

## **Diversão ou preocupação? Uma análise da vivência do turista vegano descortinada pela teoria da prática**

**Nayane de Castro Santos<sup>1</sup>**  
**Daniela Drumond Franklin de Miranda e Rezende<sup>2</sup>**  
**Marlusa de Sevilha Gosling<sup>3</sup>**  
**Juliana Maria Magalhães Christino<sup>4</sup>**

### **Resumo**

Com o crescente debate sobre a crise ambiental, em decorrência do estilo de vida da população mundial, o veganismo vem ganhando cada vez mais espaço como instrumento de mudança. O veganismo extrapola apenas a escolha de uma alimentação sem uso de produtos de origem animal para um estilo de vida que repele qualquer objeto que tenha alguma parte animal ou que os use como parte do processo de fabricação, como por exemplo o uso de botas de couro ou um produto de limpeza que tenha sido testado em animais. Entretanto, o crescimento desse nicho não tem sido acompanhado pela compreensão de seu significado, nem pela infraestrutura para atendimento. Quando avaliado pela ótica do turista, consumidor de um setor de grande representatividade na economia mundial, o cenário mostra-se ainda mais crítico. Este artigo tem como objetivo examinar as práticas do turista vegano e descrever a sua experiência em termos de facilidades e dificuldades encontradas. Esta compreensão é feita por meio do Circuito da Prática de Magaudda (2011) e embasado pela Teoria da Prática. Assim sendo, este artigo apresenta os resultados da análise de conteúdo efetuada em 29 posts, sendo um referente a comentários associados a um vídeo do Youtube que possui mais de 140 mil visualizações, quatro de Fóruns Veganos, 12 do Trip Advisor e 12 de grupos do Facebook. Os resultados indicam que o turista vegano tem se deparado com grandes desafios tanto nos materiais necessários para a prática vegana, como roupas de

<sup>1</sup> Graduada em Administração pela Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais (FACE-UFMG). Mestranda em Administração pelo Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração (CEPEAD-UFMG). <http://lattes.cnpq.br/3832652402867976>. [nayanedecastro@ufmg.br](mailto:nayanedecastro@ufmg.br)

<sup>2</sup> Graduada em Administração pela Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais (FACE-UFMG). Mestranda em Administração pelo Centro de Pós-Graduação e Pesquisas em Administração (CEPEAD-UFMG). <http://lattes.cnpq.br/7380146351219899>. [danidrumond@adm.mest.ufmg.br](mailto:danidrumond@adm.mest.ufmg.br).

<sup>3</sup> Pós-Doutora em Gestão do Turismo pela Universidade de Algarve. Professora Associada na Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais (FACE-UFMG). <http://lattes.cnpq.br/9503365193492380>. [marlusa@ufmg.br](mailto:marlusa@ufmg.br).

<sup>4</sup> Doutora em Administração pela Universidade Federal de Minas Gerais. Professora Adjunta da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais (FACE-UFMG). <http://lattes.cnpq.br/5063708689166645>. [julianammc@ufmg.br](mailto:julianammc@ufmg.br).



# XVII Seminário ANPTUR

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO

---

IMPACTOS DA PESQUISA E DA  
PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO E  
HOSPITALIDADE NA SOCIEDADE

02 A 04 DE DEZEMBRO DE 2020  
WEBSEMINÁRIO  
ANAIS ANPTUR | ISSN 2359-6805

cama, itens de higiene pessoal e limpeza de origem animal; quanto na compreensão dos significados simbólicos e sociais do que implica ser vegano; e nas atividades e competências fundamentais, como por exemplo sempre andar com um lanche, para caso não encontre um alimento de acordo com as suas necessidades. Um material facilitador desse grupo é o uso de aplicativos que são alimentados como ferramentas de informação que indicam confiança e segurança que o alimento ofertado é realmente vegano.

**Palavras-chave:** Vegano; Turismo; Teoria da Prática; Circuito da Prática.