

A influência da desinformação no consumo de carne suína no Brasil

The influence of disinformation on pork consumption in Brazil

DOI: 10.34188/bjaerv6n4-007

Recebimento dos originais: 05/08/2023

Aceitação para publicação: 30/09/2023

Reizane Rocha de Jesus

Bacharela em Zootecnia pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Endereço: Rua Rui Barbosa, n. 710 – Centro, Cruz das Almas – BA, Brasil
E-mail: reizanerocha@hotmail.com

Gilmara da Silva Miranda

Doutora em Zootecnia pela Universidade Federal da Bahia
Instituição: Universidade Federal da Bahia
Endereço: Avenida Milton Santos, 500 - Ondina, Salvador – BA, Brasil
E-mail: gilmaramiranda01@gmail.com

Simone Bento da Silva

Graduanda em Zootecnia pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Instituição: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Endereço: Rua Rui Barbosa, n. 710 – Centro, Cruz das Almas – BA, Brasil
E-mail: simonebento@aluno.ufrb.edu.br

Reinaldo Silva Brandão

Graduando em Zootecnia pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Instituição: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Endereço: Rua Rui Barbosa, n. 710 – Centro, Cruz das Almas – BA, Brasil
E-mail: reinaldoufrb@hotmail.com

Victor Gabriel Souza de Almeida

Graduando em Agronomia pela Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Instituição: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Endereço: Rua Rui Barbosa, n. 710 – Centro, Cruz das Almas – BA, Brasil
E-mail: victor.gsa11@gmail.com

Ana Lúcia Almeida Santana

Doutora em Zootecnia pela Universidade Federal da Bahia
Instituição: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia
Endereço: Rua Rui Barbosa, n. 710 – Centro, Cruz das Almas – BA, Brasil
E-mail: zootecana@gmail.com

RESUMO

A carne suína é a segunda mais consumida no mundo. Países como China, União Europeia, Reino Unido e Estados Unidos lideram o ranking e juntos são responsáveis por 78,46% da produção global. O Brasil ocupa o quarto lugar no ranking global, grande parte do que é produzido tem destino internacional, sendo a região Sul a maior produtora e exportadora. Observa-se que o consumo da carne suína no Brasil, principalmente em algumas regiões do país, ainda é baixo e isso deve-se a fatores relacionados ao desconhecimento da qualidade da carne suína, bem como sobre a forma

como esses animais são criados. Este trabalho é uma revisão bibliográfica cujo objetivo foi discorrer sobre o consumo de carne suína no Brasil, com abordagem dos principais fatores que contribuem para o baixo consumo dessa proteína e esclarecimento acerca da sua qualidade nutricional. A partir dos trabalhos explorados nesta revisão bibliográfica, observou-se que o perfil dos entrevistados é de consumidor de carne bovina, prioritariamente, seguido da carne de aves e então da carne suína, a qual está na mesa do consumidor esporadicamente ou em datas festivas. Diversos são os motivos que levam ao baixo consumo da carne suína, mas destaca-se aqui questões como “alto teor de colesterol”, “risco à saúde” e “menos saudável”, e também questões religiosas. Notou-se ainda que, dentre as regiões do Brasil, Sul e Sudeste detém maior índice de consumo; e, dentre os cortes comerciais preferidos pelos consumidores estão bisteca, pernil e lombo. Apesar dos avanços tecnológicos ocorridos no processo de produção da carne suína, conceitos errôneos ainda permeiam o entendimento do consumidor, os quais impedem as pessoas de acrescentarem a carne suína à mesa e não somente em datas festivas.

Palavras-chave: consumidor da carne suína, proteína animal, suíno.

ABSTRACT

Pork is the most consumed protein in the world. Countries such as China, the European Union, the United Kingdom and the United States lead the ranking and together are responsible for 78.46% of global production. Brazil occupies the fourth place in the global ranking, a large part of what is produced has an international destination, with the southern region of the country being the largest producer and exporter. It is observed that the consumption of pork meat in Brazil, especially in some regions, is still low and this is due to factors related to the lack of knowledge about the quality of pork meat, as well as about the way these animals are currently raised. This work is a bibliographic review that aimed to discuss the consumption of pork in Brazil, approaching the main factors that contribute to the low consumption of this protein and clarifying its nutritional quality. From the works explored in this bibliographic review, it was observed that the profile of the interviewees is a consumer of beef, primarily, followed by poultry and then pork, which is on the consumer's table sporadically or on festive dates. There are several reasons that lead to the low consumption of pork, but issues such as “high cholesterol”, “health risk” and “less healthy” stand out here, as well as religious issues. It was also noted that, among the regions of Brazil, the South and Southeast have the highest consumption rate of pork; and among the commercial cuts preferred by pork consumers are steak, ham and loin. Despite the technological advances that have taken place in the pork production process, misconceptions still permeate the consumer's understanding, which prevent people from adding pork to the table more often, and not only on festive dates.

Keywords: consumer of pork, animal protein, swine.

1 INTRODUÇÃO

A suinocultura é uma atividade promissora e muito importante para a economia de uma região, além de possuir importante papel na alimentação da população mundial, por ser fonte de proteína de alto valor biológico, ainda com custo acessível. Segundo dados do IBGE (2021), no quarto trimestre de 2021 houve um aumento de 5,8% no abate de suínos em relação ao ano de 2020. Segundo Figueiredo et al. (2023), no Brasil, os suínos destinados ao abate são produzidos em sistemas que utilizam cruzamentos industriais com linhagens especialmente desenvolvidas para alto desempenho zootécnico e rendimento de carne magra.

Dentre as proteínas de origem animal a carne suína é a segunda mais consumida do mundo. Apesar de não ser consumida por parte significativa da população mundial por motivos religiosos (principalmente muçulmanos, hindus, judeus e adventistas), o consumo de carne suína tem crescido e apresenta boas perspectivas para o Brasil no mercado internacional (GUIMARÃES, 2017). Segundo dados divulgados pela USDA (2019), seus maiores consumidores, descritos em milhões de toneladas, são: China (55,7), UE (21), EUA (9,8), Rússia (3,2) e Brasil (2,9), sendo que há uma disputa acirrada do Brasil com o Japão e o Vietnã pela quinta posição.

Segundo Bragagnolo (2020) houve uma redução no plantel de suínos devido a peste suína africana, o que colaborou para o aumento no valor da carne bovina no ano de 2019 e pode justificar a queda no ranking de carne mais consumida no mundo, para segunda posição. Ximenes (2020) relata que a escolha do consumidor pela proteína animal também pode está relacionada com a pandemia do covid-19 e com o grande número de desempregados, a carne suína foi prioridade juntamente com outras proteínas mais baratas, como fígado bovino, ovo de galinha e paleta bovina.

Mesmo sendo o quarto maior produtor de carne suína, o Brasil ainda se encontra longe de alcançar os três primeiros países que lideram o ranking mundial (SOUSA, 2017), representando apenas cerca de 4% da produção e 23% da exportação, neste mesmo ranking. No quesito consumo *per capita*, a Associação Brasileira de Proteína Animal [ABPA] (2020) informa um consumo nacional de 16kg/hab de carne suína e 45,27kg/hab de frango. Em seu trabalho, Coser et al. (2010) citou o Brasil como um dos países com menor consumo *per capita*, ao contrário dos grandes produtores mundiais, que consomem em média 30kg/hab/ano de carne suína.

Apesar dos avanços que ocorreram nos últimos anos na produção de suínos, no que se refere aos avanços tecnológicos, a genética, ao manejo nutricional e sanitário, ainda se observa diversas restrições por parte da população em relação à carne suína, causadas principalmente por conceitos errôneos e mitos quanto à produção e a qualidade dessa proteína. Em observância a este cenário, considera-se importante a avaliação do perfil do consumidor, identificando seus principais hábitos e conhecimento sobre a carne suína, com posteriores ações de conscientização da população. Como considerado por Souza et al. (2021), as pesquisas de mercado constituem uma importante ferramenta para conhecer e caracterizar o comportamento dos consumidores, visando identificar preferências por produtos, hábitos de consumo e fatores que interferem na decisão de compra. Tais informações podem contribuir para a criação de estratégias que objetivem atender às demandas dos consumidores.

Este trabalho é uma revisão bibliográfica cujo objetivo foi discorrer sobre o consumo de carne suína no Brasil, com abordagem dos principais fatores que contribuem para o baixo consumo dessa proteína e esclarecimento acerca da sua qualidade nutricional.

Consumo de carne suína no Brasil

Das 5 milhões de toneladas de carne suína que o Brasil produz, 1,1 milhão é para exportação, sendo a região sul do país a maior produtora e exportadora, responsável por 71,94% dos abates nacionais e 93,21% das exportações do país. Da carne suína produzida no Brasil, 78% é destinada ao mercado interno, enquanto 22% é destinada ao mercado externo, sendo a China, Hong Kong e Filipinas, os principais destinos das exportações brasileiras de carne suína (ABPA, 2023).

Dentre os países com maior produção estão a China, com aproximadamente 48,34%, seguido da União Europeia, com 20%, e logo em seguida os Estados Unidos, representando 10,76%. Já o Brasil é o quarto maior produtor, representando, aproximadamente, 4,37% do total. Em 2022 o consumo *per capita* no Brasil foi de 18kg (ABPA, 2023). Os brasileiros ainda dão a preferência para carne bovina, seguida da carne de aves e, de acordo com Bezerra et al. (2007), mais da metade da carne suína brasileira é consumida na forma industrializada.

Apesar do Brasil ser o quarto principal produtor, a carne suína ainda é um tabu para os consumidores. De acordo com Muniz et al. (2015) o consumo dessa carne entre os brasileiros é baixo, o que está muitas vezes associado ao preconceito devido à falta de informação sobre a mudança da suinocultura brasileira e por acreditarem que a carne suína apresenta alto teor de gordura e que faz mal para a saúde. Segundo o presidente da Associação Brasileira dos Criadores de Suínos (ABCS, 2013), o porco ainda é visto no país como sujo, gordo e transmissor de doenças, como no tempo que eram criados em chiqueiros.

Diferente das informações disseminadas, Santos et al. (2012) chama atenção em seu estudo para a qualidade da carne suína, ressaltando que este é um alimento de alto valor nutricional e saboroso, rico em vitaminas e minerais. Entretanto, os autores entendem que os mitos de que a carne suína é muito gorda, com alto nível de colesterol e de difícil digestão persistem, na opinião pública, mesmo em classes esclarecidas. E como agravante, esses conceitos são transmitidos de geração para geração, sem qualquer base científica. Para Kirinus et al. (2016), mesmo diante dos avanços tecnológicos que auxiliaram na produção em quantidade e qualidade da carne suína, ainda há grandes restrições por parte da população quanto ao consumo dessa proteína, principalmente relacionadas à desinformação e mitos relacionados à sua produção.

Não são muitos os estudos científicos voltados a temática do consumo de carne suína no Brasil, contudo, a maioria deles traz abordagens relacionadas aos fatores que podem explicar o reduzido consumo dessa proteína no país. Bezerra et al. (2007) reportam em seu estudo que o baixo consumo de carne suína no Brasil deve-se, entre outros fatores, ao seu maior custo em relação à carne de frango, pouca divulgação das qualidades nutricionais da carne suína, baixa utilização em restaurantes, preferência no preparo, maior consumo na forma industrializada, preconceito dos

consumidores e tabus. Os autores associam também ao desconhecimento da população sobre o intenso trabalho em genética, nutrição e gestão da saúde realizado nos últimos anos na produção de suínos.

Além dos fatores religiosos e ligados à sanidade, Tramontini (2000) relata que fatores relacionados à grande extensão territorial brasileira, que facilita a produção de bovinos a baixo custo; o desenvolvimento da avicultura industrial; a diferenciação diante dos cortes presentes nas carnes bovinas e aves; além dos custos, podem afetar o consumo da carne suína. Ressalta-se ainda que alguns desses fatores são evidenciados apenas em algumas regiões do país, enquanto outros são frequentes em todo o Brasil.

Pesquisas avaliando o perfil consumidor de carne suína no Brasil foram feitas por alguns autores e muitos deles estabeleceram, primeiramente, o gênero e a composição da faixa etária das amostras em que foram realizadas as entrevistas. Nestes estudos nota-se a maior representatividade de mulheres e as mais variadas idades, com maior frequência de entrevistados na faixa etária de 20 a 40 anos (FARIA, FERREIRA e GARCIA, 2006; BEZERRA et al., 2007; MERLINI et al., 2014; KIRINUS et al., 2016; OLIVEIRA et al., 2017). Esses estudos demonstram, em sua maioria, que além do gênero, a idade influencia na aceitação da carne suína, no entanto a população mais jovem tem mais esclarecimento e mais acesso a informação. De acordo com Silva et al. (2014), aos poucos o consumo da carne suína pelos brasileiros tem aumentado. Segundo dados da ABPA (2023), o consumo *per capita* da carne suína aumentou em mais de 19%, passando de 15,1kg registrados em 2015 para 18 kg em 2022, enquanto nesse mesmo período houve redução no consumo da carne bovina e o aumento no consumo da carne de frango não foi nem metade do que se observou para a carne suína.

Comportamento do consumidor em diferentes regiões do Brasil

As regiões brasileiras com maior consumo *per capita* de carne suína *in natura* é o Sul, seguida do Centro-Oeste, Sudeste, Norte e Nordeste. Acrescentando-se o consumo de produtos industrializados e embutidos de suínos, o volume se torna um pouco mais expressivo quando somado ao consumo de carne suína *in natura* (ABIPECS, 2013). O Nordeste é a região com histórico de menor consumo de carne suína, o que é reforçado nos dados da pesquisa realizada por Bezerra et al. (2007), contudo, quando se trata de preferência entre as carnes disponíveis, este cenário não é visto apenas na região Nordeste, pois em praticamente todos as pesquisas realizadas com consumidores de carne em outros estado a carne suína normalmente não é a primeira opção do consumidor (Tabela 1).

Tabela 1 – Preferência por tipo de proteína animal em Campina Grande/PB (Bezerra et al., 2007), Umuarama/PR (Merlini et al., 2014) e Juiz de Fora/MG (Souza et al., 2021).

Proteína animal	Bezerra et al. (2007)	Merlini et al. (2014)	Souza et al. (2021)
Bovina (%)	47,75	53,00	36,90
Frango (%)	21,75	37,00	43,66
Suíno (%)	17,50	8,00	14,08
Peixe (%)	13,0	2,00	3,66
Outra (%)	-	1,69	-

Bezerra et al. (2007) publicaram dados obtidos em uma pesquisa realizada na microrregião de Campina Grande/PB, Nordeste do Brasil, na qual quase 50% dos entrevistados assumiram a preferência por carne bovina, seguido da carne de frango e depois de suínos (Tabela 1). Entretanto, 78% dos entrevistados afirmaram consumir carne de suínos *in natura* e, os que não consomem, justificam que “acham gordurosa”, “é carregada (faz mal)”, “restrição médica”, “questões de saúde” ou alegaram que não a consomem por fazer regime. Tais comportamentos evidenciam, muito além de uma restrição, um preconceito que o consumidor brasileiro ainda possui sobre a carne suína.

Santos et al. (2012) avaliaram, através de entrevista, o mercado consumidor de carne suína e seus derivados em Rio Largo/AL, Nordeste do Brasil. Os autores reportaram que, apesar de 62% dos entrevistados consumirem carne suína, essa proteína está em quarto lugar no ranking de preferência, estando atrás das carnes bovina, frango e peixe. Aproximadamente 38% dos entrevistados não consomem por “questões de saúde”, “não apreciam o sabor”, “possuem nojo”, “não apreciam a textura”, “por questões religiosas” ou “acham gordurosa”. Oliveira et al. (2017) também realizaram uma entrevista estruturada para avaliar os principais aspectos considerados por consumidores na aquisição e consumo de carne suína em Colônia do Piauí/PI, Nordeste do país. Os autores relataram que a carne bovina e a carne de aves são as primeiras escolhas dos entrevistados, ficando a carne suína em terceiro lugar. Semelhante ao que se observa em outros estudos, estes autores relataram que 74% dos entrevistados consideraram que a carne suína apresenta o maior risco de transmissão de doenças.

Resultados semelhantes também foram relatados por Falleiros, Miguel e Gameiro (2008), os quais realizaram uma pesquisa com consumidores das cidades de São Paulo, São Bernardo do Campo, São Caetano do Sul e Pirassununga, região Sudeste do Brasil. Para 60% dos entrevistados, a carne suína é responsável pelo surgimento de doenças como obesidade, teníase, pressão alta e cisticercose. O entendimento da população sobre a transmissão de doença ainda está associado com a imagem do suíno como um animal sujo, criado em chiqueiro com lama e sendo alimentado

com lavagem. Mesmo que atualmente o “porco de lama” esteja quase em extinção, o mercado ainda não assimilou informações suficientes para combater tal imagem.

A falta de informação é o maior obstáculo para o aumento no consumo da carne suína na maioria das regiões do Brasil. Os conceitos errôneos que são disseminados causam impactos negativos na sociedade, fazendo com que a mesma seja considerada como uma “carne gorda, que faz mal para a saúde e que pode transmitir doenças”. Esses termos fazem parte da maioria dos discursos utilizados para justificar a não aceitação da carne suína (OLIVEIRA et al., 2017).

Souza et al. (2021) realizaram uma pesquisa em Juiz de Fora/MG, Sudeste do Brasil, e os entrevistados colocaram a carne suína em terceiro lugar de preferência, estando a carne de frango em primeiro lugar, seguido da carne bovina (Tabela 1). Os autores atribuíram o menor consumo de carne suína à importância que a população dá aos mitos relacionados a essa proteína sobre a saúde, e a falta de cortes específicos de baixo valor agregado, que são mais acessíveis à população de baixa renda.

Kirinus et al. (2016) realizaram uma pesquisa na cidade de Xanxerê/SC, Sul do país. Os autores reportaram que, apesar de 93% dos entrevistados afirmarem que consomem carne suína, quando questionados sobre qual tipo de carne possui maiores benefícios para a saúde, a carne suína ficou em penúltimo lugar, atrás das carnes de peixe, frango, bovina e a frente apenas da carne de ovino. Essas respostas refletem o desconhecimento da população, que ainda se baseiam nos conceitos errôneos de que esse tipo de proteína faz mal à saúde e que é gordurosa.

Silva et al. (2014) avaliaram o perfil do consumo de carne suína nos municípios de Glória d'Oeste e Porto Esperidião/MT, Centro-Oeste do Brasil, e mais de 80% dos entrevistados nas duas cidades consomem a carne suína. Entretanto, como ocorreu em estudos realizados em outras regiões do país, a carne bovina foi elencada como a preferencial, seguida da carne de suínos e de aves. Também na região Centro-Oeste do país, Santos et al. (2011) realizaram o diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Aquidauana/MS e constataram que 77% consome carne suína, mas, as carnes bovina, frango e peixe estão à frente da carne suína em ordem de preferência.

Alguns estudos demonstram que, quando se trata de derivados (industrializados) da carne suína, o cenário pode mudar um pouco. Em pesquisa feita por Faria, Ferreira e Garcia (2006), observa-se uma tendência oposta àquela relacionada à carne suína *in natura*, a qual, diante das pesquisas, nota-se que quase não é consumida ou que seu consumo se dá apenas em datas festivas, algo bastante esporádico. Na pesquisa realizada por Merlini et al. (2014), 48% relataram consumir mais produtos industrializados em relação a produtos *in natura* e dos derivados suínos apresentados durante as entrevistas, 73% das pessoas dizem comer todos, 22% presunto e linguiça, 10%

consomem linguiça e bacon, 9% utilizam defumados para feijoada, 8% consomem apenas presunto e 4% apenas bacon.

Thoms et al. (2010) realizaram uma pesquisa, a qual contou com 470 estudantes, entre 15 e 17 anos, de escolas públicas e privadas, do município de Irati/PR, Sul do país, e a carne suína foi indicada como a de maior consumo em sua forma industrializada, com 32%. O mesmo ocorre com a pesquisa realizada por Poletto, Santos Filho e Barni (2001), que entrevistaram consumidores de Santa Catarina, Rio Grande do Sul e São Paulo, com o objetivo de avaliar o consumo de produtos derivados da carne suína e em todos eles a maioria dos entrevistados relataram consumir. Nessa mesma pesquisa também foi observado que o consumo de derivados suínos do tipo defumados e frescal, tais como bacon e linguiça se dão, em sua maioria, com uma frequência esporádica. Já a frequência de produtos “tipo lanche”, como apresuntado e salame, se dá, em sua maioria, no consumo de 1 a 2 vezes na semana. Isso mostra que os derivados já prontos para consumo são mais aceitos do que aqueles que necessitam de preparo, fato que motivaria maior compra dos mesmos.

Tal fato também foi descrito por Miele (2011) que, ao analisar os dados fornecidos pelo IBGE, constatou a queda na aquisição domiciliar *per capita* das carnes suínas *in natura*, banha e vísceras, fato contrário ao ocorrido com os produtos processados, os quais tiveram um aumento em quase todos os itens, com exceção do salame, do toucinho e do paio.

Frequência de consumo de produtos de origem suína e a preferência por cortes

Uma pesquisa feita por Bezerra et al. (2007) reporta a frequência com que os consumidores entrevistados consomem carne suína *in natura*, cujos dados demonstram que a maioria dos entrevistados consomem esse tipo de proteína, mas com frequência baixa, sendo menos de 1% os que consomem diariamente. A maior parte dos consumidores da carne suína no Brasil consomem esporadicamente.

Oliveira et al. (2017) também relataram baixa frequência de consumo da carne suína entre os entrevistados. Dentre os que consomem carne suína, apenas 2,1% consomem diariamente, 17,89% consome apenas em períodos festivos, 18,95% semanalmente, 26,32% quinzenalmente e 34,74% declararam consumir mensalmente. Da mesma forma, Nantes et al. (2014) relataram que, na capital sul mato-grossense, a maioria dos entrevistados (41,01%) consome carne suína apenas uma vez por mês.

Diferente dos autores supracitados, Pessoa et al. (2018) realizaram o diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Olho d'Água/PB e observaram maior frequência de consumo entre os seus entrevistados, dos quais 5% consomem a carne suína mensalmente, 16% diariamente, 35% quinzenalmente e 45% semanalmente. De forma semelhante, no estudo de Silva

et al. (2014) realizado na região Centro-Oeste do país, foi relatado que mais de 20% dos entrevistados consomem carne suína ao menos uma vez por semana e 24% consomem mais de uma vez por semana.

Além da carne suína *in natura*, há também no mercado nacional uma grande variedade de derivados, como os embutidos, defumados, salgados, pré-cozidos e semi-prontos, tendo marcas, preços e qualidade diferenciados (DUELI et al., 2018), visando atingir consumidores de diferentes classes socioeconômicas. De acordo com Pessoa et al. (2019) existe uma variedade de embutidos derivados da carne suína que diferem entre si em função do processamento e teor de umidade, tais quais: embutidos cárneos frescos, como a linguiça frescal, obtidos a partir da mistura de carne crua e não submetidos a tratamento térmico (ALCANTARA et al., 2012); embutidos secos crus, como o salame, que são submetidos a desidratação parcial e também é classificado como produto fermentado (VEDOVATTO et al., 2019); salsicha e mortadela, que passam por processo de emulsificação e tratamento térmico (ORSOLIN et al., 2015); produtos curados e maturados, como o presunto; e o bacon, que é um produto cárneo defumado.

Em relação à frequência de consumo dos industrializados, Faria, Ferreira e Garcia (2006) evidenciaram que a maioria da população de Belo Horizonte consumia derivados da carne suína semanalmente, sendo 29% de duas a três vezes, 24% uma vez, e 17% diariamente, fato que difere do consumo *in natura*, o que pode estar relacionado à praticidade do preparo desses tipos de alimentos, pois, segundo a pesquisa, 30% das pessoas entre 20 e 39 anos consomem derivados diariamente, enquanto que 28% das pessoas entre 40 e 59 anos consomem uma vez ao mês, o que pode estar relacionado com a falta de conhecimento sobre a qualidade dessa proteína.

No estudo de Bezerra et al. (2007), os autores também analisaram a frequência de consumo de derivados, não apenas da carne *in natura*, e relataram que os mais procurados são a salsicha (30%), os apresuntados (20%), a linguiça (20%), o salame (12%), o presunto cru (10%) e o bacon (8%). Além disso os autores demonstraram no estudo que, diferente da frequência de consumo da carne *in natura*, quase 40% dos entrevistados afirmaram consumir derivados diariamente.

Faria, Ferreira e Garcia (2006) sugerem que, entre os fatores que podem promover maior frequência no consumo dos derivados em relação a carne *in natura*, destacam-se o sabor (34%) e a facilidade de preparo (16%). Silva e Silva (2009) também consideram que a diferença pode estar relacionada com a diversificação e praticidade de preparo, facilidade de conservação e baixo custo. No estudo realizado por Santos et al. (2012) 47,02% dos entrevistados consideraram que os produtos industrializados são acessíveis para a população. E segundo Souza et al. (2021) a preferência pelo produto oriundo da carne suína também varia de acordo com a região.

Em Colônia do Piauí, Oliveira et al. (2017) constataram que, dos produtos apresentados, 48% dos entrevistados tem preferência pela linguiça. Já em Olhos d'Água/PB, Pessoa et al. (2019) reportaram que 43% dos entrevistados preferem presunto ou apesuntado e apenas 15% tem preferência por linguiça. Em Umuarama/PR, Merlini et al. (2014) constataram que pouco mais de 21% dos entrevistados consomem mais presunto e linguiça. Esses resultados corroboram Souza et al. (2021), demonstrando que a preferência pelos industrializados pode variar em função da região.

Com relação aos cortes de carne suína, é fato que existem aqueles prediletos pela maioria da população, mas em alguns casos a falta de variedade nos cortes disponíveis nos mercados influencia diretamente na compra. Santos et al. (2011) citaram em seu estudo 19 possíveis cortes de carne suína, e destes, os autores observaram que três (papada, sobrepaleta e tatu) não foram citados por nenhum dos entrevistados, apesar de 70,0% afirmar conhecer os cortes de carne suína. Dentre os cortes mais conhecidos foram listados pernil (56,3%), costela (53,8%), paleta (29,2%) e cabeça (28,1%). Os demais cortes variaram de 0,6 a 15,0% de conhecimento pelos entrevistados. Algumas pesquisas evidenciam que os cortes mais apreciados, variando apenas as posições a depender da região, são bisteca, costela, pernil e lombo, sendo, portanto, peças que possuem maior valor agregado. Na pesquisa de Bezerra et al. (2007), a bisteca foi o corte de maior preferência (52%), seguido da costela (28%) e do pernil (7%). Já na pesquisa de Miele (2011), entre os cortes *in natura* que possuíam porcentagem de 29,5% na aquisição domiciliar, a preferência foi bisteca (4%), pernil (3,8%), costela (3,3%), porco eviscerado (2,8%) e lombo (1,1%), a opção “outras” ficou em primeiro lugar (14,4%).

Merlini et al. (2014) relataram que, diante de uma amostra de 485 pessoas, 57% preferem a bisteca, e entre os que mais compram, escolhem a bisteca e o lombo, seguida da costela e pernil. Kirinus et al. (2016) evidenciaram que os entrevistados tinham preferência por costela, picanha, lombo, pernil e bisteca. Silva et al. (2014) constataram que 71% dos entrevistados em Glória D'Oeste costumam comprar pernil e bisteca. Já Souza et al. (2021) evidenciaram que o corte de maior preferência dos consumidores entrevistados em Juiz de Fora/MG é o pernil (38,0%), seguido pela costela (28%) e o lombo (20%).

No estudo realizado por Pessoa et al. (2019), 52% dos entrevistados responderam que preferem a costela, seguida da bisteca (20%) devido à facilidade na hora do preparo, já que estes cortes geralmente são consumidos assados ou fritos. Seguidos desses dois cortes estão o pernil (13%), picanha (10%), filé mignon (4%) e lombo (1%). É importante considerar que, o baixo consumo desses últimos cortes pode estar relacionado ao preço, por tratar-se de cortes nobres. O lombo, que apresentou menor preferência pelos entrevistados, é um dos cortes mais magros do

animal, pois apresenta menor concentração de gordura, sendo considerado mais saudável do que alguns cortes de frango.

Santos et al. (2019) analisando o perfil dos consumidores de carne suína e derivados em Satuba/AL, observaram que neste município os consumidores tem preferência pelos cortes bife (55%) e costela (17%). Este resultado corrobora Santos et al. (2012), que constataram que a maioria dos entrevistados em Rio Largo/AL, tem preferência pela bife (42,22%), seguido da costela (24,44%), pernil (11,11%), lombo (8,89%) e “coxão” (6,67%).

Segundo Souza et al. (2021) a preferência por um determinado corte está associada principalmente a questões pessoais, como gosto, o maior conhecimento no preparo de determinados cortes e hábitos culturais. Contudo, os autores consideraram que as estratégias de *marketing* nos estabelecimentos direcionam o consumidor para a escolha de determinados cortes e o desconhecimento de outros. É válido ressaltar também que nos mercados, quando se trata de carnes já embaladas, nota-se uma pequena variedade de cortes específicos de baixo valor agregado, diferentemente do que ocorre com a carne bovina, fato que pode prejudicar ainda mais a escolha pela carne suína.

Razões para o baixo consumo da carne suína no Brasil

Que a carne suína *in natura* é pouco consumida no Brasil e, principalmente, em algumas regiões do país, é fato. Entretanto, muitas especulações giram em torno desse panorama. A literatura apresenta as mais variadas razões para esse baixo consumo, as quais podem ser encontradas ou não em todas as regiões do país. De acordo com Faria, Ferreira e Garcia (2006), dentre os aspectos negativos que estão associados ao baixo consumo da carne *in natura* bem como a não aceitação total dos derivados, lista-se o teor de gordura (22%), risco à saúde (13%) e excesso de calorias (11%), acrescentando ainda a utilização de conservantes, marcas ruins, perda do sabor natural, dureza da pele do bacon, baixo rendimento e cheiro ruim. Isso evidencia que, diante dos mesmos pontos fracos da carne *in natura*, torna-se necessário investimentos em trabalho de *marketing*, visando modificar a visão do consumidor quanto ao preconceito e a imagem que muitos tem da carne suína.

Outro fator de grande influência na decisão de compra é o aspecto da carne. Em pesquisa realizada por Faria, Ferreira e Garcia (2006), com 401 entrevistados de nove regiões administrativas de Belo Horizonte, foi diagnosticado como fatores decisivos para a compra da carne suína *in natura* a aparência (44%), o sabor (28%), preço (13,7%) e frescor (12,5%). Fato esse também observado na pesquisa de Bezerra et al. (2007), em que 78,5% dos consumidores entrevistados preocupam-se com a cor, textura, cheiro e apresentação.

O mesmo também pode ser visto nos resultados da pesquisa realizada por Kirinus et al. (2016), em que, além de outros aspectos, a aparência clara foi considerada a característica que mais influencia a compra pelos homens (37,3%), já pelas mulheres (39,7%), foi citada a menor quantidade de gordura visível. Segundo esses autores, atributos relacionados ao teor de gordura, colesterol e valor calórico são motivos de influência para a escolha desse tipo de carne, e consideraram que a quantidade de gordura visível pode ser um fator determinante para a compra da mesma, principalmente se esta for visualizada na gôndola dos supermercados.

Em pesquisa feita por Santos et al. (2019) no município Satuba/AL os entrevistados que não consumiam a carne suína justificaram o não consumo por ser uma carne que traz riscos à saúde (48,03%), por motivos culturais, comportamentais e religiosos (33,89%), por questões financeiras (1,13%) e 19,95% afirmaram ser por mais de um desses motivos. Também Santos et al. (2012) no estado de Alagoas identificou que a maioria dos entrevistados em Rio Largo não consomem carne suína por acreditarem não ser uma carne boa para a saúde ou por não achar o sabor agradável. Esses resultados corroboram os de Silva e Silva (2009), que ao realizarem uma pesquisa sobre o consumo de carne suína no município de Guarabira/PB, evidenciaram que 71% das pessoas que foram entrevistadas disseram que a carne suína traz riscos para a saúde.

Souza et al. (2021) apresentaram em seu estudo praticamente o mesmo cenário, pois os entrevistados asseguraram que os principais motivos que impedem o maior consumo de produtos suínos estão relacionados com a alta quantidade de gordura, calorias e colesterol presente na carne suína (35,49%) e pelo risco que causa a saúde (21,13%). Resultado semelhante no Mato Grosso foi publicado por Silva et al. (2014), que ao questionarem aos entrevistados os motivos pelos quais não consumiam carne suína, em Porto Esperidião 50% justificou ser por questões de saúde e 50% disse está ligado à religião, e em Glória D'Oeste também justificaram ser pela saúde (33%) e sabor (67%). Já no MS Santos et al. (2011) evidenciaram que 58,3% dos entrevistados que não consomem carne suína atribuem ao sabor, por achar desagradável, e 13,9% atribuem ao alto teor de gordura/colesterol, que pode fazer mal para a saúde.

Além de todos os fatores abordados até aqui, ainda há o preconceito contra a carne suína por conta da cisticercose, o que evidencia ainda o desconhecimento acerca da enfermidade. Segundo Bezerra et al. (2007), erroneamente as pessoas disseminam que o homem se contagia com cisticercose ao consumir carne crua ou mal passada de suínos ou bovinos, quando na realidade o homem pode desenvolver a teníase se consumir carne contaminada com as larvas da taenia (cisticerco).

Algumas religiões também proíbem o consumo de carne suína, como a adventista, na qual proíbe qualquer produto de carne suína; o islamismo, que condena a carne de porco e seus derivados,

além de qualquer animal que não tenha sido abatido de acordo com os preceitos islâmicos; e o judaísmo, que permite apenas os animais que possuem patas fendidas e que são ruminantes, estando o porco, portanto, proibido (SOUZA, 2014). No antigo testamento da bíblia, relata a proibição do consumo da carne suína por considerar o suíno um animal impuro (ANJOS et al., 2018).

2 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Apesar dos avanços tecnológicos na produção da carne suína, conceitos errôneos ainda predominam nos discursos dos consumidores. São muitos os mitos que impedem as pessoas de acrescentarem por mais vezes, e não somente em datas festivas, a carne suína à mesa.

O consumidor ainda enxerga a carne suína como um tipo de carne com alto teor de colesterol, e gordura e com riscos potenciais à saúde, ainda que existam trabalhos demonstrando as características nutricionais da carne suína. Logo, há uma necessidade de se investir em campanhas de *marketing* visando à conscientização da população, para que assim os mitos estabelecidos possam ser quebrados e que a população aproveite melhor a carne suína assim como já acontece em outros países.

REFERÊNCIAS

ABCS-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS CRIADORES DE SUÍNOS. Mapeamento da Suinocultura Brasileira. Brasília, 2016. [S.l.], 2016. Disponível em: https://abcs.org.br/wpcontent/uploads/2020/06/01_Mapeamento_COMPLETO_bloq.pdf. Acesso em: 7 fev. 2022.

ABIPECS-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA PRODUTORA E EXPORTADORA DE CARNE SUÍNA. **Estatísticas**. 2013. Disponível em: <http://www.abipecs.org.br/pt/estatisticas.html>. Acesso em: 8 fev. 2022

ABPA-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL. **Relatório anual 2020**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://abpa-br.org/mercados/>. Acesso em: 7 fev. 2022.

ABPA-ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PROTEÍNA ANIMAL. **Relatório anual 2023**. [S. l.], 2020. Disponível em: <https://abpa-br.org/>. Acesso em: 18 ago. 2023.

ALCANTARA, M. et al. **Principais Microrganismos envolvidos na deterioração das características sensoriais de derivados cárneos**. Revista Brasileira de Higiene e Sanidade Animal, v. 6, n. 1, p. 1-20, 2012. Doi: <http://dx.doi.org/10.5935/1981-2965.20120001>

ANJOS, C. M.; GOIS, F. D.; PEREIRA, C. M. C. **Desmistificando a carne suína**. PUBVET, v. 12, n. 12, p. 1-9, 2018. Doi: <https://doi.org/10.31533/pubvet.v12n12a227.1-9>

BEZERRA, J. M. M.; et al. **Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na microrregião de Campina Grande, estado da Paraíba**. Revista Ciência Animal Brasileira, Goiânia, v. 8, n. 3, p. 485-493, jul./set. 2007.

BRAGAGNOLO, G.P. **Pecuária bovina no Brasil e disfuncionalidades do mercado financeiro: um estudo sobre os impactos no valor de mercado dos frigoríficos brasileiros de capital aberto decorrente do aumento da demanda chinesa em virtude da peste suína africana**. Dissertação (mestrado em Agronegócio) FGV-Escola de Economia de São Paulo, São Paulo, 2020.

COSER, F. J.; et al. **Estrutura de mercado internacional de carne suína e a participação brasileira**. Informações Econômicas, São Paulo, v.10, n.12. 2010.

DUELI, J. S.; et al. **Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por acadêmicos de ensino superior – Viçosa, MG**. Revista UniScientiae | UNIVIÇOSA. v. 1, n. 2, p.95-105, 2018.

FALLEIROS, F. T.; MIGUEL, W. C.; GAMEIRO, A. H. **A desinformação como obstáculo ao consumo da carne suína in natura**. In: Congresso da Sociedade Brasileira de Economia, Administração E Sociologia Rural, 46., 2008, Rio Branco. Anais [...]. Brasília, 2008. p. 1-13. Disponível em: <https://ageconsearch.umn.edu/record/108574>. Acesso em: 9 fev. 2022.

FARIA, I. G.; FERREIRA, J. M.; GARCIA, S. K. **Mercado consumidor de carne suína e derivados em Belo Horizonte**. Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia, v. 58, p. 251-256, 2006. Doi: <https://doi.org/10.1590/S0102-09352006000200014>

FIGUEIREDO, E. A. P.; COSTA, O. A. D.; COLDEBELA, A.; BERTOL, T. M.; LIMA, G. J. M. Desempenho de suínos de genótipos para sistemas convencionais e alternativos de produção. **Brazilian Journal of Animal and Environmental Research**, Curitiba, v. 6, n. 2, p. 1001-1017, 2023. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJAER/article/view/58948/42795>. Acesso em: 29 set 2023.

GUIMARÃES, D. ; et al. **Suinocultura**: estrutura da cadeia produtiva, panorama do setor no Brasil e no mundo e o apoio do BNDES. BNDES Setorial, Rio de Janeiro, n. 45 , p.[85]-136, mar. 2017. Disponível em: <http://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/11794>. Acesso em: 10 fev. 2022.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA: **Estatística da Produção Pecuária**. [S. l.], 2021. Disponível em: <https://censos.ibge.gov.br/agencia-noticias>. Acesso em: 28 fevereiro 2021

KIRINUS, J. K.; et al. **Caracterização do consumo de carne suína da população de Xanxerê, Santa Catarina, Brasil**. Revista eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental, Santa Maria, v. 20, n. 1, p. 233-240, 2016. Doi: <https://doi.org/10.5902/2236117021312>

MERLINI, L. S. et al. **Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína no município de Umuarama - Paraná - Brasil**. Enciclopédia biosfera, Goiânia, v. 10, n. 18, p. 833-839, 2014. Disponível em: <https://conhecer.org.br/ojs/index.php/biosfera/article/view/2707>. Acesso em: 11 fev. 2022.

MIELE, M. **Consumo de carne suína no Brasil**: indicadores, evolução e diferenças regionais. Suinocultura Industrial, Itu, n. 2, p. 14-23, 2011.

MUNIZ, D. C. ; et al. **Caracterização do consumo de carne suína e avícola “in natura” através dos estabelecimentos comerciais no município de Ilhéus-Bahia**. Revista Eletrônica de Pesquisa Animal, v. 3, n. 1, p. 24-34, 2015.

NANTES, C. L.; et al. **Profile and preference of pork consumers in Campo Grande - MS**. Revista Agrarian, v. 7, n. 25, p. 460-467, 2014. Disponível em: <https://ojs.ufgd.edu.br/index.php/agrarian/article/view/2272>. Acesso em: 12 fev. 2022.

NASCIMENTO, H. **A produção e o consumo de carne suína no mundo**. Suinocultura Industrial, São Paulo, v. 303, n. 6, 2020.

OLIVEIRA, A. P. D.; et al. **Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição e consumo de carne suína em Colônia do Piauí-PI**. Arquivos de Ciências Veterinárias e Zoologia da UNIPAR, Umuarama, v. 20, n. 2, p. 71-77, 2017. Doi: <https://doi.org/10.25110/arqvet.v20i2.5810>

ORSOLIN, D.; et al. **Redução do tempo no processo de cozimento de mortadela e avaliação da qualidade final do produto**. Ciência Animal Brasileira. Goiânia, v. 16, n. 4, p. 589–597, 2015. Doi: <https://doi.org/10.1590/1089-6891v16i430548>

PESSOA, R. M. S. et al. **A percepção do consumidor de carne ovina e caprina no município de Olho d'Água-PB**. Pubvet, v. 12, p. 172, 2018. Doi: <https://doi.org/10.22256/pubvet.v12n5a96.1-7>

POLETTO, A. R.; SANTOS FILHO, J. I.; BARNI, E. J. **Avaliação potencial de mercado dos produtos industrializados derivados de suíno**. In: Conferência Internacional Virtual sobre Qualidade de Carne Suína, 2, 2001, Concórdia. Anais [...], Concórdia, p. 1-28, 2001.

SANTOS, E. L.; et al. **Mercado consumidor de carne suína e seus derivados em Rio Largo-AL**. Acta Veterinaria Brasilica, Alagoas, v. 6, p. 230-238, 2012.

SANTOS, E. L.; et al. **Perfil dos consumidores de carne suína e derivados em Satuba –AL**. Revista Científica Rural, Bagé-RS, v. 21, n. 1, p. 142-157, 2019. Doi: <https://doi.org/10.30945/rcr-v21i1.263>

SANTOS, T. M. B.; et al. **Diagnóstico do perfil do consumidor de carne suína no município de Aquidauana-MS**. Revista Brasileira de Saúde Produção e Animal, Salvador, v. 12, n. 1, p. 1-13, 2011.

SILVA, J. P. & SILVA, L. P. G. **Estudo e Avaliação do Consumidor de Carne Suína “In Natura” e Industrializada na Microrregião de Guarabira- PB**. Agropecuária Científica no Semi-Árido, v. 05, p. 57-61. 2009.

SILVA, M. R.; SANTOS, M. O.; PINHEIRO, M. S. M. **Perfil do consumo de carne suína nos municípios de Glória d’Oeste e Porto Esperidião**. Agropecuária Científica no Semi-Árido, v. 10, n. 2, p. 33-41, 2014.

SOUSA, W. F. CONAB - Companhia Nacional de Abastecimento. **Histórico Mensal de Carne Suína**. 2017. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuario-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-carne-suina>>. Acesso em 12 de mar. 2023.

SOUZA, M. C. M.; et al. **Consumo de carne suína e derivados pela população de Juiz de Fora, Minas Gerais, Brasil**. Brazilian Journal of Animal and Environmental Research, v. 4, n. 3, p. 4436-4449, 2021. Doi: <https://doi.org/10.34188/bjaerv4n3-127>

SOUZA, P. R. **Como as práticas alimentares no contexto religioso auxiliam na construção do homem**. Dissertação (Mestrado em Ciências da Religião) - Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2014. Disponível em: <https://tede2.pucsp.br/handle/handle/1924>. Acesso em: 13 fev. 2022

THOMS, E.; et al. **Perfil de consumo e percepção da qualidade da carne suína por estudantes de nível médio da cidade de Irati, PR**. Revista Acadêmica Ciência Agrária Ambiental, Curitiba, v. 8, n. 4, p. 449-459, 2010.

TRAMONTINI, P. **Consumo da carne suína a experiência brasileira**. In: Seminário Internacional de Suinocultura, 5, 2000, São Paulo. Anais [...], São Paulo, p. 6-11, 2000.

USDA. United States Department of Agriculture. **Foreign Agricultural: Anuário 2021 da Suinocultura Industrial**. [S. l.], 2020. Disponível em: USDA. United States Department of Agriculture. Foreign Agricultural Service. Disponível em: <<https://apps.fas.usda.gov/psdonline/app/index.html#/app/advQuery>>. Acesso em: 7 fev. 2021.

VEDOVATTO, E.; et al. **Avaliação de diferentes culturas starters na elaboração de salame tipo italiano.** *Ciência Animal Brasileira*, v. 20, n. 1, p. 1–24, 2019. Doi: <https://doi.org/10.1590/1809-6891v20e-47777>

XIMENES, L.J.F.; **Carne suína.** Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, ano 5, n.126, ago. 2020. (Série Caderno Setorial ETENE., n.126).