



ACEITABILIDADE DO CONSUMO DE CARNE DE COELHO NO BRASIL E SUAS LIMITAÇÕES

Maria Luiza Da Cunha Cabral^{1*}, Liliansa Kwong Kwai Ling², Idael Matheus Góes Lopes², Débora Pereira Pinto¹, Lorena Lana Gomes e Silva¹, Mayara Lúcia Muniz Rezende¹, Manuela Santos Gonçalves¹.

¹Discente no Curso de Medicina Veterinária – Universidade Federal de Minas Gerais -UFMG – Belo Horizonte/MG – Brasil – *Contato: malu.dcc2000@hotmail.com

²Discente no Programa de Pós-Graduação em Ciência Animal – Universidade Federal de Minas Gerais – UFMG – Belo Horizonte/MG – Brasil

INTRODUÇÃO

O consumo de carnes no Brasil possui um perfil diverso e complexo, o qual possui variáveis que ditam o consumo da população, principalmente quando se trata do consumo de carnes exótica. Dentro de um mercado onde há uma crescente demanda por produções de elevada produtividade e menos nocivas ao meio ambiente, a cunicultura é uma produção a qual poderia se adaptar à essa realidade. O coelho é um animal estratégico, podendo ser usado em sua quase totalidade (sangue, pelo, carcaça, vísceras, esterco)¹, além de requerer baixo investimento inicial quando comparado com outras produções. Por sua alta proteína e baixo colesterol, é uma carne considerado de alto valor nutricional, a qual pode ser benéfica em dietas para pessoas com risco cardiovascular ou idosos, por exemplo². Apesar dos benefícios, ainda é pouco consumida e isso se deve principalmente a fatores culturais e individuais. Com esse cenário, objetivou-se fazer um levantamento sobre a literatura disponível da aceitabilidade da carne de coelho no Brasil e quais os principais fatores limitantes. A partir da busca, encontrou-se que os principais fatores que limitam o consumo de carne são principalmente: a oportunidade, a cultura, o acesso, o preço.² Mostrando que há aceitabilidade e que, ao contrário do que comumente se acredita, o importante não são os fatores financeiros, e sim os fatores individuais e do contexto em que a pessoa se insere. Um estudo realizado em um Instituto Federal de Camboriú, mostra este interesse e aceitação dos consumidores, caso haja a oferta desta carne no cardápio.³ Pontua-se que se faz necessário uma oferta mais ampla dos produtos, buscando locais de ampla acessibilidade como por exemplo, restaurantes universitários. Além de divulgação sobre os benefícios da produção e do consumo desta carne.

METODOLOGIA

Para esta revisão foi realizada uma pesquisa do tipo qualitativa exploratória de artigos publicados nas bases de dados diferentes sendo elas: Pubmed, Scielo e Google Scholar. Com recorte temporal de 2012 a 2023. Para a busca, foram utilizados os descritores “consumo carne coelho brasil” nos idiomas português, inglês e espanhol. Foram incluídos artigos publicados em inglês, português ou espanhol relevantes ao tema.

RESUMO DE TEMA

O coelho é um animal considerado como estratégico quando se fala sobre produção animal, é considerado assim devido às “altas taxas de reprodução e de produtividade, mesmo em pequena área útil, expressiva capacidade de reciclagem e baixo desperdício de insumos, reduzido impacto no equilíbrio do ambiente, adubação e fertilização dos solos, produção de peles e adornos e igualmente proteínas de alto valor nutritivo para alimentação humana”¹. Destaca-se os fatores qualidade de carne, sua elevada produtividade e capacidade de adaptabilidade para que este animal receba tal denominação. A cunicultura, a diferença de outras produções como bovinocultura e suinocultura, demanda um investimento inicial de menor valor do que as demais, abrindo espaço para que tanto pequenos quanto grandes produtores possam encontrar oportunidades de trabalho e desenvolvimento.^{3,4} Atualmente, cada vez mais se preza por atividades sustentáveis, com a evolução da tecnologia e aumento do conhecimento da população, aumentou-se a pressão por produções que respeitem tanto o meio ambiente quanto o animal, e atendam as necessidades humanas, em quantidade e em qualidade.

Outro fator importante para considerar-se é a diversa realidade socioeconômica brasileira, onde por um lado há uma realidade de uma população carente com uma demanda por alimentos de preços acessíveis, e por outro lado uma realidade de mudança de hábitos, a qual busca uma alimentação mais saudável com qualidade e sem considerar os preços. Em ambas as realidades, o coelho é um animal interessante a ser considerado, já que pode gerar uma carne de boa qualidade nutricional e com preços acessíveis à população. Em um Brasil onde ainda se sofre com desnutrição

e a carência de aminoácidos e minerais por muitas pessoas, a carne de coelho entra com um elevado teor de proteína de alta qualidade (possui cerca de 21% de proteína), rica em minerais (destacando por exemplo magnésio, fósforo e potássio) e baixa em colesterol^{2,5}, tornando também uma carne ideal para certas categorias de pessoas como aquelas com tendência ao desenvolvimento de doenças cardiovasculares ou que já possuem, pessoas com colesterol alto ou tendência a tal, e idosos.¹

Estudos realizados demonstraram que características sociodemográficas, atitude, costumes culinários e a nacionalidade do consumidor, são os principais fatores que influenciam no consumo dessa carne.⁶ Além disso fatores como sexo, idade, educação também podem exercer influência neste consumo. A partir disso, quando aplicamos isso a um país de dimensões continentais como o Brasil, onde há diversas culturas, realidade socioeconômicas e costumes, se dá o questionamento sobre quais são as razões para que tal alimento, com tantos benefícios, não seja tão consumida ainda no país. Entra-se na questão sobre se há aceitabilidade ou não do consumidor e quais seriam os fatores limitantes para o consumo, considerando o dito anteriormente.

Em estudo realizado na cidade de Belo Horizonte, levantou-se sobre a importância de alguns fatores que influenciam o consumo de carnes, mencionando desde a cultura e os costumes de cada um, até questões relacionadas à escolha do local de compra, levantando sobre este consumo se tratar de questões que vão além de apenas saúde, e sim de caráter sociocultural.⁷

O Sul do país se destaca no consumo do coelho, e abriga ali maior número de produtores e consequentemente consumidores. O estudo realizado em Santa Catarina mostrou que os interesses que levam alguém a consumir carne de coelho são curiosidade (31%), por ser um alimento saudável (24%), pelo sabor (18%), por ser uma carne exótica (14%), fatores culturais (4%) e pelo preço (1%). Enquanto os fatores que limitam o consumo são oportunidade para obter o produto (40%), cultura (25%), acesso (22%), preço (6%) e outros (6%).² Isso demonstra que há um mercado onde as pessoas são movidas pela oportunidade e curiosidade, e que o acesso pode se tornar um fator mais relevante do que o preço. Esta é uma variável importante quando se considera estados com outras realidades. A diversificação de formatos onde a carne é oferecida, pode ser uma estratégia para poder acessar melhor os consumidores. Ainda no Brasil, o coelho é visto mais como um animal *pet* e para observação, do que um animal de produção, o desenvolvimento de apresentações e processamentos diferentes ao consumidor pode contribuir de forma positiva para que haja mudanças nessa realidade e para que assim, haja maior aceitação da população.⁸ Há uma diferença importante sobre preferência na forma de apresentação que varia de país para país, a qual afetará no consumo individual e deve ser levada em conta no comércio de carnes.⁹

Ademais dos diferentes cortes, o conhecimento sobre os benefícios desse consumo e produção, são fatores que podem contribuir para a aceitação das pessoas, tendo em vista que muitos desconhecem às informações nutricionais deste alimento. Para alcançar este público, acredita-se que estratégias de *marketing* e divulgação em conjunto aos cortes, possam ser uma boa ferramenta para incrementar a busca pela carne, incentivando o crescimento de mercado por maior demanda do produto⁷

A pesquisa realizada no Instituto Federal Catarinense *Campus* Camboriú (IFC- Camboriú) sobre a aceitação do consumo de carne de coelho visando a integração desta no cardápio do refeitório demonstrou que no quesito gosto 53% dos entrevistados aprovaram a carne, e a maioria dos que nunca haviam experimentado, 60% foi por falta de oportunidade. Demonstrando mais uma vez que há uma grande oportunidade mercadológica devido a aceitabilidade existente. Outro ponto de vista que o estudo trás, é sobre a integração de produções locais em pontos estratégicos, isto é, um campus universitário é um local onde abriga muitas pessoas de realidades socioeconômicas e culturais bastante abrangente, ao integrar uma carne exótica no cardápio, permite-se que aqueles que nunca tiveram aquela oportunidade de acesso, possam tê-la e julgar a partir de sua própria

XII Colóquio Técnico Científico de Saúde Única, Ciências Agrárias e Meio Ambiente



individualidade o gosto ou não pelo alimento. Retirando o fator acesso como limitante e tornando a alimentação de qualidade mais inclusiva.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da literatura encontrada foi possível observar que há sim aceitabilidade por parte de grande parte da população, porém existem ainda fatores limitantes importantes serem considerados, principalmente a oportunidade de acesso. Ferramentas como *marketing*, divulgação e elaboração de novos cortes são importantes para poder levar tanto o conhecimento quanto o produto a população em geral, agregando também valor para os produtores. Institutos federais, universidades e outros locais estratégicos com grande circulação de pessoas, devem ser considerados para implementar e fomentar o maior consumo de comidas saudáveis e de forma acessível. Faz-se necessário mais estudos com relação à esta aceitação e às limitações em outras regiões do Brasil, tendo em vista, que a maioria dos estudos se encontra na região Sul e Sudeste e podem ser que o perfil de busca destes consumidores seja diferente e, portanto, as estratégias de tornar o coelho mais popular também mudem.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ¹ SANTOS, Gisele Rodrigues de Oliveira. **Cunicultura como atividade agrícola e pecuária na sustentabilidade do meio rural**. 2018. 19 folhas. Trabalho de conclusão de curso, Graduação em Zootecnia- Faculdade de Ciências Agrárias, Universidade Federal da Grande Dourados. Dourados. 2018.
- ² BONAMIGO, A.; WINCK, C. A. **Producción y consumo de carne de conejo en santa catarina/brasil: produção e consumo da carne de coelho em santa catarina/brasil**. Revista Visão: Gestão Organizacional, Caçador (SC), Brasil, v. 9, n. 2, p. 73–86, 2020.
- ³ BÉRTOLI, C D. Et al. **Aceitação da carne de coelho no IFC – Camboriú**. Studies In Multidisciplinary Review, Curitiba, v. 4, n. 1, p. 40-46, 21 mar. 2023.
- ⁴ SIDDIQUI, S A. Et al. **Rabbit Meat—Production, Consumption and Consumers’ Attitudes and Behavior**. Sustainability, [S.L.], v. 15, n. 3, p. 2008, 20 jan. 2023.
- ⁵ SILVA, B P. et al. **Consumo de carne de coelho: aspectos culturais e sensoriais / rabbit meat consumption**. Brazilian Journal Of Development, [S.L.], v. 6, n. 11, p. 93361-93371, 2020.
- ⁶ SIDDIQUI, S A. Et al. **Rabbit Meat—Production, Consumption and Consumers’ Attitudes and Behavior**. Sustainability, [S.L.], v. 15, n. 3, p. 2008, 20 jan. 2023.
- ⁷ BARROS, G S de. Et al. **Representações sociais do consumo de carne em Belo Horizonte**. Physis: Revista de Saúde Coletiva, [S.L.], v. 22, n. 1, p. 365-383, 2012.
- ⁸ BUENO, L. Et al. **Technological performance of different rabbit meat cuts in processing cured cooked ready-to-eat meat products**. Ciência Animal Brasileira / Brazilian Animal Science, Goiânia, v. 24, p. e-73917, 2023.
- ⁹ SZENDRO, K. et al. **Consumers’ Attitude to Consumption of Rabbit Meat in Eight Countries Depending on the Production Method and Its Purchase Form**. Foods, [S. l.], v. 9, n.5, p. 654, 10 de maio de 2020.
- ¹⁰ MACHADO, L C. **Pesquisas de preferência, divulgação da atividade de cunicultura e mercado pet cunicula brasileiro**. Revista Brasileira de Cunicultura, v. 8, n. 1, Setembro de 2015.

¹¹ CORRÊA, M. S. L. et al. **Perception of the sul-mineira population about the rabbit meat consumption and nutritional benefits**. Research, Society and Development, [S. l.], v. 10, n. 8, p. e26610817195, 2021.

¹² NETO, A A. Et al. **Demanda por carnes no Brasil: Uma análise do consumo das famílias**. Economia & Região, [S. l.], v. 11, n. 3, p. 405–423, 2023.

APOIO:

(COLOCAR EMPRESAS OU INSTITUIÇÕES PARCEIRAS, USANDO LOGOS QUANDO SE APLICA)

