

Nutrição

DESENGAJAMENTO MORAL, CONSUMO DE CARNE E SUSTENTABILIDADE DE RESPONSÁVEIS POR CRIANÇAS E ADOLESCENTES DE UM PROJETO SOCIAL DE LAVRAS - MG

FERNANDA DE SOUZA TEIXEIRA - 8º período de Nutrição, UFLA.

Lívia Costa de Oliveira - 9º período de Nutrição, UFLA.

Monique Louise Cassimiro Inácio - Escola de Nutrição, UFOP.

Delénia Margarida Rodrigues Rico - DNU/UFLA

Rafaela Corrêa Pereira - Coorientadora, DCA/IFMG.

Michel Cardoso de Angelis Pereira - Orientador, DNU/UFLA. - Orientador(a)

Resumo

O Brasil segue entre os primeiros países no ranking mundial de produção e consumo de produtos de origem animal. Isso gera diversas consequências econômicas, ambientais e sociais, além de aumentar o risco de doenças cardiovasculares, diabetes e cânceres. O conceito de desengajamento moral mostra como as pessoas podem encontrar justificativas para cometer atos prejudiciais sem se sentirem culpadas por isso. Assim, cria-se um paradoxo no qual as pessoas ainda acreditam que a carne é essencial e desenvolvem mecanismos cognitivos que impedem a redução do consumo da mesma. O objetivo do estudo foi caracterizar a amostra e compreender o processo de desengajamento moral por meio do Moral Disengagement in Meat Questionnaire - MDMQ, em relação ao consumo de carne de responsáveis por crianças e adolescentes de um projeto social de Lavras - MG. O MDMQ foi dividido em cinco dimensões (D1, D2, D3, D4 e D5), sendo que cada uma representa um mecanismo cognitivo. Estudo transversal que ocorreu no Centro de Atenção à Criança e ao Adolescente (CEACAD) - Projeto Semearte e envolveu a aplicação de dois questionários auto aplicados validados e/ou publicados pela literatura científica. Para as análises, foram utilizadas estatística descritivas (frequência, média, desvio padrão) para descrição das variáveis e analisadas no software RStudio 2022.02.3Ⓡ. Como resultado, a amostra final foi constituída por 54 responsáveis, tinham idade média de $37,4 \pm 8,7$ anos, sendo 88,8% (48) do sexo feminino, 40,7% (22) autodeclarados pretos, 52,8% (28) solteiros, 53,7% (29) com Ensino Médio completo, 98,1% (53) residentes em área urbana e 72,2% (39) com renda menor que um salário mínimo. A maior pontuação do MDMQ foi na D1 (Justificativas de meios-fins) com $3,38 \pm 0,21$ pontos e a menor pontuação foi na D2 (Dessensibilização) com $2,79 \pm 0,56$. A média geral entre todas as dimensões foi de $3,08 \pm 0,22$. Infere-se, portanto, que o desengajamento moral dos participantes foi alto e isso colabora para a prática de atitudes que vão em desacordo com a moral dos mesmos. Dados sociodemográficos interferem negativamente neste comportamento, visto que a população mais vulnerável pode apresentar maiores pontuações por possuir baixa inserção sócio, político e cultural na sociedade. A mudança dos comportamentos alimentares é crucial para a promoção de um sistema alimentar saudável. Contudo, muitos consumidores não parecem dispostos a fazer mudanças e não veem suas escolhas alimentares como uma questão ética.

Palavras-Chave: Desengajamento Moral, Consumo de Carne, Vulnerável.

Link do pitch: <https://youtu.be/6RN6XOjIwpA>