

Comida ética, carne cultivada, feminismo vegano: por que comer virou um ato político

Movimento impulsionado por consumidores, chefs, empresas e investidores altera hábitos alimentares para substituir a lógica industrial

Por Amália Safatle — Para o Valor, de São Paulo

30/07/2021 05h02 · Atualizado há uma hora





Claudia Visoni, fundadora do Hortelões Urbanos — Foto: Reprodução/Facebook

Flexitarianos, reducetarianos, climaterianos. Veganismo preto, feminismo vegano. Carne cultivada, fermentação de precisão, comida ética, clean-meat, plant-based. A alimentação pede um novo e mais diverso léxico, que se multiplica no ritmo dos estilos de vida, comportamentos, pautas identitárias e profusão de tribos fora e dentro nas redes sociais. Se durante décadas a indústria de alimentos pautou-se na homogeneização para gerar escala com base em três ou quatro espécies, chegou a hora de mudar a estratégia.

Vêm do consumidor, da gastronomia e de algumas empresas e investidores movimentos na direção da saudabilidade e da variedade de ingredientes naturais e orgânicos. A reconexão com a natureza, o resgate das origens socioculturais do alimento e o ativismo alimentar correm em paralelo com o desenvolvimento de tecnologias de ponta.





Roberto Smeraldi, do Instituto Até: mundo da comida está em transformação acelerada — Foto: Divulgação/Ag. Belém

“O mundo da comida enfrenta agora uma fase de transformação muito acelerada e difusa, que reflete o longo período em que isso não aconteceu”, afirma Roberto

Smeraldi, cofundador do Instituto Até. Cozinheiro e ambientalista, ele se refere ao período que vem do boom de cereais matinais americanos dos anos 1950 até pouco tempo atrás, em que as novas tendências passaram a se manifestar dentro de um caldo político-cultural, descortinado pela era pós-industrial.

- **Leia mais: Tecnologia 'economiza' pastagens**
- **Leia mais: Segmento de orgânicos movimentou R\$ 5,8 bilhões em 2020**
- **Leia mais: Consumidor quer proteínas vegetais, mas sem pagar caro**

Para Smeraldi, essa característica da sociedade contemporânea, que tem o mundo das redes sociais por trás, permeia tudo, da política até a alimentação. “Estamos assistindo a uma explosão de tendências, caminhos e verdadeiras religiões da comida, com cada um pregando o que é bom”, observa.





Cobi Cruz, da Organix, e Katherine de Matos (foto abaixo), do The Good Food Institute: consumidores mostram preocupação com saúde e também ambiente — Foto: Divulgação

A novidade vem suceder à lógica industrial amparada no princípio da seleção, em que a produção fabril sempre buscou o afinilamento máximo no uso da biodiversidade. Segundo Smeraldi, essa é uma estratégia oriunda da agricultura ocidental, que nos últimos 8 mil a 9 mil anos selecionou o que supostamente era melhor e mais produtivo, eliminando o resto. Tal lógica se opõe à da agricultura ameríndia, orientada pela coleção, que busca ampliar a variedade de espécies consumidas. “Antes era Revolução Verde com soja, milho e trigo para alimentar o mundo. Agora você encontra uma nova variedade de cana-de-açúcar na Etiópia e no dia seguinte isso vira a mais nova sensação”, ilustra.

A estratégia da seleção, que restringe possibilidades de uso, inibiu a inovação. Não por acaso, o negócio de alimentos é um dos mais atrasados que existem, na avaliação de Smeraldi. É algo que se observa no campo das startups: estudo da aceleradora Liga Ventures conclui que o conceito e a abrangência das “food techs” no Brasil ainda é incipiente na comparação com outros segmentos de startups, como saúde, varejo, RH, marketing e a própria agropecuária. O estudo cita Bill Gates, que em 2013 já via o mercado de alimentação muito propício à inovação porque pouco havia mudado nos últimos cem anos - em que pese o desafio de

nutrir 9 bilhões de pessoas em 2050 sem causar mais danos ao clima e ao meio ambiente.

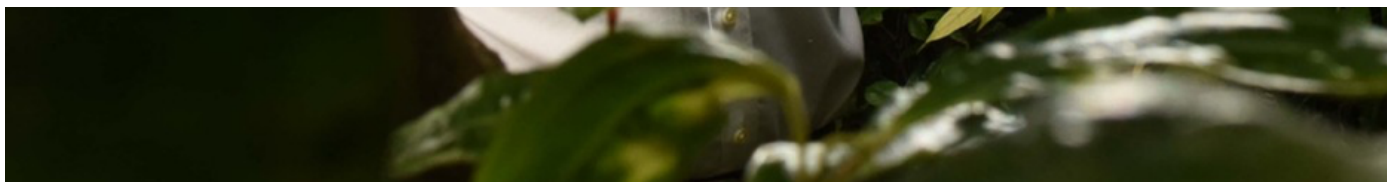


Katherine de Matos, do The Good Food Institute — Foto: Divulgação

Já nestes anos 2020 pandêmicos, o desafio do combate à fome volta à baila, não tanto pela oferta de alimentos, mas pela distribuição falha, a desigualdade social e a falta de qualidade nutricional. Entre 2018 e 2020, a prevalência de insegurança alimentar grave no Brasil quase dobrou, atingindo 7,5 milhões de brasileiros. Adicionando a insegurança alimentar moderada, o número chega a 49,6 milhões de pessoas, segundo a Organização das Nações Unidas para Alimentação e Agricultura (FAO) e outras entidades multilaterais.

No cardápio da carestia, fragmentos de arroz, antes destinados à ração animal, ganham as prateleiras de supermercados, enquanto uma fila para doação de ossos de um açougue em Cuiabá vira manchete. “Tenho a sensação de que Betinho voltou com tudo”, diz Fátima Portilho, professora da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ), referindo-se “à volta do irmão do Henfil”, verso de Aldir Blanc que marcou a redemocratização no país.





Pedro Wickbold: “Existe uma tendência importante de crescimento de pães especiais porque as pessoas estão cada vez mais preocupadas com o poder nutricional” — Foto: Silvia Zamboni/Valor

Portilho, estudiosa do chamado ativismo alimentar, vê no atual momento brasileiro uma inédita confluência entre duas ondas históricas desse ativismo, catalisada pela pandemia. A primeira geração, nos anos 1980, caracterizava-se pelo combate à fome, tendo como personagens centrais Betinho e o geógrafo Josué de Castro. Mas a questão da fome saiu de cena na segunda onda, inspirada pelo movimento internacional Slow Food, que prega a comensalidade, “a comida de verdade” e o resgate da ancestralidade, em reação ao ritmo industrial frenético do capitalismo.

É do Slow Food o lema do alimento “bom (ligado ao prazer), (ambientalmente) limpo e (socialmente) justo”. Foi protagonizado por Carlo Petrini, um gastrônomo italiano ligado ao Partido Comunista que inaugurou a fase dos “chefs ativistas”. Em seguida, a brasileira Teresa Corção, criadora do Instituto Maniva, lançou a era dos “ecochefs”, com base em preocupações socioambientais. Segundo Portilho, essa é uma geração guiada pelo lema de que “comer é um ato político”, expressão que se propaga até hoje, por exemplo, por Bela Gil.



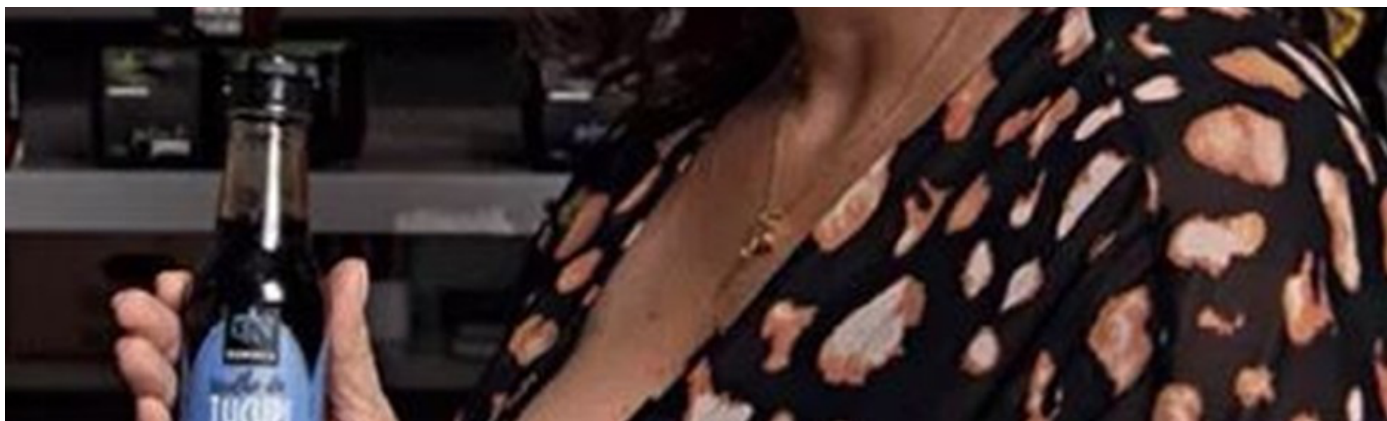
As chefs Bel Coelho e Joanna Martins (foto abaixo) têm utilizado ingredientes vegetais diferentes, de regiões do Brasil como a Mata Atlântica ou a Amazônia, em seus cardápios — Foto: Ana Paula Paiva/Valor

A confluência entre a primeira e a segunda gerações no país pode ser exemplificada, segundo ela, pelo encontro entre João Pedro Stédile, do Movimento dos Trabalhadores Rurais Sem Terra (MST), e a chef Rita Lobo, em um debate em São Paulo. “Ver o representante de um movimento social clássico e sindicalista dialogando com uma chef de cozinha chique era algo impossível dez anos atrás. Isso acontece agora porque há um movimento de aproximação de pautas”, avalia. O MST é o maior produtor de arroz orgânico da América Latina, segundo o Instituto Rio Grandense do Arroz.

Hoje, Portilho se pergunta o que não é ativismo alimentar, considerando que

praticamente todas as questões identitárias contemporâneas incorporam a comida como um ato político. O feminismo, por exemplo, abraça o veganismo por considerar que é condenável a exploração do gênero feminino pelo masculino, assim como é condenável a exploração de uma espécie (não humana) para alimentar outra (humana). O mesmo raciocínio se dá no veganismo preto, que transpõe a lógica de se condenar a exploração de uma raça por outra. Mas o veganismo preto enfrenta contrapontos, como o respeito aos rituais religiosos afro-brasileiros que sacrificam animais. O caldo sociocultural, portanto, é multifacetado, à medida que a sociedade se torna mais complexa.

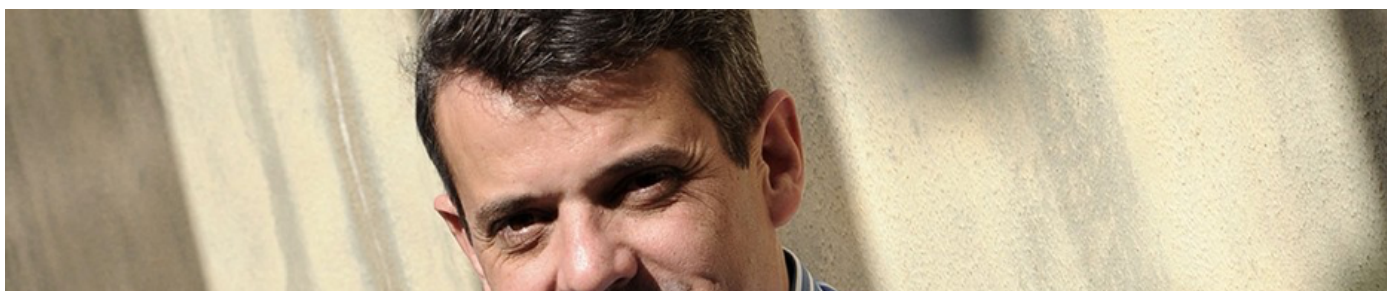




A chef Joanna Martins — Foto: Divulgação

Junte-se a isso um grande motor de mudança no ato de comer, que é a busca por mais saúde e, com a pandemia, por aumento da imunidade. Pesquisa realizada em 2018 pelo The Good Food Institute (GFI) identificou que 29% dos brasileiros tinham diminuído o consumo de carne e, dois anos depois, esse número chegou a 50%. O Instituto Nacional do Câncer, ligado ao Ministério da Saúde, reconhece a carne vermelha como boa fonte de nutrientes, mas diz que seu excesso pode aumentar o risco de câncer e recomenda consumo de até 500 gramas por semana. Procuradas, a Associação Brasileira de Frigoríficos e a Associação Brasileira das Indústrias Exportadoras de Carnes não comentaram até o fechamento desta edição.

O excesso no consumo de alimentos ultraprocessados também integra a lista de vilões da saúde: “Está associado a diversas doenças crônicas e fatores de risco, como diabetes, obesidade, hipertensão, asma, depressão e até tipos de câncer”, diz a nutricionista Gabriela Lopes da Cruz, pesquisadora do Núcleo de Pesquisas Epidemiológicas em Nutrição e Saúde (Nupens) da USP, que recomenda o consumo de alimentos in natura e pouco processados.





Luis Fernando Laranja, da Kaeté Investimentos, vê espaço para a produção “de uma forma aceitável” de proteína animal: “Buscamos reformar o sistema por dentro” — Foto: Silvia Costanti/Valor

O Nupens está realizando o estudo NutriNet Brasil, que relaciona alimentação e saúde e pretende acompanhar 200 mil voluntários durante dez anos. Entre os 10 mil participantes já ouvidos, foi possível identificar um aumento no consumo de frutas, hortaliças e feijão (de 40,2% para 44,6%) durante a pandemia. No entanto, ainda é alto o consumo de ultraprocessados, com 19,7% das calorias ingeridas pelos brasileiros entre 2017 e 2018. “É difícil para o consumidor identificar o que é saudável. Muitas vezes o ultraprocessado joga nesse lugar, usando expressões como alimentos fit e adicionando nutrientes”, alerta Cruz.

Mas, além da saúde, fatores como preocupação ambiental, justiça social e ética entram nesse caldeirão de transformações do setor de alimentos. E, em janeiro

de 2020, uma pesquisa da Delaçon, empresa austríaca que desenvolve aditivos naturais a partir de plantas, concluiu que mais de 80% dos millennials brasileiros se importam não apenas com a qualidade dos alimentos, mas também com práticas de bem-estar animal e sustentabilidade. Cerca de dois terços concordam com a frase: “Meu corpo é meu templo, tenho muito cuidado com o que vai nele”.

Estudo da Market Analysis com base em pesquisas próprias e fontes secundárias indica consistente crescimento na demanda por alimentos associados a saúde, ingredientes naturais, conforto digestivo, reforço imunológico e preservação ambiental, tais como orgânicos e produtos vegetais, livres de carne animal. Hoje no Brasil, um em cada cinco consumidores (19%) opta regularmente por itens sinalizados como orgânicos, percentual que era de 15% em 2017.

Segundo o fundador da Market Analysis, Fabián Echeagaray, uma pesquisa mundial coordenada junto à rede global WIN de institutos de sondagens de mercado mostra que a disposição na América Latina em adotar alimentos não convencionais decorre de um senso de empoderamento, no qual o indivíduo se enxerga como potencialmente capaz de impactar o meio ambiente por meio de suas escolhas.

É no que acredita Ricardo Laurino, presidente da Sociedade Vegetariana Brasileira: “Cada vez mais as pessoas se informam sobre os riscos da depredação do meio ambiente para a vida humana. Em vez de apenas aguardar uma solução vinda de

governos e instituições, elas querem dar o recado individualmente e percebem que a alimentação à base de vegetais é a ação mais poderosa que têm em mãos”.

E não existe poder maior que usar as próprias mãos para produzir alimento em casa, nos quintais, apartamentos e praças. “Entre 15% e 25% dos alimentos do mundo são plantados no ambiente urbano e facilmente a gente conseguiria chegar a 40%. Somos 800 milhões de agricultores urbanos no mundo, sendo que 200 milhões são profissionais, vivem disso. A favela de Kibera, em Nairóbi, no Quênia, tem 10 mil hortas. É uma atividade nada desprezível”, diz a jornalista Claudia Visoni, codeputada na Mandata Ativista e fundadora do Hortelões Urbanos, descrito por ela como um ponto de encontro nas redes sociais capaz de influenciar políticas. No Facebook, reúne 83,6 mil pessoas - “um Maracanã”, diz.

Especialmente por causa da pandemia, Visoni ouve muita gente dizendo que só conseguiu almoçar arroz com ovo. Mas, se essa pessoa adicionar couve, batata-doce, tomate e pimentão, vira um almoço e tanto, que nem entra no PIB. “Sai do meu quintal para a minha barriga sem nem mesmo gerar resíduo de embalagem”, diz. Além disso, quem planta em casa ou perto de casa evita colocar veneno, o que dialoga com a tendência de consumo de orgânicos.

No caso dos orgânicos, a preocupação com a saúde individual é a primeira motivação para aderir a um mercado que cresceu 30% em 2020, chegando a R\$ 5,8 bilhões, segundo Cobi Cruz, diretor da Organis - Associação de Promoção dos Orgânicos. “Mas, em seguida, o consumidor começa a entender que o produto também traz benefícios sociais e ambientais.” Segundo ele, o mesmo ocorre com o produtor familiar, que começa a cultivar porque vê que é mais rentável, mas depois percebe os benefícios de não expor a família aos agrotóxicos e contaminar a propriedade.

Sediado em Casa Branca (SP), o Sítio A Boa Terra, que entrega cestas de orgânicos desde 1981, viu as oportunidades crescerem na pandemia, que não só levou o consumidor a se preocupar mais com o que come, mas favoreceu o canal de vendas por delivery. Segundo o gerente-geral Júlio Cesar Benedito, no ano passado houve crescimento de 300% nas vendas digitais. O próximo desafio é aproveitar o aumento no número de restaurantes vegetarianos, veganos ou com uma levada saudável para encontrar novos clientes. “Só na cidade de São Paulo, por meio de uma pesquisa de internet, já identificamos mais de 400 restaurantes com esse perfil”, diz.

“Há 15 dias eu visitei a primeira churrascaria 100% vegana com rodízio de carnes vegetais em São Paulo, que é um belo exemplo disso”, conta Anderson Ricardo Rodrigues, fundador e sócio-diretor da Vida Veg, referindo-se ao restaurante A Coruja. A Vida Veg comercializa itens veganos e se descreve como uma “food tech plant-based”. Para Rodrigues, os donos de restaurantes têm percebido que não oferecer essas opções os faz perder clientes, principalmente veganos, vegetarianos, alérgicos e intolerantes a ingredientes de origem animal. Nos Estados Unidos, 55 das 100 maiores redes de alimentação já oferecem hoje ao menos uma opção vegana, de acordo com a revista “Forbes”.

Segundo Fátima Portilho, da UFRRJ, os chefs de cozinha têm grande influência nesse processo de diversificação e novos ingredientes porque vivem de surpreender o paladar do cliente. Assim, estão em busca permanente de novos sabores, sensações e texturas, que vão encontrar na biodiversidade de plantas - quesito no qual o Brasil é o campeão mundial. Isso, por sua vez, ajuda a valorizar a riqueza de conhecimento de comunidades locais, que dependem de um meio ambiente conservado e saudável.

“O país tem condições de fazer uma transição de celeiro para supermercado do mundo”, afirma Katherine Matos, diretora de ciência e tecnologia do GFI no Brasil. O instituto pesquisa novas proteínas e financia pesquisas para o desenvolvimento de ingredientes a partir de espécies vegetais da Amazônia, como babaçu, guaraná, cupuaçu e castanha-do-brasil, e do Cerrado, como baru, macaúba e pequi.

A farinha de babaçu ganhou escala: foi parar na linha de produção de pães da Wickbold, assim como o baru e a castanha-de-caju, além do cacau e da laranja. Esses ingredientes fazem parte da recém-lançada linha Raízes do Brasil. “Estamos em mais de 1 milhão de lares todos os dias. Ao mesmo tempo que cumprimos com nosso propósito de nutrir as pessoas, trabalhamos para gerar empreendedorismo em regiões vulneráveis e reduzir a desigualdade social por meio dos nossos produtos”, diz Pedro Wickbold, diretor-geral da companhia, lembrando que a empresa inclui comunidades em sua cadeia produtiva desde 2015 por meio de uma parceria com a rede Origens Brasil.

A estratégia tem rendido frutos. Segundo ele, o segmento de pães especiais, do qual a Wickbold lidera as vendas nacionais, é o mais rentável da categoria para os varejistas. “Somos responsáveis por 62,5% de participação em valor, conforme a Nielsen. Existe uma tendência importante de crescimento de pães especiais pelo fato de que as pessoas estão cada vez mais preocupadas com o poder nutricional em seus alimentos”, diz. Para ele, o consumidor de hoje, principalmente das novas gerações, entende seu ato de compra como um posicionamento social. “Isso vai

exigir das empresas uma participação mais atuante na construção de uma sociedade menos desigual”, diz.

A empresa também captura as tendências do veganismo e do vegetarianismo. Ao fabricar produtos sem ingredientes de origem animal, começou a comunicar isso em meados do ano passado. Segundo estudo de 2018 da então Ibope Inteligência, 29,2 milhões de pessoas no Brasil são vegetarianas, ou 14% da população (em 2012 eram 8%), e 55% dos entrevistados consumiriam mais produtos veganos se isso estivesse indicado na embalagem. “Diante disso, entramos em contato com a Sociedade Vegetariana Brasileira, que é confiável e reconhecida nacionalmente, a fim de obter o Certificado Produto Vegano para diversas linhas no nosso portfólio”, conta.

A chef Bel Coelho, dona do restaurante Clandestino e do café Cuia, em São Paulo, não acredita que todo mundo vá virar vegano ou vegetariano, mas utiliza menos proteína animal no preparo dos pratos e aposta em espécies vegetais, porque vê nelas um universo infinito a explorar do ponto de vista gastronômico. Entretanto, ela acha que isso só faz sentido se valorizar a cultura local e “descolonizar o gosto”. A seu ver, não adianta usar espécies vegetais importadas da Europa, por exemplo.

Coelho criou um menu de mais de dez pratos, cada um com pelo menos dois ingredientes nativos dos biomas brasileiros. Usa frutas da Mata Atlântica, como cambuci, uvaia e pitanga, da Amazônia, como bacuri, cupuaçu e murici, e do Cerrado, como cagaita, araticum e buriti. Por exemplo, criou uma entrada que é um bolinho de mandioca com carne seca, geleia de butiá e crosta de mate, que é do Pampa.

A preferência por espécies vegetais parte também de Joanna Martins, chef do

restaurante Lá em Casa, de Belém do Pará, que vem de uma família precursora no uso de ingredientes amazônicos na alta gastronomia. Na linha de “descolonizar o gosto”, o Lá em Casa já nos anos 1970 subvertia o costume dos restaurantes locais de oferecer um menu de influência francesa ou portuguesa, enquanto a comida tradicional amazônica era consumida somente em casa.

Martins está à frente da Manioca, empresa que fornece ingredientes amazônicos vegetais, por meio do comércio justo, para chefs em busca de características de brasilidade, tais como Mara Salles, do Tordesilhas, Helena Rizzo, do Maní, e Alex Atala, do D.O.M e Instituto Atá. São produtos como tucupi, jambu, polpa de frutas, farinhas e pimentas.

“Mas esse é um movimento que começa a ir além da alta gastronomia, onde existe há mais de dez anos, e chega a restaurantes menores e na indústria. E, quando a indústria entra no processo, é porque a tendência vai vingar”, aposta. Para ela, a indústria não embarcaria nessa onda sem análises de mercado. “Em escala não se pode errar, do contrário o prejuízo é grande.”

As cadeias produtivas dos ingredientes naturais, no entanto, não estão prontas. “O extrativista ou produtor familiar não está preparado para o mercado. A Natura, uma grande indústria que atua na Amazônia, está há 20 anos desenvolvendo as cadeias produtivas [na busca de insumos para os cosméticos]”, compara. Além disso, há todo um trabalho de desenvolvimento tecnológico a ser feito. “A baunilha, por exemplo, foi desenvolvida há pelo menos cem anos, enquanto a semente de cumaru, com sabores particulares, que pode substituir a baunilha, foi descoberta há pouco tempo [pela gastronomia].”

Um empurrão pode vir da Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (Embrapa). Fora o seu papel no desenvolvimento de monoculturas, como soja,

milho e cana, a Embrapa passou a atuar na análise química de diversos ingredientes naturais e tem projetos voltados para atender à demanda de alimentos considerados mais saudáveis. A informação é de Ricardo Elesbão Alves, chefe de pesquisa, desenvolvimento e inovação da Embrapa Alimentos e Territórios, em Maceió.

Alves conta que está montando uma equipe com antropólogos, historiadores e pessoas que trabalham com etnobotânica - o conhecimento sobre o uso das plantas - para interagir com comunidades quilombolas, indígenas e populações tradicionais que usam diversos ingredientes naturais na sua alimentação diária. “O objetivo é inventariar esse conhecimento e oferecer a essas populações suporte para acessar mercados”, diz.

Uma estratégia da Embrapa Alimentos e Territórios é desenvolver o que se chama de bioterritórios gastronômicos, que aliam a inclusão dos pequenos produtores e o turismo - assim como se fez no interior da França e da Itália. Ele cita o exemplo de agrohotéis em Florença, onde os ingredientes são colhidos e preparados por chefs de cozinha, fortalecendo a relação do público com o território e suas comunidades. É uma atividade que, segundo ele, pode contribuir inclusive para a retomada econômica pós-pandemia no Brasil.

Além disso, da biodiversidade brasileira podem surgir opções de matriz proteica e corantes naturais para as “carnes” plant-based, produzidas a partir de vegetais, como os hambúrgueres. Segundo Alves, as unidades da Embrapa em Fortaleza e no Rio de Janeiro estão voltadas à construção dessas novas tecnologias para food techs. Atualmente, a ervilha é muito utilizada para isso, mas pode ser substituída por espécies nativas.

Nesse campo das novas proteínas, dois movimentos se somam. Um vem de

consumidores como os veganos e vegetarianos que rejeitam o consumo de carne, mas também de flexitarianos, que eventualmente substituem a carne por vegetais. Existem também os reducionistas, que reduzem drasticamente o consumo de carne, mas sem eliminá-la do cardápio totalmente, e os climaterianos, que buscam alimentos com baixa pegada de carbono para combater a mudança do clima.

O outro movimento vem de empresas que identificam oportunidades de mercado para atender a esses consumidores, mas também para evitar a ineficiência na produção da proteína animal. A taxa de conversão de vegetais em proteína, realizada pelos animais, não é eficiente. Além disso, a estimativa é que se aproveite apenas 60% do animal para a alimentação humana. E ineficiência é tudo o que uma empresa não quer.

“Com as novas proteínas, eliminamos essa ineficiência porque não é preciso mais criar um animal inteiro para aproveitar os 60% que são comestíveis. E, em vez de usar uma enorme produção vegetal para a alimentação animal, poderíamos usar essa produção diretamente para a alimentação humana”, diz Matos, do GFI. “Além disso, a questão do bem-estar animal também vai no sentido de encontrar novas formas de fazer carne.”

A organização de proteção animal Mercy for Animals (MFA) procura atuar justamente nesse campo, por meio do programa EscolhaVeg, que fornece suporte gratuito para empresas, lanchonetes, refeitórios e supermercados trabalharem com a tendência global do plant-based. Entre as parceiras, estão Unilever Food Solutions, Exal e Sodexo. “A nossa missão é acabar com a exploração de animais para alimentação”, diz Renata Scarellis, diretora de políticas corporativas da MFA.

Segundo informações compiladas pelo GFI, o mercado global de carnes plant-

based é estimado entre US\$ 100 bilhões e US\$ 370 bilhões até 2035, sendo que 73% dos consumidores chineses e 47% dos brasileiros concordam com a substituição. Ainda segundo o instituto, desde o primeiro lançamento de um produto à base de proteínas alternativas há mais de dois anos - o Futuro Burger da startup Fazenda Futuro -, o Brasil soma 90 empresas e 44 universidades e instituições de pesquisa atuando nesse setor.

Uma dessas empresas é a PlantPlus, joint venture entre a Marfrig (70%) e a ADM (30%). Segundo John Pinto, presidente da PlantPlus, o mercado plant-based vem crescendo de forma acelerada nos últimos anos - em média 17% na América do Norte e 15% na América do Sul. "Nossas previsões são de que esse segmento atinja o valor de US\$ 10,7 bilhões até 2030. Isso é puxado, sobretudo, pela dieta flexitariana. De acordo com uma pesquisa realizada pela ADM e pelo Ibope, esse estilo de vida já faz parte de 52% da população brasileira, sendo que 39% das pessoas consultadas consomem produtos à base de plantas pelo menos três vezes por semana, segundo o GFI", afirma.

As novas proteínas podem ser oferecidas na forma dos hambúrgueres de planta, mas também por tecnologias disruptivas, tais como a carne cultivada, em que as células extraídas de animais são multiplicadas industrialmente por meio de biorreatores, sem necessidade de criação e abate, e a fermentação de precisão, em que microorganismos geram nutrientes, mas também podem se encarregar de dar texturas e sabores que garantem a palatabilidade. Além de carnes, a fermentação possibilitará a próxima geração de ovos e de laticínios sem uso de animais.

Estudo da consultoria AT Kearney traz as seguintes projeções globais: a carne convencional deve perder importante fatia de mercado, caindo de 90% em 2025 para 40% em 2040. O produto passará a dividir espaço com a carne cultivada (35% do mercado) e com a chamada "nova carne vegana" (25%), que engloba tanto as proteínas plant-based como aquelas obtidas pela fermentação de precisão. A BRF promete oferecer carne cultivada no mercado brasileiro em 2024.

Já a startup israelense Future Meat Technologies acaba de lançar a primeira fábrica desse tipo de carne no mundo.

Enquanto isso, há espaço para produzir proteína animal “de uma forma aceitável”, acredita Luis Fernando Laranja, diretor da Kaeté Investimentos e um dos pioneiros no desenvolvimento de negócios de impacto no país. Por meio de sua empresa Guaraci Agropastoril e um contrato de parceria rural com a Fazenda da Toca, ele acaba de lançar o leite No Carbon, que reúne três atributos: é orgânico, neutro em emissões de carbono e possui selo de bem-estar animal, emitido pela certificadora Certified Humane. “Desconfio que seja o primeiro produto no mundo com essas características juntas”, diz. “Como o mercado não vai mudar bruscamente, buscamos reformar o sistema por dentro”, diz.

Como diz Matos, do GFI, o momento não é de escolher isto ou aquilo, mas sim de somar tendências. Em outras palavras: não é seleção, é coleção.

Conteúdo Publicitário

Links patrocinados por **taboola**

LINK PATROCINADO

Vespa, a Scooter italiana mais famosa do mundo. Agora no Brasil!

VESPA BRASIL

LINK PATROCINADO

Rota Caterpillar em curso legítima

Bola Caterpillar em couro legítimo

TÊNIS CATERPILLAR

LINK PATROCINADO

Asse carnes no seu fogão sem sujeira!

DESCONTALIA

LINK PATROCINADO

Esse varal multifuncional vai revolucionar sua maneira de secar roupas

VIRTUAL SHOP

Comprar Agora

LINK PATROCINADO

Travesseiro que alivia dores no corpo e noites de sono profunda

SAFIRO

Comprar Agora

LINK PATROCINADO

Poá, Todos estão comprando este alarme econômico que assusta ladrões

VERISURE

Conteúdo Publicitário

Picape Ford F-150 elétrica já tem 70 mil reservas (e custa menos que uma Ranger)

UM SÓ PLANETA

Pagando preço de ser brasileiro, Ibovespa cai com recorde triplo em NY

VALOR INVESTE

Carro da JAC feito com a Volkswagen será o elétrico mais barato do Brasil

UM SÓ PLANETA

Ver comentários

Mais do Valor Econômico

Número de desempregados se mantém perto de recorde, diz IBGE

A gente permanece, um ano depois da pandemia, com uma aceleração importante da desocupação, que pode estar ligada à volta de pessoas em busca de vagas", diz gerente da pesquisa

30/07/2021 11:07 — Em Brasil



Adolescente com deficiência entra para grupo prioritário de vacinação

Também foram definitivamente incluídas nesse grupo as gestantes, puérperas e lactantes

30/07/2021 10:59 — Em Brasil



Ibovespa abre em queda acelerada, puxado por Vale

Bolsa opera abaixo da marca de 125 mil pontos no último pregão de julho

30/07/2021 10:57 — Em Finanças



Gastos com consumo nos EUA aumentam 1% e renda pessoal cresce 0,1% em junho

Avanço nos gastos superou a expectativa do mercado

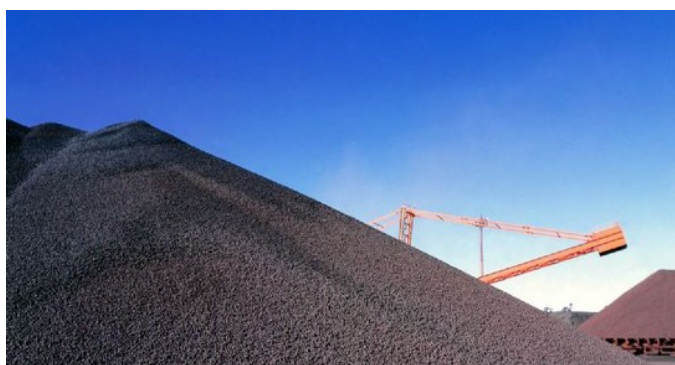
30/07/2021 10:55 — Em Mundo



90% gostariam de tomar qualquer vacina contra a covid-19, diz pesquisa

Metade da população avaliou a disponibilidade de vacinas como ótima ou boa

30/07/2021 10:49 — Em Brasil



Minério de ferro recua mais de 7% na China e fica na casa de US\$ 181

Com a cotação de hoje, o minério encerra o mês com baixa de 15,2%

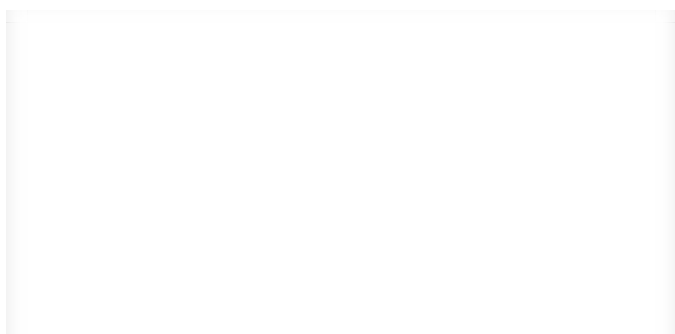
30/07/2021 10:43 — Em Empresas



Sob nova lei de segurança nacional, Hong Kong condena homem a 9 anos de prisão

Tong Ying-Kit jogou sua motocicleta contra policiais enquanto carregava uma bandeira com a mensagem "Liberte Hong Kong, a revolução do nosso tempo". Três agentes ficaram feridos.

30/07/2021 10:40 — Em Mundo



Dívida bruta do governo geral cai para 84% do PIB, aponta BC

Já a dívida líquida do setor público subiu para R\$ 4,878 trilhões em junho, ou 60,9% do PIB

30/07/2021 10:33 — Em Brasil



Covid, gripe ou resfriado? Veja a diferença entre doenças respiratórias

No inverno e com o tempo seco é comum o aumento de episódios de doenças respiratórias, como gripe, resfriado, sinusite e rinite

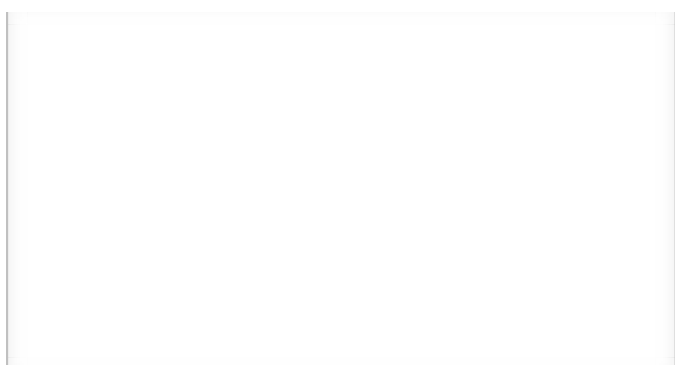
30/07/2021 10:25 — Em Brasil



Dólar e juros futuros operam em alta no último pregão de julho

Investidores monitoram cena externa

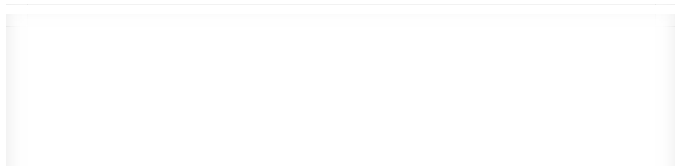
30/07/2021 10:25 — Em Finanças



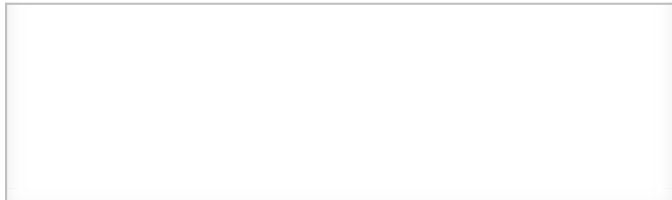
Setor público consolidado tem déficit primário de R\$ 65,5 bi em junho, mostra BC

No primeiro semestre do ano, o governo registrou déficit de R\$ 5,208 bilhões, contra R\$ 402,703 bilhões no mesmo período de 2020

30/07/2021 10:14 — Em Brasil

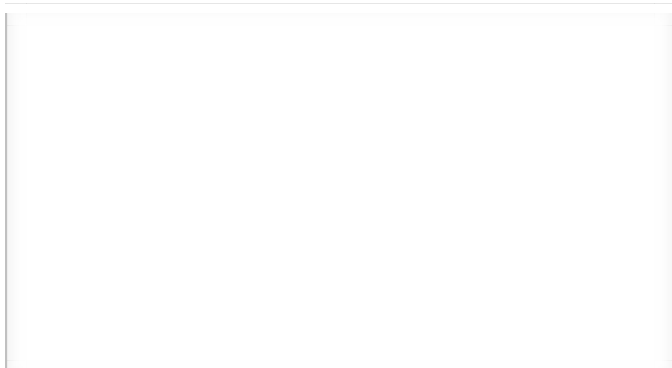


Olimpíada 2021: Veja imagens do dia em que o Brasil garante



bronze no boxe

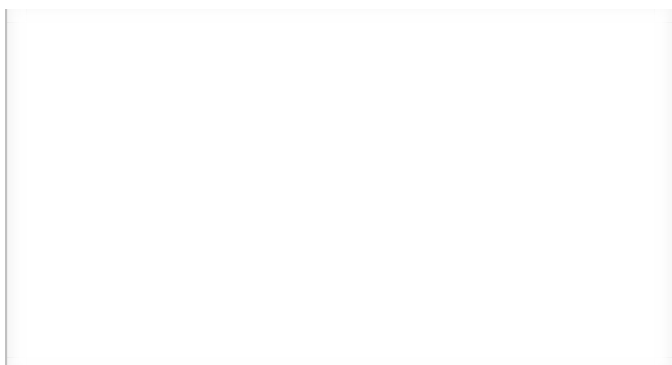
30/07/2021 10:02 — Em Olimpíada 2021



Investidores estrangeiros retiraram R\$ 888 milhões da B3 na última quarta-feira

Trata-se da a décima terceira saída no mês, o que elevou o déficit parcial de julho para R\$ 7,061 bilhões

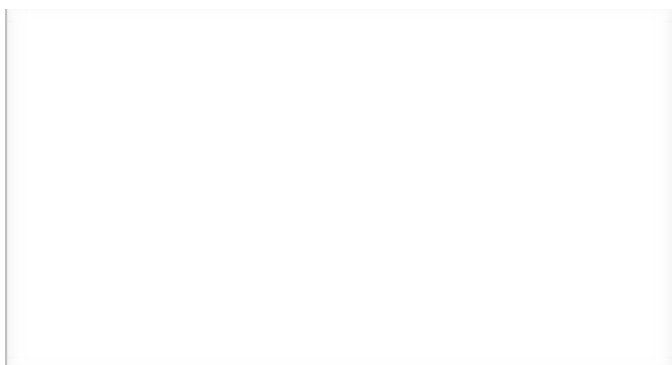
30/07/2021 10:00 — Em Finanças



Exxon Mobil surpreende com lucro US\$ 4,69 bi no segundo trimestre

Este foi o melhor resultado entre abril e junho desde 2019

30/07/2021 09:50 — Em Empresas



Olimpíada 2021: Abner Teixeira vence jordaniano e garante ao menos o bronze no boxe

Brasileiro venceu Hussein Iashaish, da Jordânia, e avançou às semifinais

30/07/2021 09:40 — Em Olimpíada 2021

Desemprego fica em 14,6% e afeta 14,8 milhões de brasileiros, aponta IBGE

Nível de desocupação registrado no trimestre até maio é o maior para o período de toda a série histórica da pesquisa, iniciada em 2012

30/07/2021 09:23 — Em Brasil

Ocupação de UTIs cai abaixo de 50% no Estado de SP pela 1ª vez desde novembro

No pico da segunda onda da pandemia, em 27 de março, a taxa de ocupação de UTIs chegou a 92,75%

30/07/2021 09:20 — Em Brasil

Austrália relaxará restrições quando atingir 70% de adultos vacinados, diz premiê

“Este plano está sujeito às regras que a própria covid-19 escreve”, ressalva Scott Morrison

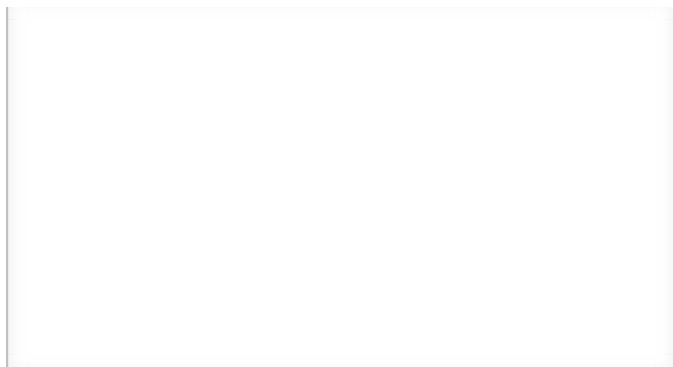
30/07/2021 09:20 — Em Mundo

NotreDame Intermédica compra hospital no Rio por R\$ 160 milhões

Compra do Hospital Santa Martha, de Niterói, inclui o imóvel com aproximadamente 9,1 mil metros quadrados de área construída, equivalente a R\$ 850 mil por leito

30/07/2021 09:14 — Em Empresas

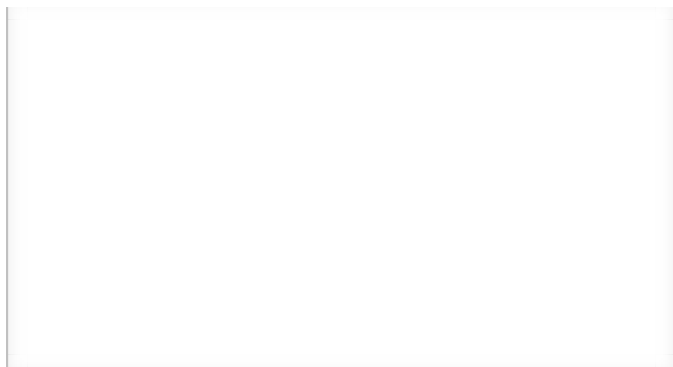
30/07/2021 09:14 — Em Empresas



Japão inclui mais 4 províncias em estado de emergência contra a covid-19

Os alertas em Saitama, Chiba, Kanagawa e Osaka vão durar até 31 de agosto

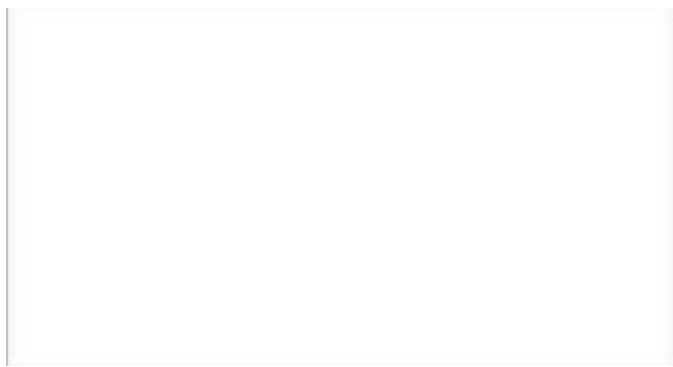
30/07/2021 09:12 — Em Mundo



Colgate-Palmolive fecha trimestre com lucro e receita em alta

Empresa viu um aumento de 12,5% nas vendas na América Latina, com crescimento orgânico no Brasil, México e Argentina

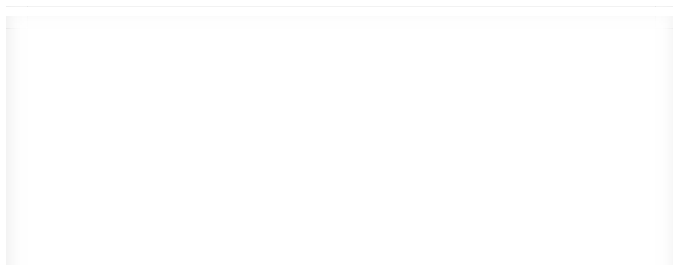
30/07/2021 09:05 — Em Empresas



PIB da zona do euro cresce 2% no segundo trimestre e sai da recessão

O desempenho se deu em um ambiente de reabertura econômica

30/07/2021 09:03 — Em Finanças



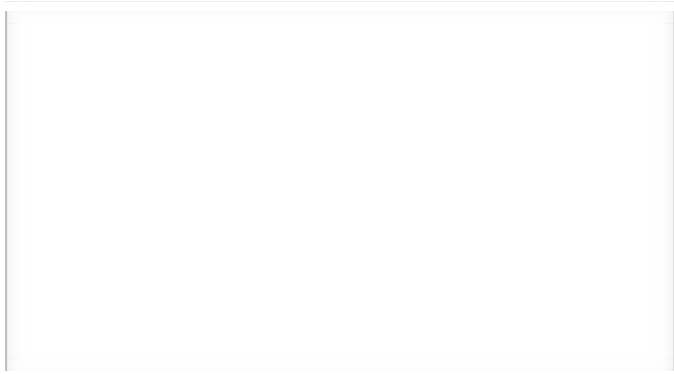
Eni tem lucro de 247 milhões de euros com forte desempenho operacional

Petroleira italiana reverteu o prejuízo visto um ano



antes

30/07/2021 08:54 — Em Empresas



Chevron reverte prejuízo e tem lucro de US\$ 3 bi com altos preços do petróleo

Esse é o melhor resultado em um ano com a retomada da economia

30/07/2021 08:52 — Em Empresas

VEJA MAIS