



O consumo de carne ovina

Luís Gustavo Ferreira Alves^{*1}, Bruna Paula Alves da Silva², Alberto Carlos Minerres Júnior¹, Ana Cristina Nunes da Veiga Jardim¹, Raiany Soares de Paula³, Fabrício Laurenço Leão Brito¹

^{*1}Discente do Curso de Zootecnia da UEG - Universidade Estadual de Goiás, São Luís de Montes Belos, Goiás, Brasil; ²Docente da Universidade Estadual de Goiás, São Luís de Montes Belos, Goiás, Brasil; ³Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Rural Sustentável da UEG, São Luís de Montes Belos, Goiás, Brasil

*luisgustavoalves17@outlook.com

O consumo da carne ovina no Brasil é estimado em 700 g a 1,0 kg por pessoa ao ano. O país ainda não consegue suprir a demanda do mercado interno, necessitando importar de outros países. O objetivo deste trabalho foi discorrer sobre o cenário de consumo e produção da carne ovina e suas principais dificuldades. Por questões culturais, o consumo da carne ovina ainda é baixo, porém nos últimos anos a demanda tem aumentado principalmente nos grandes centros e alguns mitos acerca de seu sabor têm sido desfeitos, uma vez que muitas pessoas tinham certa rejeição, pois consumiram carne de animais mais velhos ou machos púberes acreditando se tratar de cordeiros, o que demonstra a falta de padronização dos produtos, identificação e diferenciação da carne de cordeiros e carneiros. Os cordeiros são animais jovens (até 6 meses), sendo fêmeas ou machos castrados ou não. Já os carneiros, são animais adultos (com a queda das pinças da primeira dentição, sendo castrados ou não). A carência de assistência técnica especializada, baixo investimento em genética e no número de animais criados, a falta de frigoríficos e o abate clandestino, faz com que não haja produção suficiente de carne para atender a demanda da população, deste modo influencia no aumento das importações dos países como Chile, Uruguai e Nova Zelândia. O país necessita de apoio de políticas públicas e dos órgãos oficiais de fiscalização, influenciando no aumento da criação de animais, assistência técnica especializada, marketing relacionado ao consumo da carne e demais produtos, assim como o modo de preparo e identificação do tipo de produto na embalagem, pois assim o consumidor saberá as características da carne que está consumido, não gerando rejeição dos produtos e aumentando a valorização da cadeia produtiva. Através de mais investimentos na Ovinocultura, o país tem grande possibilidade de se tornar potência em termos de produção de carne ovina, haja vista que possui grande extensão territorial e clima favoráveis à criação, permitindo suprir a demanda interna e permear a busca pelo mercado externo.

Palavras-chave: cordeiro, importação, mercado.