir uma atuação política, na medida em que muitos de seus adeptos não apenas orientam suas práticas cotidianas e seus hábitos de consumo a partir de seus princípios e crenças, mas também se engajam em ações públicas em busca do reconhecimento, da ampliação e do fortalecimento do veganismo.

3. Procedimentos Metodológicos

Esta pesquisa tem base construtivista e caráter qualitativo. Foi desenvolvida a partir das seguintes etapas: (1) Pesquisa Bibliográfica – nas bases de dados *Scopus*, *Web of Science* e *Spell* a partir das palavras-chave definidas: hospitalidade, hostilidade, comensalidade e veganismo, buscadas também a partir de seus radicais e de suas respectivas traduções para inglês; (2) Entrevistas Semiestruturadas – para obter informações gerais sobre o veganismo no Brasil e conhecer as perspectivas internas do grupo investigado em relação às interações com os onívoros.

Foram entrevistados o presidente da Sociedade Vegetariana Brasileira (que atualmente responde pelos interesses dos veganos³); cinco representantes do veganismo na rede social Instagram⁴ considerados “públicos”, escolhidos por serem influenciadores e formadores de opinião; e seis veganos considerados “não públicos”, pessoas comuns que não divulgam publicamente seu estilo de vida. O critério de seleção deste último grupo foi a técnica de ‘bola de neve’, caracterizada como uma cadeia de referências: o pesquisador seleciona algumas pessoas com o perfil necessário para a pesquisa e estas indicam outras (Vinuto, 2016).

Quadro 1 – Síntese dos entrevistados

	Profissão	Cidade	Idade	É vegano desde
E1	Presidente da Sociedade Vegetariana Brasileira	São Paulo/SP	*	2003
E2	Cozinheira	Ituiutaba/MG	39	2017
E3	Arquiteto	Rio de Janeiro/RJ	*	2013
E4	Professora	São Francisco de Paula/RS	41	2013
E5	Nutricionista e Treinador de fisiculturismo	Bauru/SP	*	2017
E6	Marketing de moda	Cotia/SP	40	2020
E7	Cientista de dados	Americana/SP	32	2019
E8	Estudante	Iacri/SP	20	2019
E9	Professora	Ribeirão Preto/SP	27	2020
E10	Médica	Bauru/SP	29	2018
E11	Supervisor de saúde comunitária	Lençóis Paulista/SP	35	2020
E12	Professor de inglês	Ribeirão Preto/SP	37	2010

Fonte: Elaboração das autoras (2023).

*preferiu não mencionar

A análise das entrevistas foi baseada nos princípios da Análise de Conteúdo (Bardin, 2011) e guiada por categorias construídas *a priori* e *a posteriori*. Bardin (2011) define uma categoria analítica como um conjunto de fenômenos extraídos do corpo de uma teoria. O Quadro 2 apresenta as categorias analíticas adotadas neste trabalho.

³ A Sociedade Vegana Brasileira está inoperante desde 2018.

⁴ *Instagram* é a sexta rede social mais utilizada no mundo, baseada na postagem de imagens e vídeos.

Quadro 2 – Categorias analíticas *a priori* e *a posteriori*

	Categoria	Breve descritivo
1	Hospitalidade (categoria <i>a priori</i>)	Virtude esperada a partir do contato com o outro, a abertura para a socialização entre indivíduos diferentes e o usufruto mútuo e recíproco de um momento (Camargo, 2015).
2	Hostilidade (categoria <i>a priori</i>)	Ação contrária à hospitalidade que, ao invés de tratar o hóspede como amigo, o trata como inimigo (Derrida, 2000).
3	Motivação para se tornar vegano (categoria <i>a priori</i>)	Razões pelas quais as pessoas fazem o que fazem em direção aos seus objetivos (Bergamini, 2003).
4	Transição e adaptação ao veganismo (categoria <i>a posteriori</i>)	Passagem da condição alimentar anterior para o veganismo e os ajustes necessários para os novos hábitos alimentares
5	Desafios para se tornar vegano (categoria <i>a posteriori</i>)	Desafios encontrados na transição para o veganismo

Fonte: Elaboração das autoras (2023).

Foi adotada como sequência de procedimentos: as entrevistas foram transcritas e foram realizadas (1) leitura flutuante; (2) leitura profunda; (3) extração dos dados mais relevantes; (4) levantamento das categorias analíticas *a priori* e *a posteriori*; (5) distribuição dos dados nas categorias analíticas; (6) construção de quadros-síntese; (7) análise e interpretação dos dados à luz da teoria (Gil, 2008; Richardson *et al*, 1999).

4. Resultados e Discussão

4.1 Das Motivações para se Tornarem Veganos

O Quadro 3 sintetiza as motivações dos entrevistados:

Quadro 3 – Motivações para tornar-se vegano

Entrevistado	Motivação primária	Motivações secundárias
E1	Ética animal	Ética ambiental e saúde
E2	Saúde	Ética animal e ambiental
E3	Ética animal	Ética ambiental e saúde
E4	Ética animal, ambiental, religião e saúde	Não mencionou
E5	Saúde	Ética animal, ambiental e religião
E6	Ética animal	Ética ambiental e saúde
E7	Ética animal	Ética ambiental
E8	Ética animal	Ética ambiental e saúde
E9	Ética animal	Ética ambiental
E10	Ética animal e ambiental	Saúde
E11	Ética animal	Ética ambiental e saúde
E12	Ética animal	Saúde

Fonte: Elaboração das autoras (2023).

As motivações primárias são aquelas que serviram como ponto de partida para a transição dos entrevistados ao veganismo, e as motivações secundárias são aquelas com menor intensidade, que surgiram por associação às primárias e foram despertadas quase sempre após um período de vivência do veganismo. A conversão da maior parte dos entrevistados se deu pela ética animal, mas, uma vez inseridos no veganismo, conheceram e agregaram outras motivações – relacionadas à ética ambiental e saúde.

Por exemplo, E1 e E6 enfatizaram como motivação o afeto que sentem por animais e o entendimento de que tal sentimento não deve ser exclusivo em relação aos animais de estimação. Esta posição remete à discussão realizada por Provin (2020) sobre a incoerência da permissão social para comer alguns animais (como vacas) e outros não (como gatos).

E3 despertou para o veganismo ao assistir a uma palestra sobre o erro ético de se alimentar de animais, enquanto E9 tornou-se vegana a partir de um documentário sobre a violência associada aos produtos cárnicos. As produções adotavam o termo “cadáveres”, o que teve grande impacto nos entrevistados e os impediu de continuar ingerindo qualquer alimento de origem animal. Esses depoimentos remetem à observação de Twine (2014) e Leone (2018), que também utilizam o termo “cadáveres” e argumentam que, para os veganos, toda carne é um fragmento animal extraído com violência. Há, portanto, uma mudança significativa da representação da carne: de alimento para algo repulsivo e símbolo de violência.

E12 destacou a pressão que a cultura alimentar de um grupo exerce sobre os indivíduos para replicar hábitos como o consumo de carne e derivados. Rejeitar um hábito tão intrínseco a um grupo exige a construção de justificativas, o enfrentamento social, além, é claro, da sua própria adaptação alimentar:

De espírito, eu sou vegano desde os meus 6 anos de idade. Sempre detestei carne e ovos, sempre passei mal com queijo e leite, mas as informações na mídia eram de que vegetarianos morriam cedo por falta de cálcio. Só virei vegano quando um amigo meu que era vegano há sete anos na época me esclareceu. Eu queria ser livre das amarras de ter de comer coisas que eu acho que não merecem morrer só pra eu saborear por míseros segundos. Descobri que não morreria, e embarquei numa vida sem stress alimentício. A paz em não comer animais foi inenarrável (E12).

E2 e E5, por sua vez, buscaram o veganismo por motivos de saúde. E2 buscou os benefícios de uma alimentação 100% vegetal, e E5 procurou a melhora de problemas de saúde já existentes. E8 foi motivada inicialmente pela ética animal, mas passou a recomendar o veganismo também por questões associadas à saúde: “[...] quando onívora, sofria de ansiedade, colesterol alto, gastrite crônica e excesso de peso. Depois que me tornei vegana, esses marcadores foram diminuindo até desaparecem”. Segundo Acevedo *et al* (2019), a busca pelo veganismo motivada pela saúde é relacionada principalmente à redução do colesterol, da pressão arterial e do risco de doenças cardíacas; à prevenção de doenças crônicas e controle do peso.

O esforço desses indivíduos para romperem com hábitos antigos, introduzirem e manterem o novo estilo de vida é dispendioso, e a intensidade de suas motivações é fundamental neste processo. Essas motivações também estabelecem a convicção com que justificarão suas escolhas, já que, como salienta Koury (2010), esses questionamentos certamente virão.

4.2 Transição e Adaptação ao Veganismo

Todos os depoentes consideram que seus processos de transição ao veganismo foram tranquilos. Sete deles relataram que a transição aconteceu aos poucos e por etapas. Apenas E3 e E12 mencionaram que ela aconteceu de maneira abrupta, “de um dia para o outro”, pelo choque causado pela descoberta de características da produção animal e de seus derivados.

E6 se tornou piscitariana aos 15 anos, depois excluiu os peixes e se tornou vegetariana. Mas apenas aos 39 anos se tornou efetivamente vegana. De maneira semelhante, E8 primeiro excluiu a carne vermelha, depois o frango, depois o peixe e em três meses se tornou vegetariana estrita. Aprendeu sobre dietas vegetais e em seis meses se tornou vegana.

Para E6, “o ponto de virada é você incluir antes de excluir. Você percebe que flui muito melhor a transição”. Isso significa agregar mais alimentos de origem vegetal para se acostumar aos novos sabores e só então começar a retirar os produtos de origem animal. Segundo ela, “o melhor é deixar de consumir um determinado grupo de alimentos duas vezes na semana, depois alternar os dias, depois consumir apenas em um dia, e finalmente excluir. Isso diminui a chance de sentir abstinência e ter uma recaída”.

E4, por sua vez, não imaginava que algum dia conseguiria se tornar vegana:

Naquela época não se falava muito sobre veganismo, tinha pouca informação na internet, não havia tantos estabelecimentos veganos ou com opções veganas. Até para encontrar receita na internet era difícil, as poucas receitas que existiam levavam ingredientes pouco acessíveis. Parecia algo muito distante da minha realidade e praticamente impossível para a minha rotina. Então eu fui fazendo a transição lentamente e optando pelo “faça você mesmo”. Fui fazendo as coisas do meu jeito e encontrando caminhos que antes pareciam impossíveis (E4).

Depois de se tornarem veganos, todos os entrevistados mencionaram satisfação por adotar um estilo de vida mais ético e consciente, bem como relataram melhoras visíveis em termos de saúde e estética, como maior disposição, sono de qualidade, trânsito intestinal eficiente e pele sadia. Tais melhoras inclusive despertaram interesse em alguns familiares e amigos, que passaram a diminuir o consumo de alimentos cárnicos e se aproximar do veganismo por meio do flexitarianismo.

A transição ao veganismo leva a várias mudanças na vida de um indivíduo, sendo a mais notável a alimentar. Segundo Leone (2018), a partir do momento em que um indivíduo adota o veganismo como estilo de vida, ele não consegue mais ver a comida como antes e começa a buscar novos ingredientes, novas receitas e novos restaurantes para frequentar. Essas mudanças abrangem outros setores da vida do vegano, como roupas, produtos de higiene, de limpeza e cosméticos, e atingem o campo das relações sociais pela aquisição de novas amizades ou ruptura de outras (Leone, 2018).

4.3 Dos Desafios para se Tornarem Veganos

Analisando todos os desafios citados pelos entrevistados na transição ao veganismo, três se destacaram: (1) sociabilidade e comensalidade com familiares e amigos; (2) reeducação alimentar (abandono e introdução de ingredientes); e (3) acesso

aos produtos (alimentícios e outros, por carência de oferta ou pelo alto preço). A maior parte dos desafios apontados pelos entrevistados é de caráter alimentar: houve apenas duas menções ao desafio de adquirir produtos de higiene, limpeza e vestuário.

Ao serem questionados sobre os principais desafios para se tornarem veganos, E1, E3 e E5 afirmaram não ter encontrado nenhum digno de destaque. Segundo E1, sua certeza sobre os preceitos do veganismo era tão forte que transformou os desafios em estímulos.

Dentre os que sentiram desafios impostos pela transição, E12 indicou a convivência social como o maior: ele só não desistiu no meio do processo por considerar “[...] o gosto de carne mais amargo do que piadas”. Contudo, E12 ponderou que as relações melhoraram: “Ainda bem que as pessoas mudam. Eu mudei, tentei mudar os que me cercam e assim vou seguindo. Os animais agradecem, as pessoas agradecem, o mundo agradece”.

E4 e E8 também consideraram as relações sociais como o principal desafio. Segundo E4, além do julgamento dos seus familiares e amigos que viam o veganismo como algo passageiro na sua vida, os eventos sociais se tornaram angustiantes por nunca terem alimentos adequados. Ela, inclusive, passava fome em eventos sociais antes de desenvolver o hábito de levar a própria comida ou se alimentar antes. Para E8,

É um processo difícil, principalmente pra quem vive com a família. Eu vivia com meus avós, então me questionavam bastante: “Por que você não vai comer meu arroz com banha de porco? É só banha.” Pessoas de idade não conseguem entender muito isso. Então, nos quatro primeiros meses de veganismo, foi muito difícil porque eu não comia absolutamente nada. Sem contar as pessoas da família que te julgam, tiram sarro e falam “Ah, você vai ficar doente porque não tá comendo carne”, como se carne fosse de fato o que sustenta tudo o que você precisa pro seu corpo. E não, né? (E8).

As declarações de E8 e de E11 remetem ao que foi constatado por Twine (2014): o comportamento dos familiares e amigos que consideram o veganismo uma brincadeira ou modismo e os intimidam com comentários constrangedores, chacotas ou questionamentos incisivos constroem um cenário hostil que dificulta a adaptação da dieta e a convivência social.

Como observa Pazzini (2014), indivíduos que praticam uma subcultura alimentar diferente do padrão são vistos como desviantes do ambiente social geral e sofrem preconceito. Para Alvaro (2019), os eventos sociais construídos ao redor da mesa têm a comida de origem animal muitas vezes como protagonista. Nestas situações o vegano encontra desafios tanto para se alimentar quanto para se manter na prática da comensalidade de maneira discreta, desviando de questionamentos e manifestações hostis.

E12 afirmou que aos poucos a resistência de muitos ao veganismo enfraqueceu: “[...] hoje, alguns familiares até abraçaram a ideia de receitas vegetais, mas [a minha opção pelo] o veganismo ainda sente muita resistência entre os meus parentes com 50 anos ou mais”. O motivo principal dessa resistência é o contexto histórico e cultural em que essas pessoas foram educadas, onde a carne ocupa lugar central na cultura alimentar. Por outro lado, os entrevistados manifestaram que os mais jovens possuem maior facilidade em compreender e aceitar o veganismo – provavelmente pela visibilidade alcançada pelo veganismo nos últimos anos.

A reeducação alimentar, para muitos, foi dificultada pela falta de informação. E4 alegou que, quando se tornou vegana, não se falava sobre veganismo e era difícil obter informações sobre o que comer. Segundo ela, “A gente vive em uma sociedade onde a carne é a peça central do prato, então quando a gente pensa em tirar a carne, a gente fica meio perdido, sem saber o que colocar no lugar dela, o que fazer para dar sabor aos pratos sem carne, essas coisas”. E10 também citou como seu principal desafio saber o que consumir no lugar da carne para suprir a sua necessidade de proteínas e outros nutrientes. Mas, segundo boa parte dos entrevistados, esse cenário vem sendo alterado com o surgimento de vários canais de informação sobre o veganismo, inclusive no Instagram.

E4 e E11 enfatizaram que há alguns anos era difícil encontrar opções veganas em restaurantes e supermercados, mas a situação melhorou. E3, E10 e E12 mencionam o aumento dos restaurantes e também o lançamento de produtos veganos por pequenos empreendedores e grandes empresas. E11 destaca:

A demanda de produtos de origem vegetal tem crescido absurdamente. São empresas grandes como a Hellmann's, a Catupiry, a Doriana, a Qualy, a Seara. Grupos que originalmente tratavam apenas com produtos animais e hoje já têm um segmento de origem vegetal, com produtos veganos não apenas para o público vegano ou vegetariano estrito, mas para pessoas que buscam por outras questões, como saúde. Algumas franquias como o Burger King e o McDonald's também não ficam atrás. Elas lançam algumas coisas, mesmo errando em alguns aspectos. Por exemplo, às vezes eles lançam um lanche vegetal, mas com queijo, com maionese que não é de origem vegetal (E11).

Para E12, frequentar lanchonetes, pizzarias e bares sempre foi um dilema, tendo em vista a dificuldade em encontrar comida frente à variedade de alimentos que possui na sua casa: “[...] quando estou aqui em casa, tem um monte de produtos na geladeira, tem um monte de produto congelado, tem um monte de legumes, tem um monte de tudo, tem muitas opções, e fora de casa não tem nada”. E recorda um acontecimento marcante:

Eu lembro que uma vez eu queria comprar alguma coisa pra comer e aí eu tive que rodar um monte de padaria e não achei nada porque não tem opções veganas nesses locais. No máximo você vai achar uma paçoca. Está melhorando, viu? Às vezes, no freezer você já encontra sorvete. [...] Mas meu problema principal é quando preciso sair, daí eu preciso ligar no lugar, se não for um lugar vegano, pra saber o que tem lá (E12).

Em relação à dificuldade de abandonar determinados alimentos, E2 comentou a dificuldade inicial de abandonar o queijo. Esta dificuldade estava associada à falta de opções veganas na época, embora admita que hoje há várias opções de queijos veganos e outros tipos de produtos similares aos produtos lácteos.

Outro aspecto relacionado à oferta, salientado por E11, é que até o ano de 2020, pela oferta ser escassa, os preços praticados muitas vezes eram abusivos. Os preços altos se justificam, em parte, pela questão da moda e, em parte, pela escala de produção menor. De acordo com Bojorquez *et al.* (2015), a criação desses produtos exige mais testes laboratoriais, desenvolvimento de técnicas e uso de maquinários modernos, o que acaba encarecendo o produto final, principalmente ao se considerar o custo de concepção/produção face à escala de consumo. Este aspecto, contudo, parece estar sendo mudado pelo aumento de consumidores veganos.

De acordo com Ribeiro (2019), o aumento de consumidores veganos no Brasil e no mundo incentivou a indústria alimentícia a desenvolver novos produtos e também criar versões veganas de produtos já existentes. De fato, o cenário de *food service* está mais aberto ao veganismo, não só em termos da oferta encontrada em supermercados, mas também em restaurantes – especializados ou onívoros. Nota-se que muitos dos restaurantes onívoros, além de incluírem pratos veganos nos seus cardápios, indicam por meio de símbolos quais preparações são veganas, vegetarianas ou livres de alergênicos (glúten, lácteos, amendoim, açúcar, entre outros).

Saindo da esfera alimentar, E6 indicou como maior dificuldade encontrar produtos de higiene e limpeza veganos e acessíveis, inclusive no preço. Diante dessa dificuldade, alguns veganos, como E4, tornaram-se adeptos do “faça você mesmo” e se desafiaram a fabricar seus próprios produtos alimentícios, de limpeza, de higiene pessoal e beleza. Sobre itens de vestuário, E4 e E7 comentaram que conseguem adquiri-los apenas pela internet, já que em shoppings e centros comerciais é muito difícil encontrar roupas, sapatos, bolsas e acessórios veganos. E4 mencionou um questionamento que lhe surgiu durante a sua transição ao veganismo: “O que fazer com as roupas e sapatos não veganos, feitos de couro ou lã, adquiridos quando eu ainda era onívora?”. Sentiu-se com dúvida e angústia, pois não os queria mais, mas não queria se desfazer deles e causar prejuízos ambientais. Sua solução foi doá-los para uma instituição de caridade.

4.4 Hospitalidade e Hostilidade entre Veganos e Onívoros

Corroborando a teoria, os relatos dos veganos entrevistados sobre as relações sociais com onívoros oscilaram entre hospitalidade e hostilidade. A hostilidade é entendida por Derrida (2000) como a ação contrária à hospitalidade que, ao invés de tratar o hóspede como amigo, o trata como inimigo. Para Kamel (2017), apesar do traço “descontinuista” da sociedade contemporânea, voltada para a quebra de paradigmas, a estranheza diante de valores diferentes nem sempre é diminuída. Por consequência, o ser humano tende a rejeitar e atacar atitudes contrárias ao que aprendeu, prevalecendo a hostilidade. O Quadro 4 sintetiza as percepções dos entrevistados em relação aos onívoros:

Quadro 4 – Percepções sobre Hospitalidade e Hostilidade

Entrevistado	Percepção de Hospitalidade	Percepção de Hostilidade
E1	Relações com onívoros positivas e respeitadas	Não consta
E2	Não consta	Piadas e discriminação constante dos onívoros com que convive
E3	Interesse pelo estilo de vida	Questionamentos incisivos
E4	Atualmente as relações com onívoros são amenas	No início da transição, as relações com onívoros foram conturbadas
E5	Sem dificuldades	Não consta
E6	Não consta	Comentários constrangedores
E7	Atualmente os onívoros com que convive entendem o veganismo e tentam agradar com receitas veganas	No início da transição, os onívoros que convive “torciam o nariz”
E8	Sente-se respeitada	Mas sempre é tratada como “a diferente”
E9	Sente-se respeitada e os onívoros com que convive empenham-se em incluir alimentos veganos	Piadas ocasionais
E10	Não consta	Piadas e chacotas
E11	Não consta	<i>Bullying</i>
E12	Não consta	Mitos sobre veganos

Fonte: As autoras (2023).

A partir do Quadro 4, percebe-se que piadas, comentários constrangedores e *bullying* são comuns. Para E2, mesmo convivendo todos os dias com onívoros, o tema veganismo é sempre motivo de piada ou discriminação. E11 percebe com frequência algum tipo de *bullying*, mas afirma não levar em consideração, principalmente se for feito por pessoas afastadas: “[...] que não entendem o veganismo e nem eu entendo o que elas entendem”. Para E12, “[...] parece que o veganismo é uma afronta ao onivorismo e por várias vezes se debruçam em mitos sobre veganos”. E11 lembrou:

Eles [os amigos, a família] fazem piadinhas, não que a intenção seja me magoar, é que às vezes eles fazem a piada achando que tá engraçado, quando na verdade não está. Mas se você tem não tem tanta intimidade, não dá pra de repente falar: Ó, essa brincadeira não é legal, não faz isso. Então, às vezes você dá uma risada meio sem graça, deixa passar, daí de repente a pessoa não faz mais brincadeira. Se uma pessoa não me conhece muito bem e vai fazer uma graça sem ter intimidade, então eu simplesmente ignoro porque não compensa gastar energia com determinadas situações, e infelizmente, se essa pessoa está se achando engraçada, pra mim vai parecer uma pessoa ignorante e preconceituosa, e vai me marcar como tendo muitos defeitos (E11).

Contudo, a repercussão da piada depende de dois fatores: a intenção com a qual é proferida e a maneira como o vegano a recebe. Existem veganos que se chateiam e se reprimem, existem os que se irritam e revidam e também os que encaram com leveza e entram na brincadeira. Se existe intimidade, o vegano pode dizer que a brincadeira não agrada; do contrário, cala-se ou reage. Observa-se que essas provocações ferem a vigilância indicada por Boutaud (2011) para manter a harmonia da refeição, bem como evidenciam, como estabelece Boff (2006), que a mesa pode ser um lugar onde conflitos afloram.

É preciso distinguir, contudo, piadas ofensivas, feitas de brincadeiras, de outras. O debate sobre o tema indica que a maior parte dos comentários direcionados aos veganos são hostis, principalmente nas práticas de comensalidade, já que, como apresenta Twine (2014), o vegano é um estraga-prazeres por estabelecer necessidades alimentares diferentes e constranger os prazeres normativos da alimentação onívora. Ainda segundo este autor, as piadas surgem e são proferidas por onívoros que não consideram tornar-se vegano uma opção viável.

Diante da provocação e da chacota, é a reação do vegano que determinará o desfecho da situação. O vegano pode ignorar ou fingir ignorar a provocação ou pode responder no mesmo tom, retribuindo com hostilidade a hostilidade recebida, gerando, neste caso, uma versão deturpada do ciclo da dádiva. Mas, mesmo sob a decisão do vegano de não retrucar com hostilidade, há o desgaste das relações sociais entre os envolvidos, o que pode culminar no enfraquecimento permanente ou até mesmo na ruptura dos laços sociais.

Porém, muitas vezes os veganos são recebidos com hospitalidade, ainda que não de imediato. Isto sugere que, com a convivência, o círculo social mais próximo dos veganos se acostuma com o seu estilo de vida, os questionamentos saturam, os hábitos alimentares deles passam a ser incluídos de alguma maneira na rotina alimentar daquele grupo.

E9 afirmou que quem faz piada é minoria e que em geral se sente respeitada, percebendo pessoas genuinamente empenhadas em incluir alimentos que ela consoma, inclusive com adaptações de receitas, retirando ou substituindo ingredientes de origem animal. E4 disse que as suas relações com onívoros, antes conturbadas, tornaram-se amenas:

Eu nunca fui a pessoa que levanta essa bandeira e que tenta veganizar os outros a todo custo, mas eu sou aquela que fica superfeliz quando alguém se mostra interessado, esclareço todas as dúvidas e sou capaz de pegá-la pela mão e dizer “vem que eu te ajudo!”. Hoje em dia, as pessoas com as quais convivo já entenderam isso, e não se sentem mais ameaçadas ou pressionadas pelo fato de eu ser vegana. Por isso, hoje em dia, as relações são melhores (E4).

E7 lembrou que, mesmo quem “torcia o nariz” agora entende e até tenta agradá-la com receitas veganas. Isto confirma, como exposto anteriormente, que a hostilidade com os veganos predomina quando é uma novidade dentro de um grupo de indivíduos, mas com a convivência é diminuída ou até mesmo substituída pela hospitalidade.

O vegano deixa de ser o tema principal nas práticas de comensalidade e, na medida em que a sua presença vai se tornando imperceptível (a nitidez da diferença vai se apagando e ele volta a ser mais um do grupo), a convivência com os onívoros vai se tornando confortável, vão desaparecendo as manifestações de hostilidade, e as características da hospitalidade percebidas por Camargo (2015) passam a predominar.

O empenho do vegano para apresentar o conceito do seu universo e das suas comidas e o esforço do onívoro em entender e experimentar o que lhe é oferecido são uma demonstração do esforço mútuo entre dois universos de que falam Derrida e Dufourmantelle (2003). Para esses autores, os esforços de universos diferentes dissolvem o mal-estar e dão espaço a uma troca construtiva que, muitas vezes, faz surgir “um outro eu”. Na relação entre veganos e onívoros, esse novo “eu” significa, como menciona E9, a adoção de algum hábito do estilo de vida vegano pelo onívoro, que pode ser: (1) inclusão de algum ingrediente desconhecido na rotina alimentar; (2) aumento da ingestão de vegetais; (3) substituição de produtos industrializados de origem animal por similares de origem vegetal; (4) exclusão de produtos de origem animal em alguns dias da semana.

Os entrevistados foram questionados se providenciam comidas específicas para seus convidados onívoros, quando os recebem em casa. Apenas E8 afirmou oferecer comidas onívoras sem perguntar se aceitariam provar comidas veganas, por já as possuir em sua casa devido aos demais moradores, mas mencionou que, se fosse solteira, serviria apenas comidas veganas. Cinco entrevistados afirmaram dar preferência a comidas veganas, mas permitindo exceções. E10 afirmou que tem preferência por ofertar comidas veganas ou vegetarianas, mas sempre se certifica de que a visita está de acordo. Do contrário, oferece comida com produtos animais mesmo. E9 conta que, cotidianamente, há apenas opções veganas na sua casa, salvo exceções em que existe alguma combinação prévia, mas que, felizmente, as suas visitas são curiosas e estão sempre de acordo com cardápios estritamente vegetais. Já E12 mencionou que,

Se a pessoa chegar na minha casa, vai ter água, chá, café, leite vegetal, manteiga com diferentes sabores e texturas, pão de fôrma, pão de fermentação natural, brownie, bolo, sucos, bolachinhas. Se a pessoa ainda assim quiser comer um lanche com queijo e presunto na minha casa, que coma. Eu ofertei o veganismo (E12).

Seis entrevistados alegaram oferecer apenas comidas veganas e sequer permitir a entrada de alimentos de origem animal na sua casa, por não considerarem lógico adquirir produtos vinculados a práticas que não fomentam. E4 afirmou que se preocupa em ofertar alimentos que se adaptem ao paladar da visita, mas sempre na versão vegana. Se for alguém que não consome muitos legumes, frutas e verduras, E4 busca

oferecer um macarrão com molho de tomate, batata frita ou algum outro prato que seja bem próximo da preferência alimentar da visita, mas não possua nenhum ingrediente de origem animal. Com um relato em tom mais radical, E11 explicou o porquê de não oferecer comida de origem animal para uma visita onívora:

Eu não tenho estômago para encostar a mão em animais que foram mortos, pedaços de animais, cadáveres. Também não encosto em secreções animais, como o leite. Na minha casa não existem essas opções. Talvez essa frase minha possa soar um pouco extremista, mas não é. É uma questão muito complicada, psicologicamente falando. Você prepararia um cachorro na sua casa? Então ficou mais fácil agora de visualizar. Mas o bom do onívoro é que é uma dieta ampla, ele não deixa de comer porque não tem carne, porque não tem leite. Ele não vai ficar sem comida, vai ter opções ali que ele consome. Diferente do vegano. Se o vegano for numa casa e não tiver opções veganas, ele vai deixar de comer. Pro onívoro é muito mais fácil se adaptar do que pra um vegano (E11).

É possível, então, observar a oferta de comida para um indivíduo de acordo com o seu estilo de vida a partir de três perspectivas: (1) colocar-se no lugar do outro; (2) fazer com que o onívoro perceba como um vegano se sente; e (3) obrigar o outro a se adaptar. O vegano tanto pode ofertar comidas onívoras num ato de acolhimento hospitaleiro quanto pode considerar que, apesar de não ser o tipo de comida habitual para o onívoro, não existe nenhum ingrediente proibitivo que o fará deixar de comer. Neste caso, a decisão entre comer ou não será de caráter sensorial e conceitual e será determinada pela abertura do indivíduo para novos sabores e texturas. Já a situação contrária, quando onívoros não oferecerem comidas de origem exclusivamente vegetal, implica a impossibilidade de um vegano se alimentar.

A segunda perspectiva, a de fazer com o que o outro perceba como um vegano se sente durante uma refeição, significa fazer com que o onívoro perceba que, caso não seja ofertada nenhuma comida exclusivamente vegetal, o vegano será privado da prática de comensalidade. Estar presente fisicamente, mas sem poder usufruir da partilha de alimentos é constrangedor para o vegano, o faz se sentir diminuído e denota a hostilidade presente naquele grupo de indivíduos.

A terceira perspectiva, a de obrigar o outro a se adaptar, envia uma mensagem, tanto para veganos quanto para onívoros, de que os seus hábitos e estilo de vida são irrelevantes, de que as suas necessidades não foram consideradas ou lembradas. Ou seja: este 'outro' não foi reconhecido. Por consequência, a minoria naquela prática de comensalidade deve se adaptar, mesmo que isto implique a impossibilidade de exercitar a comensalidade com os demais. Esta postura pode ser lida como uma manifestação de hostilidade, mesmo que nada seja verbalizado.

Quando veganos são convidados por onívoros, caso não haja intimidade, há medo de não encontrarem comida vegana, como relatam E4, E7 e E11. Alguns entrevistados confessaram que, em algumas situações, precisam mentir que são alérgicos a determinados ingredientes para terem a certeza de que a comida é vegana. Esta atitude é a realização precisa do mesmo artifício utilizado pelos deuses na mitologia grega para esconder a sua identidade original e serem admitidos em um novo universo (Grassi, 2011). No fenômeno da hospitalidade, o uso de máscaras pelos veganos não apenas os protege de manifestações de hostilidade anteriormente previstas, como também garante a manutenção de seus hábitos.

Outra dificuldade associada à comensalidade ressaltada por todos os entrevistados é o ato de frequentar restaurantes. A ausência total de opções veganas, a tentativa de convencer o vegano a comer um prato com produtos de origem animal ou a omissão de informações sobre a composição de um prato foram mencionadas. A última situação é a mais recorrente: alguns colaboradores consideram “besteira” não consumir produtos animais e outros oferecem um produto como “vegano” sem considerar, por exemplo, o leite na composição de um bolo. Situações como essas ressaltam a falta de conhecimento sobre as normativas do veganismo. No entanto, para os profissionais do *food service*, nos dias atuais, é uma obrigatoriedade conhecer as particularidades das diversidades alimentares, tendo em vista a crescente demanda por estes produtos.

Em síntese, a não oferta de comidas dentro do escopo dos hábitos alimentares do outro denota hostilidade, enquanto a oferta demonstra a vontade de acolher o outro dentro do seu contexto e denota hospitalidade. Por outro lado, ao privar o outro da experiência de comensalidade, pode ocorrer uma exclusão simbólica do grupo que pode gerar desgaste ou rompimento dos vínculos sociais. A ausência da oferta de alimentos adequados quebra o “pacto da hospitalidade” defendido por Derrida e Dufourmantelle (2003) que orienta o conhecimento do outro ao recebê-lo, no intuito de promover a sua inclusão no universo de quem o está recebendo de maneira mais assertiva. Também fere a expectativa da oferta de alimentação ao hóspede (Camargo, 2008), entre outros princípios: a normalidade, dentro das premissas da hospitalidade, seria o respeito e a tolerância às diferenças do outro de forma direta, sem obstáculos (Camargo, 2015; Derrida, 2001; Derrida; Dufourmantelle, 2003; Lashley; Lynch; Morrison, 2007; Montandon, 2011). Ainda, como enfatiza Boudou (2017), oferecer alimentos do agrado de outrem é uma forma de demonstrar seu pertencimento e fazê-lo sentir-se como um igual.

Observa-se que, apesar de não ser um fato discutido na teoria estudada, entende-se que veganos também praticam atos de hostilidade contra onívoros. Neste sentido, os entrevistados foram questionados se já presenciaram um onívoro passar por constrangimento em um grupo de veganos. E7, E8, E9 e E10 afirmaram que nunca presenciaram isso, e E11 completa que, como demonstra a literatura, o contrário é bem mais comum. E12 afirmou que já presenciou isso, mas não se lembra do episódio em si. E4 conta que pessoalmente nunca esteve em nenhuma situação assim, mas que já viu onívoros e até vegetarianos serem hostilizados por veganos nas redes sociais.

Os entrevistados também foram questionados se já foram agressivos com algum onívoro em situações de comensalidade. E4, E7, E9 e E12 afirmaram que nunca foram agressivos com onívoros. E12 acredita que cada ser humano precisa do seu tempo particular para obter consciência sobre as suas práticas cotidianas e tomar decisões sobre elas. Ele afirma expor ideias, apresentar opções que podem melhorar a vida do onívoro, mas jamais diminuí-lo. Nesse mesmo sentido, E11 afirma que,

[...] por mais que as piadinhas sem graça ocorram, não chegam a me incomodar tanto a ponto de eu ser agressivo. Eu sei que quando eu for agressivo, eu vou estar perdendo a pessoa na forma de raciocínio. Se tiver gente próxima, talvez eu perca até essas pessoas também e, junto delas, a chance de refletirem sobre este tema. Então a ação da agressividade soa para mim mais desequilíbrio do que inteligência (E11).

E4 respondeu que nunca foi agressiva e explicou que, quando se propõe a dividir uma refeição com familiares e amigos onívoros, vai para a mesa ciente de que os hábitos alimentares são diferentes, isolando qualquer possibilidade de conflito. A prática da comensalidade entre onívoros e veganos não apenas permite a convivência e tolerância entre indivíduos, fortalecendo os vínculos sociais e o compartilhamento de valores e de experiências, mas também permite a prevalência da hospitalidade por meio do respeito e da aceitação mútua (Boff, 2006; Boutaud, 2011; Carvalho; Bastos; Minasse, 2017; Fischler, 2011).

E10 afirmou nunca ter sido agressiva, mas confessou já ter olhado com cara de espanto para a quantidade de carne que um onívoro colocou no prato. Já E8 foi a única a confessar que já agiu com agressividade com onívoros em algumas situações, como, por exemplo, ser convidada para uma festa e, ao chegar, não haver nenhum tipo de comida vegana, ou ser induzida a pedir determinado prato em um restaurante e perceber que foi enganada por não se tratar de uma iguaria vegana.

Assim como defende que os indivíduos que integram uma subcultura alimentar não podem ser vítimas de preconceito, Pazzini (2014) afirma que o contrário também é válido. Onívoros não podem sofrer hostilidade por possuírem um estilo de vida considerado inadequado pelos veganos, ainda que sejam maioria na sociedade.

De qualquer maneira, ainda que as manifestações de hostilidade com onívoros, promovidas pelos veganos, não sejam tão frequentes como o contrário, quando acontecem, são por reflexo das ações hostis que sofrem cotidianamente. Ainda, considerando o comportamento ético como uma virtude específica dos seres humanos, hostilidade não deve ser rebatida com hostilidade. A hospitalidade, compreendida por Derrida (2001) como ética e direito, deve predominar entre os seres humanos. Em uma perspectiva mais ampla, Bastos, Rameh e Bitelli (2017) defendem que a hospitalidade é um fenômeno infinito e que a sua prática é um exercício constante de tolerância, de reconhecimento da singularidade humana, de aceitação do outro, de valorização da amizade e da identidade.

As declarações dos entrevistados veganos demonstraram que a hospitalidade e a hostilidade estão presentes nas práticas de comensalidade compartilhadas com onívoros e oscilam entre si. Ora predomina a hospitalidade, ora a hostilidade. Da mesma maneira, ora as manifestações de hostilidade partem dos onívoros, ora dos próprios veganos. Contudo, percebe-se que o cenário da sociedade atual está muito mais propenso a criar espaço para os adeptos desse estilo de vida, não apenas nas prateleiras dos supermercados e nos cardápios dos restaurantes, como também nas mesas das famílias e das reuniões com amigos.

5. Considerações finais

O veganismo vem crescendo em todo o mundo a partir de diferentes motivações. No caso dos entrevistados desta pesquisa, houve a predominância da ética animal como motivação principal para a transição para o veganismo. Nesse processo de transição foram percebidos desafios de diferentes naturezas: (1) sociabilidade e comensalidade com familiares e amigos não veganos; (2) reeducação alimentar (abandono e introdução de ingredientes); e (3) acesso aos produtos (alimentícios e outros, por carência de oferta ou pelo alto preço).

Dentre estes, um desafio especialmente difícil de ser superado é o da sociabilidade e comensalidade com familiares e amigos não veganos, na medida em que depende de interações sociais que também são influenciadas pelos valores e pela postura do outro. Esse encontro de onívoros e veganos – principalmente à mesa – é frequentemente marcado pelo desconforto e por incompreensões, que muitas vezes resultam em atitudes hostis de ambos os lados. Foi possível identificar que da mesma forma que onívoros constroem veganos, veganos também o fazem com onívoros, seja por não entenderem a lógica da alimentação onívora, seja por reflexo da ação sofrida.

Contudo, há também espaço para que a hospitalidade aconteça, sendo que vários entrevistados relataram que, com o passar do tempo, os conflitos com onívoros tendem a diminuir ou ser amenizados. Da mesma forma, foi possível reconhecer nos depoimentos situações de esforço mútuo para a aproximação entre os dois universos, em uma dinâmica similar à apontada por Derrida e Dufourmantelle (2003). Dando continuidade a esta pesquisa, pretende-se não apenas incorporar a visão dos onívoros sobre as dinâmicas de comensalidade com veganos, mas também ampliar os estudos sobre o encontro de culturas alimentares diferentes à mesa, tentando perceber em outros contextos e grupos a relação entre hospitalidade, hostilidade e comensalidade.

Referências

- ACEVEDO, Claudia Rosa *et al.* Motivação, valores e sentimentos por trás da resistência ao consumo e veganismo. *Brazilian Journal of Development*, v. 5, n. 8, p. 12979-13004. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv5n8-118>.
- ALVARO, Carlo. Veganism and children: a response to Marcus William Hunt. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, Dordrecht, v. 32, n. 4, p. 647-661, 2019.
- BARDIN, Laurence. *Análise de conteúdo*. São Paulo: Edições 70, 2011.
- BARTHES, Roland. Toward a psychosociology of contemporary food consumption. In: Edited COUNIHAN, Carole; Van ESTÉRIK, Penny (ed.). *Food and culture*. Oxford: Oxford, 2008. p. 28-35.
- BASTOS, Sênia; RAMEH, Ladjane; BITELLI, Fábio. Dimensões da hospitalidade em Derrida: um estudo exploratório no portal de periódicos CAPES. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, Campinas, v. 1, n. 27-28, p. 193-203, 2017.
- BERGAMINI, Cecilia. Motivação: uma viagem ao centro do conceito. *RAE Executivo*, São Paulo, v. 1, n. 2, p. 63-67, 2003.
- BOFF, L. *Comer e beber juntos e viver em paz*. Petrópolis: Vozes, 2006.
- BOJORQUEZ, Ietza; UNIKEL, Claudia; CORTEZ, Irene; CERECERO, Diego. The social distribution of dietary patterns. Traditional, modern and healthy eating among women in a Latin American city. *Appetite*, v. 92, p. 43-50, 2015. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.05.003>.
- BOUDOU, Benjamin. Elementos para uma antropologia política da hospitalidade. In: BRUSADIN, Leandro (org.). *Hospitalidade e dádiva: a alma dos lugares e a cultura do acolhimento*. Curitiba: Prismas, 2017. p. 99-118.
- BOURDIEU, Pierre. Gostos de classe e estilos de vida. In: ORTIZ, Renato (org.). *Sociologia*. São Paulo: Ática, 1983. p. 82-121.
- BOUTAUD, Jean. Compartilhar a mesa. In: MONTANDON, Alan (org.). *O livro da hospitalidade*. São Paulo: Senac, 2011. p. 1213-1230.
- BRILLAT-SAVARIN, Jean-Anthelme. *A fisiologia do gosto*. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.
- CAMARGO, Luiz. A pesquisa em hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. 5, n. 2, p. 15-51, 2008.
- CAMARGO, Luiz. *Hospitalidade*. São Paulo: Aleph, 2004.

- CAMARGO, Luiz. Os interstícios da hospitalidade. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. 12, p. 42-69, 2015.
- CARVALHO, Luis.; BASTOS, Sênia; MINASSE, Maria. Comensalidade na família nuclear paulistana: 1950 a 2000. *Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, v. 9, n. 1, p. 18-31, 2017.
- CONTRERAS, Jesus; GRACIA, Mabel. *Alimentação, sociedade e cultura*. Rio de Janeiro: Fiocruz, 2011.
- CUCHE, Denys. *A noção de cultura nas ciências sociais*. Bauru: Edusc, 2012.
- DERRIDA, Jacques. *Cosmopolitas de todos os países, mais um esforço!* Coimbra: Minerva, 2001.
- DERRIDA, Jacques. Hospitality. *Angelakai: Journal of the Theoretical Humanities*, Oxford, v. 5, n. 3, p. 3-18, 2000.
- DERRIDA, Jacques.; DUFOURMANTELLE, Anne. *Da hospitalidade*. São Paulo: Escuta, 2003.
- FALTIN, Andrea; GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta. Comensalidade, hospitalidade e convivialidade: um ensaio teórico. *Revista Rosa dos Ventos*, Caxias do Sul, v. 11, n. 3, p. 634-652, 2019.
- FISCHLER, Claude. Commensality, society and culture. *Social Science Information*, London, v. 50, n. 3-4, p. 528-548, 2011.
- FISCHLER, Claude. Food, self and identity. *Social Science Information*, London, v. 27, n. 2, p. 275-292, 1988.
- FRANCO, Erica; REGO, Raul. Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo. *Turismo – Visão e Ação*, São Paulo, v. 7, n. 3, p. 469-482, 2005.
- GIL, Antônio. *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GRASSI, Marie-Claire. Transpor a soleira. In: MONTANDON, Alain (org.). *O livro da hospitalidade: a acolhida do estrangeiro na história e nas culturas*. São Paulo: Senac, 2011. p. 45-54.
- KAMEL, Karime. Cultura compartilhada em comunidades virtuais: conversas sobre o veganismo. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 40., 2017, Curitiba. *Anais [...]*. Curitiba: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares em Comunicação, 2017. p. 1-15.
- KEARNEY, Richard. Hospitality: possible or impossible? *Hospitality & Society*, Bristol, v. 2, n. 5, p. 173-184, 2015.
- KOURY, Mauro. Estilos de vida e individualidade. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 16, p. 41-53, 2010.
- LASHLEY, Conrad; LYNCH, Paul; MORRISON, Alisson. *Hospitality: a social lens*. New York: Elsevier, 2007.
- LEONE, Massimo. Food, meaning, and the law: confessions of a vegan semiotician. *International Journal for the Semiotics of Law*, London, v. 31, n. 3, p. 637-658, 2018.
- MONTANDON, Alain. Uma construção do vínculo social. In: MONTANDON, Alain (org.). *O livro da hospitalidade*. São Paulo: Senac, 2011. p. 31-37.
- OLIVEIRA, Romário; CONTI, Bruna. Investigação teórica sobre o veganismo e o turismo: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Hospitalidade*, São Paulo, v. 19, p. 550-578, 2022.
- OSÓRIO, Andréa Barbosa. Guloseimas para animais de estimação: comensalidade, afeto e antropomorfismo. *Mediações*, v. 24, n. 3, p. 57-71, 2019.
- PAZZINI, Bianca. O veganismo como prática de justiça e igualdade: perspectivas descoloniais pela consagração de um novo direito. In: CONGRESO DE ESTUDIOS POSCOLONIALES, 2., 2014, Buenos Aires. *Anais [...]*. Buenos Aires: UNSAM, 2014. Disponível em: http://www.idaes.edu.ar/pdf_papeles/Artigo.pdf. Acesso em: 28 set. 2023.
- PETRINI, Carlo. *Slow food nation: why our food should be good, clean and fair*. New York: Rizzoli, 2013.
- POULAIN, Jean-Pierre. *Sociologias da alimentação: os comedores e o espaço social alimentar*. Florianópolis: UFSC, 2004.

PROVIN, Ana Paula. Veganismo e sustentabilidade: uma leitura sobre moda ética na atualidade. In: COSTA, Rogerio S.; ROECKE, Rejane. (orgs.). *Estudos Interdisciplinares XIII*, 2020. p. 33-49. DOI: <http://dx.doi.org/10.19177/978-65-88775-08-0.33-49>.

RIBEIRO, Ursula. A ascensão do consumo ético de produtos vegetarianos e veganos no mercado brasileiro. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*, Curitiba, v. 3, n. 12, p. 1-12, 2019.

RICHARDSON, Roberto Jarry *et al.* *Pesquisa social: Métodos e Técnicas*. São Paulo: Atlas, 1999.

SCHÄNZEL, Heike A.; LYNCH, Paul. Family perspectives on social hospitality dimensions while on holiday. *Tourist Studies*, [s. l.], v.16, n.2, p.133–150, June 2016.

SCHOLLIERS, Peter. *Food, drink and identity: cooking, eating and drinking in Europe since the Middle Ages*. New York: Berg, 2001.

SIMMEL, Georg. Sociologia da refeição. *Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, n. 33, p. 149-156, 2004.

SOUZA, Carla Delgado; OLIVEIRA, Maurício Ferreira. De corpos e comidas, afetos e banquetes: uma análise da performance “banquetecomidacorpocorpocomida”. *Mediações*, v. 26, n. 2, p. 441-460, 2021.

THE VEGAN SOCIETY. *Definition of veganism*. Birmingham: The Vegan Society, [2023]. Disponível em: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>. Acesso em: 16 abr. 2023.

TRIGUEIRO, Aline. Consumo, ética e natureza: o veganismo e as interfaces de uma política de vida. *Revista Internacional Interdisciplinar Interthesis*, Florianópolis, v. 10, n. 1, p. 237-260, 2013.

TWINE, Richard. Vegan killjoys at the table – contesting happiness and negotiating relationships with food practices. *Societies*, [s. l.], n. 4, p. 623-639, 2014.

VELHO, Gilberto. Estilo de vida urbano e modernidade. *Revista Estudos Históricos*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 16, p. 227-234, 1995.

VINUTO, Juliana. A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa: um debate em aberto. *Temáticas*, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2016.

Declaração de Coautoria: Mariana da Silva Lopes declara ter feito o “levantamento bibliográfico, coleta e análise de dados do artigo, em conjunto com Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes-Minasse.” A segunda autora afirma ser responsável “pela orientação da pesquisa, análise e interpretação de dados e redação final de todas as partes do artigo, em conjunto com Mariana da Silva Lopes.”

*Minicurrículo das Autoras:

Mariana da Silva Lopes. Doutora em Hospitalidade pela Universidade Anhembi Morumbi (2023). Docente junto ao Departamento de Gastronomia do Centro Universitário Senac de Águas de São Pedro. Pesquisa financiada pela CAPES (Processo nº 88887.507495/2020-00). E-mail: mariana.slopes@sp.senac.br.

Maria Henriqueta Sperandio Garcia Gimenes Minasse. Doutora em História pela Universidade Federal do Paraná (2008). Docente junto ao Programa de Pós-Graduação em Hospitalidade da Universidade Anhembi Morumbi. E-mail: mariegimenes@gmail.com.