



GEPAD EM QUARENTENA – NÚMERO 35

QUAIS OS RUMOS DO CONSUMO DE CARNE PÓS-COVID 19?

Elcio Costa do Nascimento¹ (elcioncosta@gmail.com)

O sistema agroalimentar foi modificado drasticamente nas últimas décadas, migrando de sistemas locais de produção para o alcance de níveis globais altamente integrados e conectados. Realidade que possibilitou a instalação de um contexto de acessibilidade e abundância alimentar. Paralelamente, acarretou um afastamento sistemático do consumidor com a origem dos seus alimentos, modificando sua relação com a comida e com as regras e códigos que regiam as práticas e as representações alimentares cotidianas.

Entretanto, esse sistema de escala planetária tem tido a sua capacidade questionada, especialmente no que se refere a fornecer alimentos seguros, saudáveis e ambientalmente sustentáveis. Principalmente, após casos de doenças relacionados à produção animal como a gripe suína, aviária e, agora, o Covid-19, em que tem indicativos do surgimento por meio do consumo humano de animais selvagens, acrescentando mais uma narrativa negativa entre as tantas existentes relacionadas à produção animal, acusada de possuir elevada pegada ambiental (emissão de gases do efeito estufa).

Narrativas que, em um mundo cada vez mais conectado, têm contribuído para o crescimento de uma ansiedade em relação ao ato alimentar, somando forças com outros discursos contraditórios e até mesmos dissonantes em relação à alimentação: discursos de base moral, médica, identitário, ético, entre outros.

¹ Zootecnista. Aluno de Doutorado em Desenvolvimento Rural (PGDR/UFRGS).

Ansiedade que, em situação de pandemia com restrições sociais que a ela se somaram, está afetando o sentimento do consumidor e o comportamento de compra globalmente. O aumento das compras virtuais cresceu significativamente, assim como, os tipos de produtos procurados pelos consumidores. Antes da pandemia, segundo dados da Nielsen, questões relacionadas com qualidade e confiança eram as principais reivindicadas. Após cenário de crise a procura por itens que sejam capazes de proteger o consumidor e seus familiares de germes e bactérias, fortalecer o sistema imunológico e promover a saúde cresceram significativamente, acima de reivindicações sobre naturalidade, sustentabilidade, qualidade e marca.

Contudo quais serão os impactos e repercussões desse contexto em uma realidade pós-pandemia? Pós-Covid 19? Virar as costas para esse sistema convencional industrial de produção de alimentos e abraçar a produção local? Consumir produtos e marcas que se “vendem” como sustentáveis independentemente do modo de produção?

Nesse contexto, um produto – além do álcool em gel (é claro!) – que tem sentido os efeitos dessa pandemia de uma maneira interessante são os produtos à base de vegetais (carne, leite e ovos). Recentemente, empresas como as americanas, Beyond Meat, Impossible Food; e as nacionais, Fazenda Futuro, JBS e Marfrig, têm oferecido aos consumidores uma “nova” carne feita a partir de proteína texturizada de soja ou ervilha que promete suprir a demanda crescente por alimentos e carnes, devido ao constante crescimento da população. As empresas sinalizam que oferecem, com seus produtos, a mesma experiência degustativa da carne de origem animal. Porém, sem sofrimento animal, sem degradar o meio ambiente e, ainda, apresentando benefícios para a saúde.

Esse setor teve crescimento de 11,4% em 2019, contexto pré-pandemia (mercado norte americano). Nas semanas que seguiram aos primeiros casos, apresentou crescimento expressivo, de aproximadamente 279,8% até meados de março de 2020, pós-pandemia, conforme levantamento de Nielsen, em análise das vendas em dólar no varejo de alimentos dos Estados Unidos. Realidade que demonstra a busca pela aquisição e consumo de produtos que atendam as demandas crescentes por critérios relacionados ao meio ambiente, saúde e bem-estar animal.

Entretanto, pouco se conhece das técnicas e práticas utilizadas na fabricação e produção desses novos produtos, caindo, mais uma vez, no campo do desconhecimento, do distanciamento e das dúvidas em relação aos reais benefícios que esse novo produto será capaz de fornecer, ou dos seus riscos à saúde humana.

Nesse entre meio, de crescimento das vendas e desconhecimento das técnicas de produção utilizadas, uma guerra de narrativas antagônicas é “travada” entre os atores envolvidos no setor de produção de carne, visando atrair esse consumidor cada vez mais exigente. De um lado as empresas que desenvolvem pesquisas e produtos relacionados à carne à base de vegetais. Do outro, produtores (grandes e pequenos), empresas e associações relacionados à produção de alimentos de origem animal .

Nesse contexto de conflitos, medos e dúvidas em relação ao sistema convencional de produção de alimentos, cresce a busca por sistemas alimentares mais resiliente e que causem menos estresse, tanto ao planeta, quanto a saúde da população. As grandes corporações estão, aparentemente, conseguindo fazer a conexão entre o que é desejável para o consumidor e “saudável para o mundo”, como os dados de consumo de carne vegetal tem apontado. Passado esse período, pouco se sabe sobre o comportamento do

consumidor em relação a esses produtos. Em alguma medida, as críticas em relação a algumas formas particulares de produção animal podem estar fomentando a elaboração de produto que está distante de ser saudável e causar menor impacto ambiental.

Há muitas perguntas que merecem ser estudadas pós-pandemia, especialmente se os atuais hábitos alimentares serão modificados e em que medida. A única certeza que se pode observar dentro desse cenário é a de que a normalidade, a qual estávamos acostumados, estará longe de ser a mesma ao final dessa crise, com reflexos importantes nas práticas, nos modos e nos produtos que consumimos.