



Revista
Técnico-Científica



ANÁLISE COMPARATIVA DO CONSUMIDOR DE CARNE OVINA ENTRE DIFERENTES ESPACIALIDADES POPULACIONAIS NO NORDESTE BRASILEIRO

Deneson Oliveira Lima¹; Denise Oliveira Lima²

¹Doutor em Ciência Animal, Universidade Federal do Vale do São Francisco – UNIVASF,
denesonoliveira_20@hotmail.com

² Acadêmica em Zootecnia, Universidade Estado de Alagoas – UNEAL,
denesonoliveira21@gmail.com

RESUMO: Este estudo analisou comparativamente o perfil dos consumidores de carne ovina em diferentes áreas populacionais do Nordeste brasileiro, com indivíduos localizados em áreas rurais e urbanas. Os resultados indicaram diferenças significativas entre os contextos analisados. Em áreas rurais, observou-se maior proximidade com a cadeia produtiva, consumo mais frequente e apreciação sensorial da carne, enquanto em áreas urbanas, escolaridade e renda foram maiores, porém com menor familiaridade e consumo menos frequente. A principal motivação entre os consumidores foi o sabor agradável, seguido por aspectos culturais e variação alimentar. Por outro lado, as principais barreiras ao consumo foram sabor e cheiro desagradáveis, além da falta de conhecimento do produto, principalmente em áreas urbanas. O consumo de miúdos de cordeiro foi mais aceito em áreas rurais, sugerindo vínculos culturais e aceitação regional. As respostas abertas reforçaram percepções positivas sobre a saudabilidade e o valor cultural da carne ovina, destacando a influência do contexto geográfico e sociocultural nos padrões alimentares. Conclui-se que a valorização e a expansão do consumo de carne ovina requerem estratégias segmentadas, considerando as especificidades de cada público-alvo, e políticas públicas voltadas à educação nutricional, valorização cultural e fortalecimento da cadeia produtiva local.

Palavras-chave: *Ovis aries*, zona rural e urbana, sociologia do consumo.

COMPARATIVE ANALYSIS OF SHEEP MEAT CONSUMER BETWEEN DIFFERENT POPULATION SPATIALITIES IN NOR-THEAST BRAZIL

ABSTRACT: *This study comparatively analyzed the profile of lamb consumers in different population areas of Northeast Brazil, with individuals located in rural and urban areas. The results indicated significant differences between the contexts analyzed. In rural areas, greater proximity to the production chain, more frequent consumption, and sensory appreciation of the meat were observed, while in urban areas, education and income were higher, but with less familiarity and less frequent consumption. The main motivation among consumers was the pleasant taste, followed by cultural aspects and dietary variation. On the other hand, the main barriers to consumption were unpleasant taste and smell, in addition to lack of product knowledge, especially in urban areas. The consumption of lamb offal was more accepted in rural areas, suggesting cultural bonds and regional acceptance. Open-ended responses reinforced positive perceptions about the healthiness and cultural value of lamb, highlighting the influence of geographic and sociocultural context on dietary patterns. It is concluded that the valorization and expansion of sheep meat consumption require segmented strategies, considering the specificities of each target audience, and public policies aimed at nutritional education, cultural appreciation and strengthening of the local production chain.*

Keywords: *Ovis aries, rural and urban areas, sociology of consumption.*

INTRODUÇÃO

O consumo de carne ovina no Brasil apresenta características distintamente regionais, influenciadas por fatores socioculturais, econômicos e ambientais (NERES et al., 2024). Nesse contexto, torna-se importante realizar uma análise comparativa dos perfis de consumidores em diferentes áreas populacionais, como áreas urbanas e rurais, para identificar padrões de comportamento, preferências e motivações de compra. Essa abordagem permite compreender como as variáveis contextuais, que influenciam as escolhas alimentares e a percepção da carne ovina como produto de consumo (DOS SANTOS e ROSA BORGES, 2019).

Diferenças no acesso ao produto, renda familiar, hábitos culturais e disponibilidade de informações impactam diretamente a frequência e os motivos de consumo entre diferentes grupos populacionais (ROSA et al., 2021). Em áreas urbanas, por exemplo, o consumo pode estar associado a fatores como conveniência,

influência da mídia e busca por produtos gourmet, de modo distintos em contextos rurais, pode prevalecer aspectos ligados à tradição, sazonalidade da oferta e produção local. Além disso, fatores psicossociais, como a influência de grupos sociais, hábitos familiares, percepções de qualidade e valores atribuídos aos alimentos, desempenham um papel crucial nas decisões de compra em diferentes espacialidades populacionais (zona rural e urbana) (BARROS et al., 2023). A compreensão desses fatores permite a identificação de nichos de mercado e o direcionamento de estratégias de marketing, desenvolvimento de produtos e políticas públicas voltadas ao incentivo ao consumo sustentável e consciente de carne ovina.

A pesquisa proposta adota uma abordagem metodológica quali-quantitativa (ARAÚJO et al., 2020), utilizando questionários semiestruturados aplicados em áreas urbanas e rurais do Nordeste do Brasil, visando caracterizar perfis de consumidores, preferências, barreiras percebidas e motivações de consumo. Além disso, incorpora elementos da pesquisa qualitativa com pergunta e respostas abertas, buscando interpretar as dinâmicas culturais e sociais associadas ao consumo de carne ovina em seus contextos naturais, assim elaborar categorias temáticas emergentes com base nas respostas adquiridas.

Portanto, este estudo visa contribuir para o aprimoramento das estratégias de marketing e a valorização da carne ovina, especialmente em regiões onde a ovinocultura tem importância socioeconômica. Assim, o objetivo deste estudo foi comparar as percepções, preferências e hábitos relacionados ao consumo de carne ovina em diferentes espacialidades populacionais do Nordeste do Brasil, por meio de um diagnóstico semiestruturado do perfil do consumidor.

MATERIAL E MÉTODOS

Este estudo adotou uma abordagem quantitativa e descritiva para analisar e comparar o perfil do consumidor de carne ovina em duas áreas populacionais distintas no Nordeste do Brasil. O estudo foi realizado no município de Poço das Trincheiras, localizado no interior do estado de Alagoas (zona rural), e na Região Metropolitana do Recife, no estado de Pernambuco (zona urbana). Cinquenta indivíduos foram

entrevistados aleatoriamente em Poço das Trincheiras, Alagoas, e cinquenta e oito na Região Metropolitana do Recife, Pernambuco, totalizando cento e oito participantes.

Os dados foram coletados por meio de questionários estruturados, aplicados presencialmente em 2019. O instrumento de pesquisa continha, em sua maioria, perguntas fechadas, abordando as seguintes áreas temáticas: Dados socioeducacionais: idade, sexo e escolaridade; Aspectos econômicos: renda familiar e informações sobre o consumo de carne ovina: hábitos e frequência de consumo, local de compra e origem percebida da carne, além de percepções sensoriais e qualitativas: os entrevistados foram solicitados a classificar os principais atributos da carne ovina, como sabor, maciez e local de compra, com base em suas percepções individuais.

Além das perguntas fechadas, aplicadas por meio de um formulário estruturado, foi incluída uma pergunta aberta opcional, com a seguinte pergunta: "Deixe um comentário sobre a importância do consumo de carne de cordeiro (opcional)". O objetivo dessa pergunta foi captar as percepções subjetivas e espontâneas dos participantes, enriquecendo a análise quantitativa com dados qualitativos. As respostas foram analisadas por meio da técnica de Análise de Conteúdo Temática, proposta por Bardin (2011), que consiste na identificação de núcleos de sentido a partir da codificação e categorização dos depoimentos. Após uma leitura superficial das respostas, foram criadas categorias temáticas emergentes, agrupando os depoimentos com sentidos semelhantes. A categorização foi realizada manualmente por dois pesquisadores, de forma independente, com posterior consenso para garantir a confiabilidade da codificação.

Para fins de comparação espacial, os dados foram organizados de acordo com as regiões de origem dos participantes — zona rural (Poço das Trincheiras, AL) e zona metropolitana (Recife, PE). As categorias resultantes foram quantificadas e ilustradas com trechos representativos das respostas de cada grupo, possibilitando uma análise interpretativa e comparativa entre os contextos.

Este procedimento visou ampliar a compreensão qualitativa do comportamento do consumidor, especialmente no que se refere a motivações, valores atribuídos e possíveis vínculos identitários com a alimentação.

Os dados coletados foram organizados em planilhas e analisados por meio de estatística descritiva; os valores absolutos foram expressos em porcentagens. A sistematização dos resultados foi realizada por meio do software Microsoft Excel, permitindo a construção de gráficos e tabelas comparativas entre as duas regiões estudadas.

RESULTADOS

Observa-se uma maior proporção de jovens (Tabela 1) entre 15 e 20 anos na zona rural (40%), enquanto na zona urbana os entrevistados concentram-se mais entre 21 e 25 anos (31%) (Tabela 1). Na região urbana, os entrevistados apresentam escolaridade significativamente maior (mais de 80% com ensino superior completo ou incompleto), enquanto na zona rural predomina o ensino médio (entre 54%) e menor porcentagem de nível superior.

Tabela 1 - Perfil socioeconômico dos consumidores entrevistados de Poço das Trincheiras (AL) e a Região Metropolitana do Recife (PE).

Table 1 - Socioeconomic profile of consumers interviewed in Poço das Trincheiras (AL) and the Metropolitan Region of Recife (PE).

Perfil do consumidor	Total inquiridos	
	n = 50	n = 58
	% = 100	% = 100
	Poço das Trincheiras	Região metropolitana de Recife
Sexo		
Masculino	48	52
Feminino	51.7	48.3
Idade		
15 a 20 anos	40	20.7
21 a 25 anos	24	31
26 a 30 anos	6	6.9
31 a 35 anos	12	12.1

36 a 40 anos	10	13.9
41 a 45 anos	2	10.3
46 a 50 anos	2	1.7
Acima de 51 anos	4	3.4
Escolaridade		
Alfabetizado	2	0
Fundamental Completo	6	0
Fundamental incompleto	0	0
Médio Completo	44	12.1
Médio Incompleto	10	1.7
Superior Completo	12	42.3
Superior incompleto	24	37.9
Mestrando e/ou Doutorando (Completo e/ou incompleto)	2	6
Renda Familiar		
Menor que um salário	30	12.1
Um salário	34	6.9
Dois salários	20	20.7
Três Salários	10	17.2
Maior que três salários	6	43.1

Fonte: Dados da pesquisa (2025)

Em relação à renda, a maioria dos consumidores da zona rural declarou receber até um salário mínimo (64%), enquanto 43,1% dos entrevistados urbanos possuem renda superior a três salários (Tabela 1).

Ao avaliar a frequência de consumo, observa-se que 60% dos entrevistados em Poço das Trincheiras (AL) e 75,8% na Região Metropolitana do Recife (PE) afirmaram consumir carne ovina, seja regularmente ou ocasionalmente (Tabela 2). A porcentagem de não consumidores é maior no interior (40%), indicando possível barreiras econômicas (Tabela 2). O consumo casual (não frequente) foi destacado em ambas as regiões, com 24% no interior e 37,9% na região metropolitana (Tabela 2).

Tabela 2. Comportamento e percepções dos consumidores de carne ovina entrevistados de Poço das Trincheiras (AL) e a Região Metropolitana do Recife (PE).
Table 2. Behavior and perceptions of lamb consumers interviewed in Poço das Trincheiras, Alagoas, and the Recife Metropolitan Region, Pernambuco.

Perfil do consumidor	Total inquiridos	
	n = 50	n = 58
	% = 100	% = 100
	Poço das Trincheiras	Região metropolitana de Recife
Consome Carne Ovina		
Sim	36	37.9
Não	40	24.1
Casualmente	24	37.9
Total que Sim	60	75.8
Motivo do consumo		
Sabor agradável	35.9	56.3
Por questões de saúde	0	0
Cultural (é normal no meu convívio social e familiar)	25.6	20.8
Apenas variar cardápio	35.9	12.5
Motivo de não consumir		
Não gostou do sabor	50	18.8
Cheiro desagradável	22.7	18.8
Nunca provei antes	9.1	37.5
Não soube responder	0	6.3
Não consumo carne vermelha	0	6.3
Não tenho esse hábito	0	12.9
Sabe a origem do produto		
Sim	81.6	40.8
Não	18.4	59.2
Frequência do Consumo		
Por semana	9.5	10.6
Por mês	38.1	23.4
Diariamente	2.4	0
Em ocasiões festivas	45.3	53.2

Não souberam responder	4.7	12.8
Local de aquisição da carne		
Frigoríficos	16.7	16.7
Supermercados	2.4	18.7
Feiras Livres	7.1	22.9
Produtores	45.3	16.7
Você cria	28.6	8.3
Não souberam responder	0	16.7

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

O presente estudo possibilitou também a visualização entre os que consomem carne ovina, os principais fatores motivadores entre as regiões (Tabela 2), o principal foi o sabor agradável, citado por 35,9% no interior e 56,3% na região urbana, revelando que a palatabilidade é o atributo mais valorizado. Fator interessante observado foi a motivação de variação no cardápio (Tabela 2), que teve mais destaque na zona rural (35,9%) do que no Recife (12,5%). O fator cultural teve presença em ambas as regiões (25,6% no interior e 20,8% no Recife), refletindo que o consumo de carne ovina (Tabela 2), embora não majoritário,

Entre os não consumidores, os motivos mais recorrentes foram o desgosto pelo sabor com 50% dos não consumidores em Poço das Trincheiras e 18,8% no Recife. Já o cheiro desagradável foi citado por 22,7% (interior) e 18,8% (urbano). Outro fator relevante foi o que nunca provaram antes, com valores muito elevado na região metropolitana (37,5% no Recife), e apenas 9,1% no interior (Tabela 2), evidenciando baixa exposição urbana ao produto.

Um contraste marcante foi observado quanto ao conhecimento da origem da carne ovina, foi visto que 81,6% dos entrevistados rurais afirmam conhecer a origem da carne consumida, frente a apenas 40,8% dos urbanos (Tabela 2).

Tal afirmativa pode ser confirmada visto os locais de compra também variam entre os contextos, os entrevistados de Poço das Trincheiras com uma porcentagem elevada de 45,3% relataram que adquirem a carne diretamente de produtores locais, e 28,6% criam os próprios animais, mostrando forte vínculo com a produção familiar

e/ou comunitária. De modo bem distinto os participantes de Recife apresentaram uma predominância quanto a compra em feiras livres (22,9%) e supermercados (18,7%), com uma parte expressiva (16,7%) sem saber informar a origem (Tabela 2), indicando desconexão com a cadeia produtiva e com o maior poder aquisitivo desses. Fator negativo pode ser abordado frente a presença significativa de consumidores que não souberam responder (16,7% no Recife) pode ser reflexo da informalidade ou da falta de rotulagem/identificação adequada da carne ovina nos pontos de venda, caráter negativo para a cadeia produtiva.

O consumo é predominantemente associado a ocasiões festivas, com 45,3% (interior) e 53,2% (urbano) (Tabela 2). O consumo mensal é mais comum no interior (38,1%) do que no Recife (23,4%).

A análise dos dados referentes ao consumo de vísceras ovinas, observa-se que a aceitação ao consumo desses subprodutos animais apresenta maior prevalência em Poço das Trincheiras, onde 70,7% dos entrevistados declararam consumir vísceras (soma das categorias “Sim” e “Difícilmente”), em comparação com 55,3% na Região Metropolitana do Recife (Figura 1).

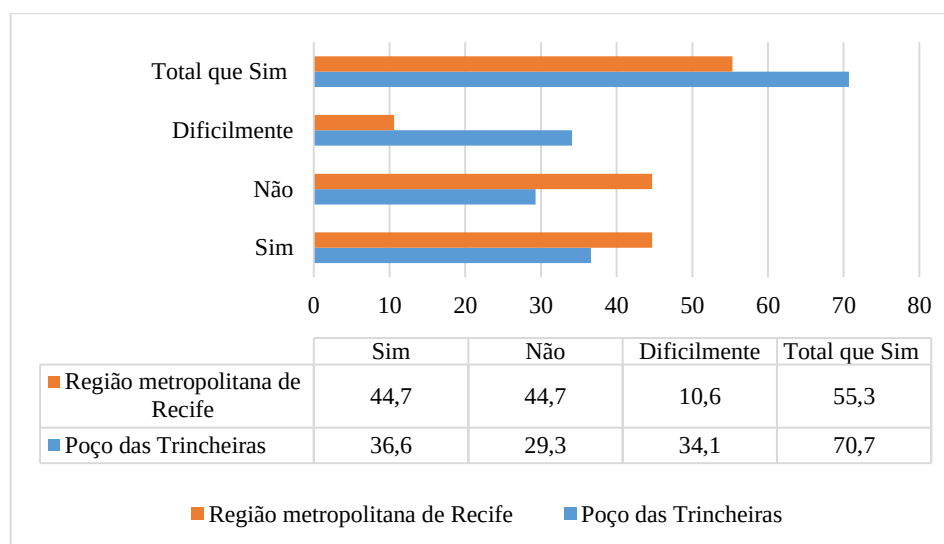


Figura 1. Frequência de consumo de vísceras ovinas para consumidores da Região Metropolitana do Recife e Poço das Trincheiras.

Figure 1. Frequency of consumption of sheep viscera for consumers in the Metropolitan Region of Recife and Poço das Trincheiras. Fonte: Elaboração Própria (2025).

As respostas abertas revelaram percepções distintas entre os entrevistados das duas regiões quanto à importância do consumo de carne ovina. Enquanto na zona rural prevaleceram menções à saudabilidade e ao sabor da carne, na região metropolitana observaram-se comentários mais organizados, com destaque para o valor nutricional da carne ovina, sua contribuição para a diversidade alimentar e o desenvolvimento regional (Tabela 3).

Tabela 3 - Categorias temáticas emergentes das respostas sobre a importância do consumo de carne ovina entre entrevistados da zona rural (Poço das Trincheiras) e zona metropolitana (Região Metropolitana do Recife), Nordeste brasileiro.

Table 3 - Thematic categories emerging from the responses on the importance of lamb meat consumption among interviewees from rural areas (Poço das Trincheiras) and metropolitan areas (Metropolitan Region of Recife), Northeast Brazil.

Categoria temática	Nº de menções – Rural	Nº de menções – Metropolitana	Exemplo de citação – Rural	Exemplo de citação – Metropolitana
1. Saudabilidade	7	6	“Uma carne saudável”; “É saudável”; “Carne muito saudável”	“É muito saudável e muito saborosa”; “É saudável”; “Acredito que seja saudável”
2. Sabor/Qualidade Organoléptica	5	4	“Muito boa”; “Sabor muito agradável”; “Carne deliciosa”	“Sabor maravilhoso”; “Maciez e suculência são os fatores que mais me atraem”
3. Baixo consumo/pouco conhecimento	2	2	“Não costumo consumir. Mas acredito ser uma carne saudável”	“Consumo eventualmente e não tenho conhecimento sobre a importância”
4. Valorização cultural/local	0	2	–	“Valorização de uma cultura tão grande no Nordeste brasileiro”
5. Valor nutricional Técnico	0	3	–	“Menor concentração de gordura intramuscular”; “Bom colesterol”
6. Diversificação alimentar	1	2	“Pra variar e não consumir tanto os demais animais”	“Mais uma opção ao consumo de proteína de origem animal”
7. Desenvolvimento econômico/regional	0	1	–	“Aumento da oferta, desenvolvimento produtivo e injeção econômica”

Fonte: Dados da pesquisa (2025).

A categoria mais mencionada em ambas as áreas foi "Carne saudável/saudável", mencionada 7 vezes na área rural e 6 vezes na região metropolitana.

DISCUSSÃO

Os contrastes educacionais podem refletir na formação de hábitos alimentares que valorizam produtos mais elaborados e diversificados (consumo de carne ovina e vísceras) ou, inversamente, no distanciamento de tradições alimentares típicas (como buchada) (tabela 1).

Em relação à renda observada, foi revelando o contraste socioeconômico entre as espacialidades (Tabela 1), desse modo tais fatores refletem diretamente no acesso e nas motivações para o consumo da carne ovina. Essas informações são essenciais para análises de estratégias de mercado, pois regiões com maior renda podem comportar cortes especiais e produtos gourmetizados, enquanto regiões de baixa renda exigem alternativas acessíveis e integrações com mercados locais (DEDONATI et al., 2024).

Já para o consumo casual ou não frequente, foi destacado em ambas as regiões e é uma sinalização que a carne ovina, embora presente, ainda não está completamente inserida no cardápio rotineiro de muitos consumidores, visto que o Brasil apresenta um consumo per capita baixo e ainda faz a importação desse produto para abastecimento interno (EMBRAPA, 2018), ou seja, é um produto que se tem a procura e não estar sendo completamente abastecido, em principal a de alta gastronomia.

O presente estudo possibilitou também a visualização entre os que consomem carne ovina, os principais fatores motivadores entre as regiões (Tabela 2), o principal foi o sabor agradável revelando que a palatabilidade é o atributo mais valorizado. Assim como o fator interessante observado da motivação de variação no cardápio (Tabela 2), que teve mais destaque na zona rural do que no Recife, sugerindo que no interior o consumo é usado como alternativa às carnes mais comuns (bovina, suína e

aves), que são naturalmente pertencente ao consumo per capita do brasileiro mais elevado (DOS SANTOS e ROSA BORGES, 2019).

Nenhum dos entrevistados mencionou questões de saúde como motivação (Tabela 2), o que indica baixa associação entre a carne ovina e benefícios nutricionais percebidos, diferentemente do que ocorre em mercados desenvolvidos, onde ela é muitas vezes valorizada por seu teor de ferro, proteínas e perfil lipídico, ou seja, a uma falta de maior divulgação sobre os benefícios das características intrínsecas da carne ovina (CRUZ et al., 2015), que muitas vezes é confundidas com a de outras espécies (ex. carne caprinos).

Esse fator pode estar relacionado a experiências sensoriais negativas, preparo inadequado ou pouca familiaridade com cortes e técnicas de preparação (Tabela 2). Já o cheiro desagradável foi citado por 22,7% (interior) e 18,8% (urbano), reforçando a importância da cadeia de qualidade no abate, conservação e comercialização., talvez por ausência nas prateleiras dos supermercados ou desconhecimento, outro fator que pode exemplificar os motivos do não consumo da carne ovina ser pela presença de respostas evidenciadas como “não tenho esse hábito” e “não consumo carne vermelha” no Recife (12,9% e 6,3%, respectivamente) revela a influência de estilos alimentares contemporâneos e possíveis tendências à redução do consumo de proteína animal, algo pouco detectado na zona rural.

Um contraste marcante foi observado quanto ao conhecimento da origem da carne ovina, que pode levar ao entendimento de vários fatores, como alta porcentagens de respondentes que não a provaram antes, como abordado que 81,6% dos entrevistados rurais afirmam conhecer a origem da carne consumida, frente a apenas 40,8% dos urbanos (Tabela 2). Isso apresenta reflexos como a maior proximidade da produção primária no interior, o que pode contribuir para maior confiança e aceitação do produto, especialmente quando proveniente de produtores locais ou criadores conhecidos.

O consumo ser predominantemente associado a ocasiões festivas, isso confirma que a carne ovina ainda ocupa um espaço de produto esporádico, reservado

a momentos especiais, reforçando seu simbolismo social e cultural (NUNGESSER e WINTER, 2021). E o consumo mensal ser mais comum no interior, enquanto o consumo diário é praticamente inexistente em ambas as regiões, evidenciando baixa inserção na dieta cotidiana, que se confirma visto baixo consumo per capita da carne ovina no país (CHIODI et al., 2022).

Os resultados demonstram que o consumo de carne ovina ainda é pontual e sazonal, com motivadores centrados em aspectos sensoriais e culturais, mas também fortemente influenciado pela renda, escolaridade, acesso ao produto e conhecimento da cadeia de produção. A zona rural em especial mostra-se mais próxima da produção e do consumo local, enquanto a zona urbana apresenta desconhecimento e menor vínculo cultural com o produto, apesar de maior renda e escolaridade.

A análise dos dados referentes ao consumo de vísceras ovinas, especificamente itens tradicionais como tripas e buchada, revelou diferenças marcantes entre os habitantes da Região Metropolitana do Recife (RMR) e do município de Poço das Trincheiras, no sertão alagoano, evidenciando uma tendência de menor aceitação entre os consumidores urbanos, possivelmente associada a fatores como hábitos alimentares ocidentalizados, mudanças no padrão de consumo e preocupações sanitárias.

Esses dados indicam que o consumo de vísceras ovinas ainda encontra forte adesão em áreas rurais e tradicionais, onde aspectos culturais e econômicos influenciam diretamente os hábitos alimentares. Em contrapartida, a maior rejeição na região metropolitana sugere um distanciamento dessas práticas tradicionais, sinalizando desafios e oportunidades para a valorização e ressignificação gastronômica dos subprodutos na cadeia produtiva da ovinocultura.

As respostas abertas revelaram percepções distintas entre os entrevistados das duas regiões. Esses achados corroboram Battagin, Panea, e Trindade, (2021), que apontam que a percepção de saudabilidade é um dos principais vetores para o consumo de carnes não convencionais. Além disso, a valorização da cultura local, expressa por respostas como "valorização de uma cultura tão grande no Nordeste",

esteve presente apenas nos participantes urbanos, sugerindo maior acesso à informação e campanhas de consumo consciente. A inclusão dessa variável subjetiva fortalece a análise comparativa entre espacialidades populacionais, apontando que, embora o consumo ainda seja baixo em ambas as regiões, há uma base cultural e nutricional propícia ao seu incentivo.

A análise da questão aberta permitiu também identificar percepções subjetivas e espontâneas dos participantes em relação à carne ovina, reforçando e complementando os dados quantitativos levantados. As respostas, categorizadas em núcleos temáticos, revelaram que tanto na zona rural (Poço das Trincheiras) quanto na região metropolitana (Recife), a carne ovina é amplamente associada à ideia de saudabilidade, sabor e qualidade nutricional.

Ainda para a pergunta aberta, como foi observado a categoria mais mencionada em ambas as áreas foi "Carne saudável/saudável" e isso confirma a tendência observada nos dados de frequência de consumo e aceitação do produto. Essa visão está fortemente relacionada a uma imagem positiva da carne de cordeiro, reconhecida como uma fonte saudável de proteína (menção).

A associação com sabor agradável também apareceu com frequência, especialmente na área rural, onde as menções foram mais significativas do que na região metropolitana (Tabela 3). Essa discrepância pode indicar um contato mais direto com o produto e os métodos de preparo locais, sugerindo um maior nível de familiaridade e apreciação nas áreas rurais.

Na região metropolitana, categorias ligadas à apreciação do produto (4 menções) e à valorização cultural e regional (2 menções) também são notáveis. Isso indica que o consumo vai além da nutrição, integrando aspectos de identidade, pertencimento e apoio à economia local. Esse aspecto se relaciona ao perfil urbano, onde as decisões de consumo podem estar mais ligadas a escolhas conscientes, emocionais ou ideológicas.

Assim, as respostas abertas não apenas revelam uma visão geralmente positiva da carne de cordeiro, mas também ajudam a compreender as nuances do

consumo. Elas se conectam com os dados quantitativos, fortalecendo a aceitação do produto e, ao mesmo tempo, revelando especificidades culturais e econômicas entre áreas rurais e urbanas. Essa interconexão de dados fortalece a análise comparativa apresentada, destacando como o contexto geográfico influencia tanto as práticas quanto as narrativas alimentares.

De modo geral, os dados mostram que o consumo de carne de cordeiro no Nordeste do Brasil é moldado por uma série de fatores culturais, econômicos e sensoriais. As áreas rurais demonstram maior familiaridade com o produto, enquanto as áreas urbanas apresentam potencial de crescimento no consumo, desde que haja investimento em educação, valorização cultural e incentivo ao consumo consciente. A combinação de análises quantitativas e qualitativas permite não apenas identificar padrões, mas também compreender os significados atribuídos ao alimento em diferentes contextos espaciais.

Nas áreas rurais, destacou-se a associação com o sabor agradável e os benefícios à saúde, decorrentes da maior familiaridade com o preparo e o consumo do cordeiro. Por outro lado, na região metropolitana, observou-se uma valorização simbólica, afetiva e cultural do produto, frequentemente associada à identidade regional e à busca por opções alimentares diversificadas. Esse perfil urbano indica um potencial de nicho de mercado para o cordeiro, desde que acompanhado de estratégias de comunicação adequadas e valorização da cadeia produtiva.

O surgimento de respostas que revelam desconhecimento ou não consumo, mesmo em áreas rurais, indica que o fortalecimento do mercado ovino depende de iniciativas que integrem produção, acesso, comunicação e educação nutricional. A partir das distintas percepções identificadas, torna-se viável a criação de estratégias direcionadas para impulsionar o consumo, seja por meio da valorização de tradições em áreas rurais, seja pela promoção de atributos nutricionais e culturais em áreas urbanas.

CONCLUSÕES

Este estudo atingiu seu objetivo inicial ao examinar e comparar o perfil dos consumidores de cordeiro em diferentes populações do Nordeste brasileiro. A análise combinada de dados quantitativos e qualitativos demonstra que o cordeiro é amplamente apreciado por consumidores tanto em áreas rurais quanto urbanas, sendo visto como um alimento saudável, saboroso e com potencial de valorização regional. No entanto, apesar dessa visão positiva, a maioria dos consumidores o consome ocasionalmente, indicando a presença de fatores limitantes como disponibilidade do produto, renda e hábitos alimentares.

Assim, os dados revelam oportunidades tangíveis para a inclusão e valorização da carne ovina, respeitando as particularidades socioculturais de cada região consumidora. Os achados ressaltam a importância de políticas públicas e ações de mercado direcionadas que considerem as especificidades de cada contexto socioespacial para promover a inclusão da carne ovina na dieta diária dos brasileiros.

REFERÊNCIAS

- AS ARAÚJO, C. A., LIMA, D. O., DE OLIVEIRA, B. M. B., PEREIRA, P. H. B., SALES SILVA, J. C. Avaliação do consumo de carne ovina na região do Médio Sertão Alagoano. *Diversitas Journal*, v. 5, n. 3, p. 2140-2152, 2020. DOI: <https://doi.org/10.17648/diversitas-journal-v5i3-1036>
- BARROS, I. B. M., DE LIMA SANTOS, G. C., CABRAL, A. M. D., DA SILVA, L. D. V. D., DA SILVA TERTO, G., ARAÚJO, B. W., Albuquerque, H. O. Análise do consumidor de produtos e subprodutos caprinos e ovinos na cidade de Parnamirim-PE. *Brazilian Journal of Development*, v. 9, n. 05, p. 15649-15670, 2023. DOI: <https://doi.org/10.34117/bjdv9n5-081>
- BARDIN, L. Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70, 2011.
- DOS SANTOS, L. L., DA ROSA BORGES, G. Fatores que influenciam no consumo de carne ovina. *CBR: Consumer Behavior Review*, v. 3, n. 1, p. 4, 2019.
- BATTAGIN, H. V., PANEA, B., TRINDADE, M. A. Study on the lamb meat consumer behavior in Brazil. *Foods*, v. 10, n. 8, p. 1713, 2021. DOI: <https://doi.org/10.3390/foods10081713>
- CRUZ, B. C. C., DOS SANTOS, C. L., AZEVEDO, J. A. G., SILVA, D. A. Avaliação e composição centesimal e as características físico-químicas da carne de ovinos. *Pubvet*, v. 10, p. 111-189, 2015. DOI: <https://doi.org/10.22256/pubvet.v10n2.147-162>

Chiodi, G., de Freitas Saccol, A. G., Evangelho, L., de Camargo Debortoli, E., Lemes, J. S. Perfil do consumidor de carne ovina do município de Palmeira das Missões, RS. Pesquisas agrárias e ambientais Volume XII, 2022, p. DOI: <https://doi.org/10.46420/9786581460556cap9>

DEDONATI, I. B., DA COSTA, C. P. Análise do mercado de ovinos na região centro oeste paranaense. Revista JRG de Estudos Acadêmicos, v. 7, n. 14, p. e141216-e141216, 2024. DOI: <https://doi.org/10.55892/jrq.v7i14.1216>

EMBRAPA. Carne ovina na mesa do brasileiro. Revista Embrapa Pecuária Sul, número 10, 2018. Disponível em:< <https://www.infoteca.cnptia.embrapa.br/infoteca/handle/doc/1114345>> Acesso em: 16 out. 2024.

ROSA, C. F., VALLEJOS, N. M., LACERDA, T. F. R., GONZÁLEZ, A. R. M., QUIRINO, C. R. Identificação do perfil do consumidor da carne ovina na região sudeste por meio de questionário online. SINERGIA-Revista do Instituto de Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis, v. 25, n. 2, p. 21-32, 2021. DOI: <https://doi.org/10.17648/2236-7608-v25n2-12089>

NERES, C. P., DE PINHO, E. B., BRITO, E. C. D. S., DOS SANTOS, J. S., BARROS, K. G., GONÇALVES, R. D. S., ROSANOVA, C. Agronegócio da carne ovina e caprina no brasil, uma revisão sobre produção, perspectivas e desafios. Revista Multidisciplinar do Nordeste Mineiro, v. 11, n. 1, 2024.

NUNGESSER, F., WINTER, M. Meat and social change: Sociological perspectives on the consumption and production of animals. Österreichische Zeitschrift für Soziologie, v. 46, n. 2, p. 109-124, 2021. DOI: <https://doi.org/10.1007/s11614-021-00453-0>