

## CARNE OVINA: ABORDAGEM DAS PROPRIEDADES E DOS CORTES COMERCIALIZADOS

1

Marília de Souza Rodrigues<sup>1</sup>, Samantha Rabelo Escobar<sup>2</sup>, Eduarda Hans<sup>3</sup>, Laura Lis de Souza Castelhana<sup>4</sup>, Larissa Cordeiro Chaves<sup>5</sup>, Adriana Lucke Stigger<sup>6</sup>

- 1, \* – Dr., Centro Universitário da Região da Campanha-URCAMP, mariliasouzar@outlook.com  
2 - Graduanda de Medicina Veterinária., Centro Universitário da Região da Campanha-URCAMP  
3 - Graduanda de Medicina Veterinária., Centro Universitário da Região da Campanha-URCAMP  
4 - Graduanda de Medicina Veterinária., Centro Universitário da Região da Campanha-URCAMP  
5 - Graduanda de Medicina Veterinária., Centro Universitário da Região da Campanha-URCAMP  
6 - Dr., Centro Universitário da Região da Campanha-URCAMP

**Resumo:** O consumo de carne ovina tem crescido consideravelmente nos últimos anos, tem deixado de ser uma atividade de sobrevivência familiar e passa a ser explorada a nível comercial mundial. Porém, o consumo de carne ovina não passa de 0,7 per capita ano, atualmente. Esse fato deve-se principalmente pela falta de divulgação de sua diversificação no preparo, propriedades nutricionais e aceitação do consumidor. Além disso, outro fator determinante é o fornecimento de carcaças de qualidade e cortes diferenciados ao consumidor. A carne ovina é considerada exótica devido à suas peculiaridades como sabor, cheiro, textura e maciez diferenciada, em razão disso, há muitas pessoas que não são adeptas ao consumo de carne ovina. Tal fato é reflexo da falta de divulgação e, conseqüentemente, conhecimento das pessoas sobre a carne ovina. O presente projeto tem como objetivo a divulgação de cortes de carne ovina e seus benefícios, referido à da Casa do Produtor do Durasnal e a sua importância de consumo na cidade de Alegrete - RS. Bem como, aumentar as vendas dessa. Para isso, serão confeccionados e expostos na Casa do Produtor do Durasnal materiais impressos informativos acerca do tema e sua relevância de consumo. Conjuntamente a um material físico que possuirá o intuito de atrair mais pessoas a chegarem ao local. Serão utilizadas bibliografias sobre os benefícios dessa demanda. Fazendo com que a população reconheça porquê deve-se ingerir com mais frequência a carne ovina.

Palavras-chave: Cortes de carne; Ovinos; Proteína animal.

### INTRODUÇÃO

O consumo brasileiro de carne ovina está entre 0,6 – 0,7 kg per capita ano, esse índice é considerado baixo ao comparar-se com o consumo de outras proteínas de origem animal. (FAO, 2007). A carne de frango é consumida 45,27 kg per capita ano, e a carne bovina 26,4 kg per capita ano, por exemplo. (ABPA, 2020; MANO, 2021).

O mercado interno e externo de carne ovina está em constante crescimento. (ALMEIDA *et al.*, 2004). Os fatores mais relevantes para a expansão e consolidação da carne ovina no mercado brasileiro são: a qualidade da carcaça,

a padronização das carcaças em função do tamanho, percentual de músculos, a cobertura de gordura subcutânea e teor de gordura. (BUENO *et al.*, 2000).

Para Purchas (1990), as raças com potencial para aumentar a lucratividade são aquelas com maior peso à maturidade e propensão genética à produção de carne magra, como a raça Texel. Outras raças com potencial para corte são: Hampshire Down e Poll Dorset. (BUENO; CUNHA; SANTOS & RODA *et al.* 2007). Este projeto teve como principal objetivo a divulgação dos principais cortes ovinos e seus benefícios para os clientes da Casa do Produtor do Durasnal de Alegrete-RS.

2

## METODOLOGIA

O presente trabalho foi realizado através de pesquisas bibliográficas relacionadas ao assunto. Conjuntamente a uma pesquisa quantitativa através de um questionário direcionado para cidadãos do município de Alegrete-RS, este ficou disponível por 7 dias e possuiu como objetivo verificar a aceitação e consumo da carne ovina no local. Como método para aumento de divulgação foi confeccionado cartazes em português e espanhol por ser próximo a fronteira Brasil e Argentina. Estes foram expostos em locais com maior fluxo de pessoas. Um totem e *folders* evidenciando os cortes fornecidos pelo local, os *folders* continham também uma receita sugerindo uso inovador da proteína animal. O totem foi entregue à demanda com intuito de ser exibido em frente ao local, fazendo com que chame atenção das pessoas que passam pela rodovia. E os *folders* foram entregues à Casa do Produtor do Durasnal de Alegrete, para serem distribuídos aos clientes. Nos produtos foram utilizadas as cores vermelho e amarelo, devido a psicologia das cores. Segundo Patel (2020), a psicologia das Cores é um estudo que aponta a maneira como nosso cérebro se comporta diante de informações captadas visualmente. A cor vermelha remete ao apetite e a cor amarela significa otimismo e energia. (CLEMENTE, 2020). Todos possuíam como objetivo expor os cortes de carne ovina fornecidos, explicitar os

benefícios dessa e com isso, aumentar o fluxo de vendas na Casa Do Produtor Durasnal de Alegrete-RS.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os dados da pesquisa de campo explicitaram que a maior parte da população não é habituada ao consumo de carne ovina, e não possui abrangente conhecimento sobre um tipo de proteína animal que é amplamente produzida na região devido por exemplo, ao fator positivo de manejo e produção de forragem de baixo custo em majoritária parte do ano. (TONETTO *et al.*, 2004).

A partir dos dados coletados na pesquisa quantitativa visualizou-se como principais causas do baixo consumo da carne: popularidade da carne bovina (78,2%), consumo de outras carnes na residência (55%) e preço elevado (33,2%).

Como afirmam os dados, o consumo de carne bovina per capita ano é de 26,4 kg. (MANO, 2021). O consumo de outros tipos de carne é mais recorrente devido a tradição dessas dentro das residências, como foi possível notar através da pesquisa quantitativa. Ou até mesmo preço mais baixo, como ocorre na carne de frango, por exemplo; apesar da alta procura ter agregado no aumento do preço dessa, ainda é a mais acessível, e consumida por conta do respectivo fator. (GLOBO RURAL, 2021). E como última casuística para o baixo consumo de carne ovina encontra-se o preço elevado. Esse ocorre na maioria dos cortes preferidos de diferentes carnes, com isso, o brasileiro optou por outras proteínas, como por exemplo o ovo. (MANO, 2021).

A partir dos dados supracitados foi tomado como principal foco a divulgação deste tipo de carne, seus cortes e propriedades positivas, bem como, divulgando sua disponibilidade na Casa do Produtor do Durasnal de Alegrete-RS, com ênfase em aumentar o consumo.



Figura 1. Cartaz em Espanhol e Inglês.



Figura 2. Totem Ovino.

## CONCLUSÃO

A partir da realização do projeto, conclui-se que, apesar da criação de ovinos ser elevada na região, é notório que a comunidade não possui o hábito de consumir carne ovina com a mesma frequência que consome outros tipos de carnes. Tendo como base os resultados obtidos no questionário, percebe-se que parcela das pessoas não conhece as importantes peculiaridades de sabor e textura além dos diversos benefícios da carne ovina. Sendo assim, o presente projeto teve grande relevância para a divulgação da carne de ovelha, expondo suas qualidades, cortes e benefícios, com ênfase na carne de cordeiro. Foi possível obter um resultado satisfatório evidenciando a comercialização da referida carne na Casa do Produtor do Durasnal de Alegrete-RS.

5

## REFERÊNCIAS

ABPA. **Estatística do setor**. Gráfico dos setores, 2020. Disponível em: <<https://abpa-br.org/mercados/>>. Acesso em: 21 de julho de 2021.

ALMEIDA, Jr G.A; COSTA, C; MONTEIRO, A.L.G. et al. Desempenho, características de carcaça e resultado econômico de cordeiros criados em creep feeding com silagem de grãos úmidos de milho. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v.33, n.4, p.1048-1059, 2004.

**Aumento na procura faz preço da carne de frango subir em junho no Brasil**. Globo Rural, 2021. Disponível em: <<https://revistagloborural.globo.com/Noticias/Criacao/Aves/noticia/2021/06/aumento-na-procura-faz-preco-da-carne-de-frango-subir-em-junho-no-brasil.html#:~:text=A%20maior%20demanda%20no%20mercado,%24%206%2C91%20por%20quilo.>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

BUENO, M.S; CUNHA, E.A; SANTOS, L.E dos. et al. Características de carcaça de cordeiros Suffolk abatidos em diferentes idades. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v.29. 2000.

BUENO, M. S.; CUNHA, E. A.; SANTOS, L. E. dos. et al. **Principais raças ovinas para corte**. 2007. Artigo em Hypertexto. Disponível em: <[http://www.infobibos.com/Artigos/2007\\_2/ovinos/Index.htm](http://www.infobibos.com/Artigos/2007_2/ovinos/Index.htm)>. Acesso em: 10 de maio de 2021.

CLEMENTE, M. **Entenda o que é a psicologia das cores e descubra o significado de cada cor.** Rockcontent. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores/#:~:text=A%20Psicologia%20das%20Cores%20%C3%A9%20um%20estudo%20que%20busca%20compreender,de%20desejos%20e%20muito%20mais.>>. Acesso em: 05 de julho de 2021.



FAO. **Organização das Nações Unidas para a Agricultura e Alimentação.** Estatísticas FAO, 2007. Disponível em: <[www.fao.org](http://www.fao.org)>. Acesso em: 06 de julho de 2021.

MANO, A. **Consumo de carne no Brasil cai ao menor nível com disparada de preços.** CNN Brasil. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/business/2021/05/21/consumo-de-carne-no-brasil-cai-ao-menor-nivel-em-25-anos-com-disparada-de-precos>>. Acesso em: 27 de julho de 2021.

PATEL, N. **Psicologia das Cores: Guia com Estudo e Significado das Cores no Marketing e no Dia a Dia.** NEILPATEL, 2020. Disponível em: <<https://neilpatel.com/br/blog/psicologia-das-cores-como-usar-cores-para-aumentar-sua-taxa-de-conversao/>>. Acesso em: 05 de julho de 2021.

PURCHAS, R.W. An assessment of the role of pH differences in determining the relative tenderness of meat from bulls and steers. **Meat Science**, v.27, p.129-140, 1990.

TONETTO, C.J. et al. Ganho de peso e características da carcaça de cordeiros terminados em pastagem natural suplementada, pastagem cultivada de azevém (*Lolium multiflorum* Lam.) e confinamento. **Revista Brasileira de Zootecnia**, v.33, 2004.