



Revista
Técnico-Científica



ANÁLISE DOS CONSUMIDORES DE CARNE SUÍNA EM PARAUPEBAS NO SUDESTE PARAENSE: BASES PARA EXTENSÃO UNIVERSITÁRIA

Juliana Costa Silva¹, Veruska Dilyanne Silva Gomes²

¹Zootecnista, Universidade Federal Rural da Amazônia - UFRA, campus de Parauebas, PA.;

²Professora Dra. da Universidade Federal Rural da Amazônia - UFRA, campus de Parauebas, PA.

E-mail: veruska.gomes@ufra.edu.br

RESUMO: A pesquisa de mercado é um mecanismo necessário para identificar e descrever os hábitos dos consumidores e suas práticas de consumo, além disso, produzem dados que viabilizam a elaboração de programas de extensão universitária visando a conscientização sobre mitos que circundam o consumo de carne suína. O presente trabalho teve como objetivo conhecer e caracterizar o perfil dos consumidores de carne suína e demais produtos de origem suína no município de Parauebas na região sudeste do Pará, visando construir uma base de dados para nortear ações extensionista. Para isso, foi aplicado um questionário abordando aspectos socioeconômicos, preferência por consumo e critérios para compra de carne suína para consumidores de carne suína. Os resultados permitiram identificar que no município de Parauebas, o sexo feminino prevalece como maiores compradores de carne suína, existe preferência para o corte da bisteca, o sabor é um dos principais fatores que motivam a compra, seguido pelo preço. Apesar de consumir a carne suína, os entrevistados possuem poucas informações sobre o valor nutricional da carne, acreditando que o produto não é saudável. Estes resultados podem ser estimulados pela propagação de mitos sobre a carne suína, havendo a necessidade de desenvolver programas de conscientização que estimulem o consumo na região.

Palavras-chave: Amazônia legal, Pesquisa de mercado, Preconceito alimentar

ANALYSIS OF PORK CONSUMERS IN PARAUPEBAS, SOUTHEASTERN PARÁ: BASIS FOR UNIVERSITY EXTENSION

ABSTRACT: Market research is a necessary mechanism for identifying and describing consumer habits and consumption practices. Furthermore, it produces data that enables the development of university extension programs aimed at raising awareness about myths surrounding pork consumption. This study aimed to understand and characterize the profile of pork and other pork product consumers in the municipality of Parauapebas, in the southeastern region of Pará, in order to build a database to guide extension activities. To this end, a questionnaire was applied addressing socioeconomic aspects, consumption preferences, and criteria for purchasing pork. The results showed that in the municipality of Parauapebas, women are predominantly the largest buyers of pork, there is a preference for the pork chop cut, and flavor is one of the main factors motivating purchases, followed by price. Despite consuming pork, respondents have little information about the nutritional value of the meat, believing that the product is not healthy. These results may be influenced by the spread of myths about pork, highlighting the need to develop awareness programs that encourage consumption in the region.

Keywords: Legal Amazon, Market research, Food bias

INTRODUÇÃO

A pesquisa de mercado é um mecanismo necessário a fim de identificar e descrever os hábitos dos consumidores durante uma compra, pretendendo reconhecer produtos de maior relevância, suas práticas de consumo e os motivos que fazem com que o consumidor realize determinada compra. Bezerra et al. (2007), enfatizam que um melhor conhecimento do mercado consumidor oriundo da carne suína incentivará também o avanço nos sistemas de produção, processamento e comercialização, de modo, a atender às necessidades dos consumidores evidenciando a segurança, características e os preços dos produtos.

Além disso, pesquisas no âmbito da extensão universitária cuja temática aborda o ambiente rural, promove benefícios mútuos ao contribuir para a formação do futuro profissional extensionista e possibilitar a difusão do conhecimento para o produtor (Camargos, 2023). Pesquisas sobre o perfil dos consumidores também promovem dados que viabilizam a elaboração de programas de extensão universitária visando a conscientização sobre mitos que circundam o consumo de carne suína, contribuindo também para o fortalecimento e valorização do mercado local.

A intrínseca relação entre extensão universitária e pesquisa também tema central do trabalho desenvolvido por Oliveira et al. (2025), que além de avaliar o

impacto da aplicação de práticas extensionistas em propriedades leiteiras em um assentamento em Roraima, também produziu dados que guiaram ações extensionista focadas no manejo de rotina do produtor.

A partir da coleta de dados por meio da aplicação de questionários, Rache et al. (2023), caracterizaram a produção de mel e perfil dos produtores familiares vinculados à uma associação no estado do Rio Grande do Sul. Os autores ressaltam que os resultados encontrados contribuirão para mediar avanços na capacitação e implementação de políticas públicas específicas para a realidade local.

A carne suína é uma das fontes de proteína animal mais produzidas no mundo, competindo com os setores de carne de frango e de carne bovina (ABPA, 2025). Mesmo com os mitos que disseminam sobre a carne suína, a suinocultura brasileira e o consumo de carne suína vêm apresentando um aumento ao longo dos anos (Marçal et al., 2016).

A característica da carne está ligada com fatores extrínsecos, como instalações de criação de suínos, formas de manejo, transporte e abate, como também aos fatores intrínsecos, como genética, nutrição, idade e sexo do animal (Venturini et al., 2007).

Sendo a carne suína composta por 72% de água, 20% de proteína, 7% de gordura, 1% de minerais e considerada como uma carne vermelha (Apple et al., 2005). Este alimento apresenta elevado sabor e valor nutritivo, é rico em vitaminas e minerais, tornando-se importante na alimentação humana (Pinheiro et al., 2013). Por outro lado, os níveis de colesterol podem variar, dependendo do tipo de corte, raça do suíno, idade e dieta fornecida, assim, fica evidente os benefícios nutricionais que podem trazer para a saúde humana (Bragagnolo et al., 2002). De acordo com Horta et al. (2010) o limitado consumo de carne suína no país pode estar relacionado aos mitos e lendas sobre possíveis efeitos negativos da carne suína sobre a saúde dos consumidores, ficando em terceiro lugar na preferência dos consumidores brasileiros.

Mediante o exposto, o presente trabalho teve como objetivo conhecer e caracterizar o perfil dos consumidores de carne suína e demais produtos de origem suína no município de Parauapebas na região sudeste do Pará, visando construir uma base de dados para nortear ações extensionista.

MATERIAL E MÉTODOS

O estudo foi realizado no município de Parauapebas, localizado no Estado do Pará, que pertence a mesorregião do Sudeste paraense, tendo as coordenadas geográficas: Latitude: 6° 4' 15" Sul, Longitude: 49° 54' 15" Oeste, com um total de 266.424 habitantes (IBGE, 2022).

Para reunir todas as informações necessárias para esse trabalho, foram realizadas entrevistas presenciais com 60 consumidores de produtos de origem animal, na faixa etária acima de 18 anos. Os entrevistados foram homens e mulheres, com diferentes níveis sociais e as entrevistas ocorreram em uma das maiores redes de supermercado e açougues do município de Parauapebas. As entrevistas aconteceram durante os meses de junho e agosto de 2023.

Foi aplicado um questionário classificado de forma objetiva e subjetiva, no qual as perguntas estavam diretamente associadas à carne suína e foram divididas em seções, no qual, na primeira seção os entrevistados foram questionados sobre o perfil socioeconômico, como gênero, idade, escolaridade e estado civil, na seção sobre consumo foram indagados sobre frequência de consumo, quais cortes mais comprados, o motivo para compra, preferência de embalagem e observações feitas no momento da compra. Também foram questionados sobre local de compra da carne suína e preocupação quanto a origem do produto.

Já na seção do questionário elaborada de forma subjetiva, os entrevistados foram questionados sobre se acreditavam que a carne suína pode trazer riscos à saúde e o porquê, se consideram a banha de porco como produto saudável a ser utilizado como ingrediente no preparo de alimentos, e se consumiam produtos alimentícios produzidos com suínos.

Os dados obtidos foram organizados em blocos e analisados por meio de estatística descritiva, compilados em planilha no aplicativo Microsoft Office Excel®. Estes, posteriormente, foram expressos em percentual e frequências através de gráficos e tabelas.

RESULTADOS

Foram entrevistados 60 consumidores de produtos de origem animal durante o presente estudo. Afim de descrever o perfil dos consumidores de carne suína no município de Parauapebas, Pará, o questionário apresentava dados em relação as características socioeconômicas dos entrevistados. No qual, foi constatado que o predomínio dos entrevistados representava o gênero feminino, constituindo de 57% e 43% eram do gênero masculino.

Dos 60 entrevistados, 10% representaram idade inferior a 20 anos, 35% tinham idade entre 21-30 anos, 28% tinham idade 31-40 anos, 14% tinham idade entre 41-50 anos, 10% tinham idade entre 51-60 anos e com mais de 60 anos apresentaram 3% dos entrevistados.

Quando questionados sobre o nível de escolaridade, 7% relataram ter ensino fundamental completo, seguido de 8% fundamental incompleto, seguido de 38% ensino médio completo, seguido 18% ensino médio incompleto, seguido 17% superior completo e 12% ensino superior incompleto. Além do mais, no quesito estado civil dos entrevistados, 28% se intitularam como solteiros, aos entrevistados casados representaram 45%, seguido por união estável 20%, seguido divorciados 5% e viúvos 2% conforme ilustra a (Tabela 1).

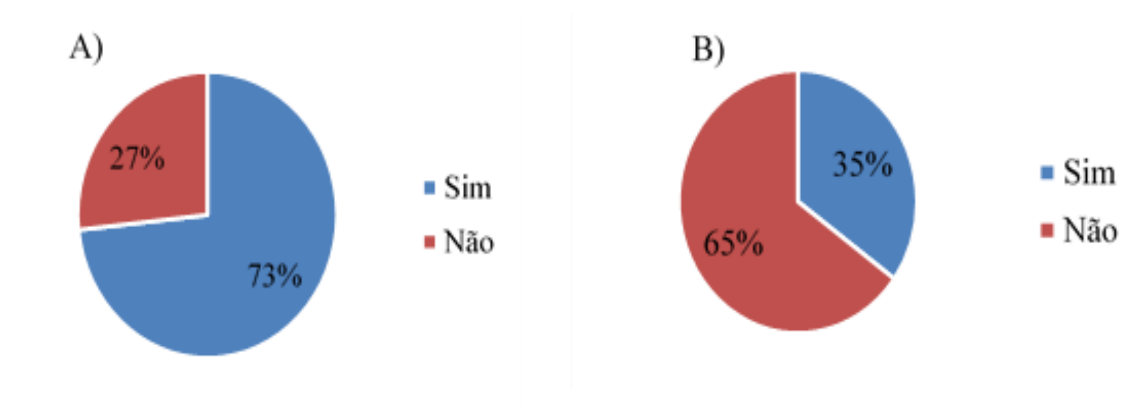
Tabela 1- Perfil socioeconômico dos entrevistados

Gênero	Idade	Escolaridade	Estado Civil
Masculino	26	Menos de 20	6 Não Estudou
Feminino	34	21-30	21 Fundamental Completo
		31-40	17 Fundamental Incompleto
	41-50	8 Ensino Médio Completo	
	51-60	6 Ensino Médio Incompleto	
	Mais de 60	2 Ensino Superior Completo	
			2 Ensino Superior Incompleto
			Outros

Fonte: Autores (2026).

Na figura 1 estão descritos os valores em relação a quantidade de entrevistados que possuem o hábito de consumir carne suína, em que 73% do total responderam que sim e 27% não consomem. Os entrevistados que responderam à pergunta de forma positiva, foi questionada a frequência de consumo. Desta forma, 51% relataram consumir carne suína com frequência de uma a duas vezes por semana, seguido de 42% raramente, 5% diariamente e 2% consomem cinco vezes por semana.

Figura 1- Hábito de consumo da carne suína e conhecimento sobre valor nutricional.



A – Hábito de consumir carne suína; B – Conhecimento sobre o valor nutricional da carne suína.

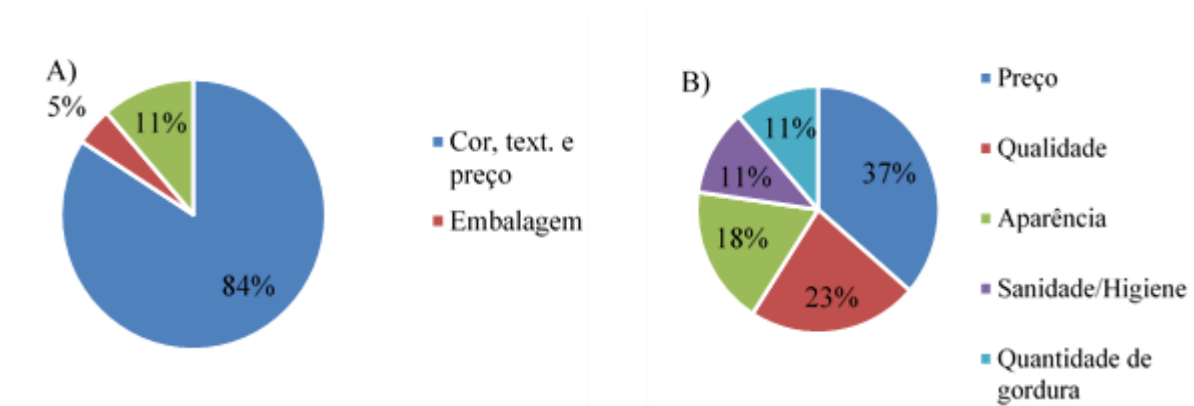
Fonte: Autores (2026).

Ainda de acordo com os dados da (Figura 4), a maior parte dos entrevistados com 65% responderam não conhecer o valor nutricional da carne suína, onde 35% responderam estarem bem informados em relação ao seu valor nutricional. Posto isto, os dados indicam que mesmo consumindo a carne suína com frequência os consumidores entrevistados não reconhecem os valores nutricionais da mesma.

Em consideração as variáveis observação e critério de escolha ao comprar a carne suína, o que apresentou maior destaque foi a observação quanto a cor, textura e preço com 84%, seguido por 11% optam por facilidade de compra pela razão do

produto está nas gondolas, seguido por 5% observam a embalagem. Já o critério utilizado ao escolher, 37% escolhem por preço, seguido por 23% qualidade, seguido por 18% aparência, 11% escolhem sanidade/ higiene e quantidade de gordura, conforme mostra a (Figura 2).

Figura 2 - Observação e critérios usados durante a compra da carne suína.

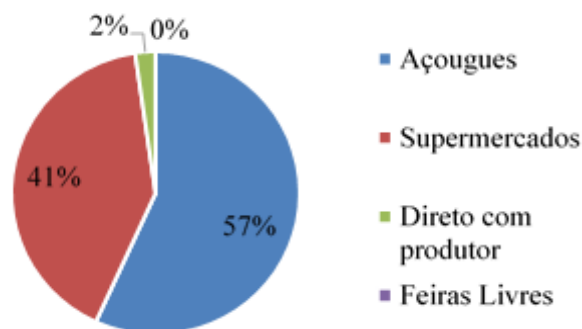


A – Observação feita no momento da compra da carne suína;
B – Principal critério usado ao escolher a carne suína.

Fonte: Autores (2026).

Quanto a escolha dos locais de compra da carne suína, nota-se, que grande parte dos entrevistados preferem comprar em açougues 57%, seguidos por 41% em supermercados, 2% direto com o produtor e nenhum dos entrevistados optaram por escolher feiras livres como local de compra da carne suína. Os participantes entrevistados relataram preferir supermercados e açougues por motivos que vão desde a uma boa relação entre o vendedor e cliente, por motivos específico da qualidade do produto e por ter uma maior variedade no mesmo local (Figura 3).

Figura 3- Local de compra da carne suína.

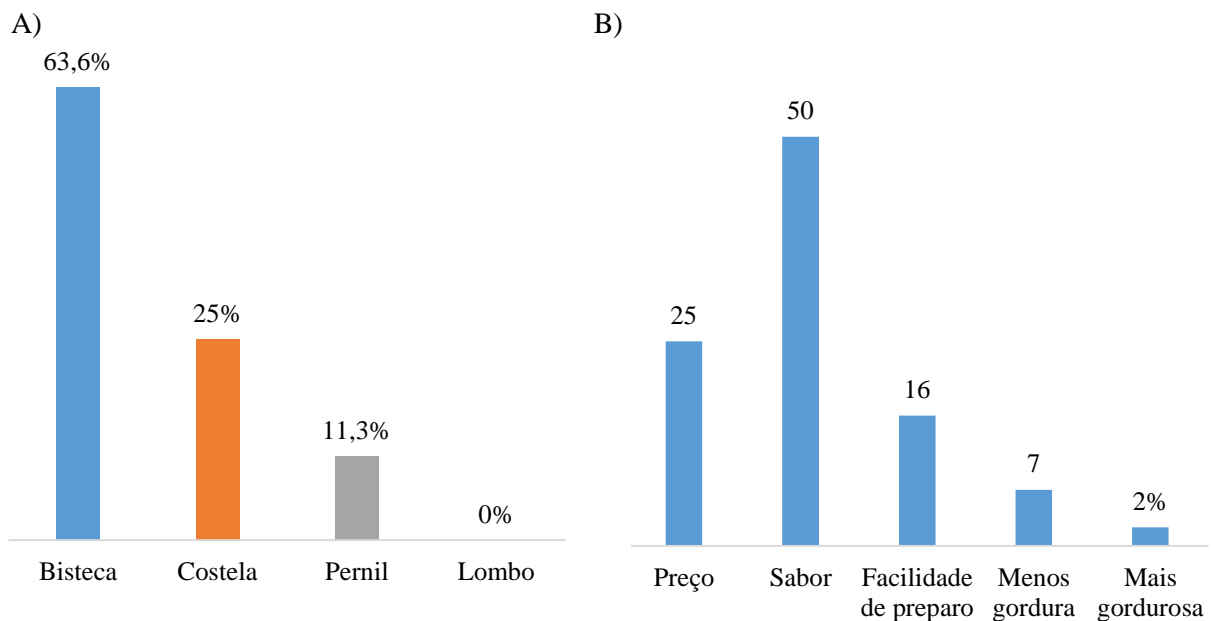


Fonte: Autores (2026)

Para os consumidores, o corte mais comprado é a bisteca, representando 63,6% dos entrevistados, em seguida 25% responderam costela e em terceira posição pernil correspondendo a 11,3%, os entrevistados não demonstraram interesse em escolher o corte lombo como mais comprado (figura 4). Vale destacar que outros cortes cárneos de suínos podem ser encontrados em supermercados, como paleta, coxão duro, filé, fraldinha.

Quando questionados sobre qual o principal aspecto que motiva a preferência de compra pelo corte escolhido, 50% dos entrevistados relataram o sabor como principal motivo, 25% afirmaram ser o preço, 16% escolheram o corte por facilidade de preparo, 7% por considerar o corte escolhido menos gorduroso e 2% por considerar o corte mais gorduroso (Figura 4).

Figura 4 - Corte mais comprado e motivo de preferência de corte.



A – Corte mais comprados pelos entrevistados; B – Principal motivo para escolha do corte comprado.

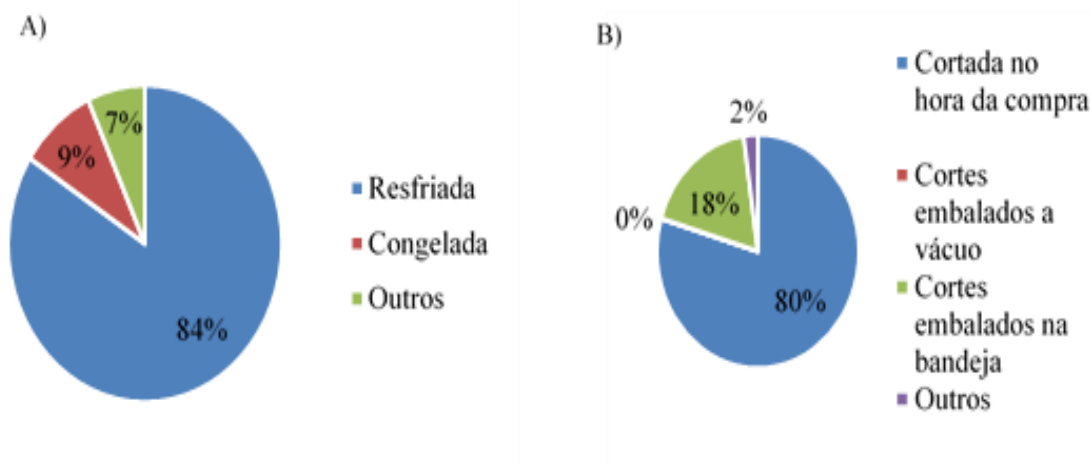
Fonte: Autores (2026).

Os entrevistados também foram questionados a respeito da preferência pela temperatura de armazenamento dos cortes no momento da compra. Foi possível observar a preferência pela carne resfriada para 84% das respostas dos

entrevistados, seguido de 9% congelada e 7% de outros tipos de preferência como carne em temperatura ambiente (Figura 5).

Ainda de acordo com a (Figura 5), por ordem de maior importância, 80% dos entrevistados preferem comprar cortes cortados no momento da compra, seguido de 18% para preferência por cortes embalados na bandeja e 2% responderam outras preferências. A preferência por corte embalado a vácuo não foi relatada por nenhum entrevistado. Desde modo, é possível observar uma relação direta entre carne resfriada e preferência pelos cortes cortados no momento da compra.

Figura 5- Preferência pela temperatura do corte e embalagem da carne suína.

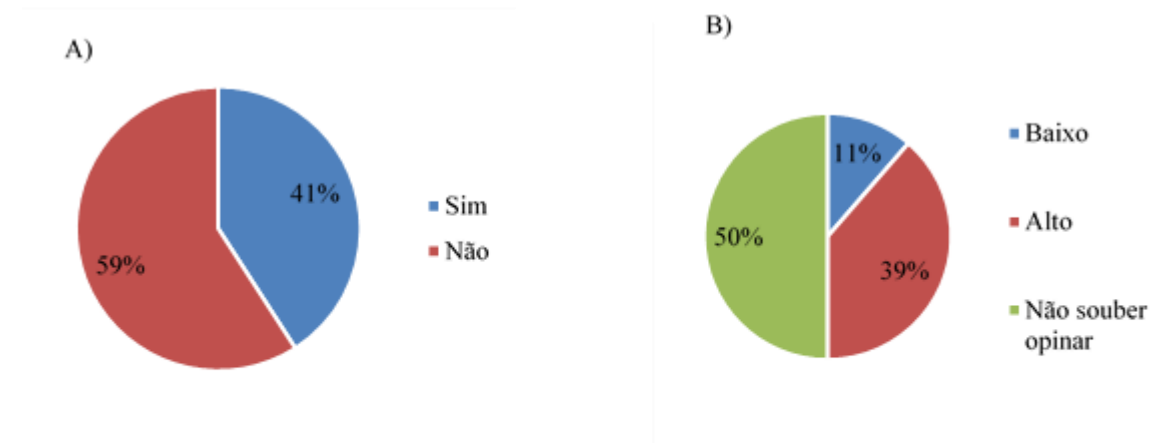


A – Preferência pela temperatura de armazenamento para o corte de carne suína; B – Preferência do corte/embalagem.

Fonte: Autores (2025).

Os consumidores entrevistados também foram questionados sobre o consumo de outros produtos alimentícios provenientes da suinocultura. Quando indagados sobre o uso da banha de porco, 41% afirmaram fazer o uso e 59% responderam não utilizar banha de porco para consumo ou preparos culinários (Figura 6). Desde a antigamente o suíno não tinha apenas a finalidade para alimentação, mas também para a produção de banha, em virtude na conservação de alimentos perecíveis, devido à falta de tecnologia do resfriamento. Conjuntamente, a banha era muito usada no preparado de alimentos (Anjos et al., 2018).

Figura 6 - Uso da banha de porco e informado sobre o nível nutricional da carne.



A – Uso da banha de porco pelos entrevistados; B – Conhecimento sobre o valor nutricional da carne.

Fonte: Autores (2025).

Definidos os resultados sobre o uso da banha de porco, com o intuito de colaborar e entender a opinião dos entrevistados, ao serem perguntados se acreditam que a banha de porco pode ser utilizada como ingrediente na alimentação, foram obtidas diversas respostas, em que mesmo fazendo o uso da banha de algum modo os entrevistados desconhecem sobre sua eficácia; usam apenas por influência da família (quem prepara o alimento); porque os mais velhos recomendarem; já viram na internet sobre seus benefícios, mas ainda optam pelo uso do óleo de cozinha; não consomem pelo alto preço do produto; e até mesmo argumentaram que se a carne faz mal consequentemente a banha também irá trazer prejuízos a saúde. Com a presente pesquisa, nota-se que a desinformação ainda é muito presente entre os entrevistados.

Ainda em conformidade com a figura 9, evidenciado por grau de maior porcentagem, 50% dos entrevistados não souberam opinar se a carne suína possui um alto ou baixo valor nutricional, seguido de 39% consideram de alto valor nutricional e 11% de baixo nutricional.

Estes resultados se mostram conflitantes, visto que, quando os consumidores foram questionados de forma direta sobre se tinham ou não conhecimento a respeito do valor nutricional da carne (figura 5), 65% responderam que sim. Porém, quando questionados se a carne suína apresenta um alto ou baixo valor nutricional, 50% dos

entrevistados não souberam opinar. Estes resultados evidenciam a falta de conhecimento sobre aspectos nutricionais da carne suína.

Os entrevistados também foram perguntados se acreditavam que a carne suína pode trazer riscos à saúde, e o motivo pelos quais acreditavam nesses riscos, notou-se que no município de Parauapebas, a maioria dos que participaram 63% acreditam que a carne pode trazer riscos à saúde, seguido por 20% que responderam não trazer riscos e 17% não souberam opinar. Quanto aos motivos, boa parte dos entrevistados acreditam que esses riscos estão associados ao porco como animal sujo, se alimentando de restos de comida, as más condições em que o animal pode ser criado, ao seu elevado teor de gordura, modo de preparo; por ser impuro, segundo algumas religiões.

DISCUSSÃO

Estudos feitos por Faria et al. (2006) sobre o mercado consumidor de carne suína no estado de Belo Horizonte, encontraram resultados contrários aos do presente estudo, em que, o consumo de carne suína ocorre com mais frequência para o sexo masculino, representando (71,7%) até três vezes por semana do que para as mulheres (52,2%).

O consumo da carne suína, geralmente, é cercado por mitos a respeito da sua qualidade e sanidade. Por isso, ao ser questionados sobre os motivos de não consumir a carne suína, 12 entrevistados justificaram não consumir por motivos religiosos, relatando que são evangélicos pertencentes a igreja adventista. A cidade de Parauapebas apresentava alta concentração de evangélicos, sendo este o destaque e principal motivo do não consumo. A transmissão de doença foi relatada como motivo por 1 entrevistado, seguido de 2 que relataram a falta de hábito e 1 afirmou não gostar do sabor. Segundo Jesus (2023), a religião é um fator limite para o consumo de carne suína, visto que, podem haver proibições associadas a práticas religiosas.

Estudos realizados por Heinen (2013), observaram que os consumidores não consideram o preço como mais relevante durante a compra da carne suína,

evidenciando que o consumidor busca outras informações importantes a respeito do produto, podendo então ir além de valores econômicos. Pois, ao entrevistar consumidores sobre a preferência por corte de carne suína, observou que os entrevistados apresentaram maior preferência para os cortes e pelo consumo da bisteca e costela, seguido por pernil.

Comportamentos distintos foram encontrados nos estudos de Souza (2007) em pesquisa com consumidores de carne suína no município de Pelotas, Rio Grande do Sul, relataram que 61,4% dos consumidores entrevistados referiram o lombo, seguido da costela (43,0%) e do pernil (37,7%). Constatando que a escolha do corte pode estar ligada com a prática de consumo de cada região. Segundo Lima e Lima (2025), o consumo e perfil do consumidor de determinados tipos de carne variam de acordo com a área populacional estudada.

A falta de conhecimento sobre o valor nutricional da carne foi observada também por Antonangelo et al. (2011) ao destacar que a maior parte dos consumidores de carne suína não conhecem as propriedades nutricionais da mesma. Resultados semelhantes ao presente estudo também foram encontrados por Bezerra et al. (2007) destacando que, quando questionados sobre o valor nutricional da carne suína, 65,5% afirmam não serem bem informados sobre a composição nutricional da carne suína.

Durante o momento da compra, a maioria dos consumidores 84% se preocupam com a origem do produto no qual está adquirindo, 14% confirmaram não se importar com a origem, seguido de 2% escolherem a opção outro. Perante os resultados, percebe-se a importância em ter produtos e locais que garantam selo Serviço de Inspeção Federal (SIF) do Ministério da Agricultura, que atesta a qualidade, bem como estadual (SIE) ou Municipal (SIM). O controle de fiscalização é composto por uma equipe de veterinários e auxiliares do ministério da agricultura, pecuária e abastecimento (MAPA), como também por técnicos da empresa (Anjos et al., 2018). Esse controle reflete em maior eficiência dos produtos, reduzindo a causa de doenças nos consumidores, e certificando um ponto de vista diferente do consumidor tanto para

os estabelecimentos, quanto dos produtos. O consumo da carne suína e seus derivados tende a um crescente avanço nos estabelecimentos, diante disto, 73% dos entrevistados afirmam comprar 1 a 2kg de carne suína por mês, seguido de 23% compram mais de 2kg e 4% optaram por marcar a opção outro.

Tratando-se do consumo de derivados produzidos com suínos tais como linguiça, bacon, salsicha e presunto, 80% afirmaram consumir, enquanto 20% não consomem, dispondo apenas do consumo da carne suína, no Brasil prefere os produtos processados da suinocultura. Para Silva e Silva (2009) o maior consumo dos derivados de carne suína, está correlacionado com a praticidade no modo de preparo, menor preço e fácil conservação.

Em um estudo Taffarel et al. (2013) avaliou as preferências por produtos comestíveis provenientes da suinocultura pelos consumidores na cidade de Lavras/MG, onde os indivíduos amostrados preferem presunto, bacon, linguiça, empatado. Em quarto lugar está a carne suína in natura, torresmo e mortadela.

Na pesquisa de Santos et al. (2019), para os não consumidores de carne suína, cerca da metade deles argumentam não consumir por acharem que não faz bem para a saúde e até mesmo considerar ter repugnância desse tipo de carne. Já em pesquisa de Faria et al. (2006) destacaram que os consumidores se preocupam com teor de gordura e colesterol, se provoca malefício para a saúde relacionado as condições sanitárias e a quantidade de calorias.

Com o objetivo de gerar questionamento e fazer o entrevistado participar fielmente nas respostas, perguntou-se também se consideram a carne suína saudável e o porquê, onde 53% responderam não considerar saudável, seguido de 34% consideram saudável e 13% optaram por não responder, ficando em dúvida se consideram ou não saudável.

Os entrevistados justificaram o porquê de não considerar saudável, gerando diferentes respostas, entre elas, que a carne causa inflamações em pessoas doentes; apresenta fatores prejudiciais a saúde; acreditam que apresenta alta quantidade de gordura e que pode transmitir doenças.

Falleiros et al. (2008), relatam que a carne suína permanece em constante evolução, para se obter um produto com menor teor de gordura, colesterol e calorias. Caracterizado como fonte de proteína e vitaminas do complexo B. Estes animais são criados em sistema com elevado controle sanitário, sendo este, um motivo em que os consumidores tem maior discriminação.

Deste modo, foi observado no presente estudo que os consumidores possuíam algum tipo de preconceito característico com a carne suína, por associarem com alto teor de gordura, possuir muitas calorias e ser fonte de transmissão de doenças, assim, apontando que a sociedade não está informada sobre as mudanças nutricionais, os programas de melhoramento e controle sanitário que a suinocultura vem passando nos últimos anos.

CONCLUSÕES

Os resultados permitiram identificar que no município de Parauapebas, o sexo feminino prevalece como maiores compradores de carne suína, existe preferência para o corte da bisteca, o sabor é um dos principais fatores que motivam a compra, seguido pelo preço. Os derivados linguiça e bacon são os mais consumidos e a banha é utilizada por uma minoria.

Apesar de consumir a carne suína, os entrevistados possuem poucas informações sobre o valor nutricional da carne, acreditando que o produto não é saudável. Estes resultados podem ser estimulados pela propagação de mitos sobre falta de higiene e transmissão de zoonoses na suinocultura, havendo a necessidade de desenvolver programas de conscientização que estimulem o consumo de carne suína na região.

REFERÊNCIAS

ABPA, Associação Brasileira de Proteína Animal. **Relatório Anual 2025**. Disponível em: <https://abpa-br.org/wp-content/uploads/2025/04/ABPA.-Relatorio-Anual-2025.pdf> Acesso: 26 ago. 2025.

ANJOS, C. M.; GOIS, F. D.; PEREIRA, C. M. C. Desmistificando a carne suína. **PUBVET**. v.12, n.12, a227, p.1-9, 2018.

ANTONANGELO, A.; RUV, C.; BUONANNO, J. D.; RIBEIRO, N. M.; DOLAZZA, R. M. Perfil dos Consumidores de Carne Suína no Município de Botucatu – SP. **Tékhn e Lógos**, v.2, n. 2. 2011.

APPLE, J. K.; KEGLEY, E. B.; MAXWELL JR, C. V.; RAKES, L. K.; GALLOWAY, D.; WISTUBA, T. J. Effects of dietary magnesium and short-duration transportation on stress response, postmortem muscle metabolism, and meat quality of finishing swine. **Journal of Animal Science**, v. 83, n. 7, p. 1633-1645, 2005.

BERNARDES, L. A. H.; PRATA, L. F. Qualidade da carne suína- parte 1 (2001). Disponível em: web:www.beefpoint.com.br. Acesso: 14 nov. 2025.

BEZERRA, J. M. M.; CAVANCANTE NETO, A.; SILVA, L. P. G; LUI, J. F.; RODRIGUES, A. E.; MARTINS, T. D. D. Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na microrregião de Campina Grande, estado da Paraíba. **Ciência Animal Brasileira**, v. 8, n. 3, p. 485-493. 2007.

BRAGAGNOLO, N. **Aspectos comparativos entre carnes segundo a composição de ácidos graxos e teor de colesterol**. In: Conferência Internacional Virtual sobre Qualidade de Carne Suína. 2001. p. 393-402.

CAMARGOS, G. H. S. Extensão universitária e o desenvolvimento rural. **Interagir: pensando a extensão**, n. 35, p 29-34, 2023.

FALLEIROS, F. T.; MIGUEL, W. C.; GAMEIRO, A. H. A desinformação como obstáculo ao consumo da carne suína in natura, 46., Rio Branco, AC. **Anais...** Brasília: Sober, 2008.

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, n. 2, p. 251-256, 2006.

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, n. 2, p. 251-256, 2006.

HEINEN, S. M. **Principais aspectos considerados por consumidores na aquisição de carne suína** -2013. 58 f. Trabalho de Conclusão de Curso - Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Medianeira, 2013.

HORTA, F. D. C.; ECKHARDT, O. H. O.; GAMEIRO, A. H.; MORETTI, A. D. S. A. Estratégias de sinalização da qualidade da carne suína ao consumidor final. **Revista Brasileira de Agrociência**, v. 16, n. 1-4, p. 15-21, 2010.

IBGE - Caracterização da suinocultura no Brasil a partir do censo agropecuário 2006 do /Marcelo Miele [et. al]. - Concórdia: Embrapa Suínos e Aves, 2013. p18.149 p.; 21 cm. (Documentos / Embrapa Suínos e Aves, ISSN 01016245; 160), 2016.

JESUS, R. R.; MIRANDA, G. da S.; DA SILVA, S. B.; BRANDÃO, R. S.; DE ALMEIDA, V. G. S.; SANTANA, A. L. A. A influência da desinformação no consumo de carne suína no Brasil: The influence of disinformation on pork consumption in Brazil. **Brazilian Journal of Animal and Environmental Research**, [S. l.], v. 6, n. 4, p. 3132–3148, 2023.

LIMA, D. O.; LIMA, D. O. Análise comparativa do consumidor de carne ovina entre diferentes espacialidades populacionais no nordeste brasileiro. **Revista Científica Rural**, v.27, n.2, 2025.

MARÇAL, D.A.; ABREU, R.C.; CHEUNG, T.L.; KIEFER, C. Consumo da carne suína no Brasil: aspectos simbólicos como determinantes dos comportamentos. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v.9, n.4, p.989-1005, 2016.

OLIVEIRA, Y. L.; OLIVEIRA, L. F. D.; SENGER, J. C.; MAGALHÃES, E. V.; LOPES, J.; PAIVA, J. T. Práticas extensionistas em propriedades leiteiras no Assentamento Nova Amazônia, Roraima. **Extensão em Foco**, v. 1, n. 36, p. 1–16, 2025.

PINHEIRO, R. E. E.; CARDOSO, E. C.; KLEIN JÚNIOR, et al. Qualidade da carne de suínos mestiços comerciais e sem raça definida criados em regime intensivo. **Revista Brasileira de Saúde e Produção Animal**, v.14, p.149-160, 2013.

RACHE, A. L.; SANTOS, A. R. R. DOS; PRAMIO, G.; RENNER, G.; FRITSCH, M. H.; BATISTA, M. H.; POZZATTO, W. E.; SILVA, D. M. DA; GUERRA, D.; LANZANOVA, L. S. Análise da produção, técnicas de manejo e perfil dos produtores de mel associados a APICELEIRO. **Extensão em Foco**, n. 31, p. 100–118, 2023.

SANTOS, E. L., SILVA, J. C., NASCIMENTO, R. N., et al. Perfil dos consumidores de carne suína e derivados em Satuba-Alagoas. **Revista Científica Rural**, 21(1), 142–157, 2019.

SILVA, J.P.; SILVA, L.P.G. da. Estudo e avaliação do consumidor de carne suína “in natura” e industrializada na microrregião de Guarabira-PB. **Agropecuária Científica no Semiárido**, v. 5, n. 1, p. 57-61, 2009.

SOUZA, F. B. R.; FRANÇA, A. Z.; SILVEIRA, C. R.; ZOTTI, C. M.; XAVIER, E. G. PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE SUÍNA NO MUNICÍPIO DE PELOTAS-RS. **XVII CIC, XI ENPOS I Mostra Científica**. FAEM – Universidade Federal de Pelotas - Campus Universitário, 2007.

TAFFAREL, R.T.; LANFERDINI, E.; FONSECA, L.S. et al. Mercado consumidor de carne suína e derivados no município de Lavras, Minas Gerais. **Revista Eletrônica de Pesquisa Animal**, v. 01, n. 01, p. 51-61, 2013.

VENTURINI, K. S.; SARCINELLI, M. F.; SILVA, L.C. Características do leite. **Boletim Técnico, Universidade Federal do Espírito Santo, Pró-Reitoria de Extensão, Programa Institucional de Extensão, PIE-UFES**, v. 1007, n. 6, 2007.