

BEM-ESTAR ANIMAL: UMA QUESTÃO FUNDAMENTAL NO ENSINO DA GRADUAÇÃO

JULIANA NUNES CASTRO¹, RAÍNE FONSECA DE MATTOS²; MARJANA MARTINS³; RENATA ESPÍNDOLA DE MORAES⁴ JOANA PIAGETTI NOSCHANG⁵; CLEDERSON IDENIO SCHMITT⁶

¹*Universidade Federal de Pelotas – jullianancastro@hotmail.com*

²*Universidade Federal de Pelotas – rainemattos@gmail.com*

³*Universidade Federal de Pelotas - marjanam@hotmail.com*

⁴*Universidade Federal de Pelotas – fernandadmkrug@gmail.com*

⁵*Universidade Federal de Pelotas – schmittproducoes@gmail.com*

⁶*Universidade Federal de Pelotas – schmittproducoes@gmail.com*

1. INTRODUÇÃO

O termo bem-estar envolve não somente humanos, envolvendo os animais também, sendo um tema bem-estar animal é recente e envolve questões éticas, técnicas, entre outras, que visam garantir uma melhoria na qualidade de vida dos animais. No entanto, precisamos compreender o conceito de bem-estar animal (BEA) que é a tentativa do animal se adaptar ao seu ambiente (BROOM, 1986).

E a aplicabilidade do bem-estar animal normalmente está voltado a questões de produção animal, como bastante difundido o uso de bandeiras no manejo de bovinos (GRANDIN, 2002). E os resultados desse tipo de manejo são observados no produto final, no caso a carne de melhor qualidade, pois conforme Sañudo (2010), a obtenção de uma carne de qualidade, depende de toda a cadeia produtiva, a qual deve estar atrelada ao bem-estar animal.

Sendo que o produto final, a carne, sofre influências do bem-estar animal e isso pode afetar o comportamento do consumidor. E conhecer o comportamento do consumidor é o estudo de processos envolvidos quando um indivíduo, ou um grupo selecionado, compra, usa ou dispõe de produtos, serviços, ou experiências para satisfazer as necessidades e desejos (OLIVEIRA, 2012).

E atualmente existem propagandas em mídias televisivas, buscando mostrar que o processo de obtenção da carne segue rígidos controles sanitários e que respeitam o bem-estar animal. Recentemente, a marca Fribol lançou campanhas publicitárias com o ator Tonny Ramos, onde mostra que a carne da marca respeita o bem-estar animal, mostrando o uso de bandeiras para manejar os animais, com isso mostrando a qualidade da carne Fribol (SCHOLZ, 2014). Nesse contexto, em outros países como na Espanha os existe uma tendência dos consumidores buscarem o consumo de carne que respeitam o bem-estar animal.

Partindo desse princípio, buscou-se avaliar o perfil consumidor de carne de discentes dos cursos de graduação da universidade federal de Pelotas – RS. Pois o conhecimento do perfil consumidor pode ajudar no marketing da carne, baseados na orientação do consumidor (AGUIAR, 2006).

2. METODOLOGIA

Para avaliar o conhecimento dos discentes dos cursos de graduação da Universidade Federal de Pelotas, foi elaborado um questionário com questões fechadas, aptadas de Broom e Molento (2004). Sendo disponibilizado no mês de junho de 2016, pelo período de uma semana na forma online pelo link <http://goo.gl/forms/KeBJrhcei4nc9PD3> e divulgado em grupos ligado a

universidade em uma rede social. O questionário era composto por questões relacionadas ao bem-estar animal e questões relacionadas ao curso de graduação.

Em relação a questões de BEA, a questão “Você já ouviu falar em bem-estar animal?”, Já nas questões do curso, a questão “Qual o curso de graduação você está cursando” as opções de resposta era zootecnia, medicina veterinária, agronomia, biologia, biotecnologia, outros. Ainda, buscou-se avaliar se os discentes estariam dispostos á pagar mais caro por uma carne, que respeito a questão do bem-estar animal desde da fazenda até o abate.

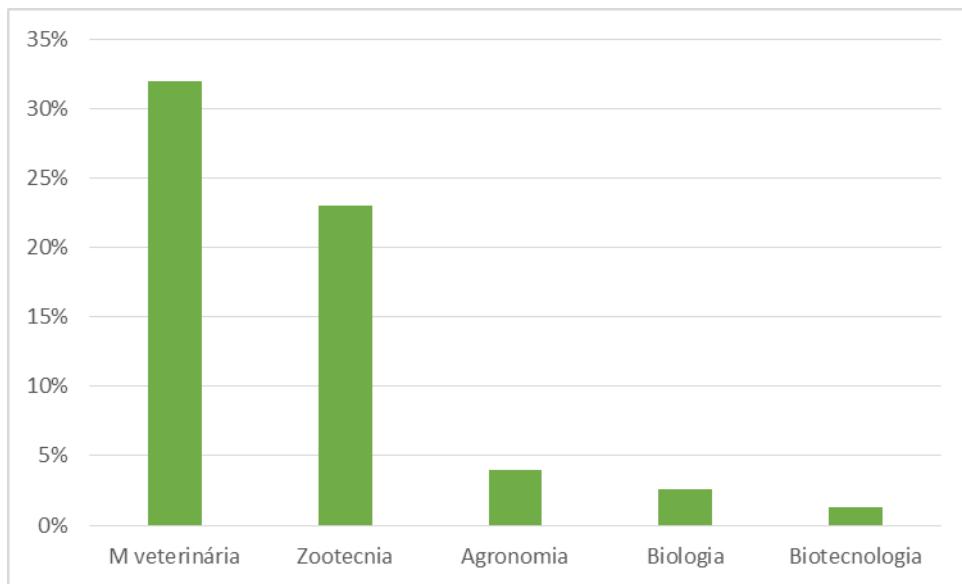
Os dados depois foram tabulados e analisados com auxílio de um programa de planilha eletrônica. Também buscou-se relacionar os resultados positivos obtidos na questão acima citada, com os cursos de graduação que os discentes estão lotados.

3. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Foram computados 98 respostas, sendo que 31,6% são de alunos do curso de medicina veterinária e 20,4% são alunos da zootecnia, 48% alunos de outros cursos de graduação da universidade. Nas questões: “Você já ouviu falar em bem-estar animal?”, “Você sabe o que significa bem-estar animal?” e “No seu curso tem alguma disciplina relacionada ao Comportamento e Bem-estar animal?”, observou que 100% dos alunos de ambos cursos estudados já ouviram falar em bem-estar animal, e sabem o que significa o bem-estar animal.

Na questão: “Você consumidor pagaria por um produto (carne) que apresentasse um selo de bem-estar animal (Que toda a etapa de produção desde da fazenda ao abate)?” Os resultados demonstram que 76,5% estão dispostos a pagar por um preço, quanto 23,5% não pagariam a mais pela carne que respeita o bem-estar animal. Ao relacionar esses resultados com os cursos de graduação, observou que dentro dos cursos relacionados nas opções disponível, o curso de medicina veterinária, são os que mais estariam dispostos a pagar pelo produto certificado com BEA (Figura 1). Demonstrando que eles estão preocupados com a questão do bem-estar animal, pois é uma ciência que veio para expressar preocupações éticas a respeito do tratamento dos animais (HORGAN, 2007). Além do que os resultados mostram a preocupação do consumidor com o produto final, já que o bem-estar pode melhorar os processos de produção, torná-los mais eficiente e aumentar a qualidade do produto final (WEBSTER, 2005).

Figura 1: Gráfico representando a porcentagens de alunos que estariam dispostos a pagar um preço diferenciado por um produto (carne) que apresentasse um selo de bem-estar animal.



Esse alto percentual de alunos dos cursos de veterinária e zootecnia, refletem o ensinamento que é passado, ou seja, que a grade curricular de ambos os cursos abordam a questão do bem-estar animal. Pois atualmente, no Brasil 63% e 72% dos cursos de medicina veterinária e zootecnia oferecem temas de BEA (MOLENTO, 2008). Isso mostra que eles são consumidores preocupados com o bem-estar animal, mostrando a tendência que já ocorre na Espanha.

Pois na Espanha, pesquisas apontam que os consumidores de carne estão mais preocupados com o bem-estar animal, e estão dispostos a pagarem um preço maior pelo produto (MIRANDA-de la LAMA et al.; 2013). Mesma tendência, ocorre nos Estados Unidos, onde ocorre uma intensificação da ideia dos alimentos ditos “éticos” vem sendo a nova vertente do mercado mundial de carnes (BARBOSA e SILVA, 2004). E com esses resultados, é possível trabalhar com marketing e ainda mostrar aos produtores que o bem-estar animal faz parte da preocupação mundial. Pois existe a crescente preocupação com a qualidade do alimento e com o bem-estar animal, vêm exercendo uma grande pressão em países como Estados Unidos e no bloco econômico da União Europeia (UE) (FILHO, 2004).

4. CONCLUSÕES

Foi possível observar que os cursos de medicina veterinária e zootecnia possuem um maior conhecimento sobre BEA com relação aos outros cursos. Com isso estão mais preocupados e preparados para lidar com estas questões de bem-estar animal.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGUIAR, L.K. Mudanças recentes no comportamento do consumidor no Reino Unido e seu impacto na cadeia de carne vermelha no Sul do Brasil. In: Jornada Técnica em Sistemas de Produção de Bovinos de Corte e Cadeia Produtiva: Tecnologia, Gestão e Mercado, 1., 2006, Porto Alegre. Anais... Porto Alegre: UFRGS – DZ – NESPRO, 2006. (CD-ROM).

BARBOSA FILHO, J. A. D; SILVA, I. J. O. Abate humanitário: o ponto fundamental do bem-estar. **Revista Nacional da Carne**, v.28, n.348, p. 37-44, jul. 2004. Disponível em: <http://www.dipemar.com.br/carne/328/materia_especial_carne.htm>. Acessado em: março. 2014.

FILHO, A. D. B.; SILVA, I. J. O. Abate humanitário: ponto fundamental do bem-estar animal. **Revista nacional da carne**, São Paulo, v. 328, p. 36-44, 2004.

GRANDIN, T. **Reccomended animal handling guidelines for meat packers**. 2002.

HORGAN R. Legislación de la UE sobre bienestar animal: situación actual y perspectivas, **Redvet**, v.3, p. 1-8. 2009.

MIRANDA-de la LAMA, G.C.; SEPULVEDA, S.W.; VILLARROEL, M.; MARIA, G.A. Attitudes of meat retailers to animal welfare in Spain. **Meat Science**, v. 95, p. 569-575, 2013.

OLIVEIRA, É. C. D. de; SILVA, M. A. L. da; XAVIER, P.; AZEVEDO, B. F. de. Perfil do Consumidor de Carne Bovina na Região Metropolitana de Parintins - AM. In: VII CONNEPI, Palmas – TO, 2012. **Anais....** Palmas: Instituto Federal do Tocantins, 2012.

SCHOLZ, C. Tony Ramos entra em frigorífico para mostrar a Friboi por dentro. **Estadão – Economia**, 2014. Acessado em Junho de 2016, Disponível em: <<http://economia.estadao.com.br/blogs/radar-da-propaganda/tony-ramos-entra-em-frigorifico-para-mostrar-a-friboi-por-dentro/>>.

WEBSTER J. The assessment and implementation of animal welfare: theory into practice. **Rev. Sci. Tech. Off. Int. Epiz.**, v. 24, ed. 2, p. 723-734, 2005.

BORGES, T.D.; SANS, E.C.O.; BRAGA, J.S.; MACHADO, M.F.; MOLENTO, C.F.M. Ensino de bem-estar e dor animal em cursos de medicina veterinária no Brasil. **Arq. Bras. Med. Vet. Zootec.**, v.65, n.1, p.29-36, 2013.

BRAGA, M.M.; PEIXOTO, M.C.L.; BOGUTCHI, T.F. Tendências da demanda pelo ensino superior: estudo de caso da UFMG. **Cad. Pesq.**, n.113, 2001.

BROOM, D.M. Indicators of poor welfare. **British Veterinary Journal**, London, v.142, p.524-526, 1986.

BROOM, D.M.; MOLENTO, C.F.M. Bem-estar Animal: conceito e questões relacionadas – Revisão. **Archives of Veterinary Science**, v.9, n.2, p.1-11, 2004.

CHAUI, M.A. Universidade pública sobre nova perspectiva. **Revista Brasileira de Educação**, Rio de Janeiro: Editora Autores Associados, n.24, p.5-15, 2003.

GRANDIN, T. **Reccomended animal handling guidelines for meat packers**. 2002.

LORD, L.K.; WALKER, J.B. An Approach to Teaching Animal Welfare Issues at the Ohio State University. **J. Vet. Med. Educat.**, v.36, p.276-279, 2009.

MOLENTO, C.F. Ensino de Bem-estar Animal nos cursos de Medicina Veterinária e Zootecnia. **Ciênc. vet. tróp.**, Recife-PE, v.11, suplemento 1, p.6-12, 2008.

MOLENTO, C.F.; BOND, G.B. Aspectos éticos e técnicos da produção de bovinos. **Ciênc. vet. tróp.**, Recife-PE, v. 11, suplemento 1, p. 36-42, 2008