

## RESUMO - MEDICINA VETERINÁRIA

### **DESENVOLVIMENTO DE METODOLOGIAS EXTENSIONISTAS PARA DESMISTIFICAR O CONSUMO DE CARNE SUÍNA NO BRASIL**

*Karine De Souza Teixeira (karine.souzat@gmail.com)*

*Yasmim Rodrigues De Santana (yasmimrodrigues522@gmail.com)*

*Leticia Souza Lopes (leletsouza3004@gmail.com)*

*Ana Carolina Silva Lage (carollage160603@gmail.com)*

*Júlia Nascimento Estevam (juliaestevammv@outlook.com)*

*Marina Jorge De Lemos (marina\_lemos@yahoo.com)*

*Daniela Mello Vianna Ferrer. (dmvferrer@gmail.com)*

Introdução: A suinocultura brasileira é estratégica para a economia e a alimentação mundial, oferecendo proteína de qualidade a baixo custo. Apesar dos avanços tecnológicos na produção, o consumo ainda é limitado devido a mitos e falta de informação, tornando essencial conhecer o perfil do consumidor para promover maior aceitação da carne suína. Objetivo: O trabalho teve como objetivo desmistificar o consumo de carne suína no Brasil por meio de metodologias extensionistas, avaliando o perfil e o conhecimento dos consumidores sobre o produto. Material e métodos: Inicialmente foi realizado

um levantamento de dados sobre o consumo de carne suína no Brasil por meio de questionários online e presenciais, permitindo identificar o perfil e o conhecimento dos respondentes sobre o tema. Com base nesses dados, foram desenvolvidas metodologias extensionistas para esclarecer mitos e promover a carne suína de forma ampla e acessível; incluindo divulgação de panfletos e criação de uma rede social (Instagram) com o objetivo de alcançar um número maior de pessoas, disseminando informações sobre o consumo da carne suína e, assim, aumentar o número de visualizações e engajamento com o público, ampliando o alcance das ações de conscientização. Resultados: A pesquisa levantou o perfil, hábitos e percepções dos consumidores brasileiros sobre carne suína, com 214 respostas coletadas online e presencialmente. A maioria dos participantes são mulheres (75,2%), residentes no Rio de Janeiro (86,6%) e com renda superior a quatro salários mínimos (51%). Sobre o consumo, 88,8% consomem carne suína, principalmente costela (24,3%) e picanha (22,4%), preparada de forma assada (24,8%) ou em churrasco (16,4%). A compra é feita, em sua maioria, em supermercados (75,7%), e 87,4% buscam carne inspecionada. No entanto, 48,1% acreditam que a carne suína pode transmitir doenças, evidenciando a necessidade de ações educativas para desmistificar mitos e promover informações corretas sobre o produto. Conclusão: O projeto mostrou de forma definitiva que os consumidores brasileiros apresentam hábitos e percepções variadas sobre a carne suína. As metodologias extensionistas desenvolvidas contribuíram para esclarecer mitos, promover a aceitação do produto e disseminar informações sobre sua produção e qualidade.

Palavras-chave: carne suína; consumo alimentar; extensão universitária.