

IMPACTO DE AÇÃO TÉCNICA NA PERCEPÇÃO DE ADOLESCENTES SOBRE MITOS E VERDADES DA CARNE SUÍNA

Ana Caroline Pelet Teles de Menezes¹; Luiz Fernando Rocha Botelho²

Os preconceitos em relação ao consumo de carne suína remontam à antiguidade, possivelmente influenciados por um versículo da Bíblia Sagrada que proíbe o consumo desse tipo de carne, considerando o porco um animal impuro. Apesar disso, a carne suína é bem aceita em termos de sabor pelos consumidores brasileiros. No entanto, a falta de informação leva muitas pessoas a acreditarem em mitos sobre os supostos malefícios à saúde associados ao seu consumo. Diante desse contexto, o presente estudo teve como objetivo traçar o perfil dos adolescentes consumidores de carne suína no município de Patos de Minas, analisando os principais fatores que influenciam o consumo desse produto. A pesquisa foi conduzida com estudantes do ensino médio, com idades entre 16 e 18 anos, matriculados no curso Técnico em Agropecuária na Escola Agrotécnica Afonso Queiroz, uma instituição de ensino público localizada em Patos de Minas, Minas Gerais. Foram distribuídos 47 questionários, dos quais 5 foram descartados por estarem incompletos. Dos 42 questionários restantes, 22 foram respondidos por adolescentes do sexo feminino e 20 por adolescentes do sexo masculino. A coleta de dados foi realizada por meio de pesquisa qualitativa, com a aplicação de questionários que exploravam opiniões, hábitos, características e o perfil do consumidor. Após a coleta do primeiro questionário, os alunos receberam uma palestra que abordou brevemente a história da suinocultura e sua importância para a economia brasileira. Também foi realizada uma dinâmica interativa na qual os alunos discutiram sobre mitos e verdades relacionados à carne suína. Em seguida, foi aplicado um segundo questionário com quatro perguntas direcionadas ao tema, buscando avaliar se houve mudança na percepção dos consumidores após receberem informações adicionais. Os resultados do segundo questionário pós-intervenção revelaram um aumento de 11,2 pontos percentuais no número de entrevistados que passaram a considerar a carne suína mais saudável em comparação com outras opções. Além disso, houve uma redução de 25,6 pontos percentuais no número de consumidores que consideravam a carne suína menos saudável que outras carnes. Portanto, concluiu-se que os resultados do experimento confirmaram a hipótese levantada no estudo, demonstrando que ações de divulgação técnica podem contribuir para desmistificar a qualidade da carne suína e promover uma mudança de percepção entre os consumidores.

Palavras-chave: agromarketing; carne suína; mitos; qualidade da carne.

¹ Discente de Medicina Veterinária (UNIPAM). E-mail: anacptm@unipam.edu.br.

² Professor orientador (UNIPAM). E-mail: luizfrb@unipam.edu.br.