



BATUTA DA CIÊNCIA SOB TUTELA DO CONSUMIDOR?

Venho refletindo sobremaneira acerca do conhecimento adquirido nesses quase 40 anos da minha jornada profissional, sendo praticamente $\frac{3}{4}$ deles dedicados à ciência aplicada aos processos para desenvolvimento e campanhas de incentivo ao consumo, e ao combate dos dogmas atribuídos à produção animal. Ainda na década de 80, recorde dos exageros da *merchandising*/publicidade em detrimento da capacitação/esclarecimento e das tantas palestras motivacionais e treinamentos de venda que doutrinavam sobre a (in) questionável vontade do consumidor, ou seja: Regra nº. 1: O cliente sempre tem razão; Regra nº. 2: Quando o cliente não tiver razão volte para a primeira regra; Regra nº. 3: Na dúvida, siga a Regra nº. 1.

Apesar de tudo, é importante relebrar que o método científico serve para medir quão significativas são as hipóteses e corrigir supostas conclusões daqueles ainda apegados ao mantra da extravagância e que teimam desdenhar das ciências naturais.

Por exemplo, em pleno século 21, há consumidores que continuam rejeitando a manteiga e os ovos porque alguns estudos (ultra) passados revelavam que as gorduras saturadas aumentam o colesterol. Obstante, sem desconfiar de qualquer iniciativa conspiratória, poderiam tais estudos ter sido encomendados para revelar de antemão o que se buscava encontrar? Os pesquisadores teriam desconfiado de achados contraditórios à sua crença?

De acordo com George Orwell, *“todos somos capazes de acreditar em coisas que sabemos ser inverdades, e então, quando fica provado que estamos errados, distorcemos os fatos como que para provar que tínhamos razão”* (Tribune, Londres 1946).

Tenho encontrado interlocutores que concordam comigo acerca do exagero midiático dispensado aos antibióticos e na ausência de causa-

lidade entre o uso dessas soluções tecnológicas na produção pecuária e a geração de resistência bacteriana em humanos, muito embora, mesmo colocando os argumentos científicos na balança, alguns, paradoxalmente, tem se juntado aos que incentivam a proibição porque, segundo eles: “O consumidor não quer e ponto final!” (sic).

Enviados também na fronteira da ficção e reputação dada por escolha de um freguês capaz de acreditar que ciência e empirismo são meios de opressão ou fanatismo, número sem aprofundar a discussão, os grãos geneticamente modificados/GMOs e seus efeitos “deletérios” (sic) no metabolismo do consumidor e no meio ambiente; os hormônios “adicionados” (sic) na alimentação dos animais; os programas de imunização que “provocam autismo” (sic) em crianças vacinadas; dentre outros exemplos.

Por opção (além da obrigação pela formação profissional) me considero solidário ao compromisso que unifica a saúde humana, animal e ambiental. Muito embora, vigente desde o século 19, a indissociável saúde única passou apenas mais recentemente a ser amplamente difundida pela OMS, cuja missão é promover a saúde pública global.

Recentemente a FAO alertou que a fome aumentou e afligiu 815 milhões de seres humanos em 2016, enquanto foram 777 milhões em 2015 (*State of Food Security and Nutrition*/Sofi 2017), marca que compromete o cumprimento da Agenda 2030 da

ONU para erradicação da fome e da miséria do planeta, e coloca em risco a garantia de sustentabilidade, inclusão das famílias e paz social. Outrossim, a OMS projeta que em 2025 cerca de 2,3 bilhões de adultos estarão com sobrepeso e mais de 700 milhões obesos.

Considerando que o conceito de saúde transcende a ausência de doenças e afecções, é razoável esperar das agências das Nações Unidas (FAO e OMS) mais empenho, esforços de mesma magnitude e, no mínimo, investimento dos mesmos recursos (tempo, dinheiro e pessoas) na correção do desequilíbrio da fome/

obesidade – a exemplo do investimento nas campanhas de uso racional dos antibióticos?

Levando em conta que as empresas de alimentos, cadeias de restaurante e redes de comida rápida têm exigido carnes sem antibióticos e aditivos; massas, pães, salgadinhos, etc., sem OGMs; e ovos de galinhas criadas livremente – legitimando assim sua preocupação com a saúde dos consumidores –, é flagrante reparar o mesmo interesse na modificação do cardápio por refeições com menos calorias, sal e açúcar e porções menores/mais baratas?

O amplo acesso ao conhecimento oferecido pelas mídias digitais tem sido acompanhado de maior valorização da ciência? Ou circunstancialmente as crenças pessoais parecem mais relevantes que os fatos objetivos?

Batuta da ciência ou tutela do consumidor? Eis a questão. ■

**SE A ACADEMIA
NÃO EXTRAVASAR
SUAS CONVICÇÕES
PARA ALÉM
DA FRONTEIRA
DOS FÓRUNS
CIENTÍFICOS, O
CONSUMIDOR
SERÁ CADA VEZ
MAIS REFÉM
DAS UTOPIAS
ALARMISTAS**

▼
Ariovaldo Zani
é médico veterinário,
professor do
MBA/PECEGE/
Esalq/USP