

# ¿Terminaremos comiendo hamburguesas de «carne alternativa»?

Rowan Jacobsen

La carne alternativa no va a seguir siendo alternativa por mucho tiempo. La producción ganadera es crecientemente cuestionada. Las nuevas «carnes» están en expansión, son un negocio creciente y parecen más amigables con el ambiente, además de evitar el sufrimiento y la muerte de animales. Sin embargo, el uso de organismos genéticamente modificados y las técnicas de laboratorio plantean nuevas discusiones y reparos.

Hay un famoso aforismo de Gandhi sobre cómo se desarrollan los movimientos: «Primero te ignoran, luego se ríen de ti, luego te combaten, finalmente ganas». Esto fue escrito, en verdad, por el Taller sobre el Instituto de la No Violencia como resumen de la filosofía de Gandhi, pero de todos modos es notable lo precisa que suele resultar para describir la evolución de las causas, desde la legalización del cannabis hasta el matrimonio homosexual. He estado pensando en esa cita desde que escribí mi primer artículo sobre carne vegetal (o carne alternativa, como me gusta llamarla) para *Outside* en 2014<sup>1</sup>. En aquel entonces,

---

**Rowan Jacobsen:** es escritor, especializado en alimentación y ambiente. Es autor, entre otros libros, de *A Geography of Oysters: The Connoisseur's Guide to Oyster Eating in North America* (Bloomsbury, Nueva York, 2008).

**Palabras claves:** carne alternativa, ganado, hamburguesas, huella ambiental.

**Nota:** la versión original de este artículo en inglés fue publicada con el título «This Is the Beginning of the End of the Beef Industry» en la revista *Outside*, 31/7/2019. Traducción: Carlos Díaz Rocca.

1. R. Jacobsen: «This Top-Secret Food Will Change the Way You Eat» en *Outside*, 26/12/2014.

estábamos claramente en la etapa de «se ríen de ti». Beyond Meat, la primera de las *startup* de Silicon Valley en utilizar tecnología avanzada para producir hamburguesas extremadamente parecidas a las de carne, había sido ignorada durante sus primeros años, pero en 2014 lanzó su Beast Burger, que fue tratada por la prensa y el público como una curiosidad un poco desagradable. ¿Qué era? ¿Alguien realmente la comería? Ehhhh.

El producto no era muy bueno —yo lo comparaba con el bistec de Salisbury<sup>2</sup>—, y cuando Ethan Brown, el fundador de Beyond Meat, anunció su intención de terminar con la producción ganadera, casi se podían escuchar las risas de fondo de la Asociación Nacional de Ganaderos Bovinos de Estados Unidos (National Cattlemen’s Beef Association). Pero yo no me reí. Sabía que ese producto seguiría mejorando y la carne no. Y pensé que la vara estaba bastante baja. Claro, el bistec es excelente, pero 60% de las ventas de carne de res son de carne molida, y la mayoría es más Salisbury que saludable, un vehículo grasiento para las cosas deliciosas: ketchup, champiñones, encurtidos, tocino, mayonesa de sriracha. Sabía que no me opondría si mi hamburguesa provenía de un vegetal, siempre que se pudiera masticar bien y tuviera sabor agradable. Sospechaba que otros podrían sentir lo mismo.

Durante los años siguientes, Beyond Meat se unió a Impossible Foods, una *startup* más sofisticada con un capital de riesgo incluso mayor. Su Impossible Burger era mucho mejor que el bistec de Salisbury. Los chefs más influyentes comenzaron a servirla, desde David Chang en Nueva York hasta Traci Des Jardins en San Francisco. Mi convicción se afirmaba.

Parte del atractivo de las nuevas hamburguesas es su menor huella ambiental. La carne de res es el alimento más derrochador del planeta. Las

## Parte del atractivo de las nuevas hamburguesas es su menor huella ambiental

vacas no están optimizadas para hacer carne; están optimizadas para ser vacas. Se necesitan 36.000 calorías de pienso para producir 1.000 calorías de carne de res. En el proceso, se utilizan más de 1.600 litros de agua y 140 metros cuadrados de tierra, y se generan unos diez kilogramos de emisiones de gases de efecto invernadero. En comparación, una Impossible Burger utiliza 87% menos agua, 96% menos tierra y produce 89% menos de gases de efecto invernadero. La huella de Beyond Meat es análogamente baja.

Sí, se puede argumentar que la producción de carne de res alimentada con pasto en pequeñas granjas (en lugares donde se puede generar abundante pasto) presenta un panorama ético y ambiental muy diferente, pero

---

2. Similar a una hamburguesa, hecho con carne molida [N. del E.].

desafortunadamente, este no es un factor significativo. Estados Unidos obtiene 97% de su carne de reses provenientes de *feedlots*. Y los *feedlots* no tienen arreglo.

\*\*\*

En 2018, tanto las ventas de Beyond Burger como las de Impossible Burger aumentaron, y las empresas comenzaron a firmar acuerdos con cadenas de restaurantes. Beyond Meat lo hizo con Carl's Jr. y A&W (así como con cadenas de supermercados como Food Lion y Safeway), mientras que Impossible acordó con White Castle.

Localicé un White Castle<sup>3</sup> poco después de que la Impossible Slider<sup>4</sup> llegara durante la primavera (boreal) de 2018. Nunca había estado en un White Castle, así que pedí una Impossible Slider y una hamburguesa normal. La Impossible estaba... bien. Era aproximadamente lo que uno esperaría. White Castle cocina al vapor toda su carne, algo difícil de tolerar, pero con mucho queso se dejó comer con facilidad.

La hamburguesa común, por su parte, era horrible. Despegué el pan pastoso y miré la suela maloliente que había adentro. Se veía espantosamente delgada y mugrienta. Hacía que la Impossible Slider se viera deliciosa y jugosa. Para las hamburguesas de las cadenas de comida rápida, la vara está aún más baja de lo que pensaba. Nadie extrañará estos pedacitos marrones de excremento cuando hayan desaparecido.

Quizás esto explique por qué las cadenas se aferran a las hamburguesas elaboradas con vegetales como si fueran salvavidas. White Castle probó inicialmente su Impossible Slider en unos pocos lugares de Nueva York, Nueva Jersey y Chicago, en abril de 2018. Fue tal el éxito que la empresa expandió rápidamente el programa a los 380 puntos de venta. «La gente vuelve a buscarla una y otra vez», dijo el vicepresidente de White Castle, Jamie Richardson, con un dejo de asombro.

También regresará a la cadena Del Taco, que en abril lanzó un taco Beyond Meat. En dos meses vendió dos millones, en uno de los lanzamientos de producto más exitosos de su historia, por lo que decidió agregar también burritos Beyond Meat.

Y luego está Burger King. La segunda cadena de comida rápida más grande del mundo hizo temblar al universo de la carne de res al probar en abril un Impossible Whopper en St. Louis<sup>5</sup>. La afluencia de clientes resultante fue

---

3. Cadena de locales de comida rápida estadounidense [N. del E.].

4. Un *slider* es una hamburguesa pequeña [N. del E.].

5. Jonathan Maze: «Burger King's St. Louis Sales Surged, Thanks to Impossible Whopper» en *Restaurant Business*, 23/5/2019.

tan intensa que Burger King decidió servir el Impossible Whopper en sus 7.200 restaurantes, con lo que dejó registrado el momento en el que la carne alternativa dejó de ser alternativa.

Eso fue suficiente para llamar la atención de la industria cárnica. «Hace aproximadamente un año y medio, esto no aparecía en absoluto en mi radar», dijo Mark Dopp, jefe de asuntos regulatorios del Instituto Norteamericano de la Carne, a *The New York Times*. «De pronto, se está acercando»<sup>6</sup>.

La estrategia fue, de forma predecible pero patética, encarar una batalla ontológica sobre el propio término «*meat*» (carne). Big Beef tuvo éxito en la presión que ejerció para lograr una ley de etiquetado en Missouri que prohíbe que cualquier producto se identifique como carne a menos que sea «derivado de la producción de ganado o aves de corral»<sup>7</sup>. (Pero esto es erróneo: durante los primeros 1.000 años de su existencia, la palabra *meat* simplemente significó «sustento»). Leyes de etiquetado similares han sido aprobadas o están pendientes de aprobación en una docena más de estados del país, la mayoría de ellos ganaderos. Obviamente, nada de esto ha detenido la difusión de la carne alternativa. Pero me hizo pensar de nuevo en Gandhi (un vegetariano devoto, por si no lo sabían). Primero la ignoraron, después se rieron y ahora estaban peleando. Y esta cosa podría terminar ganando, pensé.

Parece que estamos en el punto de inflexión en el que esto se volverá evidente para todos. Los productos de Beyond Meat se encuentran en 15.000 supermercados de EEUU, y sus ventas se han más que duplicado cada año. El 2 de mayo de 2019 la empresa hizo su oferta inicial de acciones, ofreciéndolas a 25 dólares, lo que resultó ser una gran subestimación de cómo los inversores valuaban la empresa. De inmediato saltaron a 46 dólares y cerraron el día a 65,75. Ese salto de 163% en un día fue uno de los mayores en décadas y dejó en ridículo algunas ofertas de salida a la bolsa de 2019, como las de Lyft (21%) y Pinterest (25%), por no hablar de Uber (3% negativo). En los días siguientes el precio se siguió acelerando y superó los 150 dólares, antes de detenerse en esos valores. Actualmente, el mercado estima el valor de Beyond Meat en aproximadamente 10.000 millones de dólares.

Ni corta ni perezosa, Impossible Foods recaudó 300 millones de dólares adicionales de inversores privados (el total llegó a 740 millones y la valuación a 2.000 millones de dólares) y anunció que se uniría a Beyond Meat en las tiendas de comestibles estadounidenses a finales de 2019. Estas empresas ya no son pequeños mamíferos que se escabullen entre las patas de los dinosaurios carnívoros. Y se están preparando para una épica batalla frente a frente.

---

6. Nathaniel Popper: «You Call That Meat? Not so Fast, Cattle Rangers Say» en *The New York Times*, 9/2/2019.

7. «US Cattlemen's Association Wants an Official Definition of 'Meat'» en *Soylent News*, 27/8/2018.

Tanto Beyond Meat como Impossible Foods lanzaron recientemente nuevas versiones mejoradas de su carne. Durante la semana pasada casi no he comido otra cosa. Es algo muy gratificante. Ambas tienen la misma cantidad de proteínas que la carne de res molida (aproximadamente 20 gramos por porción de cuarto de libra) y menos grasa. Al estar hechas con vegetales, también hacen un saludable aporte de fibra. Ambas obtienen su untuosidad del aceite de coco.

Pero el núcleo de cada receta es muy diferente. Beyond usa proteína de arveja, mientras que Impossible usa soja. Beyond obtiene su color sanguíneo del jugo de remolacha<sup>8</sup>; Impossible utiliza hemoglobina –la misma molécula que hace que nuestra sangre se vea roja– para lograr su color y sabor a carne. Esa es su arma secreta. La carne de res obtiene su carnicidad de la hemoglobina. Cuando cocinas hemoglobina, esta produce el distintivo sabor salado y metálico de la carne. Como la hemoglobina normalmente se encuentra en la sangre, ninguna mezcla vegetal la ha usado. Las plantas de soja producen cantidades microscópicas de hemoglobina, algo insuficiente como para ser utilizado. El salto decisivo de Impossible Foods fue el diseño genético de una levadura para producir hemoglobina de soja en un tanque, como si fuera cerveza. Este proceso con organismos genéticamente modificados es algo no negociable para algunas personas, pero hace la gran diferencia. La Impossible Burger es increíble, la Beyond Burger, solo pasable.

La Beyond Burger viene como dos hamburguesas de cuatro onzas (empaquetadas en una bandeja de plástico envuelta en más plástico: ¡primer *strike!*). No parecen realmente hamburguesas. Son demasiado húmedas y rosadas. Casi se parecen a las hamburguesas de salmón finamente molido. La sensación al masticarlas es satisfactoria tras cocinarlas en una parrilla o plancha, pero hay una inexplicable cualidad de celulosa en la textura. (Esto se percibe todavía más en la Beyond Sausage, una salchicha). El sabor también es algo fallido. Hay una pizca de humo falso y un sabor terroso que, supongo, proviene del jugo de remolacha. (Mi esposa diría que es un poco más que «algo fallido»: tiene que abandonar el lugar cuando cocino la Beyond Burger. Pero ella odia las remolachas). No es una experiencia desagradable, pero no esperes el hamburgorgasmo que obtienes con un cuarto de libra USDA *prime*<sup>9</sup>.

## El salto decisivo de Impossible Foods fue el diseño genético de una levadura para producir hemoglobina de soja en un tanque

---

8. Alex Hutchinson: «There's New Data on the Beet Juice Boost» en *Outside*, 1/2/2019.

9. Máxima certificación de calidad para la carne, otorgada por el Departamento de Agricultura de EEUU [N. del E.].

Impossible Foods, en cambio, ha producido un hamburgorgasmo tras otro. Su hamburguesa es buena como para el Premio Nobel. No solo sabe a carne de res molida, sino que también tiene su aspecto y causa ese mismo efecto. Funciona sin complicaciones.

No era así en la versión anterior. La primera vez que escribí sobre Impossible Foods, tres años atrás, tuve que rogarle a la empresa que me enviara una hamburguesa<sup>10</sup>. Era renuente a hacerlo. En aquel entonces, la hamburguesa tenía sus complicaciones. No funcionaba bien en una parrilla, por lo que había que freírla bastante en una sartén. La empresa me obligó a hacer un tutorial de Skype primero, la microhamburguesa llegó en una caja refrigerada, con un pan y una salsa especiales, y venía acompañada por páginas de instrucciones impresas. Era buena, ciertamente la hamburguesa vegetal más parecida a la carne hasta ese momento, pero aún sabía a un producto *light*: un poco más limpio, un poco menos decadente, un poco como material de relleno.

Esta vez, cuando le pedí a la empresa que me enviara una hamburguesa, llegó a mi puerta un bloque de carne de cinco libras: evidentemente, lo que suele enviar a las empresas de alimentos. Sin instrucciones, sin ninguna ayuda. Parecía idéntica a la carne de res molida, así fue como la traté. Y así fue como funcionó. Hice hamburguesas, kebabs, nachos, chiles, salsa boloñesa, incluso un poco de tartar (nota: la empresa está muy en desacuerdo con esto último).

Para ser honesto, creo que hasta la prefiero a la carne de res real. Es rica y jugosa, más sabrosa, pero de alguna manera más limpia y menos empalagosa. Ahora, cuando vuelvo a la carne de res normal, noto un tufillo a osario en ella, algo mohoso y gris que no me gusta ni necesito.

\*\*\*

En los próximos años, es de esperar que muchos otros omnívoros tengan epifanías similares. Impossible Foods ha realizado más de 26.000 catas a ciegas para su hamburguesa, que está en camino de superar muy pronto a la carne de res molida en esas pruebas. ¿Qué pasará entonces? Impossible se ha concentrado con empeño en crear el simulacro perfecto de la carne de res molida. ¿Pero por qué? La vaca nunca aseguró la perfección gastronómica. Fue solo lo mejor que pudimos hacer dadas las limitaciones del material natural. La luz del fuego estaba bien hasta que llegó la electricidad. Entonces las cosas se pusieron realmente interesantes.

Esperen algo similar con la carne alternativa. Por ahora, es necesario que las personas se sientan cómodas con lo que les es familiar, como bien sabía Steve Jobs cuando dotó a los primeros iPhones de fieltro artificial y vetas

---

10. R. Jacobsen: «The Biography of a Plant-Based-Burger» en *Pacific Standard*, 28/7/2017.

de madera<sup>11</sup>. Pero una vez que la gente deje de asociar una hamburguesa con un trozo de carne, se desatará el disfrute.

Esto será algo generacional. Todo cambio lo es. La mayoría de los *baby boomers* se quedará con su carne de res hasta que sus dentaduras ya no puedan soportarlo. Pero la Generación Z encontrará el asunto tan vergonzoso como escuchar a Def Leppard o los jeans que usan sus padres.

A medida que este cambio se acelere, la industria cárnica perderá su última ventaja: el precio. La mayoría de los productos ofrecidos por Beyond Meat e Impossible Foods son más caros que una hamburguesa. Pero es intrínsecamente más barato hacer una hamburguesa directamente de plantas que dar primero esas plantas como alimento a un animal. La carne de res es hoy más barata por motivos de escala. Las grandes empresas de alimentos pueden negociar precios extraordinariamente bajos para los piensos, y las gigantescas fábricas y cadenas de suministro son mucho más eficientes para operar.

Pero el campo de juego se está nivelando con rapidez. La semana pasada, Dunkin' anunció un nuevo sándwich para desayuno Beyond Sausage que será solo 14 centavos más caro que la versión de carne. Sin embargo, más que cualquier cosa que Beyond Meat o Impossible Foods hayan logrado, la verdadera sentencia de muerte para los ganaderos es el entusiasmo con que la industria alimentaria convencional ha adoptado la carne alternativa. Whole Foods acaba de anunciar que comenzará a vender hamburguesas de la *startup* británica Meatless Farm en todas sus tiendas.

Nestlé lanzará su Awesome Burger este otoño (boreal)<sup>12</sup>. Tyson Foods, el mayor productor de carne de EEUU, acaba de estrenar sus propios *nuggets* vegetales y vendrán más productos. El CEO de Tyson, Noel White, dijo que espera que su empresa «sea líder del mercado de proteínas alternativas, que está experimentando un crecimiento de dos dígitos y algún día podría ser un negocio de 1.000 millones de dólares para nuestra compañía».

Si esa cita no es suficiente para provocar escalofríos en la columna vertebral de cualquier productor de carne, prueben con esta del presidente de Perdue Farms, Jim Perdue: «Apuntamos a ser el nombre más confiable en proteínas premium. No proteína de carne premium, sino proteína premium. Ahí es adonde van los consumidores». Y ahí es adonde irán estas empresas.

**A medida que este cambio se acelere, la industria cárnica perderá su última ventaja: el precio**

---

11. Kelsey Campbell-Dollaghan: «Skeuomorphism Will Never Go Away, And That's a Good Thing» en *Gizmodo*, 3/10/2014.

12. Jon Fingas: «Nestle Claims its Plant-Based Awesome Burger is Healthier than Rivals» en *Engadget*, 3/6/2019.

La carne de res es un dolor de cabeza. Viene con una carga preocupante: resistencia a los antibióticos, brotes de *E. coli*, cuestiones de bienestar animal, cambio climático. Es el tipo de variable biológica repulsiva que a las grandes empresas estadounidenses les encantaría dejar atrás. Y lo harán tan pronto como la carne de res se vuelva menos rentable.

Las proyecciones recientes sugieren que 60% de la carne consumida en 2040 será alternativa, una cifra que –creo– puede ser en realidad demasiado conservadora<sup>13</sup>. Se estima que 95% de quienes compran hamburguesas alternativas comen carne. No se trata de hacer felices a los vegetarianos. Ni siquiera se trata del cambio climático. Es una batalla por el alma parrillera de EEUU. La carne está a punto de liberarse de su pasado animal. A medida que las empresas cárnicas tradicionales adopten la carne alternativa con el fervor de los conversos recientes, haciéndola barata y accesible en todos lados, no está claro si Beyond Meat o Impossible Foods podrán sobrevivir al frenesí alimentario (aunque pueden ser de ayuda las patentes de Impossible), pero al menos podrán consolarse con una versión moderna del aforismo de Gandhi: «Primero te ignoran. Luego se ríen de ti. Luego te demandan. Luego intentan comprarte. Luego te copian. Luego te roban tu espacio en los estantes. Luego te sacan del negocio. Luego, ganaste». ☒

---

13. Damian Carrington: «Most 'Meat' in 2040 Will Not Come from Dead Animals, Says Report» en *The Guardian*, 12/6/2019.