



UNIDESC

Centro Universitário de Desenvolvimento do Centro-Oeste



Curso de Medicina Veterinária Artigo Original

PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES DO DISTRITO FEDERAL DIANTE DOS PRODUTOS DE ORIGEM ANIMAL: LINGUIÇA DE FRANGO X EMBUTIDO DE FRANGO

THE CONSUMER PERCEPTION IN THE FEDERAL DISTRICT REGARDING ANIMAL PRODUCTS: CHICKEN SAUSAGE X PROCESSED CHICKEN.

Daniele Meireles Oliveira¹, Luís Carlos Mariano Dutra¹

Simone C. P. Gonçalves²

RESUMO

Ao longo das últimas décadas, houve um notável aumento na comercialização e consumo de linguiças e embutidos no Brasil, impulsionado pela acessibilidade de preços e pela praticidade no preparo desses produtos cárneos. Como problema de pesquisa estabeleceu-se o seguinte: qual a percepção do consumidor do Distrito Federal acerca das informações de rotulagem. Assim, o presente trabalho teve por objetivo expor a diferença de “embutido de frango” e “linguiça de frango”, bem como constatar se o consumidor tem o hábito da leitura das informações sobre o produto. Para isso, realizou-se uma pesquisa por meio de um questionário virtual, com 14 questões, onde obtivemos respostas referentes a percepção do consumidor do Distrito Federal quanto à diferença dos produtos e sobre informações contidas em seus rótulos. Este trabalho é relevante à medida que estabelece através dos consumidores a importância da rotulagem e os aspectos observados, criando um alerta da necessidade de maior compreensão das informações sobre o produto. Os resultados revelaram um percentual significativo de respondentes, onde 66% desconheciam a diferença entre os dois produtos e, constatou-se que 71% não tem o costume de realizar a leitura dos rótulos antes de realizar a compra.

Palavras-Chave: Embutido. Linguiça de frango. Rótulo. Rotulagem.

ABSTRACT

Over the past decades, there has been a notable increase in the marketing and consumption of sausages and processed meats in Brazil, driven by price accessibility and the convenience in preparing these meat products. The research problem established is as follows: what is the perception of consumers in the Federal District regarding labeling information? Thus, this study aimed to highlight the difference between “chicken sausage” and “chicken processed meat” and determine whether consumers have the habit of reading product information. A virtual questionnaire with 14 questions was conducted to gather responses related to the perception of consumers in the Federal District regarding the difference between the products and the information on their labels. This work is relevant as it establishes, through consumers, the importance of labeling and the observed aspects, raising awareness of the need for better understanding of product information. The results revealed a significant percentage of respondents, with 66% unaware of the difference between the two products. It was found that 71% do not have the habit of reading labels before making a purchase.

Keywords: Built-in. Chicken sausage. Label. Labeling.

Alunos do curso de Medicina Veterinária: Luis Carlos Mariano Dutra, Daniele Meireles Oliveira.

E-mails: luis.dutra@sounidesc.com.br, daniele.oliveira@sounidesc.com.br

² E-mail: simone.goncalves@unidesc.edu.br

1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a comercialização e o consumo de linguiças e embutidos apresentou uma grande expansão, o que fez com que estes produtos cárneos ficassem entre os mais consumidos do Brasil, isso devido ao preço acessível e a facilidade do preparo (MELLO et al. 2004).

Diante do crescente consumo desses produtos, a Diretoria Colegiada da Agência Nacional de Vigilância Sanitária incluiu, por meio da resolução N°360 de 23 de dezembro de 2003 e do decreto 9.013 de 27 de março de 2017, a necessidade imperativa de rotulagem de alimentos. Nesse contexto, os produtos passam a ser obrigados a fornecer informações detalhadas sobre sua composição e características nutricionais. Essas informações não apenas garantem confiabilidade e segurança ao consumidor, possibilitando uma avaliação mais precisa dos produtos, mas também estabelecem uma eficaz via de comunicação entre fabricantes e consumidores, conforme discutido por Nascimento et al., 2013 (p. 2).

Compete aos fabricantes incluir nas etiquetas dos alimentos as informações necessárias conforme exigido pela legislação. No entanto, devido à falta de conhecimento sobre essas normativas, o cumprimento adequado torna-se inviável. Isso resulta na apresentação aos consumidores de elementos imprecisos ou inconsistentes, como discutido por Feitoza et al., (2020). Compreende que a falta de clareza nas informações pode levar a equívocos por parte do consumidor. É importante simplificar a linguagem e encontrar formas eficazes de comunicação para garantir uma compreensão adequada, conforme observado por Mello, (2022).

Conforme estabelecido pelo Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária de Produtos de Origem Animal (RIISPOA), decreto N° 9.013 de 29 de março de 2017, no artigo 297, linguiça é o produto cárneo obtido de carnes cominuídas das diferentes espécies animais, condimentados, com adição ou não de ingredientes, embutido em envoltório natural ou artificial e submetido a processo tecnológico específico. E, no artigo 288, entende-se por “embutidos”

os produtos cárneos elaborados com carne ou com órgãos comestíveis, curados ou não, condimentados, cozidos ou não, defumados e dessecados ou não, tendo como envoltório a tripa, a bexiga ou outra membrana animal. O decreto 52.504 de 28 de julho de 1970 estipula que, dependendo do tipo e peculiaridade, podem incluir tendões e cartilagens em sua composição.

Dada a notada expansão do mercado de linguiças e embutidos, este estudo visa realizar um levantamento de dados entre os consumidores do Distrito Federal. O objetivo é analisar se os consumidores conseguem distinguir entre “linguiça de frango” e “embutido de frango”. Além disso, o trabalho abordará uma pesquisa sobre as marcas mais mencionadas pelos consumidores, com propósito de avaliar se essas marcas fornecem detalhadamente, em seus rótulos, as informações e características exigidas por lei.

2 MATERIAIS E MÉTODOS

Na região do Distrito Federal, foram coletadas informações em 10 supermercados distintos, abrangendo marcas de linguiça de frango e embutidos de frango.

Adicionalmente, conduzimos uma pesquisa com os consumidores por meio de um formulário virtual composto por 14 perguntas, obtendo um total de 108 respostas. (Quadro 1).

Quadro 1 Número e descrição das perguntas.

1	Idade
2	Gênero
3	Nível de escolaridade
4	Com qual frequência você consome linguiça de frango ?
5	Qual tipo de linguiça de frango você consome ?
6	Qual marca de linguiça de frango você costuma comprar ?
7	Quais fatores influenciam sua escolha de linguiça de frango ?
8	Onde você costuma comprar linguiça de frango ?

9	Você costuma ler os rótulos dos produtos antes de comprar a linguiça de frango ?
10	Quais as informações são mais importantes para você em um rótulo de linguiça de frango ?
11	Você está ciente dos benefícios nutricionais da linguiça de frango em comparação com outras carnes ?
12	Você considera a linguiça de frango uma opção mais saudável do que outras linguiças ? (como a de porco)
13	Você sabe a diferença de linguiça de frango para embutido de frango ?
14	Você acha que essa diferença contribui para a perda econômica (se sente enganado ?)

Fonte: os autores (2023).

Aplicado o questionário, os dados foram compilados, analisados e apresentados em gráficos para melhor visualização, esclarecendo que foram escolhidas as perguntas com maior incidência nas respostas representadas por 11 gráficos.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 Elaboração da linguiça e do embutido em um estabelecimento visitado:

As carnes de frango utilizadas na composição tanto da linguiça quanto no embutido, e pele exclusivamente para o embutido, são recebidas devidamente embaladas e congeladas a uma temperatura de -12° ou mais fria, conforme indicado em rotulagem, onde serão armazenadas em câmara de congelamento.

Posteriormente, são retirados e encaminhados para a câmara de descongelamento técnico, onde a temperatura é mantida a -5° , por um período de 12 a 20 horas. Após esse período, na sala de massa com temperatura 16° ou mais frio, as carnes de frango seguem em direção ao moedor para efetuar a moagem (quando embutido de frango, é levado ao moedor a pele de frango e a carne de frango).

Ao terminar o processo de moer são acondicionadas em caixas brancas.

Coloca-se então a matéria prima na misturadeira juntamente com os mixes, água e segue em processo de misturar por 2 a 3 minutos para emulsão dos produtos.

A massa é retirada da misturadeira e colocada em carrinhos de inox ou caixas brancas, e levada para a câmara de descanso, por um período de 4 a 20 horas.

Após o descanso de massa começa a ser realizado o processo de embutimento em canhão de inox.

As linguiças são então empacotadas em embalagens plásticas próprias para alimentos (PPA). Após o empacotamento, seguem para câmara de resfriamento dentro de caixas plásticas sobre paletes até o momento da expedição, comercialização.

3.2 Levantamento das marcas e ingredientes nos estabelecimentos visitados

Foram visitados 10 estabelecimentos, sendo seis (6) hipermercados e quatro (4) supermercados, nos quais foram identificadas diferentes marcas de linguiça de frango e embutido de frango. No total foram encontradas oito (8) marcas distintas, nomeadas de A a I. para realizar uma análise detalhada, os dados descritos nos rótulos das diversas marcas foram tabulados e comparadas conforme estabelecido pela Instrução Normativa N° 4 de 31 de março de 2000, que trata dos ingredientes que compõem a linguiça. Verificou-se 100% de conformidade à legislação vigente, todas as marcas estavam de acordo e utilizando os ingredientes adequados em seus produtos.

Os ingredientes para produção de linguiça, conforme descritos na Instrução Normativa (IN) N° 4 de 31 de março de 2000, podem ser classificados como obrigatórios ou opcionais. Conforme descrito abaixo:

- Ingredientes classificados como obrigatórios: Carne das diferentes espécies de animais de açougue, e sal.
- Ingredientes classificados como opcionais: Gordura, água, proteína vegetal/animal, açúcares, plasma, aditivos intencionais, aromas, especiarias e

condimentos.

Conforme descrito na legislação, uma linguiça deve ser composta de ingredientes que estejam de acordo com o Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade da Linguiça. A adição de qualquer ingrediente que não esteja dentro dessas especificações não permite que o produto seja denominado linguiça, sendo classificado como embutido.

Compreende que os produtos embutidos têm ganhado destaque no mercado brasileiro devido à expansão significativa, alta competitividade, baixo custo e facilidade de preparo, o que contribui para seu consumo frequente por uma parcela considerável dos consumidores. (CORREIA,apud ARAÚJO, 201, p. 20).

De fácil manipulação as linguiças consistem em produtos onde podem ser produzidos tanto em pequenas, como grandes indústrias, assim, se destacam no mercado pela sua forte relação cultural e econômica. (CAVALCANTE apud BARBOSA et al., 2018).

3.3 Levantamento da pesquisa com consumidores sobre linguiça de frango e embutidos de frango

O questionário começou com perguntas destinadas a coletar dados demográficos dos consumidores, englobando aspectos como idade, gênero e nível de escolaridade. Na pergunta 1, foi observado que 62% dos participantes estão na faixa etária entre 32 e 50 anos. Além disso, 64,8% identificam-se como do gênero feminino, o que nos reafirma que as mulheres se orientam melhor que um homem em um supermercado. Ainda, 73,1% afirmaram possuírem ensino superior completo, levando a crer que as rotulagens contidas em alimentos não são de total clareza e facilidade para compreendê-las.

Prosseguindo, abordou-se questões relacionadas aos produtos “linguiça de frango” e “embutidos de frango”. Começando pela frequência com que os consumidores adquirem linguiças de frango, observa-se que 54% responderam que raramente consomem esse produto, mensalmente 29%, enquanto 11% afirmam consumi-lo semanalmente.

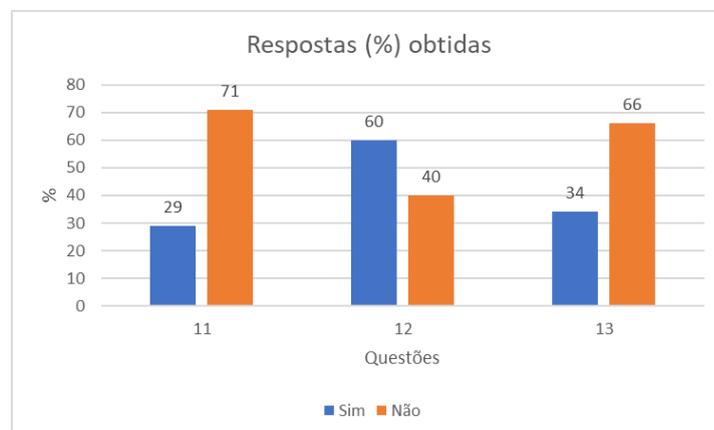
Em relação ao tipo de linguiça, os dados da pesquisa que indicam maiores relevância foram que 46% dos entrevistados manifestam preferência por linguiças frescas, 27% apimentada e 16% defumada.

Ao serem questionados sobre o local onde costumam adquirir esses produtos 78% dos participantes afirmaram que costumam comprá-los em supermercados, 12% em açougue e 3% em feiras.

Assim, os fatores que influenciam a escolha de linguiça de frango indicam que sabor foi identificado como um dos mais influentes por 53% dos entrevistados, seguido pelo preço, com 23%, e pela preferência por uma marca específica, com 19%.

A preferência entre os entrevistados destacou-se pelas marcas Seara e Copacol, ambas alcançaram 18% cada. Logo após, a marca Sadia foi mencionada por 16% dos entrevistados. Outros 16%, declararam não ter uma preferência específica por marca. E, 2% das pessoas indicaram que optam por marcas com valores mais acessíveis. Notadamente, os percentuais das preferências apontadas pelos consumidores foram muito próximos com relação a marca, evidenciando uma participação de mercado equilibrada. Ainda, curioso e somente 2% dos sujeitos da pesquisa consideraram o fator preço, caracterizando os consumidores, se somados em um percentual de 52% adquirem o que gostam, direcionando às marcas preferidas.

Nas questões 11, 12 e 13 realizadas durante o questionário, foram obtidas respostas do tipo “sim” ou “não”. (Figura 1).



Fonte: os autores (2023)

Figura 1. Respostas (%) obtidas para as questões 11 a 13. 11: Você está ciente dos

benefícios nutricionais da linguiça de frango em comparação com outras carnes ? 12: Você considera a linguiça de frango uma opção mais saudável do que outras linguiças ? (como a de porco) 13: Você sabe a diferença de linguiça de frango para embutido de frango ?

Consequente quando indagados sobre o conhecimento dos benefícios nutricionais da linguiça de frango em comparação com outras carnes, 71% dos respondentes afirmaram não estar cientes desses benefícios, enquanto apenas 29% afirmaram ter conhecimento.

É interessante observar que a carne suína se tornou a fonte de proteína mais consumida globalmente (SOUZA, et al., 2016). Apesar da maioria das pessoas (71%) não possuírem conhecimentos sobre os benefícios em comparação com outras carnes, é interessante observar que 60% dos consumidores que responderam o questionário consideram a linguiça de frango uma opção mais saudável que outras variedades, como a de porco em que foi citado na questão 12.

Considerando o exposto, destaca-se um cenário de limitado conhecimento entre os entrevistados acerca das diferenças entre “linguiça de frango” e “embutido de frango”. Observa-se que 66% dos participantes reconheceram não possuir informações claras sobre essa distinção, enquanto 34% afirmam conhecer as diferenças entre os dois produtos.

3.4 Conhecimento do consumidor sobre a rotulagem da linguiça de frango e embutido de frango

A rotulagem nutricional desempenha um papel fundamental na divulgação das informações sobre a composição nutricional dos alimentos (SOUZA, 2005). Nesse sentido, é crucial que os produtos estejam em conformidade com padrões dos Regulamentos Técnicos de Identidade e Qualidade (RTIQs) estabelecidos pela legislação vigente. (ALEXIA et al., 2014).

Assim, ao questionar sobre as informações mais importantes em um rótulo, constatou-se como de maior relevância que os ingredientes lideram com 58%, seguidos pela informação nutricional com 26%. (Tabela 1).

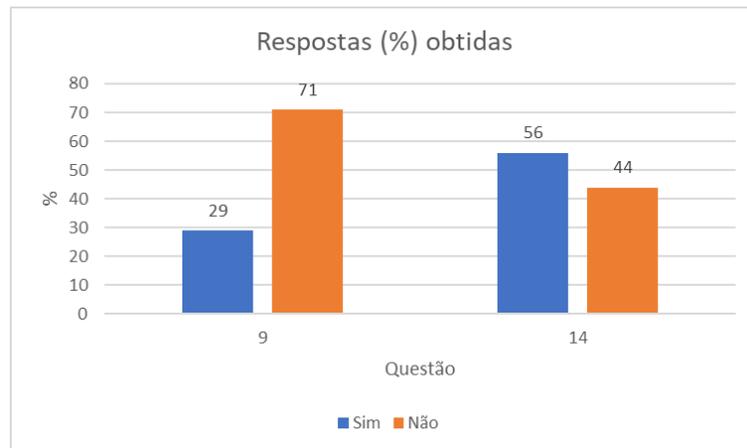
Tabela 1 - Quais as informações são mais importantes para você em um rótulo de linguiça de frango ?

Informações	%
Ingredientes	58%
Informações nutricionais	26%
Outros (peso, validade)	8%
Não leio	8%
Total = 100%	

Fonte: os autores (2023)

Em relação à leitura dos rótulos antes da compra, observou-se que 71% dos entrevistados não possuem o hábito de ler a rotulagem. Esses dados evidenciam a facilidade do descumprimento das legislações, aliada à comissão das indústrias por não fornecerem a veracidade do produto oferecido no mercado. (Figura 2).

É interessante notar que 33% dos entrevistados se sente no nível máximo de compreensão em relação às informações nos rótulos dos alimentos. (FERNANDES, 2010). Quando exposto no questionário sobre a perda econômica. Ou seja, se o consumidor se sente lesado no momento de adquirir o produto, verificou-se que 56% dos entrevistados manifestaram que foram enganados, destacando a necessidade de veracidade nos rótulos, esse número expressivo de pessoas que se sentem enganadas pode ser explicado pela dificuldade da não compreensão na leitura dos rótulos. (Figura 2).



Fonte: os autores (2023)

Figura 2. Respostas obtidas para as questões 9 e 14. 9: Você costuma ler os rótulos dos produtos antes de comprar a linguiça de frango ? 14: Você acha que essa diferença contribui para a perda econômica (se sente enganado) ?

As complicações citadas pelos consumidores para a falta de leitura dos rótulos incluem a falta de tempo, o tamanho das informações nutricionais, a dificuldade na compreensão dos termos e a incerteza quanto a precisão das informações presentes nos rótulos (CORDEIRO et al., 2010). Em questão à produtos que tem diferenças como a “linguiça de frango” e “embutido de frango” seria ideal nos rótulos conter juntamente com a denominação do produto o ingrediente na qual as diferencia (a pele), pois seria de melhor legibilidade e maior clareza quanto ao que contém. Podendo também os mesmos serem colocados em lugares distintos e deixando exposto que ambos são produtos com composições diferentes, facilitando o entendimento.

A FAO (Food and Agriculture Organization of the United Nations) declara que, com o aumento no comércio e a desconexão entre produtor e consumidor de alimentos, há uma demanda crescente por clareza e autenticidade nas especificações dos rótulos de alimentos. O rótulo, portanto, é considerado a forma mais importante e direta de transmitir informações ao consumidor. Mas, ao compreender a baixa leitura de rótulos como exposto no resultado em pesquisa de 71% não terem costume de ler os rótulos, é importante simplificar essas informações para torná-las mais acessíveis, podendo assim contribuir para uma comunicação mais precisa e segura ao consumidor.

4 CONCLUSÃO

De acordo com a legislação vigente e a revisão de literatura realizada, aliadas aos resultados obtidos no questionário, constatou-se que 66% dos respondentes não têm conhecimento da diferença entre “embutido de frango” e “linguiça de frango”, muitas vezes devido a falta de leitura ou a não compreensão adequada do rótulo. Desta forma, foi alcançando o objetivo proposto neste trabalho, bem como apresentando a percepção do consumidor do Distrito Federal acerca das informações de rotulagem, proposto pelo problema da pesquisa. 73,1% dos sujeitos a pesquisa, demonstraram na questão 3 referente a escolaridade, terem curso superior, o que leva a crer que as informações não tem a linguagem que proporcione fácil entendimento. Este cenário levanta a preocupação de que algumas pessoas adquiram o produto rotulado como “linguiça de frango” e, inadvertidamente, levem para casa um “embutido de frango” devido à presença de pele.

Portanto, torna-se crucial que os órgãos fiscalizadores intensifiquem sua vigilância, garantindo que as empresas cumpram os objetivos reais da rotulagem nutricional e, como os rótulos desempenham um papel de suma importância ao assegurar que os consumidores compreendam e adquiram o produto desejado, evitando equívocos na escolha do produto, e para que alcance objetivo a que se propõe de informar ao consumidor, que sejam adotadas linguagem mais popular de forma que alcance seu objetivo de comunicação, que é a compreensão do receptor.

5 AGRADECIMENTOS

Agradecemos primeiramente a Deus por todas as bênçãos recebidas, sabedoria e por ter-nos proporcionado chegar até aqui.

Aos nossos pais, que sempre nos amparou e apoiou para que conseguíssemos realizar nosso sonho, sem medir qualquer esforços, seremos eternamente gratos por tanto.

Às nossas irmãs que acompanhou toda nossa jornada, incentivando, apoiando e ajudando até o final.

À orientadora Simone Conceição Porto Gonçalves por toda ajuda, dedicação, orientação e conhecimentos transmitidos.

Ao nosso coordenador de curso, Bidiah Mariano da Costa Neves, que nos deu a idéia da nossa pesquisa e nos apoiou.

Agradecemos a todos os professores, que pudemos conhecer durante todo o período acadêmico, por todos os momentos de troca e aprendizado. Nossos sinceros agradecimentos a Kelly Fernandes Meireles, que com seus conhecimentos de língua inglesa, nos ajudou traduzindo nosso resumo para o inglês.

Por fim, agradecemos a todos nossos amigos, em especial a Juli Caroline de Jesus Teles na qual foi nosso apoio em todo o curso, e todos que de alguma forma nos incentivaram.

6 REFERÊNCIAS

CORDEIRO, Tânia et al. *Rotulagem nutricional, sua importância*. Repositório institucional da Universidade de João Pessoa. 2010. Disponível em: <109-121.pdf (ufp.pt)>.

FEITOZA, João, et al. *Avaliação da rotulagem dos alimentos comercializados no município de Apodi-RN*. Revista brasileira de gestão ambiental, 2020. Disponível em: <Vista do Avaliação da rotulagem dos alimentos comercializados no município de Apodi - RN (gvaa.com.br)>.

FRANÇA, Stephane. *Qualidade microbiológica de frango do tipo frescal, comercializadas no Distrito Federal*. UnB, Brasília-DF, p.9, 2018. Disponível em: https://bdm.unb.br/bitstream/10483/34571/1/2021_BrunalnakaBernardesGomes_tcc.pdf.

GONÇALVES Nicolas et al. *Rotulagem de alimentos e consumidor*. Nutrição Brasil, São Paulo, volume 14, número 4, 2015. Disponível em: <userojs,+artigo+1+Nutricao+Brasil+v14n4+Nicolas+Aguiar+Gonçalves.pdf>.

Governo do Estado de São Paulo Secretaria de Agricultura e Abastecimento Coordenadoria de Defesa Agropecuária. *Manual de rotulagem de produtos de origem animal*. 2019. Disponível em: [Manual_de_Rotulagem_de_POA_SISP_Julho_2020.pdf](#).

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. MAPA, Instrução Normativa, nº 4 de 31 de março de 2000, sobre a regulamentação e outras providências.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. MAPA, artigo 315, decreto nº 9.013, de 29 DE março de 2017, sobre a regulamentação e outras providências.

FERNANDES. Avaliação qualitativa do hábito de leitura e entendimento dos rótulos de alimentos no município de Inhumas-Go. IV Seminário de Iniciação Científica “Ciência, Tecnologia e Inovação”, 2010. Disponível em: https://www.researchgate.net/profile/Simone-Machado-3/publication/279657682_AVALIACAO_QUALITATIVA_DO_HABITO_DE_LEITURA_E_ENTENDIMENTO_DOS_ROTULOS_DE_ALIMENTOS_NO_MUNICIPIO_DE_INHUMAS_-_GO/links/56b08e8208ae9c1968b73bd4/AVALIACAO-QUALITATIVA-DO-HABITO-DE-LEITURA-E-ENTENDIMENTO-DOS-ROTULOS-DE-ALIMENTOS-NO-MUNICIPIO-DE-INHUMAS-GO.pdf

MELO, Lara. *Rotulagem frontal: influência sobre consumidores no momento da compra*. 2022. Disponível em: <NUTRIÇÃO - LARA FREITAS DE MELO.pdf (famamportal.com.br)>.

NASCIMENTO, Claudiene et al. *Conhecimento de consumidores idosos sobre rotulagem de alimentos*. Revista de epidemiologia e controle de infecção, volume 3, número 4, 2013. Disponível em:<Conhecimento-de-consumidores-idosos-sobre-rotulagem-de-alimentos-2.pdf(diretoriacientificaicfuc.org.br)>.

PISSOLATO, Bruna. *Avaliação do aproveitamento de peito de frango amadeirado em embutido cozido defumado*. Encantado, 2022. Disponível em:<_avaliaacao_do_aproveitamento_de_peito_de_frango_amadeirado.pdf (uergs.edu.br)>.