

GLOBAL, SAZONAL E LOCAL: A COEXISTÊNCIA DESTES ALIMENTOS A FAVOR DO CONSUMIDOR

OPINIÃO



ANA PINTO DE MOURA
Professora auxiliar na Universidade Aberta, engenheira alimentar pela ESB-UCP e doutorada em Engenharia de Sistemas Industriais, pelo INPL. Investigadora do GreenUPorto e coordenadora do curso de Mestrado em Ciências do Consumo Alimentar da Universidade Aberta

Atualmente, os mercados são maioritariamente globais, traduzido na universalização das trocas, quer de bens (fluxo de mercadorias), quer de capital (fluxo de dinheiro), quer de informação, aumentando significativamente as possibilidades de escolha das pessoas.

Neste mundo global, as diversas esferas do nosso quotidiano pautam-se por um constante incentivo à aquisição de bens e serviços, razão pela qual Lipovetsky afirma que, nas sociedades de hiperconsumo, para além das barreiras de classes, também a barreira do espaço-tempo desapareceu, já que, atualmente, vivemos numa lógica de consumo contínuo, pois podemos comprar indefinidamente, seja em lojas físicas, seja em lojas online, seja em espaços comerciais ou mesmo em casa, em qualquer estação do ano.

Se bem que a industrialização e a especialização da agricultura, do processamento e retalho alimentares promoveram a eficiência ao longo de todo o sistema alimentar, contribuindo para o aumento da disponibilidade e acessibilidade de alimentos variados, potenciando-se, para o efeito, o desenvolvimento da agricultura e pecuária intensivas, estes movimentos acarretaram também impactos negativos, quer ao nível da saúde, quer ao nível do ambiente. Por um lado, o permanente acesso a esta imensa quantidade e variedade de alimentos, e o correspondente consumo em excesso, ultrapassando largamente as necessidades energéticas de cada um, conduzem, na maior parte dos casos, ao excesso de peso e obesidade. Por outro lado, o sistema alimentar num todo, desde a agricultura, passando pelo processamento alimentar, distribuição, retalho, preparação dos alimentos e produção de resíduos, contribui nomeadamente para a emissão de gases com efeito de estufa, logo para as alterações climáticas. Estima-se ainda que mais de um terço dos alimentos produzidos a nível mundial perde-se ou é desperdiçado entre o local de produção e o consumo humano.

No entanto, face a imponderáveis, como a existência de conflitos armados ou crises de saúde pública à escala global, em que decorre uma redução ou alteração da oferta alimentar, porque ficam francamente condicionadas a

disponibilidade e a acessibilidade dos alimentos, os consumidores são condicionados a proceder ao melhor ajuste no que diz respeito ao que comer, onde comprar os alimentos e a que preço, destacando-se quer a prática de uma alimentação mais saudável, quer o consumo de produtos locais e sazonais.

Os produtos locais estão associados a uma proximidade geográfica ou local específico (por exemplo, cebola da Póvoa de Varzim para os consumidores do Grande Porto ou melão de Almeirim para os consumidores da Grande Lisboa), podendo esta proximidade ser ainda relacional entre produtores e consumidores, na medida em que encurta a distância entre o local de produção e o local de consumo, reconstruindo sistemas alimentares de proximidade. De uma maneira geral, os consumidores europeus associam os produtos assim comercializados (essencialmente, frutas e vegetais, produtos tradicionais) a elevados níveis de qualidade (pela sua frescura e valor nutricional) e a alimentos saudáveis e mais sustentáveis, tendo em conta que as necessidades de acondicionamento, transporte e refrigeração tendem a ser mais reduzidas e, por conseguinte, a utilização de combustíveis fósseis e as emissões de gases com efeito de estufa tendem a diminuir com a proximidade. Também apreciam a possibilidade de contactarem diretamente com o produtor e tomarem conhecimento da origem dos produtos (rastreadabilidade) e proporcionarem valor acrescentado às produções locais.

Por outro lado, são vários os fatores que impulsionam o consumo de alimentos sazonais, nomeadamente o facto de serem alimentos colhidos no auge da sua maturidade e frescura, podendo resultar em melhor sabor e qualidade nutricional. Além disso, o consumo de alimentos sazonais pode promover uma alimentação variada, permitindo que as pessoas experienciem uma ampla gama de sabores e nutrientes, ao longo do ano.

No entanto, nem todos os consumidores valorizam de igual modo os alimentos da época. Alguns priorizam a conveniência e

disponibilidade de diferentes alimentos colhidos em épocas diferentes, enquanto outros optam por alimentos sazonais sempre que possível, porque a cadência da sazonalidade implica que se espere até à próxima campanha, o que nem sempre vai ao encontro do tempo em que os anseios do consumidor ocorrem, já que este tende a ser ávido pelo imediato.

Face a estas ambivalências, tão próprias do consumidor, as grandes superfícies acompanham os movimentos associados ao "global/local": por um lado, proporcionam alimentos que resultam do período natural de crescimento do país ou da região onde são cultivados, embora sejam consumidos em países/regiões distantes de onde são cultivados. Por outro lado, as grandes superfícies reforçam

também a valorização do local e do sazonal, seja mediante acordos com os produtores locais, disponibilizando nas suas lojas (físicas e virtuais) os produtos locais e sazonais, seja destacando, na loja, o calendário de produção nacional de frutas e vegetais, permitindo, desta feita, relembrar ao consumidor o ritmo próprio das estações.

No limite, o consumidor aprecia a disponibilidade de alimentos resultantes quer da globalização (que têm a seu favor o facto de serem mais acessíveis e disponíveis durante o ano), quer do local/sazonal, dado restringir o transporte de longa distância (menor impacto ambiental), apoiar a produção local e potenciar ainda o sabor dos respetivos alimentos.

ART CHIADO

We are Packaging & Design

descasca-nos

branding • design • packaging • vídeo • web