



UNIVERSIDADE
FEDERAL DE JUIZ DE FORA

**INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS
CURSO DE TURISMO
NATHALIA PEREIRA DO NASCIMENTO DIAS**

TURISMO E VEGETARIANISMO: um estudo das publicações presentes no banco de dados Publicações de Turismo, do Programa de Pós Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo - USP

JUIZ DE FORA - MG

2023

TURISMO E VEGETARIANISMO: um estudo das publicações presentes no banco de dados Publicações de Turismo, do Programa de Pós Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo – USP¹

Nathalia Pereira do Nascimento Dias²

RESUMO: O presente artigo tem como objetivo esmiuçar as produções acadêmicas existentes acerca da relação entre o vegetarianismo e o turismo; uma vez que cresce exponencialmente o número de adeptos desta dieta e filosofia, e este campo de estudo pode vir a contribuir para o avanço do conhecimento sobre as necessidades, preferências e experiências dos turistas vegetarianos, promovendo o desenvolvimento de estratégias e soluções mais adequadas para atender às demandas desse segmento específico no setor do turismo. Para tal, realizou-se a revisão de literatura sobre a temática, disponível no banco de dados Publicações de Turismo, do Programa de Pós Graduação em Turismo da USP. Como resultado da observação, tem-se a recenticidade na abordagem do tema, e necessidade de minúcia no conhecimento da subcultura vegetariana por parte dos anfitriões de destinos, atrativos e empreendimentos turísticos, para assim receber de forma hospitaleira estes viajantes.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; Vegetarianismo; Turista vegetariano; Pesquisa em Turismo.

ABSTRACT: This article aims to scrutinize the existing academic productions about the relationship between vegetarianism and tourism; since the number of adherents of this diet and philosophy grows exponentially, and this field of study may contribute to the advancement of knowledge about the needs, preferences and experiences of vegetarian tourists, promoting the development of strategies and solutions more appropriate to meet the demands of this specific segment in the tourism sector. To this end, a literature review on the subject was carried out, available in the Tourism Publications database of the Graduate Program in Tourism of USP. As a result of the observation, there is the recenticity in the approach to the theme, and the need for detail in the knowledge of the vegetarian subculture on the part of the hosts of destinations, attractions and tourist enterprises, in order to receive these travelers in a hospitable way.

KEYWORDS: Tourism; Vegetarianism; Vegetarian tourist; Tourism Research.

1. INTRODUÇÃO

No contexto atual, o turismo é amplamente reconhecido como um fenômeno global que envolve a interação de diversas dinâmicas sociais, econômicas, culturais, ambientais, políticas e simbólicas (FRAGELLI; IRVING; OLIVEIRA, 2019, p.2). Essas dinâmicas atuam em conjunto, gerando um impacto significativo que pode reconfigurar as realidades locais onde o turismo se manifesta.

¹ Artigo apresentado como requisito para a obtenção do grau de Bacharel em Turismo, orientado pela professora Doutora Romilda Aparecida Lopes.

² Bacharelado do curso de turismo pela Universidade Federal de Juiz de Fora - UFJF. E-mail: 13025373695@estudante.ufjf.br.

As dinâmicas mencionadas anteriormente revelam a capacidade do mercado turístico de se adaptar às demandas e mudanças sociais ocorridas em diversas localidades e em diferentes escalas ao longo do tempo. Neste sentido, é importante destacar as novas articulações que surgem, incluindo a análise dos movimentos sociais, como o movimento vegetariano, e suas interações com o turismo. A presente pesquisa se concentra neste recorte específico, investigando as relações entre o movimento vegetariano e o setor turístico, tendo como motivação inicial as experiências pessoais da autora em 8 anos de prática do vegetarianismo.

O vegetarianismo consiste em uma dieta, estilo de vida e filosofia baseados na máxima de que o ser humano não deve explorar outros seres vivos para benefício próprio; assim sendo, exclui o consumo da carne, podendo também evitar o consumo de outros derivados animais. É dividido em subcategorias de acordo com o nível de restrição, sendo elas o ovovegetarianismo, lactovegetarianismo, ovolactovegetarianismo e o veganismo (CHOUIN, 2013). O quadro 1 esclarece a definição das categorias.

Quadro 1 - Classificação do vegetarianismo

CATEGORIA	DEFINIÇÃO
Vegetarianismo	Não há consumo de carne.
Ovolactovegetarianismo	Há o consumo tanto de ovo quanto de leite.
Ovovegetarianismo	Há o consumo do ovo e seus derivados, o leite é excluído.
Lactovegetarianismo	Exclui o ovo, mas consome o leite e seus originários.
Veganismo	Exclui todo tipo de produto de origem animal.

Fonte: adaptado de Sociedade Vegetariana Brasileira - SVB. Disponível em: www.svb.org.br

No vegetarianismo, enquanto primeira e mais geral categoria, aquela que contém todas as outras, não há o consumo da carne, seja vermelha ou branca. Na dieta ovolactovegetariana há o consumo tanto de ovo quanto de leite. O ovovegetariano consome o ovo e seus derivados; ao passo que o lactovegetariano exclui o ovo, mas consome o leite e seus originários. O veganismo, a mais restrita das dietas, exclui todo tipo de produto de origem animal, inclusive peças de vestuário e cosméticos.

Muitas pessoas têm aderido a essas dietas como forma de buscar o equilíbrio com a natureza, maior qualidade de vida e saúde, por motivos religiosos, ambientais, socioeconômicos, ou culturais. Tal ideologia, que também se caracteriza como uma subcultura alimentar, pode vir a restringir e afetar os seus adeptos durante viagens. Sob o prisma do veganismo, estrato mais restrito do vegetarianismo, nem todos os atrativos são aceitos, uma vez que esse turista tende a refutar e rejeitar atrativos que exploram os animais, tendo em vista que animais são seres sencientes, ou seja, possuem consciência e sentimento de dor.

Kansanen (2013) aponta que os veganos, enquanto turistas, frequentemente se deparam com a escassez ou a ausência absoluta de opções alimentares adequadas, sobretudo quando visitam destinos turísticos cuja cultura gastronômica é baseada no consumo de carne, leite e ovos. Ainda, a utilização de animais para fins de entretenimento, lazer e, conseqüentemente, turismo fere uma das principais bases filosóficas do veganismo: a ética na relação entre humanos e animais.

Diante deste contexto, nota-se que este é um campo de estudo que pode vir a contribuir para o avanço do conhecimento sobre as necessidades, preferências e experiências dos turistas vegetarianos, promovendo o desenvolvimento de estratégias e soluções mais adequadas para atender às demandas desse segmento específico no setor do turismo. Desta maneira, a produção de estudos que consideraram as influências do não consumo de carne e produtos de origem animal nas escolhas de destinos, alimentação fora do lar, hospedagem e atrativos visitados pelos turistas vegetarianos, bem como os desafios enfrentados por esses viajantes, pode contribuir não apenas para o avanço das pesquisas na área, mas também para a intervenção e aprimoramento do setor do turismo.

Portanto, a pergunta que embasa este estudo é: *Como as pesquisas do programa de pós-graduação em turismo da Universidade de São Paulo têm investigado a relação entre o vegetarianismo e o turismo?*

O objetivo geral deste estudo é analisar e compreender como as pesquisas alocadas no Banco de Dados Publicações de Turismo do Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade de São Paulo têm investigado a relação entre o vegetarianismo e o turismo. Isso envolve identificar os principais temas abordados, as

metodologias utilizadas e as conclusões alcançadas nas pesquisas que exploram essa temática. Busca-se obter um panorama abrangente e aprofundado do estado atual do conhecimento sobre a relação entre o vegetarianismo e o turismo, contribuindo para o avanço acadêmico nessa área e fornecendo subsídios para futuras investigações e tomadas de decisão no campo do turismo sustentável e da alimentação consciente.

2. APROXIMAÇÃO ENTRE VEGETARIANISMO E TURISMO

2.1 Hospitalidade no turismo

O paradigma da hospitalidade perpassa toda a atividade turística, visto que o destino como um todo e cada estabelecimento turístico deve estar preparado para bem receber e atender as necessidades e expectativas de seus visitantes. No capítulo 4 do livro “Hospitalidade: saberes e fazeres culturais em diferentes espaços sociais” Darci Kops apresenta a hospitalidade como contrato psicológico no processo de interação e convivência humana, cujas normas podem ser tanto universais quanto particulares a cada sociedade e cultura. De acordo com o autor, a convivencialidade social se traduz na legitimação do outro, e atitudes hospitaleiras assumem o papel de aproximação e convergência. Isto posto, indivíduos vegetarianos buscam a legitimação de suas escolhas alimentares e estilo de vida, através do acolhimento hospitaleiro por parte dos estabelecimentos.

Entre anfitriões de empreendimentos turísticos e os turistas, ocorre a hospitalidade comercial, onde a retribuição por parte do hóspede se dá monetariamente, sem necessidade da dádiva simbólica. Lashley e Morrison, no livro “Em busca da Hospitalidade: Perspectivas para um Mundo Globalizado”, sinalizam que na hospitalidade comercial, menor é a sensação de obrigação mútua da reciprocidade. Apontam que a troca financeira isentaria o hóspede da lealdade. Assim sendo, a maneira que o anfitrião moderno possui de surpreender, ultrapassar expectativas e fidelizar consumidores é elevando a hospitalidade a nível além do tradicional ou corriqueiro. Isto inclui interesse e aptidão para acolher visitantes adeptos de diferentes filosofias de vida e modos de alimentação, como é o caso dos turistas vegetarianos.

2.2 Turismo e Vegetarianismo

A relação entre o turismo e o vegetarianismo tem ganhado crescente interesse e relevância nos últimos anos, à medida que mais pessoas adotam o estilo de vida vegetariano e buscam opções de alimentação compatíveis com suas escolhas éticas e alimentares durante suas viagens (CHEHIN, 2015). Essa interseção abrange várias dimensões que impactam tanto os turistas quanto a atividade turística. Com o aumento no número de pessoas que se tornam vegetarianas ou que optam por uma alimentação mais baseada em vegetais, o setor do turismo tem sido impulsionado a adaptar-se para atender a essa demanda (SILVEIRA, 2023). Dessa maneira, hotéis, restaurantes, cruzeiros e outras empresas do setor turístico têm ampliado suas opções de refeições para incluir pratos vegetarianos em seus cardápios.

O turismo é uma atividade que tem impactos significativos no meio ambiente e nas comunidades anfitriãs. O vegetarianismo, além de ser uma escolha alimentar, está muitas vezes associado a uma postura de responsabilidade socioambiental e preocupação com o bem-estar dos animais. Assim, turistas vegetarianos podem ser mais propensos a escolher destinos e empresas turísticas alinhadas com seus valores éticos (CHEHIN, 2015). Algumas cidades e regiões têm aproveitado tal movimento para se promoverem como destinos "veggie-friendly" ou "vegan-friendly". Ao oferecer uma variedade de opções gastronômicas que atendem às preferências vegetarianas, esses destinos atraem um público específico que busca experiências culinárias alinhadas com suas escolhas alimentares e filosofia de vida.

Para muitos turistas, experimentar a culinária local é uma parte essencial da experiência de viagem. A adoção do vegetarianismo pode levar a uma maior valorização e apreciação da diversidade de pratos à base de vegetais nas culturas locais. O turismo gastronômico pode, portanto, beneficiar-se ao incorporar a rica variedade de opções vegetarianas disponíveis em diferentes partes do mundo. Embora a demanda por opções vegetarianas esteja em ascensão, alguns destinos e empresas turísticas podem enfrentar desafios ao adaptar-se a essa mudança. Preparar refeições

vegetarianas e garantir a qualidade e a autenticidade desses pratos pode requerer treinamento específico para os funcionários e uma reestruturação das práticas de fornecimento e preparação de alimentos.

Paetzhold, Cardoso, e Shikida (2017) verificam a satisfação do cliente em relação aos restaurantes vegetarianos da cidade de Cascavel, no Paraná. A pesquisa tem caráter mercadológico e busca compreender o nível de receptividade do consumidor perante à inserção de um restaurante indiano na cidade. Ademais, tem-se dissertação de mestrado, onde Schiochet (2018) investiga a realidade do segmento de alimentação vegetariana em Curitiba, também no Paraná, e as relações com o turismo; a fim de mapear tais estabelecimentos e identificar o perfil do turista que os frequenta. Como um dos resultados da pesquisa consta o crescimento no número de empreendimentos exclusivamente vegetarianos estritos desde 2013, na cidade.

A se tratar do vegetarianismo na hotelaria, o artigo de Silvestre (2017) busca compreender se o setor de Alimentos e Bebidas dos hotéis encontra-se preparado para recepcionar os adeptos da dieta vegetariana, através da perspectiva da hospitalidade. Por sua vez, Cunha e Cabianca (2019) apresentam o vegetarianismo como segmento de importância e oportunidade de mercado para as empresas hoteleiras; além de traçar, através de questionário on-line, o perfil do hóspede vegetariano. Por fim, Lima, Barros e Aquilino (2022) em artigo publicado no *Brazilian Journal of Health Review*, examinam a ascensão do vegetarianismo na hotelaria, ainda sob o prisma da hospitalidade. O estudo considera as dificuldades enfrentadas por indivíduos vegetarianos durante as viagens, mais especificamente em relação aos estabelecimentos hoteleiros, e trata das formas de acolhimento desse público específico do mercado turístico. Tais pesquisas encontradas fornecem um panorama geral do que tem sido produzido no Brasil a respeito da relação entre a atividade turística e a filosofia vegetariana.

3. PERCURSO METODOLÓGICO

O presente estudo é de natureza exploratória e descritiva, sendo conduzido

através de um levantamento bibliográfico. A pesquisa bibliográfica desempenha um papel central na investigação da evolução da produção científica. O levantamento bibliográfico é uma abordagem essencialmente qualitativa, embora não exclua a possibilidade de utilizar dados quantitativos. Esse método implica em um trabalho sistemático e ordenado sobre um objeto de pesquisa (LIMA, MIOTO, 2007).

Através da análise quantitativa e qualitativa da produção acadêmica, é possível captar insights sobre os pesquisadores, temas de estudo e locais onde estão sendo realizadas as pesquisas, bem como a relevância dos estudos. Neste contexto, a pesquisa exploratória e descritiva se concentrará na análise da produção acadêmica relacionada ao turismo e vegetarianismo, presentes nos artigos, teses e dissertações inseridos no banco de dados "Publicações de Turismo", associado ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo (EACH-USP).

O levantamento bibliográfico foi realizado nos meses de maio e junho de 2023 e os resultados foram tabulados sendo considerados aspectos como o número de artigos publicados, os autores, as palavras-chave, os objetivos do estudo, os conceitos definidos, a metodologia utilizada, os temas abordados e os resultados obtidos. Para tal, foram seguidos os seguintes procedimentos: seleção da base de busca; escolha das palavras-chave; pesquisa nas bases com as palavras-chave selecionadas; leitura dos resumos dos artigos e seleção dos textos a serem lidos integralmente; por fim, leitura dos textos e análise dos mesmos.

3.1 Caracterização do Banco de dados e coleta dos dados

O Programa de Pós-Graduação em Turismo da EACH-USP desempenha um papel de destaque ao proporcionar um espaço dedicado à reflexão e análise da realidade turística na sociedade brasileira. Sendo o primeiro curso de Pós-Graduação Stricto Sensu em Turismo e Lazer aprovado para mestrado e doutorado, desde sua criação em 1991, ele serviu de inspiração e referência para o estabelecimento de programas similares em outras universidades brasileiras. Sua atuação pioneira e

consolidada no campo acadêmico do turismo contribuiu para a formação de pesquisadores e profissionais qualificados, impulsionando a produção científica na área.

Além de enfatizar o desenvolvimento do turismo com abordagem nas questões sociais, culturais, econômicas e políticas, o programa prioriza a formação de profissionais com habilidades de pesquisa, domínio de temas relevantes, conhecimento em métodos de pesquisa e postura crítica. Suas linhas de pesquisa abrangem conhecimento e tendências turísticas, bem como gestão e inovação no setor, com o objetivo de preparar os egressos para carreiras acadêmicas ou atuação na gestão pública ou privada do turismo, visando ao desenvolvimento sustentável e inclusão social.

Adicionalmente, o Programa de Pós-Graduação em Turismo da EACH-USP abriga um projeto de extensão com um banco de dados chamado "Publicações de Turismo". Esse banco de dados é composto por artigos publicados em periódicos científicos iberoamericanos de turismo, utilizando o sistema OJS³, que oferece uma gestão eficiente e simplificada dos artigos, permitindo um acesso fácil aos conteúdos disponíveis. Dessa forma, estudantes, acadêmicos e profissionais têm acesso a uma fonte confiável e atualizada de informações que contribui para o avanço do conhecimento científico na área do turismo.

Durante a investigação no banco de dados utilizou-se o conceito mais amplo do vegetarianismo, onde todas as subcategorias estão inclusas. Dito isto, o levantamento dos textos estudados se deu, inicialmente, pela procura das seguintes palavras-chave no banco de dados Publicações de Turismo: vegetarianismo, veganismo, vegetariano(a), vegano(a), turista vegetariano, turista vegano. O que resultou em 6 (seis) resultados onde o tema do vegetarianismo versa sobre o turismo, sendo 5 (cinco) em língua portuguesa e 1 (um) em espanhol. Os 6 (seis) textos pertencem à categoria de artigo científico. Todos os resultados encontrados considerados pertinentes ao

³ Open Journal Systems (OJS) é um software de código aberto que permite o gerenciamento e a publicação de revistas eletrônicas. Ele fornece um sistema completo para gestão de fluxo de trabalho editorial, desde a submissão e revisão de artigos até a publicação final. O OJS foi desenvolvido para facilitar o processo de publicação acadêmica online, oferecendo recursos como controle de acesso, indexação de conteúdo, acompanhamento de métricas e suporte para diferentes idiomas. Ele é amplamente utilizado por periódicos científicos e instituições acadêmicas em todo o mundo como uma plataforma confiável para a publicação de artigos científicos.

objetivo da presente pesquisa foram abrangidos, sem emprego de recorte geográfico e/ou temporal.

4. APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS ENCONTRADOS

4.1 Aspectos gerais dos artigos

Nesta seção serão discutidos os aspectos relativos à: i) recorte temporal; ii) localidades analisadas; iii) metodologias de pesquisa aplicadas; iv) área de atuação dos autores; e v) relações entre os artigos.

A seguir têm-se a ordenação dos artigos selecionados, de acordo com a data de publicação:

Quadro 2 - Relação de artigos encontrados

REFERENCIA DO ARTIGO	TÍTULO	ANO DE PUBLICAÇÃO	AUTORIA
Artigo 1	Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo	2005	Érica de Souza Franco; Raul Amaral Rego
Artigo 2	Accesibilidad en la oferta gastronómica de la ciudad de Viedna, provincia de Río Negro, Argentina	2015	Cecilia Rodriguez; Alejandra Cañulaf Pablo
Artigo 3	Difusão do vegetarianismo e veganismo no Brasil a partir de uma perspectiva de transnacionalização	2018	Calili Alvez Cavalheiro; Fabiane Cortez Verdu; Juliana Marangoni Amarante
Artigo 4	Análise da oferta de opções vegetarianas em bares e restaurantes não especializados	2020	Filipe Arnoni; Mauro Mastella
Artigo 5	Discussões sobre a comensalidade e as experiências de viagens para os veganos	2021	Mariana da Silva Lopes; Maria Henriqueta Gimenes-Minasse
Artigo 6	Dificuldades de indivíduos veganos em destinos turísticos: um estudo exploratório	2021	Romário Loffredo de Oliveira; Bruna Ranção Conti; Manoela Carrillo Valduga

Fonte: a própria autora.

As localidades analisadas nos resultados encontrados foram:

1. São Paulo - SP, no artigo “Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes da cidade de São Paulo”;
2. Viedma, na Argentina, no artigo “Accesibilidad en la oferta gastronómica de la ciudad de Viedma, provincia de Río Negro, Argentina”;
3. Porto Alegre - RS, no artigo “Análise da oferta de opções vegetarianas em bares e restaurantes não especializados”.

Os demais artigos não utilizaram recorte geográfico. Diante deste cenário, nota-se a concentração dos estudos sobre turismo em grandes centros, como São Paulo, Viedma e Porto Alegre, o que pode sinalizar uma lacuna nas pesquisas que consideram o turismo e o vegetarianismo. Essa concentração geográfica pode resultar em visão parcial e restritiva do turismo, uma vez que as realidades e dinâmicas turísticas em diferentes regiões podem ser negligenciadas ou sub-representadas.

A tendência de analisar predominantemente contextos turísticos mais desenvolvidos e consolidados, com infraestrutura turística estabelecida e maior fluxo de visitantes, pode levar à carência na compreensão das particularidades e desafios enfrentados por destinos turísticos menores, regiões rurais ou áreas menos exploradas. Além disso, pode haver a tendência a reproduzir perspectivas dominantes e estereotipadas sobre o turismo, ignorando a diversidade cultural, social e ambiental presente em outras localidades. Isso pode decorrer em falta de representatividade e compreensão dos impactos do turismo em diferentes contextos e comunidades quando se relaciona turismo e vegetarianismo.

A respeito das datas de publicação dos artigos, verifica-se que em 2005 já se lançava olhares às subculturas, em especial o vegetarianismo, e a estratégias de viés notadamente mercadológico para a captação desse público-alvo. As demais produções concentram-se nos anos mais recentes, o que reforça a crescente adesão ao vegetarianismo por parte da população, evidenciando a necessidade de estudos mais aprofundados acerca do assunto.

De acordo com Motta (2021) o aumento no número de pesquisas sobre questões alimentares, como o vegetarianismo, reflete uma crescente mobilização e conscientização em relação às injustiças e desigualdades presentes no sistema alimentar. Essas iniciativas surgem como ferramentas analíticas para compreender os

processos de produção e consumo neste sistema, buscando promover novos ordenamentos sociais (VILELA, 2017). Desta maneira, vê-se que esta abordagem analítica tem impulsionado estudos no campo do turismo, que buscam compreender como o vegetarianismo em suas diversas formas influencia os hábitos, comportamentos e preferências dos turistas, além de fomentar a reflexão sobre estratégias de turismo mais sustentáveis. À vista disso, é possível identificar que a temática do vegetarianismo e o turista vegetariano recebem novas óticas, como a da hospitalidade e comensalidade, e da acessibilidade.

Ao analisar a área de formação e atuação dos autores de cada texto, é evidente a presença do Turismo como a área principal, seguida pela Gastronomia e Administração. Isso demonstra a multidisciplinaridade com a qual o tema do vegetarianismo pode ser abordado no contexto da atividade turística. Quanto às metodologias utilizadas, observa-se que a pesquisa exploratória é o método mais comum empregado, seguido pela combinação de pesquisa de campo e estudo de caso, bem como a revisão sistemática de literatura.

No que se refere às fontes utilizadas pelos autores dos artigos, observa-se que as definições do vegetarianismo fornecidas pela Sociedade Vegetariana Brasileira foram as mais frequentemente empregadas. Ademais, nota-se que o artigo "Dificuldades de indivíduos veganos em destinos turísticos: um estudo exploratório" de Oliveira, Conti e Valduga (2021) incorpora em seu referencial teórico outros dois artigos discutidos neste estudo, nomeadamente "Difusão do vegetarianismo e veganismo no Brasil a partir de uma perspectiva de transnacionalização" e "Accesibilidad en la oferta gastronómica de la ciudad de Viedma, provincia de Río Negro, Argentina". Enquanto o artigo "Análise da oferta de opções vegetarianas em bares e restaurantes não especializados" de Arnoni e Mastella (2020) cita como uma de suas fontes o artigo de 2005 "Marketing estratégico para subculturas: um estudo sobre hospitalidade e gastronomia vegetariana em restaurantes na cidade de São Paulo".

4.2 Palavras-chave mais citadas

O quadro abaixo lista as palavras-chave por artigo e são elucidadas aquelas

mais citadas em cada um deles.

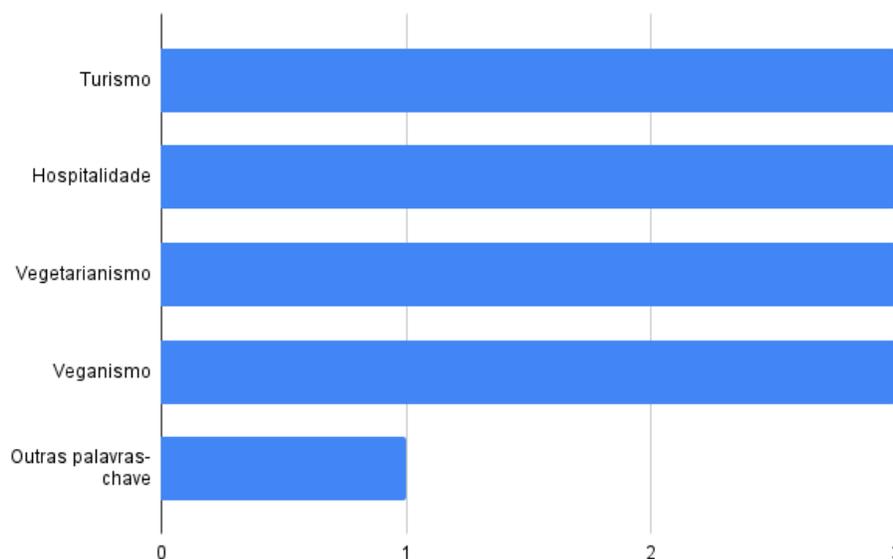
Quadro 3 - Relação de palavras-chave dos artigos

AUTORES	PALAVRAS-CHAVE
Franco e Rego (2005)	Gastronomia vegetariana; Hospitalidade; Restaurantes.
Rodríguez e Cañulaf (2015)	Turismo accesible; Celiaquía, Diabetes Mellitus, Hipertensión arterial; Vegetarianismo; Oferta gastronómica
Cavalheiro, Verdu e Amarante (2018)	Vegetarianismo; Veganismo; Transnacionalização da Cultura; Mercado.
Aroni e Mastella (2020)	Vegetarianismo; Serviços de alimentação; Hospitalidade.
Oliveira, Conti e Valduga (2021)	Hospitalidade; Comensalidade; Veganismo; Restrição alimentar; viagens
Lopes e Gimenes-Minasse (2021)	Veganismo; Turismo; Turismo Vegano; Dificuldades em destinos turísticos.

Fonte: a própria autora.

Ao analisar as palavras-chave presentes nos artigos selecionados, é possível identificar os principais temas e conceitos abordados no contexto do turismo e veganismo. As palavras-chave mais incidentes são "turismo", "hospitalidade", "vegetarianismo" e "veganismo", com três ocorrências cada uma. Essas palavras-chave refletem a ênfase dada à relação entre turismo, alimentação vegana, escolhas alimentares e hospitalidade. O gráfico abaixo demonstra a relação das palavras com maior ocorrência:

Gráfico 1 – Ocorrências das palavras-chave



Fonte: a própria autora

A presença da palavra-chave "turismo" indica que os estudos estão centrados nas interações entre o turismo e o vegetarianismo, destacando questões relacionadas a destinos turísticos, experiências de viagem e oferta de serviços turísticos adaptados às necessidades de indivíduos vegetarianos.

A palavra-chave "hospitalidade" ressalta a importância da qualidade do atendimento e acolhimento aos turistas vegetarianos, abordando aspectos como serviços de alimentação, comensalidade e restrições alimentares.

As palavras-chave "vegetarianismo" e "veganismo" apontam para o interesse na compreensão e exploração dessas práticas alimentares específicas, incluindo a análise da gastronomia vegetariana, as implicações culturais e a disseminação dessas subculturas no contexto brasileiro e internacional.

Outras palavras-chave presentes nos artigos, embora com uma única ocorrência cada, contribuem para uma visão mais abrangente das questões abordadas, como "oferta gastronômica", "celiaquía", "diabetes mellitus", "hipertensão arterial", "transnacionalização da cultura", "mercado" e "dificuldades em destinos turísticos". Essas palavras-chave parecem indicar a preocupação com a diversidade alimentar, a inclusão de pessoas com restrições alimentares, a influência da cultura globalizada na

disseminação de práticas vegetarianas, bem como os desafios enfrentados por vegetarianos em destinos turísticos.

4.3 Entendimentos dos principais conceitos pelos autores

Ao considerar as principais concepções abordadas, sendo elas turismo, vegetarianismo, turista vegetariano, e os desafios vivenciados, examina-se o entendimento destas apresentado em cada artigo analisado. A iniciar pela caracterização de turismo.

No artigo de Franco e Rego (2005) não foi encontrado definição direta do turismo, entretanto, é reconhecida a dificuldade dos pertencentes à subcultura vegetariana no que tange à alimentação fora de casa. Ademais, os autores apontam para a hospitalidade como fator definidor do sucesso de um empreendimento turístico/gastronômico.

O Artigo 2 apresenta entendimento voltado para o setor gastronômico como fomentador da acessibilidade turística. Neste, Rodríguez e Cañaluf (2015) alertam para a necessidade da criação e manutenção de políticas que eliminem as barreiras que impedem a integração de pessoas com qualquer tipo de restrição, para assim surgir o turismo acessível. Indicam, ainda, que nos destinos turísticos os métodos de inclusão se resumem à acessibilidade física.

Os autores Cavalheiro, Verdu e Amarante (2018), no Artigo 3, apontam o turismo como atividade partícipe do fenômeno da transnacionalização e, portanto, contribuinte na difusão do vegetarianismo e veganismo no Brasil. Enquanto Arnoni e Mastella (2020) não abordam especificamente o termo turismo em sua pesquisa. Esta é voltada para bares e restaurantes da cidade de Porto Alegre; assim sendo, são retratados empreendimentos gastronômicos, que fazem parte da oferta turística, mas também frequentados pela população local.

Por sua vez, no Artigo 5 o turismo é discutido sob a perspectiva da hospitalidade, a relação de acolhimento e respeito entre anfitrião e hóspede. Diz-se que a hospitalidade quando relacionada às viagens apresenta caráter comercial, onde não se faz necessário retorno simbólico para além do financeiro por parte do hóspede.

Ainda assim, atitudes hospitaleiras provenientes dos estabelecimentos garantem o sucesso do negócio, captação e satisfação do visitante.

Por fim, com enfoque no Turismo Gastronômico, os autores Lopes e Gimenes-Minasse (2021) o qualificam como subsegmento do Turismo Cultural, e recorte que busca "viagens experienciais para regiões gastronômicas com fins de lazer onde o visitante pode realizar diferentes atividades associadas à degustação de alimentos e bebidas".

Ao se tratar do vegetarianismo, os autores dos artigos 1, 2 e 4 levam em consideração a estratificação definida pela Sociedade Vegetariana Brasileira, que classifica o vegetarianismo em: ovolactovegetariano, lactovegetariano, ovovegetariano, e vegetariano estrito. Franco e Rego (2005) no artigo 1 apontam ainda os crudívoros e frugívoros, além de ressaltar a variedade de frutas, verduras, legumes, grãos, temperos, ervas, raízes, sementes e cogumelos que compõem a dieta vegetariana, o que refuta a ideia de ser uma dieta extremamente restritiva.

No artigo 2, Rodríguez e Cañulaf (2015) acrescentam os apivegetarianos, aqueles que consomem mel. De acordo com citação da American Dietetic Association, afirmam que "as dietas vegetarianas apropriadamente planejadas são saudáveis, nutricionalmente adequadas e proporcionam benefícios à saúde na prevenção e tratamento de certas doenças". Enquanto que no artigo 4 o vegetarianismo é observado apenas sob o ponto de vista alimentício, portanto não se faz menção ao vegano e suas demais abdições (uso do couro, cosméticos testados em animais, etc.).

Os autores Cavalheiro, Verdu e Amarante (2018) - artigo 3 - compreendem a prática do vegetarianismo como já muito antiga no contexto histórico global, uma vez que tem-se evidências da adoção desse tipo de alimentação desde os primeiros homínídeos. Pontuam também as influências religiosas que colaboraram para difundir a dieta vegetariana no Brasil, como a Igreja Adventista do Sétimo Dia, que considera a carne um dos seus principais "inimigos"; e o budismo, que tem como essência o princípio ético-religioso de respeito incondicional e não-violência a todo tipo de ser.

O artigo 5, de Oliveira, Conti e Valduga (2021) versa sobre a categoria mais restrita do vegetarianismo: os veganos. Caracteriza a dieta e estilo de vida pela

restrição de todo e qualquer alimento de origem animal, tal como ativismo pela libertação animal e o fim de qualquer tipo de exploração e maus tratos pela sociedade, seja através de peças de vestimenta, entretenimento, transporte, ou testes de cosméticos e medicamentos.

Por último, Lopes e Gimenes-Minasse (2021) abarcam o estrato vegano do vegetarianismo. A definição do veganismo utilizada é: "buscar o fim do uso de animais pelo homem para alimentos, mercadorias, trabalho, caça, vivissecção e por todos os outros usos envolvendo a exploração da vida animal pelo homem". Os autores caracterizam a exclusão de todo alimento de origem animal e seus derivados como principal ponto de convergência entre as diferentes abordagens e motivações à adoção do estilo de vida. Ressaltam, ainda, que o veganismo vai além do entendimento dietético e envolve a proibição de outros produtos provenientes de animais ou neles testados.

Quanto ao turista vegetariano, os autores do artigo 1 o entendem como membro de uma subcultura ("grupos com valores compartilhados que surgem de suas experiências de vida ou de circunstâncias especiais"); e como mercado-alvo a partir do momento em que os comportamentos deste grupo se traduz em diferentes desejos de consumo.

Rodríguez e Cañaluf (2015) abordam o turista vegetariano como pertencente à classe de pessoas com limitações na alimentação e dignos de inclusão, ainda que, diferente de pessoas celíacas, diabéticas e hipertensas, o vegetariano tenha adotado tal dieta de maneira opcional.

No artigo 3 o indivíduo vegetariano é abordado como integrante de um movimento ético-social e cultural, e consumidor de forma geral, não especificamente enquanto turista. É destacada a demanda crescente por produtos vegetarianos e veganos nos mercados e demais estabelecimentos do ramo da alimentação.

Na pesquisa de Arnoni e Mastella (2020) considera-se o consumidor vegetariano também em sua totalidade, não o caracterizando enquanto turista. Disto isto, trata-se de um público-alvo que busca por variedade na oferta de pratos, e informações claras por parte dos estabelecimentos sobre a composição do que é servido.

Oliveira, Conti e Valduga (2021) destacam a importância para indivíduos

vegetarianos de formarem laços e grupos sociais, pois ao compartilhar a mesa com seus semelhantes (adeptos da mesma forma de alimentação, ainda que momentaneamente), se vêem livres de explicações sobre seu prato, suas escolhas e motivações. É observada, portanto, a grande capacidade de influência que os praticantes do vegetarianismo possuem em suas relações familiares, de amizade, dentre outras. Assim sendo, empreendimentos preparados para receber de forma hospitaleira comensais com restrições alimentares e aptos a informá-los de maneira satisfatória, garantem momentos de conforto e bem-estar durante a viagem.

De acordo com os autores do artigo 5, o turista vegano rejeita atrativos que façam uso da exploração animal para entretenimento, o que vai contra a ética na relação entre seres humanos e animais. Além disso, buscam por restaurantes e feiras voltados ao público vegetariano, por representarem um 'lugar seguro' tanto em relação à origem dos produtos, quanto à garantia de hospitalidade, evitando desconfortos ao serem incisivamente questionados sobre suas práticas alimentares.

Por fim, em relação aos principais desafios que perpassam as viagens do turista vegetariano, Franco e Rego (2005) classificam o consumo de carne ainda como fortemente ligado à expressão da riqueza e, por este e outros motivos, a utilização de produtos de origem animal segue sendo considerada indispensável. Observa-se também o desafio por parte dos estabelecimentos em identificar tendências de mercado, a viabilidade em atendê-las, e como acolher de forma satisfatória o público-alvo vegetariano.

Rodríguez e Cañaluf (2015) destacam o pouco conhecimento por parte dos donos de restaurantes e prestadores de serviço a respeito do turismo acessível (em especial a acessibilidade gastronômica) como principal desafio à aplicação de ações que versem sobre a inclusão de pessoas com restrições alimentares.

Já Cavalheiro, Verdu e Amarante (2018) indicam o acesso limitado a informações a respeito do vegetarianismo como principal adversidade, pois a grande mídia não contribui para a difusão do mesmo - e muitas vezes o vê como ameaça - já que a maior parte das corporações envolvidas se apoiam e utilizam de matéria-prima animal. Ao final, salientam que no contexto mundial capitalista, a propagação de quaisquer práticas, estilos de vida ou ideologias se dá por motivações puramente

econômicas.

No artigo de Arnoni e Mastella (2020) são mencionadas como maiores dificuldades enfrentadas pelos vegetarianos na alimentação fora de casa a ausência de informações adequadas nos cardápios, bem como a falta de variedade, visto que a maioria dos empreendimentos atêm-se apenas a petiscos e saladas. Importa frisar que tais dificuldades, de acordo com a pesquisa, são menos percebidas em estabelecimentos considerados jovens, o que aponta para a necessidade de atualização de bares e restaurantes tradicionais e até mesmo os sofisticados.

Como resultado da análise de Oliveira, Conti e Valduga (2021) foi determinada a necessidade de se aprofundar na discussão teórica sobre as restrições alimentares durante as viagens, sob o prisma da hospitalidade e comensalidade.

E como conclusão da pesquisa de Lopes e Gimenes-Minasse (2021), foram encontrados enquanto principais obstáculos enfrentadas pelos veganos nas viagens: encontrar opções veganas variadas nos cardápios de estabelecimentos turísticos; encontrar restaurantes e lanchonetes 100% veganos; ter confiabilidade nos pratos veganos; encontrar opções veganas a preços acessíveis; e falta de conhecimento sobre o veganismo por parte dos empreendimentos alimentícios. Além de encontrar atrativos que não envolvam exploração animal.

4.4 Relação entre objetivos e palavras-chave

Neste item, é traçada a relação entre os objetivos e as palavras-chave delimitadas em cada artigo.

Quadro 4 – Relação entre os objetivos e palavras-chave

TRABALHO	OBJETIVOS CENTRAIS DOS TRABALHOS	PALAVRAS-CHAVE
Franco e Rego (2005)	Investigar as decisões de marketing estratégico de restaurantes da cidade de São Paulo para identificar, segmentar e atender os consumidores pertencentes à subcultura vegetariana, de modo a identificar as relações com a hospitalidade em restaurantes.	Gastronomia vegetariana; Hospitalidade; Restaurantes.

Rodríguez e Cañaluf (2015)	Conhecer a oferta gastronômica existente na cidade de Viedma e sua situação a respeito da possibilidade de receber comensais com requisitos especiais em sua dieta, como diabéticos, celíacos, hipertensos, e vegetarianos.	Turismo acessível; Celiacúia, Diabetes Mellitus, Hipertensión arterial; Vegetarianismo; Oferta gastronômica
Cavalheiro, Verdu Amarante (2018)	Compreender o papel da transnacionalização na difusão do vegetarianismo no Brasil e a contribuição da internet nesse processo.	Vegetarianismo; Veganismo; Transnacionalização da Cultura; Mercado.
Armoni Mastella (2020)	Examinar a oferta de opções vegetarianas em bares e restaurantes não especializados em Porto Alegre.	Vegetarianismo; Serviços de alimentação; Hospitalidade.
Oliveira, Conti e Valduga (2021)	Compreender a discussão sobre a importância da comensalidade para os indivíduos que possuem restrições alimentares em suas experiências de viagem.	Hospitalidade; Comensalidade; Veganismo; Restrição alimentar; viagens
Lopes e Gimenes-Minasse (2021)	Identificar e analisar, a partir de uma pesquisa exploratória, as principais dificuldades que os veganos encontram ao planejar suas viagens, considerando a alimentação, a hospedagem e os atrativos oferecidos pelo destino.	Veganismo; Turismo; Turismo Vegano; Dificuldades em destinos turísticos.

Fonte: a própria autora.

As palavras-chave utilizadas por Franco e Rego (2005) são gastronomia vegetariana; hospitalidade; e restaurantes. O artigo aborda a experiência do turista vegetariano apenas em restaurantes e não leva em consideração outros componentes da experiência turística, como meios de hospedagem e atrativos. Os autores investigam restaurantes da cidade de São Paulo a fim de identificar a forma com que se adequam ou não às expectativas do visitante adepto ao vegetarianismo.

A palavra-chave hospitalidade refere-se aqui à hospitalidade comercial como ferramenta de competitividade no mercado, portanto, desenvolver estratégias de acolhimento ao turista vegetariano significa maior rentabilidade do estabelecimento. A ótica da pesquisa é voltada majoritariamente para os estabelecimentos e empreendedores do ramo gastronômico, e as ferramentas que estes têm à disposição para receber e cativar o público-alvo pertencente à subcultura vegetariana.

Os autores argentinos Rodríguez e Cañaluf (2015) utilizam as seguintes palavras-chave, em tradução livre: turismo acessível; doença celíaca; Diabetes Mellitus; hipertensão arterial; vegetarianismo; e oferta gastronômica. Este artigo versa

sobre as restrições alimentares de forma abrangente, sendo elas opcionais ou não. Os autores utilizam como recorte geográfico a cidade de Viedma, na Argentina e abordam um a um a doença celíaca, diabetes mellitus, hipertensão e o vegetarianismo; a fim de analisar a prontidão e qualificação dos restaurantes para receber tais comensais com requisitos especiais.

Tal qualificação é considerada como fundamental elemento da acessibilidade no turismo. É ressaltada a importância do entendimento da acessibilidade não somente enquanto acessibilidade física para pessoas com mobilidade reduzida, mas também a garantia do acesso à alimentação de qualidade por aqueles que possuem dietas restritivas.

Cavalheiro, Verdu e Amarante (2018), partindo das palavras-chave vegetarianismo; veganismo; transnacionalização da cultura; e mercado, exploram quais teriam sido as influências da difusão do vegetarianismo no Brasil. Palavra-chave que aparece exclusivamente neste artigo, a transnacionalização da cultura é abordada como fator impulsionador da disseminação do vegetarianismo, principalmente através da internet nos dias atuais.

Além disso, a chegada de religiões como a Igreja Adventista do Sétimo Dia e o Budismo, ambas defensoras da dieta vegetariana, cada uma à sua maneira, teriam também desempenhado o papel de multiplicar o número de adeptos a esta forma de alimentação.

Os autores Arnoni e Mastella (2020) investigam a oferta de pratos vegetarianos em restaurantes e bares não especializados pelo viés da hospitalidade, com enfoque mais voltado aos desejos e necessidades do consumidor. As palavras-chave utilizadas são o vegetarianismo; serviços de alimentação; e hospitalidade.

Sob o recorte geográfico da cidade de Porto Alegre, o artigo busca examinar as opções veganas e vegetarianas ofertadas pelos estabelecimentos gastronômicos que também oferecem pratos com carne, com o objetivo de comparar a quantidade de pratos com ou sem carne e suas particularidades. É notado, por exemplo, que dentre os pratos vegetarianos apresentados nos bares e restaurantes, há maior incidência de entradas, saladas e cozinha fria, enquanto não há uma oferta variada de pratos principais quentes.

A partir das palavras-chave hospitalidade; comensalidade; veganismo; restrição alimentar; e viagens, o artigo de Oliveira, Conti e Valduga (2021) possui olhar voltado para os viajantes veganos e aborda a comensalidade como elemento essencial aos anfitriões de empreendimentos gastronômicos, e a necessidade de maior conhecimento teórico e prático a respeito da dieta vegetariana, para que a hospitalidade possa decorrer em sua totalidade.

Durante a pesquisa foi identificada a pouca preparação por parte dos estabelecimentos para acolher consumidores vegetarianos, principalmente pela falta de conhecimento aprofundado a respeito da dieta e suas variações, a citar o veganismo. Ao estudar as diferentes motivações que movem aqueles que decidem parar com o consumo da carne e produtos de origem animal, bem como tomar nota das infinitas possibilidades de insumos e combinações, empreendedores e colaboradores dos restaurantes colocam em prática a comensalidade e hospitalidade para este público.

No artigo de Lopes e Gimenes-Minasse (2021) as palavras-chave definidas são veganismo; turismo; turismo vegano; dificuldades em destinos turísticos. Voltado às dificuldades dos turistas vegetarianos em suas viagens, este artigo aborda os desafios que percorrem não apenas o momento de alimentar-se, mas também no que diz respeito a atrativos e meios de hospedagem.

O estudo se dá através do ponto de vista dos viajantes, que apontam seus maiores contratempos e/ou fatores decisivos. Entre eles, os desafios mais citados foram: encontrar restaurantes e feiras especializadas em cozinha vegetariana, por representar maior segurança no momento à mesa; variedade de opções de pratos com preço justo; e atrativos que não façam uso de nenhum tipo de exploração animal.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presente pesquisa teve como objetivo detalhar as produções acadêmicas acerca dos temas vegetarianismo e turismo, encontradas no banco de dados Publicações de Turismo, do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo, USP. A partir da perspectiva de que a adesão à dieta vegetariana

encontra-se em relevante crescimento, interessou saber quais estudos têm sido feitos neste âmbito, e possíveis mudanças no cenário turístico.

O número de artigos encontrado através do banco de dados selecionado demonstra que apesar da difusão do vegetarianismo vivenciar altos índices atualmente, ainda não é ampla a pesquisa na área, e a maioria existente possui viés estritamente mercadológico, não atentando-se aos demais aspectos do fenômeno. É possível perceber a carência de produções aprofundadas e que se amparam no ponto de vista, necessidades e expectativas do viajante adepto da dieta. Contudo, importa ressaltar que esta pesquisa se limitou apenas a um banco de dados de publicações científicas.

Ao considerar o salto no número de artigos produzidos nos últimos anos, entende-se que não só o vegetarianismo e suas vertentes, mas também as demais subculturas e estilos de vida têm sido levadas em consideração ao se pensar e estabelecer práticas de hospitalidade e acessibilidade. O artigo encontrado em língua espanhola tem destaque para a abordagem empregada, em que se qualifica indivíduos e turistas vegetarianos juntamente com aqueles que possuem restrições alimentares não opcionais. Abre-se campo para demais estudos a serem realizados em território brasileiro.

A sustentabilidade, no entanto, não foi tema consideravelmente abordado nos artigos examinados; o que diverge do esperado, uma vez que em adição à proteção animal, a adesão ao vegetarianismo muito se relaciona à preservação dos recursos hídricos, combate ao desmatamento e à poluição, e representa alternativa ao desperdício e má distribuição de alimento. O indivíduo vegetariano é apontado como mantenedor de grande poder de influência em seu círculo social; desta maneira, lançar olhar sobre o sujeito e turista vegetariano tem potencial a, além de elevar a qualidade dos produtos e serviços oferecidos, agregar discussões a respeito da ética animal, ambiental e social, novos moldes de turismo acessível e sustentável.

Em vista de facilitar o processo de planejamento da viagem, tal qual o momento de vivência da mesma, tem-se também como sugestão a investigação e listagem de destinos brasileiros com maior oferta de restaurantes vegetarianos, meios de hospedagem com práticas sustentáveis e atrativos que não utilizem nenhum tipo de exploração animal; isto é, a criação de roteiros *veggie-friendly*.

Referências bibliográficas

ARNONI, F.; MASTELLA, M. Análise da oferta de opções vegetarianas em bares e restaurantes não especializados. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, volume 17, n.03, p. 50-73, 2020.

BENI, M. C. História e trajetória dos cursos de Graduação e Pós-Graduação em Turismo na Universidade de São Paulo - USP. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, [S.l.], n. 26, p. 179-183, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.34624/rtd.v0i26.10793>. Acesso em: 28 de junho 2023.

BUHALIS, D.; COSTA, C. **Tourism management dynamics** – Trends, management, and tools. London: Routledge, 2006.

CAÑULAF, P; RODRÍGUEZ, C. A. Accesibilidad En La Oferta Gastronómica De La Ciudad De Viedma, Provincia De Río Negro, Argentina. Março, 2016. **Turismo y Sociedad**. 16, (jun. 2015), 31-42.

CAVALHEIRO, C.A.; VERDU, F.C.; AMARANTE, J. M. Difusão do vegetarianismo e veganismo no Brasil a partir de uma perspectiva de transnacionalização. **Revista Eletrônica Ciências da Administração e Turismo**. V.6, n.1, p.51-67, jan. /jul. , 2018.

CHEHIN, Mariana Martins. **Atrativos turísticos que utilizam animais como entretenimento: a influência da informação ambiental no comportamento sustentável**. 73f. Monografia (Graduação em Turismo) – Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Niterói-RJ, 2015.

CHOUIN, G. R. **Interações, significados e práticas do vegetarianismo na mídia social: um estudo netnográfico**. Gisele Rosner Chouin. – Rio de Janeiro: UFRJ, 2013.

CUNHA, I. Q.; CABIANCA, M.A.A. O crescimento do vegetarianismo e suas repercussões na hotelaria. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo**, n. 27 (dezembro. 2019). Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/vegetarianismo.html>
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes27vegetarianism>

DILEK, S.; FENNEL, D. Discovering the hotel selection factors of vegetarians: the case of Turkey. **Tourism Review**, 73(4) 492-506, 2018.

FRAGELLI, C., IRVING, M.D., OLIVEIRA, E. (2020). Turismo: fenômeno complexus da contemporaneidade? **Caderno Virtual de Turismo**, 19.

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**, vol. 7, núm. 3, set. /dez. 2005, pp. 469-482 Universidade do Vale do Itajaí Camboriú, Brasil.

HALL, C.; SHARPLES, L. The consumption of experiences or the experience of consumption? An introduction to the tourism of taste. HALL, C. et al. (org.). **Food Tourism around the world**. Elsevier: Burlington, p. 1-24, 2003.

KANSANEN, I. **Vegan travel-The ways how vegan diet influences travel experience**. Dissertação (Bacharelado em Experiência e Gestão do Bem-estar). Haaga Helia –University of Applied Sciences, 2013.

KOPS, D. **Hospitalidade: saberes e fazeres culturais em diferentes espaços culturais**. Caxias do Sul, RS: Educs, 2014. Disponível em: <https://plataforma.bvirtual.com.br/Leitor/Publicacao/47894/pdf/0>

LASHLEY, C.; MORRISON, A. **Em Busca da Hospitalidade: Perspectivas para um Mundo Globalizado**. Editora Manole, 2004. E-book. ISBN 9788520443330. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788520443330/> . Acesso em: 24 jun. 2023.

LIMA, P.F.H.; BARROS, A.G.S.; AQUILINO, G.M.A. Ascensão do vegetarianismo e do veganismo na hotelaria: uma forma de hospitalidade. **Brazilian Journal of Health Review**, Curitiba, v. 5, n. 2, p 7929-7946- mar./apr., 2022.

LIMA, T. C. S.; MIOTO, R. C. T. (2007). Procedimentos metodológicos na construção do conhecimento científico: a pesquisa bibliográfica. **Revista Katál**. Florianópolis, v.10, n. eps., p. 37-45. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1414-49802007000300004&lng=en&nrm=iso&tlng=pt.

LOPES, M. GIMENES-MINASSE, M. (2021). Dificuldades de indivíduos veganos em destinos turísticos: um estudo exploratório. **CULTUR - Revista de Cultura e Turismo**. 15. 10.36113/cultur.v15i2.2927. CULTUR, ano 15 - nº 02 – Nov/2021.

OLIVEIRA, R. L.; CONTE; B. R.; VALDUGA, M.C.C. Discussões sobre comensalidade e experiências de viagens para veganos. **Cenário Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**. Brasília, Brasil e-ISSN: 2318-8561 V.9 (1), Jan/Jun. 2022

PAETZOLD, T. P. S.; CARDOSO, B. F.; SHIKIDA, P. F. A. Fatores determinantes do comportamento do consumidor em relação aos restaurantes vegetarianos e perspectiva de um restaurante indiano em Cascavel/PR. **Teoria e Evidência Econômica** - Ano 23, n. 49, p. 436-461, jul./dez. 2017

SCHIOCHET, F. L. **Vegetarianismo e turismo em Curitiba**: possibilidades e realidades. Universidade Federal do Paraná. Setor de Educação. Programa de Pós Graduação em Turismo. Curitiba, 2018.

SGROI, F. Forest resources and sustainable tourism, a combination for the resilience of the landscape and development of mountain areas. **Science of The Total Environment**, 736, 139539, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2020.139539>

SILVEIRA, Antônia Pacheco da. **O Potencial da Oferta de Pratos Vegetarianos na Quarta Colônia/RS - Brasil**: Análise dos Cardápios dos Restaurantes do Território. Santa Maria - RS, 2023. Monografia.

SILVESTRE, M.M. F. **O vegetarianismo nos hotéis**: um ato de hospitalidade. Universidade Federal Fluminense. Faculdade de Turismo e Hotelaria, 2017.

SOCIEDADE VEGETARIANA DO BRASIL. Vegetarianismo. Disponível em: <https://www.svb.org.br> Acesso em 16.set.2022

THE VEGAN SOCIETY. The Vegan Society. Disponível em: <https://www.vegansociety.com/> Acesso em 10.dez.2022

TRIGUEIRO, A. Consumo, ética e natureza: o veganismo e as interfaces de uma política de vida. **Revista Internacional Interdisciplinar Interthesis**. Florianópolis: UFSC,10 (1), 237-260, 2013.