

28, 29 e 30
de Outubro



XVI SENPEX

Inclusão e Diversidade Científica:
Democratizando o Conhecimento

PERFIL DOS CONSUMIDORES DE CARNE SUÍNA, ENTRE USÁRIOS DE REDES SOCIAIS, RESIDENTES EM SANTA CATARINA E RIO GRANDE DO SUL

Área temática - Agroveterinária

Ana Paula Bazo¹; Lays Monteiro Dacoregio ²; Carla Dezan de Lorenzi Cancelier³; Patrícia Fernanda de Almeida Cabral⁴; Guilherme Valente de Souza⁵

¹ Unibave. e-mail: ana.bazo@unibave.net

² Unibave. e-mail: lamdbn@hotmail.com

³ Unibave. e-mail: carla.cancelier@unibave.net

⁴ Unibave. e-mail: patricia.cabral@unibave.net

⁵ Unibave. e-mail: valente@unibave.net

Resumo: Embora o Brasil esteja posicionado como o 4º produtor e exportador mundial de carne suína, ainda existe preconceito quanto ao seu consumo, principalmente relacionado ao teor nutricional e a verminoses. Nesse contexto, o objetivo geral do estudo foi descrever o perfil dos consumidores de carne suína. Os dados foram coletados por meio de um formulário eletrônico enviado pelas redes sociais. Os participantes eram, em sua maioria (96,9%), residentes do estado de Santa Catarina. Dentre os 228 participantes que consumiam algum tipo de carne, apenas 13 não comiam carne suína (5,7%), sendo a principal razão pelo não consumo, o fato de não apreciarem o gosto da carne. A maioria desses consumidores da carne suína prefere os cortes de lombo e o bacon, sendo o supermercado o local em que 68,7% compram os cortes ou embutidos de origem suína. A facilidade (50%) e confiança (50%) são os principais fatores citados para a escolha do local de compra da carne suína.

Palavras-chave: carne suína; perfil dos consumidores; mercado.

Introdução

Apesar de o Brasil ser um dos maiores produtores de carne suína no mundo, ainda existem tabus e preconceitos enraizados com relação ao consumo deste tipo de carne. Esses conceitos incluem a crença de que a carne suína é excessivamente

gordurosa e pouco saudável, além de estar associada a condições inadequadas de higiene e riscos sanitários.

No entanto, essas ideias não correspondem à realidade atual da produção suína moderna, que adota rigorosos padrões de qualidade e controle sanitário, os quais garantem a segurança e o valor nutricional da carne (Jesus; Miranda; Silva, 2023). Mesmo com a preocupação de produtores em satisfazer a vontade dos consumidores para uma carne de qualidade e menos gordurosa, ainda assim ela é associada a um alimento com alto teor de gordura. Nesse sentido, o mercado de carne suína está sempre em busca de melhorias (Marçal *et al.*, 2016).

Uma das principais preocupações quanto ao consumo de carne suína são os riscos de contaminação por verminoses, sobretudo pelo complexo teníase/cisticercose. Essas doenças são zoonoses causadas por diferentes fases do ciclo de vida da *Taenia solium* e *Taenia saginata*, sendo a teníase provocada pela forma adulta do parasita no intestino humano e a cisticercose pela forma larvária (cisticerco) alojada em tecidos humanos ou animais. A transmissão ocorre principalmente pela ingestão de carne suína ou bovina malcozida, água e alimentos contaminados com ovos do parasita. A cisticercose humana pode ser grave, especialmente quando os cisticercos se instalam no sistema nervoso central, causando neurocisticercose. O controle da doença depende de medidas sanitárias rigorosas, como saneamento básico, inspeção de carnes, educação sanitária da população e manejo adequado na criação de animais (Toledo *et al.*, 2018).

A fim de estimular a produção, comercialização e consumo da carne suína é importante conhecer o perfil e demanda dos consumidores. Além disso, o posicionamento do consumidor está diretamente relacionado à compra, tendo como base a frequência com que o produto é consumido, quais os produtos consumidos e outros fatores envolvidos para decisão de compra (Oliveira *et al.*, 2017).

Ainda com relação ao consumidor, é necessário que esse tenha melhores informações acerca da qualidade da carne suína, principalmente quanto à inspeção, certificação e origem, pois existem conceitos ultrapassados que influenciam de forma negativa o consumo da carne suína e seus derivados (Santos *et al.*, 2019).

Nesse contexto, para que no país o consumo interno aumente, tanto quanto as exportações, são importantes algumas medidas, dentre elas compreender as necessidades e expectativas do mercado consumidor interno.

Com base nas informações apresentadas anteriormente, foi estipulado o seguinte problema de pesquisa: Qual o perfil dos consumidores de carne suína, entre usuários de redes sociais? Para responder a esta questão, o estudo teve como objetivo geral: descrever o perfil dos consumidores de carne suína, entre usuários de redes sociais.

A fim de atingir o objetivo geral, os seguintes objetivos específicos foram estipulados: caracterizar o perfil sociodemográfico dos consumidores; identificar os tipos de carnes consumidas e a frequência de consumo para cada uma delas; verificar a preferência de consumo dos cortes *in natura* e dos embutidos provenientes da carne suína; apontar o local de compra da carne suína; identificar os principais atributos que levam à escolha do estabelecimento da compra.

Procedimentos Metodológicos

Para que fossem alcançados os objetivos propostos, foi desenvolvido um estudo exploratório e de levantamento, com abordagem quantitativa. Os dados foram coletados por meio de um formulário *online*, cujo link de acesso (<https://forms.gle/phDwum7yCsr9jity6>) foi disponibilizado nas redes sociais (Grupos de WhatsApp; Instagram e Facebook) da pesquisadora, durante o mês de agosto de 2024.

Fizeram parte do estudo, participantes com mais de 18 anos e que aceitaram participar, após terem ciência de todas as informações da pesquisa, por meio de um Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), o que totalizou 228 pessoas.

O instrumento de coleta de dados foi composto de questões fechadas, divididas em blocos, conforme objetivos específicos da pesquisa: perfil sociodemográfico; tipos de carnes consumidas e a frequência de consumo para cada uma delas; motivos para o consumo ou não consumo da carne suína; preferência de consumo dos cortes *in natura* e dos embutidos provenientes da carne suína; local de compra da carne suína e os principais atributos que levam à escolha do estabelecimento da compra.

Importante ressaltar que o projeto foi analisado e aprovado pelo Comitê de Ética em Pesquisa do Centro Universitário Barriga Verde (CAAE 81720124.8.0000.5598 – Número de Parecer: 6.974.054). Como foi aplicado um formulário eletrônico, o TCLE foi disponibilizado na página inicial do questionário, e o participante somente teve acesso e respondeu as questões, após aceitar o constante deste documento.

Os dados obtidos foram tabulados em planilha eletrônica (Microsoft Office Excel®) e em seguida classificados, analisados e organizados em tabelas e gráficos. Toda análise foi efetuada com base na estatística descritiva.

Resultados e Discussão

Os dados e informações coletadas foram descritos e analisados, a partir dos blocos específicos de perguntas do questionário. Essa seção do artigo será iniciada pelo perfil dos participantes, em seguida serão apresentados e discutidos os dados a respeito do consumo de carne e, em específico, da carne suína.

Para finalizar, serão detalhadas as informações a respeito dos seguintes objetivos específicos: preferência de consumo dos cortes *in natura* e dos embutidos provenientes da carne suína; local de compra da carne suína e os principais atributos que levam à escolha do estabelecimento da compra.

Perfil dos participantes da pesquisa

A tabela 1 evidencia o perfil sociodemográfico dos participantes do estudo, em que se evidencia uma maior participação de mulheres (84,6%), média de idade de aproximadamente 32 anos, com predomínio das faixas etárias 20-24 anos (25,9%) e 25-29 anos (25,9%). Quanto ao local de residência, a maioria reside no estado de Santa Catarina (96,9%), na zona urbana (83,2%). Com relação à escolaridade, a maior parte possui ensino superior completo (31,7%) e pós-graduação (28,6%) e no que se refere à renda, uma alta porcentagem de pessoas indicou possuir renda familiar acima de 10 salários-mínimos (23,9%).

Tabela 1 – Perfil sociodemográfico dos participantes da pesquisa

Parâmetros	n	%
Sexo		
Feminino	193	84,6
Masculino	35	15,4
Idade (Média ± Desvio padrão) *	32,1 ± 10,8	
Faixa etária		
18 - 19	4	1,8
20- 24	58	25,9
25-29	58	25,9
30-34	29	12,9
35-40	23	10,3
41-44	24	10,7
45-49	14	6,3
50-54	6	2,7
55-59	2	0,9
60-64	1	0,4
65-69	1	0,4
70-74	4	1,8
Escolaridade**		
Ensino fundamental incompleto	1	0,4
Ensino fundamental completo	4	1,8
Ensino médio incompleto	2	0,9
Ensino médio completo	28	12,3
Ensino superior incompleto	55	24,2
Ensino superior completo	72	31,7
Pós-Graduação	65	28,6
Estado onde reside		
Santa Catarina	221	96,9
Rio Grande do Sul	7	3,1
Local de Residência***		
Zona rural	38	16,8
Zona urbana	188	83,2
Renda mensal familiar(salário-mínimo) ****		
Menos de 1	2	0,9
1	8	3,5
2-3	49	21,7
4-5	52	23,0
6-7	37	16,4
8-9	24	10,6
Maior que 10	54	23,9

* Quatro participantes não responderam a idade, então os cálculos da média e da faixa etária foi baseado no total de 224 participantes;

**Um participante não respondeu à questão da escolaridade. Dessa forma os cálculos foram baseados no total de 227 participantes;

*** Dois participantes não responderam o local de residência, então os cálculos foram baseados no total de 226 participantes;

**** Dois participantes não responderam sobre a renda mensal, então os cálculos foram baseados no total de 226 participantes.

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Em uma pesquisa desenvolvida por Bruzza; Oliveira e Schmidt (2021) na cidade de Porto Alegre/RS, dos 72 respondentes, 42 (57%) eram do sexo feminino;

também apresentando um maior percentual de mulheres que responderam ao estudo. A média de idade dos participantes de Porto Alegre foi de 33 anos, bem semelhante à idade dos participantes da nossa pesquisa, que foi de 32 anos. Já quanto à escolaridade, no estudo citado, 46% tinham ensino superior completo e na presente pesquisa esse valor foi 60,3% (ensino superior completo e pós-graduação).

O perfil dos participantes do presente estudo difere, quanto à escolaridade e renda, do estudo de Merlini e colaboradores (2014), realizado em uma cidade do Paraná. Lá, foi constatado que apenas 16,45% tinham ensino superior e aproximadamente, metade deles (47,3%) possuía renda familiar de dois salários-mínimos.

Quanto ao local de residência dos participantes, como o link do questionário foi disponibilizado pelas redes sociais (Grupos de WhatsApp; Instagram e Facebook) da autora, acreditava-se que haveria respondentes de todo Brasil. No entanto, participaram do estudo, apenas pessoas que residiam em Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Esse fato pode estar relacionado ao fato de os contatos da pesquisadora nas redes sociais serem, principalmente, de Santa Catarina.

Consumo de carnes: tipos e frequência

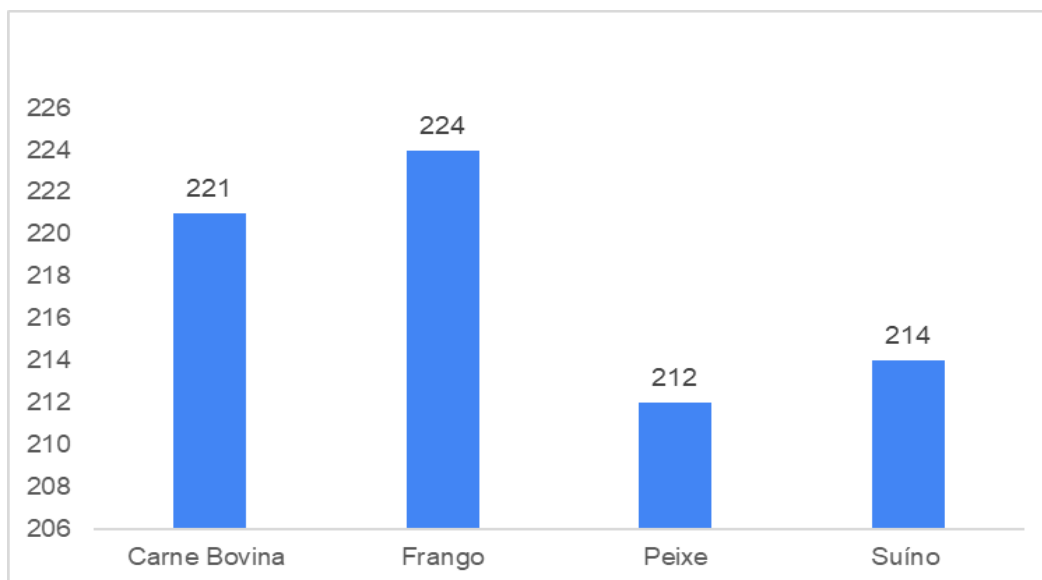
Quando os participantes foram questionados se comiam algum tipo de carne, apenas um relatou não comer. Dentre as carnes, a mais consumida foi a de frango (224 – 98,7%), seguida pela bovina (221 – 97,4%), suína (214 – 94,3%) e de peixe (212 – 93,4%), o que pode ser visualizado no gráfico 1. Ao verificar as frequências de consumo das carnes (gráfico 2), a carne consumida com maior frequência, de 3 – 5 vezes na semana (121 pessoas) e todos os dias da semana (37 pessoas) foi a bovina.

Com relação à carne suína, foco do presente estudo, 214 participantes (94,3%) assinalaram consumir e 13 (5,7%) não consumiam. As maiores frequências de consumo eram 1 vez (43 pessoas); 2 vezes (51 pessoas) e 3 – 5 vezes na semana (42 pessoas).

Na pesquisa de Damasceno e colaboradores (2022), realizada na Bahia, foi observado o seguinte perfil de consumo de carnes, entre os participantes: 46,7% ingeriam carne bovina, 44,6% aves, 5,7% suína, 0,9% peixes e 2,1% não consumiam carne. Constata-se que esses números são um pouco diferentes dos nossos dados, ressaltando a diferença com relação ao baixo consumo da carne suína neste estudo da Bahia.

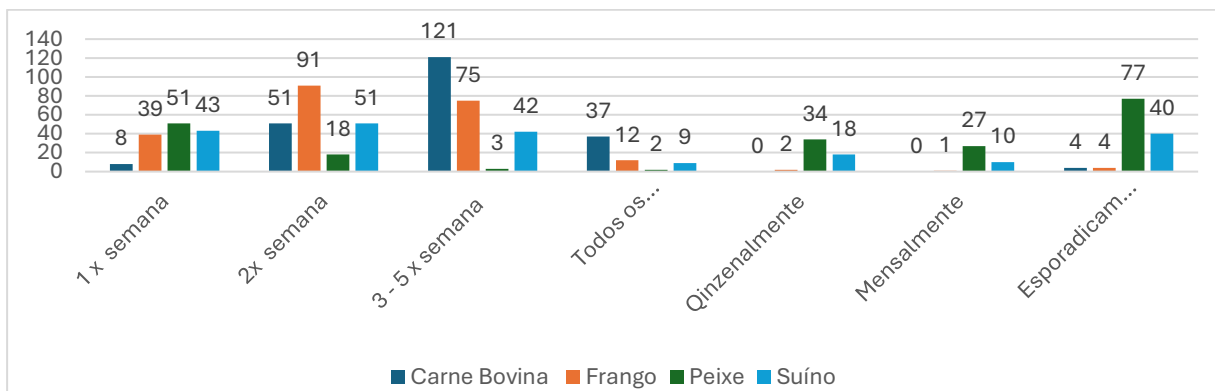
Já, no estudo de Kirinus *et al.* (2016), na cidade de Xanxerê/SC, observa-se semelhanças, em que 93,3% (238/255) dos participantes afirmaram consumir carne suína, enquanto somente 6,7% (17/255) falaram que não consumiam.

Gráfico 1 – Tipos de carnes consumidas pelos participantes da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

Gráfico 2 – Frequência de consumo de carnes entre os participantes da pesquisa



Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Ao observar que a carne suína é consumida regularmente por uma parte da população, principalmente em áreas de maior produção, como Santa Catarina, podemos indicar que fatores regionais exercem alguma influência na frequência de consumo.

Razões para o consumo/não consumo de carne suína

Dentre as razões que motivam o consumo de carne suína, o sabor foi citado por 85% dos participantes que comem a carne de porco e responderam à questão (203 pessoas). Já quando os 13 participantes que não consomem foram questionados do porquê não consumirem, a maioria citou que não aprecia o gosto (84,6%). Esses dados detalhados podem ser visualizados na tabela 2.

Tabela 2 – Razões que levam ao consumo ou ao não consumo de carne suína, entre os participantes da pesquisa

Parâmetros	n	%
Razões para o consumo de carne suína*		
Sabor	174	85,7
Preço	54	26,6
Facilidade de preparo	51	25,1
Valor nutritivo	29	14,3
Razões para o não consumo de carne suína*		
Não aprecia o sabor	11	84,6
Medo de verminose	3	23,1
Alto teor de gordura e colesterol	2	15,4
Difícil para preparar	2	15,4
Motivos religiosos	1	7,7

* A soma das porcentagens é maior que 100%, pois os participantes assinalaram mais de uma alternativa para o consumo ou para o não consumo de carne suína.

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

No estudo de Damasceno *et al.* (2022), também foi observado que o sabor é um fator central para o consumo de carne suína naquela região. No entanto, ao contrário dos nossos dados, o preço apareceu como uma preocupação pronunciada em Irecê/BA, local, em que o poder aquisitivo pode influenciar mais diretamente as decisões de compra de proteína animal. Isso sugere que, enquanto o sabor permanece uma constante na decisão de consumo em diferentes regiões, o preço pode ter um papel mais ou menos relevante dependendo das condições econômicas locais.

Citando, novamente, o estudo de Damasceno *et al.* (2022), na Bahia foi verificado que para 23% dos participantes, o motivo citado para o não consumo da carne suína é o medo de verminoses, frequência igual à encontrada no presente estudo. Como já apontado na introdução do presente artigo, o principal receio é a contaminação pela *Taenia*, que pode provocar a teníase e/ou cisticercose (Toledo *et al.*, 2018).

Quanto ao preconceito de muitas pessoas com relação ao consumo de carne suína, é importante enfatizar que no Brasil, a suinocultura tem se preocupado cada vez mais com a sanidade animal, bem-estar, programas de biossegurança, controle do uso de antimicrobianos e mão de obra qualificada (Cardoso, 2018).

Preferência de consumo dos cortes in natura e dos embutidos provenientes da carne suína

A tabela 3 apresenta os tipos de cortes e embutidos de carne suína consumidos. Os cortes com maior taxa de preferência foram o lombo (73,8%), costela (72,8%) e pernil (45,2%), já os embutidos foram bacon (87,8%), linguiça (84,5%), torresmo (65,7%), presunto (65,3%) e salsicha (56,3%).

Tabela 3 - Cortes de carne e embutidos de carne suína consumidos pelos participantes da pesquisa

Parâmetros	n	%
Cortes de carne suína*		
Lombo	152	73,8
Costela	150	72,8
Pernil	93	45,2
Picanha	79	38,4
Filé mignon	67	32,5
Bisteca	66	32,0
Panceta	55	26,7
Pé, orelha e rabo	25	12,1
Paleta	3	1,4
Vísceras	4	1,9
Embutidos de carne suína**		
Bacon	187	87,8
Linguiça	180	84,5
Torresmo	140	65,7
Presunto	139	65,3
Salsicha	120	56,3
Mortadela	90	42,3
Apresuntado	68	31,9
Salame	2	0,9

* Dentre os 214 participantes que consomem carne suína, 213 responderam à questão referente aos cortes de carne;

**Dentre os 214 participantes que consomem carne suína, 206 responderam à questão referente aos embutidos;

A soma das porcentagens é superior a 100%, pois os participantes assinalaram mais de uma alternativa, tanto para questões dos cortes de carne, como para as questões dos embutidos.

Fonte: Dados da pesquisa, 2024

Quando comparamos esses resultados com outro trabalho vemos que há algumas diferenças nos cortes e embutidos preferidos. No estudo de Vargas *et al.*

(2018), realizado em Dom Pedrito, RS, o pernil (35%) foi o corte mais consumido, seguido pela costela (20%), bisteca (20%) e lombo (18%).

Esses dados sugerem que, enquanto o pernil tem uma presença significativa em algumas regiões, como no Rio Grande do Sul (Vargas *et al.*, 2018), ele não alcança os mesmos níveis de popularidade em outros contextos, como na presente pesquisa, em que o lombo e a costela prevaleceram. Isso demonstra que a preferência por certos cortes de carne suína pode variar de acordo com a localização geográfica e os hábitos culturais dos consumidores.

Por sua vez, nos estudos de Oliveira *et al.* (2017), em Colônia do Piauí e de Santos *et al.* (2019), em Satuba, Alagoas, observou-se uma preferência maior por cortes como a costela e a bisteca. Em Satuba, por exemplo, a bisteca foi o corte mais consumido, com 54,71%, enquanto a costela ficou com 16,59%. Esses dados reforçam a ideia de que o consumo de carne suína é bastante influenciado por fatores locais, com algumas regiões preferindo cortes mais específicos, como a bisteca, enquanto outras favorecem o lombo e a costela.

Já em relação aos embutidos, a presente pesquisa revela uma clara dominância do bacon (87,8%) e da linguiça (84,5%). Esses números são maiores, comparados a dados de outros estudos. Em Colônia do Piauí (Oliveira *et al.* 2017), a linguiça liderava com 48% e em Satuba, (Santos *et al.* 2019) o consumo de linguiça foi de 24,66%, seguido de mortadela (4,93%) e bacon (4,48%). No estudo de Santos *et al.* (2022) em Mossoró, RN, a linguiça também apareceu como um dos embutidos mais consumidos.

Local de compra da carne suína e os principais atributos que levam à escolha do estabelecimento

Quando os consumidores de carne suína foram questionados a respeito dos principais locais escolhidos para aquisição deste tipo de carne e sobre os fatores envolvidos na escolha destes locais, foi possível verificar que a maioria compra no supermercado (68,7%) e, tanto a facilidade (50%) como a confiança (50%) foram os principais fatores citados para a escolha (tabela 4).

Tabela 4 – Local de compra da carne suína entre os consumidores da pesquisa e fatores associados à escolha deste local

Parâmetros	n	%
Local de compra da carne suína		
Supermercado	147	68,7
Direto do produtor	31	14,5
Açougue	28	13,1
Produção própria	27	12,6
Frigorífico	1	0,5
Atributos associados à escolha do local de compra da carne suína*		
Confiança	105	50,0
Facilidade	105	50,0
Proximidade	67	31,9
Higiene	57	27,1
Preço	30	14,3

* Dentre os 214 participantes que consomem carne suína, 210 responderam à questão referente aos atributos associados à escolha do local de compra da carne suína;

A soma das porcentagens é superior a 100%, pois os participantes assinalaram mais de uma alternativa, tanto para questões do local, como para as questões dos fatores associados.

Fonte: Dados da pesquisa, 2024.

A Tabela 4 aponta que o supermercado é o local mais frequente para a compra de carne suína, com 68,7% (147 participantes) optando por essa modalidade de estabelecimento, seguido de compras diretamente do produtor (14,5%) e açougues (13,1%). Importante enfatizar que, ao somarmos as porcentagens das compras direto do produtor (14,5%) e produção própria (12,6%) tem-se 27,1% dos consumidores que adquirem a carne suína de locais que, podem não seguir corretamente as normas adequadas de biossegurança.

Ao cruzar essas informações com outras pesquisas, como a de Kirinus *et al.* (2016) sobre o consumo de carne suína em Xanxerê, Santa Catarina, observa-se que o padrão de compra em supermercados também prevalece, com 70,9% dos participantes optando por esse local. No entanto, o trabalho de Damasceno *et al.* (2022) em Irecê, Bahia, revela uma preferência pelos açougues, principalmente devido à falta de opções e condições higiênicas inferiores em outros tipos de estabelecimentos.

Quanto aos fatores envolvidos na escolha do local de compra, no trabalho de Oliveira *et al.* (2017) em Colônia do Piauí, 52% dos consumidores escolhem o local de compra da carne suína com base no preço, seguido da qualidade (20%) e apresentação do produto (15%). Esses fatores também são citados por Vargas *et al.* (2018) em Dom Pedrito, RS, em que 52% dos entrevistados mencionam o preço como o principal fator de escolha.

Esses dados evidenciam que o comportamento de compra de carne suína varia conforme a região e as condições socioeconômicas dos consumidores. Em Xanxerê/SC (Kirinus *et al.*, 2016), a compra se dá, principalmente, em supermercados, também devido à facilidade. Já em cidades da região nordeste do país, como Irecê/BA (Damasceno *et al.*, 2022) e Colônia do Piauí (Oliveira *et al.*, 2017), frigoríficos e açougues são os locais preferidos para compra da carne suína, devido à confiança e higiene do estabelecimento.

Considerações Finais

Por meio deste estudo, foi possível observar que as informações coletadas trazem à luz importantes reflexões sobre o perfil do consumidor de carne suína no Brasil, destacando-se a relevância crescente dessa proteína no cenário alimentar global, embora o consumo interno permaneça menor, comparado a outras carnes, como a bovina e de frango.

Ao longo dos anos, a carne suína tem enfrentado desafios relacionados a mitos e preconceitos, que ainda persistem entre os consumidores brasileiros. Isso também é evidenciado nos resultados da pesquisa, em que, aproximadamente 39% dos participantes consideraram a carne suína não saudável (altos níveis de gordura e colesterol) ou associada à transmissão de doenças (medo de verminoses).

A análise dos dados coletados confirma um perfil de consumo esporádico, em que a carne suína é vista como opção para ocasiões especiais, ao invés de uma escolha cotidiana. Dos 214 participantes, os quais afirmam consumir carne suína, poucos o fazem diariamente. A maior frequência registrada foi semanal, com a preferência por cortes específicos, como o lombo e a costela, além de embutidos, como bacon e linguiça, que são altamente populares. Esses dados destacam a versatilidade da carne suína em diferentes formatos, embora os embutidos sejam preferidos pela praticidade no preparo.

As limitações do estudo incluem a amostra ter ficado, predominantemente, restrita à região de Santa Catarina, que já possui uma tradição na suinocultura, o que pode influenciar o comportamento de consumo. Futuras pesquisas poderiam explorar outras regiões do Brasil para verificar se os hábitos e percepções são consistentes em um cenário nacional mais amplo. Também seria interessante investigar com maior profundidade as razões culturais que perpetuam tabus sobre o consumo de carne suína.

Por fim, a pesquisa reforça a necessidade de esforços contínuos em educação e conscientização do consumidor, tanto sobre os aspectos nutricionais quanto a respeito das práticas sanitárias atuais na produção de carne suína. A melhoria na comunicação com o público pode ser a chave para aumentar o consumo dessa proteína, que é uma importante fonte de nutrientes e parte significativa do agronegócio brasileiro.

Referências

BRUZZA, A.; OLIVEIRA, A. D. de; SCHMIDT, V. Perfil do consumidor de carne suína em Porto Alegre, Rio Grande do Sul. **Revista Higiene Alimentar**, [S./], v.35, n. 293: e1004, jul-dez, 2021. Disponível em: <https://higienealimentar.com.br/wp-content/uploads/2021/11/Artigo-H.A.-PERFIL-DO-CONSUMIDOR-DE-CARNE-SUINA-EM-PORTO-ALEGRE-RIO-GRANDE-DO-SUL.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2024.

CARDOSO, L. S. **Atenção ao bem-estar animal melhora resultados econômicos da produção de suínos**. Concórdia: Embrapa Aves e Suínos, 2018. Disponível em: <https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/36270902/atencao-ao-bem-estar-animal-melhora-resultados-economicos-da-producao-de-suinos>. Acesso em: 15 maio 2024.

DAMASCENO, W. A. *et al.* Caracterização e perfil socioeconômico do consumidor de carne suína e derivados da cidade de Irecê, Bahia, Brasil. **Pubvet**, [S./], v.16, n.8, p.1-8, ago., 2022. Disponível em: <https://www.pubvet.com.br/uploads/60f2893a809d378a456c6b9888dde8fb.pdf>. Acesso em: 12 abr. 2024.

JESUS, R. R.; MIRANDA, G. da S.; DA SILVA, S. B. *et al.* A influência da desinformação no consumo de carne suína no Brasil. **Brazilian Journal of Animal and Environmental Research**, [S. /], v. 6, n. 4, p. 3132–3148, 2023. DOI: 10.34188/bjaerv6n4-007. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJAER/article/view/63973>. Acesso em: 26 out. 2024.

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, jan.-abr. 2016. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/341529238_Caracterizacao_do_consumo_de_carne_suina_da_populacao_de_Xanxere_Santa_Catarina_Brasil. Acesso em: 18 ago. 2024.

MARÇAL, D. A. *et al.* Consumo da carne suína no Brasil: aspectos simbólicos como determinantes dos comportamentos. **Rev. Agro. Amb.**, [S./], v. 9, n. 4, p. 989-1005, out./dez. 2016. Disponível em: <https://periodicos.unicesumar.edu.br/index.php/rama/article/view/3743/2862>. Acesso em: 12 mar. 2024.

MERLINI, L. S. *et al.* Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína no município de Umuarama – Paraná – Brasil. **Enciclopédia Periférica**, Goiânia, v.10, n.18, p.833-839, 2014.

OLIVEIRA, A. P. de *et al.* Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição e consumo de carne suína em Colônia do Piauí-PI. **Arq. Ciênc. Vet. Zool. UNIPAR**, Umuarama, v. 20, n. 2, p. 71-77, abr./jun. 2017. Disponível em: <https://revistas.unipar.br/index.php/veterinaria/article/view/5810/3506#:~:text=Percebe%2D%2Dse%20que%20o%20principal,e%20ao%20teor%20de%20gordura>. Acesso em: 10 abr. 2024.

SANTOS, E. L. *et al.* Perfil dos consumidores de carne suína e derivados em Satuba-Alagoas. **Revista Científica Rural**, Bagé-RS, v. 21, n.1, p. 142-157, 2019. Disponível em: <http://ediurcamp.urcamp.edu.br/index.php/RCR/article/view/263/0>. Acesso em: 12 mar.2024.

SANTOS, G. A. dos *et al.* Perfil do consumidor de carne suína e derivados em Mossoró-RN. **Brazilian Journal of Animal and Environmental Research**, Curitiba, v.5, n.4, p. 3922-3934, out./dez., 2022. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BJAER/article/view/54441>. Acesso em: 25 ago. 2024.

TOLEDO, R. C. C. *et al.* Complexo teníase/ cisticercose: uma revisão. **Higiene Alimentar**, [S.l.], v.32, n.282/283, p.30-34, jul./ago. 2018. Disponível em: <https://docs.bvsalud.org/biblioref/2018/10/916509/282-283-jul-ago-2018-30-34.pdf>. Acesso em: 07 out. 2025.

VARGAS, L. B. *et al.* O perfil do consumidor de carne suína e seus derivados no município de Dom Pedrito – RS. **Revista Agropampa**, [S.l.], v. 3, n. 2, jul. – dez./ 2018. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/Agropampa/article/view/205/171>. Acesso em: 9 set. 2024.