

PRIVILEGIANDO AS APARÊNCIAS EM DETRIMENTO DO ESSENCIAL?¹

Pedro Eduardo de Felício²

O responsável pela coluna interessa-se tanto pelos avanços tecnológicos que tem dedicado sua vida profissional à universidade pública. No entanto a experiência adquirida não o deixa despreocupar-se dos aumentos de custos, ou dos problemas que as inovações podem trazer, nem das mensagens subliminares - do tipo “pague por isso ou transforme-se em peça de antiquário” - passadas por empresas que lucram muito com a ampla utilização dos novos produtos e serviços correlatos.

O fato é que algumas inovações lembram a propaganda de cartão de crédito que dizia: “precisar não precisa, mas...” quem tiver “este cartão” usufruirá status repleto de indescritíveis sensações. Na pecuária de corte, alguns exemplos disso são: a ultrasonografia dorso-lombar *in vivo*; os marcadores moleculares e a seqüência do genoma visando melhorar a qualidade da carne; a identificação do boi por radiofreqüência (RF); os axiomas sobre exigências atribuídas aos consumidores, como aquela do código de barras que possibilitaria uma rápida busca da foto (ou seria videoclipe?) do boi ambientado na natureza; e, por último - o máximo da modernidade - as certificações de fazendas ecologicamente corretas, socialmente justas, e responsáveis pelo bem-estar animal.

Alguns desses itens terão utilidade em situações específicas, por exemplo, as novas ferramentas da genética serão muito bem-vindas no dia em que se viabilizarem, mas se o desejo de melhorar a maciez da carne de zebu fosse de fato sincero, já estaríamos utilizando técnicas *post-mortem* de eficácia comprovada empregadas há tempos em outros países.

Quanto à vontade do consumidor, isto é, a *qualidade exigida*, o que está sendo feito pela inteligência nacional se assemelha a uma adivinhação de como os compradores vão querer a carne, pois na vida real os importadores estão adquirindo o produto tropical aos milhares de toneladas pelo “PPH - *Preço, Padrão e Higiene*”, sem sofisticação; e o que as pesquisas nacionais revelam hoje sobre o mercado interno é o básico, praticamente o mesmo PPH.

A esse respeito, a pesquisadora Conceição Fonseca, do NEPA – Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação, da Unicamp, analisou opiniões de consumidores (n=351) de Campinas, SP, tendo constatado que 95,7% dos entrevistados consomem carne bovina; desses, 35,7% o fazem uma ou duas vezes, e 57,1% três a quatro vezes por semana, o que é ótimo para o setor. Ao comprar carne, 63,4% preferem sem gordura, contra 22,9% que gostam com gordura aparente, e 13,7% que não se importam com isso; portanto, é inevitável a pergunta: até quando o acabamento das carcaças será valorizado?

Notou a autora que para cada consumidor que pretende comer mais carne, no futuro, há um que pretende parar de comer, e outros cinco que querem diminuir o consumo. Isto tem a ver com a imagem criada, porque 28,5% dos entrevistados crêem que é pouco ou nada seguro para a saúde o consumo de carne, 13,7% estão indefinidos, e 57,5% deram notas de 5 a 7 (sete é *extremamente boa*). Eis aí um tema relevante!

Observou ainda que marca, valor nutritivo, embalagem e selo do SIF (Serviço de Inspeção Federal) têm pouca influência na compra, sendo crescentes os efeitos de procedência, refrigeração, preço, aparência, e higiene, nessa ordem. Nos motivos de preocupação com a carne, foram ascendentes as notas para teores de gordura e de colesterol, ausência de selo do SIF, resíduos de drogas veterinárias, bactérias, e falta

¹ Artigo publicado na Revista ABCZ ano4, n.23 (nov./dez.). p. 74.

² Professor-associado da Faculdade de Engenharia de Alimentos, Unicamp. CP 6121; CEP 13083-862.

de controle higiênico-sanitário; este último foi reconhecido pelos consumidores como o mais importante, com nota 6,38 (sete é *extrema preocupação*). Chamou atenção o fato de que 31,8% não quisessem ou não soubessem opinar sobre selo do SIF, o que pode ser atribuído ao desgaste sofrido pela Inspeção Sanitária nacional, no embate entre a técnica e os interesses políticos, nos últimos 20 anos.

Assim, melhor faria o setor da carne – que anda gastando antecipadamente com novidades de eficácia e futuro incertos – se desencadeasse ações de fortalecimento e divulgação do SIF, e campanhas de esclarecimentos sobre a importância da carne na nutrição e na saúde humana. Fora isso, vale lembrar que devaneios podem ter custos enormes.
