

Experiências turísticas veganas e transformações pessoais: uma análise a partir da Teoria da Aprendizagem Transformativa

Vegan tourist experiences and personal transformations: an analysis based on the Transformative Learning Theory

Romário Loffredo de Oliveira

Doutorando em Turismo pela Universidade de São Paulo – USP, São Paulo/SP, Brasil.
E-mail: rohloffredo@gmail.com

Leticia Cynara Santos-Silva

Doutoranda em Turismo e Hotelaria pela Universidade do Vale do Itajaí – UNIVALI, Itajaí/SC, Brasil.
E-mail: leticiascynara@gmail.com

Bruna Ranção Conti

Professora Adjunta no curso de Turismo da Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – UNIRIO, Rio de Janeiro/RJ, Brasil e no Programa de Pós-graduação em Turismo da Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói/RJ, Brasil.
E-mail: bruna.conti@unirio.br

Verônica Feder Mayer

Professora Titular no Curso de Turismo da Universidade Federal Fluminense – UFF, Niterói/RJ, Brasil e da Universidade de São Paulo – USP, São Paulo/SP, Brasil.
E-mail: veronicamayer@id.uff.br

Artigo recebido em: 19-10-2024

Artigo aprovado em: 25-11-2025

RESUMO

O veganismo é um movimento social que influencia diretamente no estilo de vida de seus praticantes, tanto nos seus hábitos pessoais quanto na sua visão de mundo, por meio de práticas políticas, em todas as esferas de suas vidas. Na esfera mercadológica, é possível citar o turismo vegano, orientado principalmente aos veganos, mas que se estende aos interessados no movimento vegano e àqueles que se preocupam com causas socioambientais. Nesse contexto, esta pesquisa alia-se aos estudos da Teoria da Aprendizagem Transformativa (Mezirow, 1978; 1991) e Experiências Turísticas Transformativas (Silva, 2023; Wolf *et al.*, 2017), que buscam demonstrar os processos e as etapas que levam um turista a obter alguma transformação após a realização de uma viagem. Os estudos que abordam Experiências Turísticas Transformativas descrevem como os turistas podem enfrentar um dilema desorientador na forma de serem confrontados com situações atípicas. Portanto, esta pesquisa tem como objetivo investigar as potencialidades transformativas decorrentes das experiências de turistas que vivenciaram o turismo vegano. Para isso, optou-se por uma abordagem metodológica qualitativa de caráter exploratório-descritivo e adotou-se como objeto de estudo turistas, veganos ou não, que tenham participado de roteiros turísticos veganos. Foram realizadas nove (9) entrevistas semiestruturadas com os participantes, que foram categorizadas por meio da técnica de análise temática. Entre os principais resultados encontrados foram identificados três tipos de transformação: 1) Transformação Interior; 2) Transformação Comportamental; e 3) Transformação Social. Elas se referem, respectivamente, ao desenvolvimento de novas perspectivas e hábitos pessoais, adoção de novos hábitos de consumo e a descoberta de novas conexões e formas de interação social.

Palavras-chave: Experiências turísticas transformativas. Turismo vegano. Teoria da aprendizagem transformativa. Veganismo. Transformação

ABSTRACT

Veganism is a social movement that directly influences the lifestyle of its practitioners, both their personal habits and their worldview, through political practices, in all spheres of their lives. In the marketing sphere, it is possible to mention vegan tourism, aimed mainly at vegans, but which extends to those interested in the vegan movement and those who care about socio-environmental causes. In this context, this research is combined with studies on Transformative Learning Theory (Mezirow, 1978; 1991) and Transformative Tourist Experiences (Silva, 2023; Wolf *et al.*, 2017), which seek to demonstrate the processes and steps that lead a tourist to obtain some transformation after completing a trip. Studies that address Transformative Tourist Experiences describe how tourists can face a disorienting dilemma in the form of being confronted with atypical situations. Therefore, this research aims to investigate the transformative potential arising from the experiences of tourists who have experienced vegan tourism. To achieve this, we opted for a qualitative methodological approach of an exploratory-descriptive nature and adopted tourists, vegan or not, who have participated in vegan tourist itineraries as the object of study. Nine (9) semi-structured interviews were carried out with

the participants, which were categorized using the thematic analysis technique. Among the main results found, three types of transformation were identified: 1) Inner Transformation; 2) Behavioral Transformation; and 3) Social Transformation. They refer, respectively, to the development of new perspectives and personal habits, the adoption of new consumption habits and the discovery of new connections and forms of social interaction.

Keywords: Transformative Tourist experiences. Vegan tourism. Transformative learning theory. Veganism. Transformation.

1. INTRODUÇÃO

O veganismo é um movimento social que abarca práticas individuais e coletivas e possui como objetivo, por parte da sociedade, extinguir a exploração animal e a contribuir para a minimização dos impactos ambientais (The Vegan Society, 2023; Vilela, 2017). Essas práticas são pautadas no ideal de libertação animal (Scott, 2020; Singer, 2000), que prevê o fim da exploração dos animais, sejam eles os humanos, por meio da valorização dos trabalhadores e da igualdade social, ou os não humanos. Nesse último caso, a expectativa é torná-los livres das áreas de produção, onde costumam ser sacrificados como insumos para alimentos, roupas e cosméticos, bem como sua utilização para testagem de produtos e demais serviços (Adams, 2018; Singer, 2020).

Quanto ao número de veganos no Brasil, em uma pesquisa realizada pela Datafolha (2025) foi apontado que 7% da população brasileira (equivalente a 15 milhões de pessoas) se considera vegana. Além disso, 74% concordaram com a possibilidade de interromper o consumo de carne por motivos de saúde, 43% pelo meio ambiente e 42% pela causa animal. Esses dados podem confirmar uma maior conscientização sobre os impactos da alimentação humana e do consumo de produtos de origem animal, por parte da população.

Nesse contexto, os movimentos sociais são entendidos como um conjunto de ações sociopolíticas, comuns a um ou mais setores, ou organizações sociais, em busca de um novo ordenamento de determinadas dimensões da sociedade (Motta, 2021; Vilela, 2017). A disseminação desses movimentos pode ocorrer por meio da realização de manifestações públicas, de prospecção porta-a-porta, de atos nas redes sociais, do boicote ao consumo de determinados produtos, entre outras ações que podem atingir variados mercados (Nierdele &

Schubert, 2020; Portilho, 2020), como o de viagens, por exemplo (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021; Oliveira & Conti, 2023).

No mercado de viagens, os veganos buscam, principalmente, por experiências turísticas livres de exploração animal e por opções adequadas para seu regime alimentar, que exclui alimentos de origem animal, caracterizando o chamado “Turismo Vegano” (Basol & Alvarez, 2023; Lopes & Gimenes-Minasse, 2021). Além do caráter de lazer para os veganos, esse tipo de experiência vem sendo utilizada como uma forma de difundir o veganismo e encorajar novos hábitos entre os amigos e familiares que participam dessas viagens (Li, Liu, Cai & Scott, 2020).

A viagem é um fenômeno amplamente reconhecido como facilitador de mudanças (Alahakoon, Pike & Beatson, 2021), pois os indivíduos podem se transformar psicologicamente e fisicamente (Wolf, Ainsworth & Crowley, 2017). Um dos temas que emerge nesse processo é a transformação pessoal, uma vez que é reconhecido que determinadas viagens são mais marcantes do que outras (Coelho, 2017). O potencial da viagem transformar indivíduos se deve ao seu papel de ferramenta de aprendizagem (Coghlan & Weiler, 2018; Walker & Manyamba, 2020), às possibilidades de melhorar o bem-estar (Kirillova, Lehto & Cai, 2017^a; Laing & Frost, 2017), e de oferecer uma oportunidade para dar sentido a dilemas existenciais (Alahakoon *et al.*, 2021; Pung & Del Chiappa, 2020).

Ao conceitualizar o turismo transformador, a literatura existente (Coghlan & Weiler, 2018; Lean, 2012; Morgan, 2010) tem empregado a Teoria da Aprendizagem Transformativa (TAT) de Mezirow (1978, 1991), desencadeando as Experiências Turísticas Transformativas - ETT (Silva, 2023; Wolf *et al.*, 2017). Mezirow (1991) sugere um dilema desorientador, ou alguma experiência que provoca uma mudança na compreensão de alguém, como o gatilho e o primeiro passo de um processo de transformação nas seguintes etapas: autorreflexão, análise das próprias suposições, reconhecimento do dilema compartilhado com os outros, exploração de novos papéis e relacionamentos, obtenção de novos conhecimentos, desenvolvimento de habilidades no novo papel e, finalmente, integração de uma nova perspectiva em sua vida (Mezirow, 1991; Wolf *et al.*, 2017). Portanto, esses viajantes podem ter uma epifania e resolver agir de maneira diferente (Coghlan & Gooch, 2011), ter um desenvolvimento de habilidades incluindo uma ampla gama de capacidades físicas e mentais ou podem se engajar em novos projetos ecológicos, espirituais ou artísticos (Wolf *et al.*, 2017).

Considerando o crescimento no interesse pelo Turismo Vegano (Basol & Alvarez, 2023; Oliveira & Conti, 2022; 2023), somado à lacuna teórica entre o último e as ETTs, esta pesquisa tem como objetivo investigar as potencialidades transformativas decorrentes das experiências de turistas que vivenciaram o turismo vegano. Para alcançá-lo, foi adotada uma abordagem qualitativa com a utilização de entrevistas semiestruturadas (Boni & Quaresma, 2005) no formato remoto. O roteiro de entrevista foi baseado na literatura sobre Turismo Vegano (Basol & Alvarez, 2023; Lopes & Gimenes-Minasse, 2021; Oliveira & Conti, 2023), e sobre TAT e ETTs (Mezirow, 1978, 1991; Silva, 2023; Soulard *et al.*, 2021; Wolf *et al.*, 2017). Posteriormente, as entrevistas foram analisadas por meio de uma análise temática (Braun & Clarke, 2006) e relacionadas com a literatura apresentada.

Além desta introdução, a estrutura desta pesquisa consiste em um referencial teórico sobre a relação entre o veganismo e as ETT. Na sequência, apresenta-se o percurso metodológico desta pesquisa, seguido da discussão sobre os resultados encontrados. Na última seção, encontram-se as considerações finais, limitações da pesquisa e sugestões para estudos futuros.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1 Veganismo e Turismo

O veganismo é uma filosofia de vida que busca alcançar a libertação animal, o que inclui os humanos e não humanos (Scott, 2020; Singer, 2020), além da redução da degradação ambiental. Para tanto, os adeptos do veganismo buscam promover o desenvolvimento de alternativas para suprir as necessidades humanas sem comprometer os animais e o seu ambiente natural (The Vegan Society, 2023). Entre as ações para atingir seus objetivos, os veganos buscam pelo consumo de produtos livres de componentes de origem animal; organizam manifestações públicas sobre liberdade animal, questões ambientais e a valorização dos trabalhadores; entre outras práticas que permitem considerá-lo um movimento social (Nierdele & Schubert, 2020; Portilho, 2020; Vilela, 2017).

O movimento vegano defende a exclusão de todas as formas de exploração animal, seja para a confecção de alimentos, roupas ou “qualquer outro motivo” (The Vegan Society, 2023), como uma forma de conscientização da sociedade sobre seus modos de produção e relação com

o meio ambiente (Hirth, 2021; Vilela, 2017). Em termos dietéticos, o regime alimentar adotado pelos veganos é o vegetarianismo estrito, uma das variações da dieta vegetariana expostas no Tabela 1. O regime alimentar vegetariano, em suas diversas variações, é uma corrente oposta ao onivorismo, padrão alimentar na sociedade ocidental. Os indivíduos onívoros são aqueles que consomem alimentos tanto de origem animal quanto vegetal (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021).

Tabela 1

Variações do regime alimentar vegetariano

Regime Alimentar	Características
Flexitariano	Consome alimentos de origem animal casualmente.
Pescetariano	Consome peixe e frutos do mar, além de ovos, leite, mel e seus derivados
Ovolactovegetariano	Não consome carne, somente ovos, leite, mel e seus derivados.
Ovovegetariano	Não consome carne, somente ovos e seus derivados.
Lactovegetariano	Não consome carne, somente leite e seus derivados.
Vegetariano estrito	Não consome produtos de origem animal.

Fonte: Adaptado de Oliveira (2023).

Neste sentido, quando os princípios veganos são aplicados ao fenômeno turístico, surge o turismo vegano, que pode ser definido como “atividades de pessoas que viajam para, e se hospedam, fora de seu ambiente habitual, enquanto excluem todas as formas de exploração e crueldade animal por comida ou qualquer outro motivo” (Sanz Planas, 2018, p. 8 - tradução nossa). Destarte, os turistas são expostos a experiências capazes de ensiná-los sobre os modos de fazer da gastronomia de origem vegetal, como causar menos impactos ambientais a partir de determinadas escolhas de consumo, a se engajar e participar de causas sociopolíticas em prol dos animais e, conseqüentemente, colaborar para a transformação do funcionamento da sociedade (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021; Oliveira & Conti, 2023). Outra característica comum do Turismo Vegano é a vivência turística em áreas naturais como cachoeiras, praias, entre outras que permitem maior contato com a natureza (Ottenbacher *et al*, 2023).

A pesquisa de Oliveira e Conti (2022) apresenta quatro categorias de análise que permitem a compreensão do vínculo entre o fenômeno turístico e o movimento vegano, sendo

elas: Gastronomia, Sustentabilidade, Experiências e Hospitalidade. A partir da análise dessas categorias, os autores perceberam que as experiências turísticas associadas ao veganismo são amplamente vinculadas: a) ao regime alimentar adotado pelos veganos, b) a modelos de consumo mais éticos e conscientes, e c) a dinâmicas sociais que permitam a troca de conhecimentos.

2.2 Teoria da Aprendizagem Transformativa

Tendo em vista o aprendizado sobre o estilo de vida vegano e seus impactos na sociedade, é possível vincular o veganismo à Teoria da Aprendizagem Transformativa (TAT) (Mezirow, 1978, 1991), definida como a aprendizagem pela qual os indivíduos podem superar “modos limitados, distorcidos e arbitrariamente seletivos de percepção e cognição por meio da reflexão sobre suposições que anteriormente eram aceitas acriticamente” (Mezirow, 1991, p. 2, tradução nossa). O autor descobriu que uma mudança na visão de mundo (perspectiva) é pessoalmente emancipadora quando um indivíduo está livre de crenças, valores e sentimentos anteriormente sustentados.

Mezirow (1978) delineou então um processo de dez etapas de aprendizagem transformativa, que começa com o que o autor chama de “dilema desorientador”, quando alguma experiência provoca uma mudança na compreensão de um indivíduo. Essas mudanças podem ocorrer tanto por meio de novas “formas de interpretar experiências” (Mezirow, 2012, p. 82) quanto por meio de alterações nos hábitos da mente, descritos como “predisposições orientadoras que agem como um filtro para interpretar o significado da experiência” (Mezirow, 2012, p. 83). As demais etapas são autoexame; autoavaliação crítica; reconhecimento de que o processo de transformação é compartilhado com outros indivíduos; exploração de novos papéis e ações; planejamento das ações; aquisição de conhecimentos e habilidades; tentativa das novas funções; competência e autoconfiança em novos papéis e relacionamentos; e nova perspectiva (Mezirow, 1978, 1991).

Como Markos e McWhinney (2003, p. 4, tradução nossa) discorrem, a TAT está preocupada com a “transformação de uma perspectiva para uma consciência mais ampla da humanidade, muitas vezes de dimensões espirituais e ecológicas, e o papel de cada um dentro de seus relacionamentos, organizações, comunidade e mundo”. A TAT se concentra em uma

mudança que envolve: a) nossa compreensão sobre nós mesmos; b) nossas relações com outros humanos e com o mundo natural; c) nossa compreensão das relações de poder em estruturas interligadas de classe, raça e gênero; d) nossa consciência corporal; e) nossas visões de abordagens alternativas para a vida; f) e nosso senso de possibilidades de justiça social, paz e alegria pessoal (Morell & O'Connor, 2002).

Postula-se que, para que ocorram essas mudanças significativas, são necessárias transformações de perspectiva, que acontecem quando um indivíduo é exposto a um novo desafio, papel ou suposição, e começa a desenvolver uma compreensão da auto perspectiva e relação com os outros (Mezirow, 1978). No contexto do movimento vegano, essa transformação de perspectiva pode ocorrer por meio do ideal de libertação animal defendido pelos adeptos do veganismo. O livro “Libertação Animal” de Peter Singer (2020), lançado originalmente em 1975, apresenta o conceito de senciência como o princípio de igualdade entre os animais humanos e não humanos. O autor defende a necessidade de expandir a moralidade para além do ser humano, incorporando também os animais não humanos, previamente classificados como irracionais, à comunidade moral. Nesse sentido, esse possível dilema desorientador seria sequenciado pelas demais etapas propostas por Mezirow (1978) para alcançar algum tipo de transformação na vida dos seres humanos.

A TAT tem sido utilizada em muitas áreas, como a de viagens e turismo. Mais precisamente, o estudo de Wolf *et al.* (2017) abordou, reestruturou e exemplificou o processo de 10 etapas de Mezirow (1991), propondo as ETT (Wolf *et al.*, 2017). Nesse âmbito, descreve-se como os turistas podem enfrentar um dilema desorientador na forma de serem confrontados com situações sociais, culturais, naturais e/ou politicamente intensas pela primeira vez (Walter, 2016); como podem resolver conflitos internos ou entender seus privilégios por meio da autorreflexão; tornar-se mais politicamente ativo em função do compartilhamento e de interações sociais significativas com residentes e outros viajantes, adotando assim novas ações; e obter uma ampla gama de capacidades físicas e mentais, compreensão intercultural, tolerância e habilidades sociais (Silva, 2023; Wolf *et al.*, 2017).

Dessa forma, as ETT ajudam a explicar as experiências de choque cultural nos destinos, como o desequilíbrio cultural entre as origens do anfitrião e do turista, que leva os envolvidos na prática turística a questionarem significados e valores subjetivos (Silva, 2023; Walter, 2013); e o que encoraja os turistas a desenvolverem uma consciência intercultural (Mkono, 2016;

Pocock & McIntosh, 2013). Os turistas podem desenvolver outras habilidades como resultado do aprendizado por meio de viagens, como: planejar uma nova viagem para atingir um objetivo; aprender outro idioma; lidar com a mudança e o estresse; usar tecnologias de informação; gerenciar recursos financeiros; tornar-se mais disposto a assumir riscos e melhorar sua autocompreensão (Pearce & Foster, 2007; Silva, 2023; Tsaur & Huang, 2016).

Ao longo dos últimos anos, houve um crescimento no quantitativo de estudos sobre as ETTs (Decrop *et al.*, 2018; Huang, Wang & Wu, 2023; Kirillova, Lehto & Cai, 2017b; Milazzo & Soulard, 2024; Pung, Gnoth & Del Chiappa, 2020; Soulard, McGehee & Stern, 2019; Vidickiene, Vilke & Gedminaite-Raudone, 2020). Dentre as razões desse aumento de interesse é possível citar as mudanças de atitude e comportamento que tais experiências acarretam nos padrões de consumo e relacionamento com demais indivíduos, se comparado com outras experiências (Soulard, McGehee & Knollenberg, 2020). Além disso, salienta-se que essas mudanças comportamentais não são limitadas ao destino, afetando também o próprio ambiente do turista quando ele retorna para sua origem residencial (Lean, 2009).

A partir do exposto, percebe-se que, assim como o movimento vegano, o universo das viagens pode ser capaz de causar transformações no ser humano e influenciar o seu processo decisório de consumo, de acordo com o estilo de vida dos indivíduos. Portanto, com foco nos adeptos do veganismo, foi desenvolvido o Turismo Vegano (Basol & Alvarez, 2023; Oliveira & Conti, 2022, 2023; Sanz Planas, 2018), pautado em “atividades e atrativos que não incluam qualquer ameaça ao bem-estar animal, bem como ofereçam opções de alimentação, hospedagem e entretenimento de qualidade e que respeitem os princípios desta filosofia de vida” (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021, p. 12).

Ao se considerar ainda que o Turismo Vegano serve como uma forma de disseminação do veganismo (Basol & Alvarez, 2023; Li *et al.*, 2020; Oliveira & Conti, 2023), o presente estudo pretende descobrir o potencial transformativo nos turistas que optam por participar de experiências em roteiros turísticos associados ao movimento vegano. Na seção a seguir apresenta-se o percurso metodológico da presente pesquisa.

3. METODOLOGIA

Em busca de alcançar o objetivo proposto de investigar as potencialidades transformativas decorrentes das experiências de turistas que vivenciaram o turismo vegano,

optou-se por utilizar uma abordagem qualitativa de caráter exploratório-descritivo, com utilização de entrevistas semiestruturadas. O método foi escolhido para garantir a flexibilidade de incluir e excluir perguntas do roteiro de entrevista e direcioná-las para que o objetivo seja alcançado (Boni & Quaresma, 2005). Essa escolha se justifica pelo interesse em descobrir características subjetivas dos respondentes como: comportamento, motivação e opiniões/valores, que os levaram a demonstrar interesse no turismo vegano, além dos questionamentos se a viagem foi transformativa.

Os participantes desta pesquisa são indivíduos, veganos ou não, que realizaram alguma viagem ou roteiro turístico associado ao veganismo. Essas experiências turísticas são ofertadas formalmente por uma única agência de viagens no território brasileiro, até a confecção desta pesquisa, chamada *Vegan4You*, inaugurada em 2014. A agência de viagens fica localizada na cidade de Peruíbe, no interior de São Paulo, e presta serviços orientados para indivíduos e grupos que desejam conhecer mais sobre a filosofia e o estilo de vida vegano ao redor do mundo, além de minimizar os impactos negativos do turismo por meio das chamadas “viagens veganas”. Essas são definidas como viagens “onde no roteiro não haverá nenhum tipo de exploração animal, seja nas refeições, no transporte, no entretenimento e no dia a dia em geral” (Vegan4you, 2023).

Foi realizado contato com uma representante da agência para solicitar indicações de turistas que poderiam ter interesse em participar da entrevista e para divulgação desta chamada nas redes de seu empreendimento, permitindo maior alcance da pesquisa. Essas ações foram possíveis em função da característica intimista das viagens operadas pelo empreendimento, que ocorre em grupos pequenos e com participação efetiva de seus fundadores. A chamada ficou disponível no período de 18 de março a 19 de abril de 2024, sendo realizadas nove entrevistas por meio de vídeo chamadas nas plataformas *Google Meet* e *Zoom*. O tempo médio das entrevistas foi de aproximadamente 28 minutos, sendo a mais longa de 35 e a mais curta de 22 minutos.

As entrevistas foram conduzidas da seguinte maneira: a) contextualização: período, destino e com quem viajou, além de perguntas sobre o que já sabia sobre o turismo vegano e se considerava essa viagem como turismo vegano (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021); b) durante a viagem: o primeiro impacto e se vivenciou algum tipo de situação difícil, além dos momentos mais marcantes da viagem (Wolf *et al.*, 2017); c) pós-viagem: questionamento sobre o que

aprendeu com a experiência e se sofreu algum tipo de transformação (Wolf *et al.*, 2017). Ao final, para ajudar na compreensão das potencialidades transformativas, foi questionado aos participantes se eles fariam outra viagem voltada ao público vegano.

O perfil dos entrevistados que atenderam aos critérios metodológicos de inclusão está sumarizado na Tabela 2. Adotou-se nomes modificados para os participantes com o objetivo de preservar suas identidades.

Tabela 2

Perfil geral dos participantes da pesquisa

Nome	Idade	Escolaridade	Atuação profissional	Destino	Tipo de viagem	Regime alimentar
Talita	28	Ensino superior	Estudante	Chapada das Mesas - MA	Individual	Vegetariano estrito
Bárbara	32	Ensino superior	Arquiteta	Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira (PETAR) - SP	Casal	Vegetariano estrito
Sara	35	Pós-graduação	Bióloga	Chapada dos Veadeiros - GO	Casal	Vegetariano estrito
Natália	36	Ensino superior	Arquiteta	Jalapão - TO	Individual	Vegetariano estrito
Raquel	37	Ensino superior	Servidora pública	Jalapão - TO	Entre amigos	Onívora
Ricardo	37	Ensino superior	Empresário e artista	Peruíbe - SP	Casal	Vegetariano estrito
Karen	39	Pós-graduação	Nutricionista	Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira (PETAR) - SP	Casal	Vegetariano estrito
Roberta	39	Ensino superior	Servidora pública	Jalapão - TO	Entre amigos	Vegetariano estrito
Helena	51	Ensino superior	Enfermeira	Parque Estadual Turístico do Alto Ribeira (PETAR) - SP e Chapada dos	Individual	Vegetariano estrito

				Veadeiros - GO		
--	--	--	--	----------------	--	--

Fonte: Elaboração própria (2024).

As respostas foram transcritas por meio da plataforma *Sonix* e sofreram ajustes ortográficos e gramaticais manuais por parte dos pesquisadores. Para isso, todos os entrevistados preencheram um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), transcrito para o *Google Forms*, autorizando a gravação da entrevista. Todos autorizaram a divulgação para fins de pesquisa acadêmica. Após a transcrição, as entrevistas foram transferidas para a plataforma *Nvivo* para fins de codificação e categorização.

Na sequência, utilizou-se o método de Análise Temática (Braun & Clarke, 2006) para captar e interpretar as informações essenciais sobre os dados obtidos em relação à questão da pesquisa e alcançar o objetivo proposto sem ater-se a categorias de análise fixas. Após essa organização das informações, foi realizada uma discussão que vinculou o tratamento de dados à revisão de literatura apresentada na seção anterior.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Sobre a caracterização dos participantes do estudo, oito são mulheres e um é homem, com idades entre 28 e 51 anos. Todos possuem graduação completa com formação em áreas variadas, e dois são pós-graduados. Todos são residentes no Brasil e os destinos visitados também estão no território nacional, em estados diferentes: Goiás, Tocantins, São Paulo e Maranhão. Sobre o tipo de viagem, quatro viajaram em casal, três viajaram individualmente e dois entre amigos. Também foi questionado o período da viagem, sendo a mais antiga realizada em dezembro de 2017 e a mais recente em setembro de 2023, com duração média de cinco dias. Todos os entrevistados alegaram que fariam uma nova viagem vegana.

Com relação ao regime alimentar dos entrevistados, a maioria é vegetariana estrita, regime adotado pelos veganos, e somente uma entrevistada é onívora. Com relação à motivação dos veganos para aderir a esse estilo de vida, as respostas se centraram no interesse e preocupação com a causa animal e no consumo deteriorante do meio ambiente. Uma parcela ressaltou o veganismo como uma pauta social, cultural e sustentável, que explica determinadas questões históricas de exploração na sociedade, além de ser um estilo de vida positivo para a saúde humana. Todos os entrevistados informaram desconhecer ou saber pouco sobre o turismo

vegano. A maioria apontou a própria agência de viagens *Vegan4You* como ponte entre o veganismo e as viagens, pois não sabiam da existência de roteiros veganos até conhecerem a agência. As questões pontuadas foram a dificuldade de viajar se preocupando principalmente com o tipo de alimentação ofertada no destino (Lopes & Gimenes-Minasse, 2021; Oliveira & Conti, 2022, 2023) e o quanto isso era desconfortável para os entrevistados, conforme relatos a seguir:

Assim, antes de conhecer a *Vegan (4You)*, eu não tinha contato nenhum e isso sempre foi um empecilho para mim, né? E aí, o que que eu vou comer? Como que vai ser a experiência? Será que eu vou ter que passar por alguma coisa que eu não me sinto confortável? Então, eu não tinha nenhuma experiência nisso, então não sabia nada sobre turismo vegano. (*Talita, 28 anos, vegana*)

[...] todas as vezes que eu ia viajar eu tinha essa dificuldade de sempre ter que entrar em contato com o hotel antes para saber se eles iam disponibilizar refeição vegana, opção vegana no café da manhã. Aí tinha que fazer uma pesquisa prévia de restaurantes próximos e tal. E isso às vezes é cansativo, né? Assim, às vezes eu fico com preguiça de perguntar, eu mesmo acabo levando alguma coisa. (*Roberta, 39 anos, vegana*)

Quando questionados se consideraram as viagens como turismo vegano, todos responderam positivamente, elencando principalmente como a agência de viagens se preocupou com a alimentação dentro e fora dos meios de hospedagem. Alguns pontuaram que mesmo sendo confrontados com situações particulares nos locais onde passeavam, a agência de viagens preparava uma estrutura para receber alimentação vegana ou contratava uma chef ou cozinheira vegana.

Outras respostas mencionaram que as ações e os roteiros se voltaram às questões sustentáveis, pois a proposta da viagem era ter um menor impacto negativo sobre o ambiente dos lugares visitados, até mesmo contribuindo com a limpeza de alguns lugares naturais. Houve a menção sobre: os passeios do pacote de viagens não incluírem zoológicos ou outras formas de exploração animal para entretenimento; a forma como a agência escolhia os destinos e conduzia as viagens; e a logística quanto aos meios de hospedagem, instalações e passeios integrados à natureza. Essas informações corroboram os estudos de Oliveira e Conti (2023), que descrevem as ações tomadas por empreendimentos turísticos associados ao veganismo para satisfazer seus consumidores, conforme respostas a seguir:

E achei que foi um legado muito positivo, entendeu? Desse pacote, né? E acho que sim. Acho que a gente fez tudo dentro do menor impacto ambiental possível, sabe? Acho que rolou essa preocupação assim, de distribuir o copo... ele era um copo térmico que a gente ficou utilizando lá e até hoje utilizo. *(Roberta, 39 anos, vegana)*

[...] assim, a gente não foi visitar, sei lá, zoológicos ou fazer passeios com animais. Tem uma preocupação na hora de falar sobre isso. Não iria andar com animais ou qualquer outra coisa assim, entende? Eu acho que tem uma outra preocupação que envolve todo um roteiro. Por exemplo, era lixo zero. Tipo no lanchinho que eles davam para as trilhas. Tinha uma preocupação maior, né? *(Bárbara, 32, vegana)*

Quando questionados sobre o primeiro impacto da viagem, os entrevistados se direcionaram a respostas como: sentimento de acolhida; encontrar pessoas que compartilham a mesma filosofia; não se sentir julgada pelos seus companheiros de viagem; não ser minoria em um lugar; não se preocupar em levar itens de alimentação e higiene para a viagem.

O impacto... Eu, por exemplo, chegar na pousada e não me preocupar em levar minhas coisas ou até, por exemplo, eles já tinham dado uma lista, né? Repelente tal e sabonete, se quiser. Mas chega lá, tem o xampu vegano, tem o sabonete vegano. Eu, já por experiência, levo as minhas coisas, né? Mas chegar no lugar, já ter tudo ali faz uma grande diferença. Não se preocupar com creme dental, não se preocupar com detalhes assim, sabe? *(Ricardo, 37 anos, vegano)*

Os entrevistados relataram alguns desafios enfrentados na realização das viagens, ainda que elas tenham sido planejadas por uma agência especializada no atendimento do público vegano. Em uma dessas viagens, relatou-se a chegada no aeroporto como primeiro impacto durante a viagem, pois havia pouquíssimas opções de alimentação. Em outra ocasião, um dos turistas expôs um desafio no destino em relação a um dos restaurantes reservados, pois não se prepararam o suficiente para receber o grupo de turistas veganos, mesmo sob contato antecipado da agência. Outras respostas pontuaram a inexistência do primeiro impacto, pois por serem veganos já tinham familiaridade com a filosofia e com o estilo de vida.

Quando discutido sobre como o veganismo afetou a experiência de viagem, em uma das experiências foi mencionada a dualidade do roteiro turístico, pois em determinados locais havia animais engaiolados e se alimentando com o lixo presente no local, conforme relato, a seguir: “A gente chegou em Peruíbe, parece que propositalmente, né, pelo destino... Nas ruas ali perto tinha muito animal engaiolado, galinha, canário da terra e tal. A venda tinha até uma cabra

dentro de uma gaiola à venda” (Ricardo, 37 anos, vegano). Outro relato foi sobre o comportamento de alguns trabalhadores envolvidos no roteiro, que precisavam ser sensibilizados em relação ao tipo de público que estavam atendendo, assim como proposto por Basol e Alvarez (2023) para o planejamento de destinos turísticos associados ao veganismo. Nessa ocasião, os prestadores de serviços faziam comentários positivos aos passeios realizados com exploração animal ou carregados de concepções pré-estabelecidas em relação à alimentação dos veganos.

Entretanto, questões positivas foram suscitadas nas falas, mencionando a falta de sofrimento por estar em um ambiente com pessoas que pensam de forma similar e o de não se sentir sozinho no mundo, que podem ser associadas à categoria ‘Hospitalidade’ do estudo de Oliveira e Conti (2023). Também evidenciou-se que é possível realizar viagens de turismo sustentável com o viés vegano, mesmo em lugares mais distantes dos grandes centros, bem como o fato de refletir que a alimentação vegana é acessível e democrática, pois todos podem consumir produtos de origem vegetal, enquanto nem todos consomem os de origem animal. Os relatos, a seguir, representam essas afirmações: “Houve a confirmação de que é possível fazer turismo sustentável, e se alimentando muito bem, mesmo em lugares remotos como o PETAR” (Karen, 37 anos, vegana) e

Eu acho que me afetou positivamente assim, de ficar feliz, de não ter aquele sofrimento, de pensar que alguém vai fazer um churrasco, sabe? [...] sofrimento de você viver num mundo não vegano, né? Eu acho que então me impactou positivamente, de ver que eu não estou sozinha, né? Não estamos sozinhos. (Sara, 35 anos, vegana)

Entre os momentos mais marcantes foram citadas as experiências nos ambientes naturais, como praias, cachoeiras, dunas ou cavernas, além das trilhas (Ottenbacher *et al.*, 2023), nas quais foram retirados objetos como plástico da natureza. Outros momentos marcantes relacionaram-se às novas amizades; à forma como conviveram e aos momentos de confraternização com os amigos; ao potencial humano em realizar ações positivas para o meio ambiente e a outros seres vivos. A importância desses elos afetivos em viagens é pontuada na literatura (Oliveira & Conti, 2022; Silva, 2023) e exposta no relato, a seguir.

A primeira noite, quando todos nos reunimos de fato, após jantar, houve uma roda de conversa amigável e descontraída. Foi a primeira vez que me vi inserida em um grupo de veganos, e trocar experiências com pares, pessoas

com filosofia de vida parecida com a minha, foi libertador. Pois até então eu era uma “estranha no ninho” em todas as minhas bolhas. Como resultado, fiz amigos que levo até hoje e voltamos a nos encontrar eventualmente. (*Karen, 39 anos, vegana*)

Quando questionados sobre os aprendizados adquiridos durante ou após suas experiências de viagem, percebeu-se cinco categorias diferentes, que estão expostas na Tabela 3. Aprendizados pessoais (Pan, 2014; Mezirow, 1991), gastronômicos (Oliveira & Conti, 2022), sobre experiências turísticas (Silva, 2023; Wolf *et al.*, 2017), relações sociais (Mayer *et al.* 2019) e sobre o veganismo (The Vegan Society, 2024) foram suscitadas entre as falas.

Tabela 3

Tipos de aprendizado do turismo vegano

Categorias de Aprendizado	Explicação das categorias	Relatos associados às categorias de aprendizado
Aprendizados pessoais	Aborda aprendizados de caráter pessoal e individual, sejam eles físicos, mentais ou psicológicos.	“Eu acho que um maior entendimento do nosso papel aqui e o quão mínimo somos frente a imensidão do mundo. [...] Eu acho que o fato da gente não julgar os outros e saber que cada um tá passando pela sua jornada”. (<i>Talita, 28 anos, vegana</i>) “Eu aprendi que eu sou mais resistente fisicamente do que eu achava que fosse [...] é uma viagem que exige um pouco de resistência física, mas não tanto pelas atividades físicas que você vai fazer, mas contra as horas de calor que você precisa suportar para chegar em qualquer lugar”. (<i>Roberta, 39 anos, vegana</i>)

<p>Aprendizados gastronômicos</p>	<p>Expõe aprendizados sobre a diversidade de sabores e preparos de diferentes alimentos de origem vegetal</p>	<p>“Eu descobri muitos alimentos novos, muitas frutas, novos jeitos de preparar as coisas. Temperos! A diferença que faz um tempero na comida. Acho que foi mais em relação a alimentação. Foi isso que não era nada que eu estava acostumada. Não era tipo só um arrozinho e feijão, batata frita, sabe?” (Talita, 28 anos, vegana)</p> <p>“Então essa amiga eu sei que por exemplo, ficou extremamente impactada em como pode ser muito gostoso a comida vegana, mas ela não tinha noção disso. Ah! Agora me lembrei de uma outra questão também. É que a chef que foi, ela foi antes <i>pro</i> Jalapão para entender quais eram os ingredientes da região”. (Roberta, 39 anos, vegana).</p>
<p>Aprendizados sobre viagens</p>	<p>Apresenta aprendizados relacionados ao consumo turístico, passando pelas etapas de planejamento e de experiência da viagem.</p>	<p>“Eu aprendi que é possível você ter uma experiência que... infelizmente tem muita gente que pensa sei lá: “Vou para Grécia. Não tem como não comer os frutos do mar gregos”. Ou “Vou para Madri? Não tem como não participar de uma tourada, né?” Eu acho que a cultura, a sociedade, ela é viva, tem eterna mutação. Então dá para você sim, viver o tudo que tá acontecendo naquele ambiente, respeitar a ancestralidade daquele lugar sem necessariamente envolver sofrimento de animais, né?” (Ricardo, 37 anos, vegano)</p> <p>“Aprendi que viajar com conforto de alguém planejar a viagem para você é muito bom. Eu agora preguiçosa, eu fiquei mal acostumada”. (Roberta, 39 anos, vegana)</p> <p>“Que é possível administrar situações para moldar suas expectativas às ofertas do setor de serviços, como negociar a possibilidade de se alimentar bem dentro de um contexto vegano, mesmo em estabelecimentos que não tem esse apelo”. (Karen, 39 anos, vegana)</p>
<p>Aprendizados sobre relações sociais</p>	<p>Reúne aprendizados de hospitalidade, convivência e convivialidade referentes ao estilo de vida em comum e às diferenças pessoais entre os membros do grupo.</p>	<p>“Eu acho que estar em contato com pessoas diferentes, de diferentes formações, de diferentes experiências de vida, de compartilhar momentos. Então acho que é sempre muito. Gera sempre muitos aprendizados”. (Sara, 35 anos, vegana)</p> <p>“Eu acho que foi legal sair da bolha. Que acaba sendo mais complicada essa coisa de viajar depois de adulta e... E aí em grupo é fazer amizade com outras pessoas, tipo amizades reais e bom, pessoas completamente diferentes e tem uma coisa em comum só [veganismo]. [...] E aprender a conviver em grupo e agir em grupo, que não era uma coisa que eu fazia”. (Bárbara, 32 anos, vegana)</p>
<p>Aprendizados sobre o veganismo</p>	<p>Expõe aprendizado sobre o que é o movimento vegano e qual é</p>	<p>“Eu acho que o veganismo, ele incomoda muito, porque ele deixa bem visível para gente as nossas incoerências com relação à questão da exploração animal. Então, é bastante incômodo pensar que a gente é egoísta, que a gente é acomodado e que por conta disso, a gente não faz um</p>

	a sua função na sociedade.	sacrifício, entendeu? De alterar a nossa vida”. (Raquel, 37 anos, onívora)
--	----------------------------	--

Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Destarte, na sequência foram analisadas quais foram as transformações decorrentes de tais aprendizados, o que permitiu categorizar os tipos de transformação do turismo vegano, apresentados pelos respondentes, de acordo com a literatura de turismo transformativo (Mezirow, 1991; Phillips, 2019; Silva, 2023) e tipologias de transformação de experiências de viagens (Coelho, 2017; Pan, 2014). A síntese dessa categorização encontra-se na Tabela 4, a seguir.

Tabela 4

Tipos de transformação provenientes do turismo vegano

Categorias de Transformação	Explicação das categorias	Relatos associados às categorias de transformação
Transformação Interior	Mudanças de caráter psicológico, associadas aos aprendizados sobre questões pessoais.	<p>“De conseguir desacelerar mais e estar um pouco mais aberta para o quesito político e econômico do veganismo. Antes eu não ia atrás de muita coisa, sabe? Eu ficava só ali, vivendo a minha bolha”.</p> <p>Eu passei a fazer atividade física ainda mais regularmente [...] por essa questão mesmo da resistência física que eu falei. Eu preciso me preparar para as viagens que eu quero fazer, sabe? E Jalapão, por exemplo, é uma viagem. Não tô dizendo que tem um limite de idade para a pessoa e eu não acho que seja isso. Mas eu acho que a pessoa precisa estar bem preparada fisicamente para aguentar. Então eu acho que eu comecei a olhar mais para essa questão mesmo, da minha resistência física, para estar mais preparada para viagens que eu quero fazer e que serão no estilo Jalapão mesmo.</p>
Transformação Comportamental	Mudanças no padrão de consumo, vinculadas aos aprendizados sobre questões alimentares e de turismo.	<p>“E agora eu tô indo atrás de empresas que são veganas e não só tem alimentação vegetariana</p>

		<p>estrita. Então, eu tenho ido nesses restaurantes, eu opto por restaurantes veganos e não que tenham opções veganas. E apoiando mais esse nicho, que a gente sabe que não é uma realidade expandida, do que antes. Então, antes eu me contentava em algum lugar, sei lá, comer uma batata frita com água, sabe? Agora eu levo as pessoas para os meus lugares”.</p> <p>“Ah, eu acho que nesse sentido de estar mais... tentar aproveitar mais a natureza, sabe? Porque a gente sabe que, enfim, a gente tá num mundo em transformação, um mundo que vai mudar muito nas próximas décadas e tudo mais. Então eu acho que foi um. Voltei numa vibe mais “Nossa, preciso realmente conhecer mais lugares, né?” Tentar aproveitar mais isso, respirar mais isso”.</p> <p>“Eu te digo que depois da viagem eu tenho uma certa dificuldade de viajar em grupo de novo que não seja vegano. Dá desânimo”.</p>
Transformação Social	Mudanças na forma de interação com o mundo exterior, relacionadas às questões sobre relações sociais	<p>“Agora tenho amigos veganos e tenho mais fé e convicção nas minhas escolhas”;</p> <p>“Isso da questão do lidar com as pessoas e a socialização”.</p>

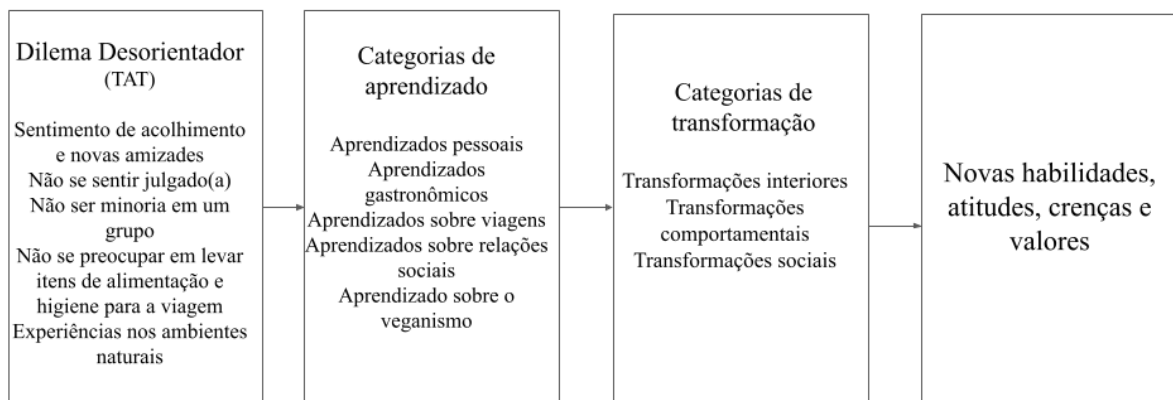
Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Em suma, as transformações interiores foram despertadas pelos aprendizados de cunho pessoal, fossem eles físicos, mentais ou psicológicos; as transformações comportamentais pelos aprendizados sobre alimentação e viagens; e as transformações sociais foram desencadeadas pelos aprendizados condizentes às interações e dinâmicas sociais ao longo das viagens. Não foram identificadas transformações influenciadas pelos aprendizados sobre o movimento e o estilo de vida veganos, possivelmente pela presença, quase exclusiva, de veganos como respondentes desta pesquisa. Vale destacar que, apesar da entrevistada Roberta (39 anos, vegana) relatar ter aprendido sobre a gestão de expectativas e como se alimentar adequadamente em uma viagem, ela foi a única a informar não ter percebido qualquer tipo de transformação.

O processo culmina na etapa de novas habilidades, atitudes, crenças e valores, quando os participantes integram à sua vida cotidiana as mudanças e reflexões surgidas a partir das experiências turísticas vivenciadas. Destarte, elaborou-se um framework teórico que sintetiza o percurso de dilema desorientador, aprendizado e transformação identificado nas experiências de turismo vegano, alinhado às dimensões da Teoria da Aprendizagem Transformativa (Mezirow, 1991) e às adaptações propostas por Wolf, Ainsworth e Crowley (2017).

Figura 1

Framework teórico - Transformações no contexto das experiências turísticas veganas



Fonte: Dados da pesquisa (2024).

Foi possível perceber que tais reflexões foram originadas de um ponto em comum, sendo ele um “dilema desorientador” (Mezirow, 1991), quando os turistas se surpreenderam e precisaram refletir sobre determinada situação da viagem. Entre elas, destacam-se os desafios

alimentares (como a falta de opções adequadas e a necessidade de adaptação), o confronto ético diante da presença de animais engaiolados ou explorados, o desenvolvimento de autonomia e preparo para cozinhar refeições veganas em contextos variados, as interações socioambientais com pessoas, culturas e práticas sustentáveis, e as descobertas pessoais relacionadas a novas perspectivas sobre estilo de vida e consumo consciente.

A partir dessas experiências, emergem as categorias de aprendizado identificadas: aprendizados pessoais, gastronômicos, sobre viagens, sobre relações sociais e sobre o veganismo. Tais aprendizagens traduzem o movimento de ampliação da consciência crítica e de reconstrução de significados, elementos centrais da TAT. A partir delas, delineiam-se as categorias de transformação (interiores, comportamentais e sociais) que traduzem mudanças percebidas pelos participantes em suas atitudes, hábitos e interações. Essas transformações não se limitam a aspectos comportamentais, mas também abrangem dimensões cognitivas, emocionais e relacionais.

O processo culmina em novas habilidades, atitudes, crenças e valores, resultado da incorporação das aprendizagens e transformações vivenciadas ao cotidiano dos participantes. Essa etapa final, inspirada na proposição de Wolf, Ainsworth e Crowley (2017), representa o momento em que o viajante internaliza os aprendizados e os traduz em mudanças perceptíveis de comportamento, pensamento e sentimento, caracterizando o desfecho do processo transformativo nas experiências turísticas veganas.

Cabe ressaltar que este framework possui caráter propositivo, representando uma síntese interpretativa das etapas e dimensões do processo transformativo, conforme apontado na literatura (Wolf *et al.*, 2017; Soulard *et al.*, 2020). As relações entre as categorias de aprendizado e de transformação não derivam diretamente do processo de codificação empírica, mas configuram um modelo teórico passível de ser explorado e testado em estudos futuros sobre experiências turísticas transformativas.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo investigar as potencialidades transformativas decorrentes das experiências de viajantes que vivenciaram o turismo vegano, e optou-se por adotar, como objeto de estudo, turistas, veganos ou não, que viajaram com a agência de viagens

Vegan4You. Para isso, foi escolhido um percurso metodológico qualitativo de caráter exploratório-descritivo, baseado em entrevistas semiestruturadas remotas, com os turistas indicados pela representante da agência ou que responderam a uma chamada compartilhada nas redes sociais dos pesquisadores e da própria agência.

Os resultados alcançados confirmam que pode haver a presença de um processo transformativo na viagem, partindo de um dilema desorientador, autorreflexão, novos aprendizados e novas ações, valores e atitudes (Mezirow, 1991; Wolf et al., 2017). Além disso, a participação nos roteiros turísticos veganos desencadearam três tipos de transformação (Pan, 2014), sendo elas: 1) Interior, 2) Comportamental e 3) Social. No primeiro caso, observou-se que os turistas obtiveram novas perspectivas de vida e adotaram novos hábitos pessoais, como maior respeito com a natureza e a prática de exercícios físicos, enquanto as transformações comportamentais se orientaram às práticas de consumo alimentar e de viagens, em busca de novas experiências gastronômicas e experiências turísticas em ambientes naturais e sem exploração animal. Por fim, as transformações sociais apresentaram características de sociabilidade, como abertura para novas interações e a busca por conectar-se com mais indivíduos que compartilham do mesmo estilo de vida.

Os resultados obtidos fornecem contribuições variadas para as temáticas envolvidas neste estudo. Quanto ao turismo vegano, percebeu-se uma contribuição teórica, tendo em vista o maior entendimento sobre quais são os possíveis impactos de aprendizado e transformação dessa prática turística, principalmente na vida dos indivíduos veganos. Com relação à contribuição para os estudos sobre experiências turísticas transformativas, observou-se uma contribuição de caráter prático, originada da instrumentalização de um roteiro de entrevista para extrair as informações e relatos adequados do conjunto de respondentes desta pesquisa, bem como uma aplicação teórica do conceito de dilema desorientador para compreender os impactos percebidos pelos turistas entrevistados.

As limitações desta pesquisa se encontram no conjunto de respondentes, considerando que houve somente um representante do gênero masculino e uma representante onívora. Portanto, não foi possível comparar se os aprendizados e transformações podem apresentar algum tipo de variação entre os gêneros e quais seriam as mais comuns entre os indivíduos não veganos, respectivamente. Outra limitação é o fato de que somente turistas que viajaram com a *Vegan4You* fizeram parte do estudo, o que permite uma orientação para novas pesquisas e

apresenta um resultado introdutório sobre o tema, mas não permite a generalização das informações alcançadas.

Sobre estudos futuros, sugere-se que a pesquisa seja replicada com foco em indivíduos onívoros, a fim de investigar o potencial transformativo do turismo vegano em relação àqueles não habituados ao estilo de vida praticado na viagem. Por fim, é possível propor um estudo quantitativo, com instrumento baseado nos resultados alcançados nesta pesquisa, aplicado a uma amostra de indivíduos que tenham participado de roteiros veganos nos contextos nacional e internacional.

REFERÊNCIAS

- Adams, C. A. (2018). *A política sexual da carne: a relação entre carnivorismo e a dominância masculina*. 2. Ed. São Paulo: Alaúde Editorial.
- Alahakoon, T., Pike, S., & Beatson, A. (2021). Transformative destination attractiveness: an exploration of salient attributes, consequences, and personal values. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 00(00), 1–22.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1925616>
- Başol, C. I., & Alvarez, M. D. (2023). Development of a Vegan-Friendly Destination – The Case of Didim. *Tourism Planning & Development*.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2023.2276217>
- Boni, V. & Quaresma, S. J. (2005). Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais. *Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC*, 2(1-3), 68-80. Recuperado de:
<https://periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/18027/16976>.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Coelho, M. F. (2017). *Viagens de brasileiros: um modelo de relações entre experiência turística memorável, mindfulness, transformações pessoais e bem-estar subjetivo*. [Tese de Doutorado, Universidade Federal de Minas Gerais]. Recuperado de:
<http://hdl.handle.net/1843/BUOS-AZNKY3>
- Coghlan, A., & Weiler, B. (2018). Examining transformative processes in volunteer tourism. *Current Issues in Tourism*, 21(5), 567-582.
<https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1102209>
- Coleman J. S. (1958). Relational analysis: the study of social organizations with survey methods. *Human Organization*, 17.
<https://doi.org/10.17730/humo.17.4.q5604m676260q8n7>
- Datafolha (2025). Relatório Veganos. Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB). Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/1STJ9zEY3M-8nl8GaCZVsrkMtUlxavSJz/view>
- Decrop, A. *et al.* (2018). “Couchsurfing has made me a better person and the world a better place”: 109 the transformative power of collaborative tourism experiences. *Journal of*

- Travel and Tourism Marketing*, 35(1), 57–72.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1307159>
- Freitas, H., Oliveira, M., Saccol, A. Z., & Moscarola, J. (2000). O método de pesquisa survey. *Revista de Administração da USP, RAUSP*, 35(3), 105-112. Recuperado de:
<https://rausp.usp.br/wp-content/uploads/files/3503105.pdf>
- Huang, X., Wang, P., & Wu, L. (2023). Well-being Through Transformation: An Integrative Framework of Transformative Tourism Experiences and Hedonic Versus Eudaimonic Well-being. *Journal of Travel Research*, 63(4), 974-994.
<https://doi.org/10.1177/00472875231171670>
- Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L. (2017a). What triggers transformative tourism experiences? *Tourism Recreation Research*, 42(4), 498–511.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2017.1342349>
- Kirillova, K., Lehto, X., & Cai, L. (2017b). Tourism and Existential Transformation: An Empirical Investigation. *Journal of Travel Research*, 56, 638–650.
<https://doi.org/10.1177/0047287516650277>
- Laing, J. H., & Frost, W. (2017). Journeys of well-being: Women’s travel narratives of transformation and self-discovery in Italy. *Tourism Management*, 62, 110–119.
<https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.004>
- Lean, G. L. (2009). Transformative travel: Inspiring sustainability. In: BUSHEL, R.; SHELDON, P. (Eds.) *Wellness and tourism: Mind, body, spirit, place*. New York: Cognizant.
- Lean, G.L. (2012). Transformative travel: A mobilities perspective. *Tourism Studies*, 12, 151-172. <https://doi.org/10.1177/1468797612454624>
- Li, S., Liu, X., Cai, S., & Scott, N. (2020). Vegan Tours in China: Motivation and benefits. *International Journal of Tourism Research*, 23(2), 1-15.
<https://doi.org/10.1002/jtr.2401>
- Lopes, M. S., & Gimenes-Minasse, M. H. (2021). Dificuldades de indivíduos veganos em destinos turísticos. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 15(2), 1-29.
<https://doi.org/10.36113/cultur.v15i2.2927>
- Markos, L., & McWhinney, W. (2003). Editors’ perspectives: Auspice. *Journal of Transformative Education*, 1, 3-15. <https://doi.org/10.1177/1541344603252099>

- Markowski, K. L., & Roxburgh, S. (2019). "If I became a Vegan, My Family and Friends Would Hate Me:" Anticipating Vegan Stigma As a Barrier To Plant-based Diets. *Appetite*, 135, 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2018.12.040>.
- Mayer, V. F., Machado, J. dos S., Marques, O., & Nunes, J. M. G. (2019). Mixed feelings?: fluctuations in well-being during tourist travels. *Service Industries Journal*, 40(1-2), 158–180. <https://doi.org/10.1080/02642069.2019.1600671>
- Mezirow, J. (1978) Perspective transformation. *Studies in Adult Education*, 9(2), 153-164. <https://doi.org/10.1177/074171367802800202>
- Mezirow, J. (1991) *Transformative dimensions of adult learning*. San Francisco, CA: JosseyBass.
- Milazzo, L., & Soulard, J. (2024). Bridging disciplinary perspectives on transformation: Epistemologically evaluating liminality and transformative learning. *Annals of Tourism Research*, 104. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103710>
- Mkono, M. (2016). The reflexive tourist. *Annals of Tourism Research*, 57, 206–219. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2016.01.004>
- Morell, A., & O'Connor, M. A. (2002). Introduction. In: O'Sullivan, E.; Morrell, A.; O'Connor, M. A. (Eds.), *Expanding the boundaries of transformative learning: Essays on theory and praxis*. New York, NY: Palgrave.
- Morgan, A. D. (2010). Journeys into transformation: Travel to an "other" place as a vehicle for transformative learning. *Journal of Transformative Education*, 8(4), 246–268. <https://doi.org/10.1177/1541344611421491>
- Motta, R. (2021). Social movements as agents of change: Fighting intersectional food inequalities, building food as webs of life. *The Sociological Review*, 69(3), 603–625. <https://doi.org/10.1177/00380261211009061>.
- Nierdele, P., & Schubert, M. N. (2020). HOW does veganism contribute to shape sustainable food systems? Practices, meanings and identities of vegan restaurants in Porto Alegre, Brazil. *Journal of Rural Studies*, 78, 304-313. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2020.06.021>.
- Oliveira, R. L. (2023). Veganismo e Turismo no Brasil: um estudo sob a ótica da oferta turística. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense]. Recuperado de: <http://app.uff.br/riuff/handle/1/31467>

- Oliveira, R. L., & Conti, B. R. (2022). Investigação teórica sobre o veganismo e o turismo: uma revisão sistemática da literatura. *Revista Hospitalidade*, 19, 550–578. Recuperado em: <https://www.revhosp.org/hospitalidade/article/view/1045>.
- Oliveira, R. L., & Conti, B. R. (2023). Análise da Oferta de Empreendimentos Turísticos Associados ao Veganismo. *Revista Turismo Em Análise*, 34(1), 105-123. Recuperado de: <https://revistas.usp.br/rta/article/view/213249>
- Ottenbacher, M., Busam, S. Harrington, R. J., & Allhoff, J. (2023). The factors impacting on the travel experience of a vegan lifestyle. *International Hospitality Review*, ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/IHR-02-2023-0016>
- Pan, T.-J. (2014). Personal Transformation Through Volunteer Tourism: The Evidence of Asian Students. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41(5), 1–26. <https://doi.org/10.1177/1096348014538048>
- Pearce, P., & Foster, F. (2007). A “university of travel”: Backpacker learning. *Tourism Management*, 28(5), 1285–1298. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2006.11.009>
- Phillips, B. (2019). *Learning by Going: Transformative Learning through Long-term Independent Travel*. Wiesbaden: Springer. 2019.
- Pocock, N., & McIntosh, A. (2013). Long-term travellers return, ‘home’? *Annals of Tourism Research*, 42, 402–424. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.02.015>
- Portilho, F. (2020). Ativismo alimentar e consumo político – Duas gerações de ativismo alimentar no Brasil. *Redes. Revista do Desenvolvimento Regional*, 25(2), 411-432. <https://doi.org/10.17058/redes.v25i2.15088>
- Pung, J. M.; Del Chiappa, G. (2020). An exploratory and qualitative study on the meaning of transformative tourism and its facilitators and inhibitors. *European Journal Of Tourism Research*, 24. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v24i.406>
- Pung, J. M.; Gnoth, J.; Del Chiappa, G. (2020). Tourist transformation: Towards a conceptual model. *Annals of Tourism Research*, 81. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102885>
- Sanz Planas, M. (2018). Vegan tourism across Europe. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Girona]. Recuperado de: <https://www.doi.org/10.13140/RG.2.2.32981.68324>
- Scott, N. (2020). A political theory of interspecies mobility justice, *Mobilities*, 15(6), 880-895. <https://doi.org/10.1080/17450101.2020.1819728>

- Silva, L. C. S. (2023). *Experiências Turísticas Transformativas e oscilações do bem-estar: Viajando em meio à disseminação da Covid-19*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal Fluminense]. Recuperado de: <https://app.uff.br/riuff/handle/1/31524>
- Singer, P. (2020). *Libertação animal: o clássico definitivo sobre o movimento pelos direitos dos animais*. São Paulo: Editora WMF Martins Fontes.
- Soulard, J. et al. (2021). Transformative tourism: Tourists' drawings, symbols, and narratives of change. *Annals of Tourism Research*, 87, 103-141. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103141>
- Soulard, J., McGehee, N. G., & Stern, M. (2019). Transformative tourism organizations and glocalization. *Annals Of Tourism Research*, 76, 91–104. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.03.007>
- Soulard, J., McGehee, N., & Knollenberg, W. (2020). Developing and Testing the Transformative Travel Experience Scale (TTES). *Journal of Travel Research*, 60(5), 923–946. <https://doi.org/10.1177/0047287520919511>
- The Vegan Society. (17 de maio de 2023). *Definition of veganism*. Recuperado de: <https://www.vegansociety.com/go-vegan/definition-veganism>.
- Trigo, L. G. G. (2010). A viagem como experiência significativa. In: Panosso Netto, A.; Gaeta, C. (Eds.), *Turismo de Experiência*, São Paulo: SENAC.
- Tsaur, S.-H., & Huang, C.-C. (2016). Working holiday tourist learning: Scale development and validation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 33(4), 535–550. <https://doi.org/10.1080/10548408.2015.1064851>
- Vegan4You. Quem somos. 2023. Recuperado de: <https://www.vegan4you.com.br/quem-somos/>.
- Vidickiene, D., Vilke, R., & Gedminaitė-Raudonė, Z. (2020). Transformative tourism as an innovative tool for rural development. *European Countryside*, 12(3), 277–291. <https://doi.org/10.2478/euco-2020-0016>
- Vilela, D. B. L. (2017). Consumo político e ativismo vegano: dilemas da politização do consumo na vida cotidiana. *Estudos Sociedade e Agricultura* 25(2), 353-377. <https://doi.org/10.36920/esa-v25n2-7>.

- Walker, J., & Manyamba, V. N. (2020). Towards an emotion-focused, discomfort-embracing transformative tourism education. *Journal Of Hospitality Leisure Sport & Tourism Education*, 26. <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2019.100213>
- Walter, P. G. (2013). Catalysts for transformative learning in community- based ecotourism. *Current Issues in Tourism*, 1356-1371. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.850063>
- Wolf, I. D., Ainsworth, G. B., & Crowley, J. (2017). Transformative travel as a sustainable market niche for protected areas: a new development, marketing and conservation model. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(11), 1650–1673. <https://doi.org/10.1080/09669582.2017.1302454>

FORMATO PARA CITAÇÃO DESTE ARTIGO

Oliveira, R. L., Santos-Silva, L. C., Conti, B., R., & Mayer, V. F. (2026). Experiências turísticas veganas e transformações pessoais: uma análise a partir da Teoria da Aprendizagem Transformativa. *Revista de Turismo Contemporâneo*, 14(1), 1323-1351. DOI 10.21680/2357-8211.2026v14n1ID37999
