

UNIVERSIDADE FEDERAL DE PELOTAS
Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel
Programa de Pós-Graduação em Zootecnia



Dissertação

Percepção dos jovens frente ao consumo de produtos de origem animal

Sabrina Kömmling

Pelotas, 2024

Sabrina Kömmling

Percepção dos jovens frente ao consumo de produtos de origem animal

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Zootecnia da Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel da Universidade Federal de Pelotas, como requisito parcial à obtenção do título de Mestre em Zootecnia.

Orientadora: Prof^ª. Isabella Dias Barbosa Silveira

Pelotas, 2024

Universidade Federal de Pelotas / Sistema de Bibliotecas
Catalogação da Publicação

K75p Kömmling, Sabrina

Percepção dos jovens frente ao consumo de produtos de origem animal [recurso eletrônico] / Sabrina Kömmling ; Isabella Dias Barbosa Silveira, orientadora. — Pelotas, 2024.
38 f. : il.

Dissertação (Mestrado) — Programa de Pós-Graduação em Zootecnia, Faculdade de Agronomia Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas, 2024.

1. Bem-estar. 2. Carne bovina. 3. Produção. 4. Abate humanitário. I. Silveira, Isabella Dias Barbosa, orient. II. Título.

CDD 636.213

Sabrina Kömmling

Percepção dos jovens frente ao consumo de produtos de origem animal

Dissertação aprovada, como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em Zootecnia, Programa de Pós-Graduação em Zootecnia, Faculdade Eliseu Maciel, Universidade Federal de Pelotas.

Data da defesa: 21/02/2024

Banca examinadora:

Prof. Dr. Isabella Dias Barbosa Silveira (Orientador)
Doutor em Produção animal pela Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Jerri Teixeira Zanusso
Doutor em Ciências agrônomicas pela INP-ENSAT

Prof. Dr. Mabel Mascarenhas Wiegand
Doutor em Produção animal pela Universidade Federal de Pelotas

Prof. Dr. Otoniel Geter Lauz Ferreira
Doutor em Zootecnia pela Universidade Federal de Pelotas

Resumo

KÖMMLING, Sabrina. Percepção dos jovens frente ao consumo de produtos de origem animal 2024. Dissertação (Mestrado em Zootecnia) – Programa de Pós-Graduação em Zootecnia da Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2024.

O agronegócio brasileiro desempenha um papel crucial na produção de grãos, carnes e outros produtos, e sua importância é amplamente reconhecida em nível global. No entanto, essa relevância está sendo cada vez menos valorizada dentro do país e enfrenta críticas, especialmente por parte dos jovens, que frequentemente veem o setor de forma pejorativa. O presente estudo teve como objetivo entender melhor a percepção dos jovens em relação ao consumo de produtos de origem animal e seu conhecimento sobre o bem-estar dos animais de produção, além de investigar a influência das redes sociais nesses temas. Para isso, foram aplicados questionários com 32 perguntas através de uma plataforma online, e 96 jovens, com idades entre 15 e 19 anos, participaram da pesquisa. O Instagram foi identificado como a rede social mais utilizada pelos participantes, com a maioria deles passando de 3 a 4 horas diárias na plataforma. Observou-se que a maioria dos entrevistados era de origem urbana, e essa origem mostrou ter influência significativa na formação das opiniões dos jovens, com uma diferença estatisticamente significativa ($p=0,045$). Os jovens urbanos, em geral, acreditam mais frequentemente que a produção de bovinos tem um impacto negativo no meio ambiente. Além disso, a pesquisa revelou uma alta frequência de consumo de carne bovina entre os jovens que consomem produtos de origem animal. Também foi constatado que muitos jovens possuem informações limitadas sobre os sistemas de criação e as normas de bem-estar animal existentes. Contudo, a maioria considera o bem-estar animal extremamente importante na produção de alimentos, e 73% dos entrevistados expressaram interesse em aprender mais sobre sistemas de produção e abate humanitário.

Palavras-chave: bem-estar, carne bovina, produção, abate humanitário

Abstract

KÖMMLING, Sabrina. Young people's perception of the consumption of animal products 2024. Dissertation (Master's in Zootecnics) - Postgraduate Program in Zootecnics, Federal University of Pelotas, Pelotas, 2024.

Brazilian agribusiness plays a crucial role in the production of grains, meat, and other products, and its importance is widely recognized globally. However, this relevance is being less and less valued within the country and faces criticism, especially from young people, who often see the sector in a pejorative way. The present study aimed to better understand the perception of young people in relation to the consumption of animal products and their knowledge about the welfare of farm animals, in addition to investigating the influence of social networks on these topics. For this, questionnaires with 32 questions were applied through an online platform, and 96 young people, aged between 15 and 19 years, participated in the research. Instagram was identified as the most used social network by participants, with most of them spending 3 to 4 hours a day on the platform. It was observed that most of the interviewees were of urban origin, and this origin proved to have a significant influence on the formation of young people's opinions, with a statistically significant difference ($p=0.045$). Urban youth, in general, more often believe that cattle production has a negative impact on the environment. In addition, the survey revealed a high frequency of beef consumption among young people who consume animal products. It was also found that many young people have limited information about existing breeding systems and animal welfare standards. However, the majority consider animal welfare to be extremely important in food production, and 73% of respondents expressed interest in learning more about humane production and slaughter systems.

Keywords: welfare, beef, production, humane slaughter

Lista de Figuras:

Figura 1. Tempo de uso das redes sociais por dia	20
Figura 2. Tempo destinado ao uso das redes sociais pelos jovens relacionado com a escola em que estudam.....	21
Figura 3. Tempo de uso das redes sociais pelos respondentes relacionado com a autoavaliação de consideram influenciável.....	22
Figura 4. Frequência de consumo de carne bovina.....	23
Figura 5. Grau de importância econômica do agronegócio no Brasil através da percepção dos jovens.....	25
Figura 6: Relação entre opinião dos entrevistados sobre a influência negativa da criação de bovinos no meio ambiente.....	26
Figura 7. Grau de importância do bem-estar animal na produção sob a visão dos entrevistados.....	28

Lista de Tabelas:

Tabela 1. Descrição do perfil do público entrevistados.....	19
Tabela 2. Resposta dos entrevistados quando questionados sobre o uso das redes sociais e consumo de produtos de origem animal.....	21
Tabela 3. Percepção dos jovens sobre a influência do agronegócio no meio ambiente.....	24
Tabela 4. Preocupação e conhecimento dos jovens em relação a produção animal.....	27

Sumário

1. Introdução.....	9
2. Revisão bibliográfica.....	10
2.1. Agronegócio para o desenvolvimento do país	10
2.2. Consumo de alimentos no Brasil	11
2.3. Perfil dos consumidores de carne bovina	12
2.4. Aumento do número de vegetarianos e veganos.....	12
2.5. Preocupação dos consumidores de produtos de origem animal frente ao bem-estar animal	14
2.6. Emissão de carbono pela produção bovina	15
2.7. Uso das redes sociais no cotidiano da população	16
2.8. Impacto da mídia na vida dos jovens	17
3. Materiais e métodos	18
4. Resultados e discussão	19
5. Conclusão.....	31
6. Referências.....	32

1. Introdução

Desde o início do desenvolvimento da civilização a fonte de alimentação dos humanos de seu através de coletas de frutas e alimentos ofertados pela natureza, bem como a caças de animais, com o passar do tempo começou-se a dominar as técnicas de agricultura, e criação, domesticando animais tanto para consumo, quanto para proteção (KOPRUSZYNSKI e MARIN, 2012).

Atualmente a população brasileira está em crescimento, contando atualmente com mais de 200 milhões de pessoas. Com base nisso, busca-se uma maior produção de alimentos para suprir as necessidades percebidas (IBGE,2022). Além da quantidade de alimentos necessária, procura-se por alimentos seguros, nesse aspecto aborda-se um setor importante da economia brasileira, o agronegócio, o qual preocupa-se com uma maior produção em uma menor escala de área possível, visando a otimização de tempo e infraestruturas, além da maior produção, além disso, conseqüentemente, com o passar do tempo, visa-se por sustentabilidade (MACHADO, 2024).

Segundo Bueno (2023) as exportações agrícolas desempenham um papel importantíssimo para a economia brasileira, seja no campo ou nas plantações, desde a soja até a carne, o Brasil é reconhecido internacionalmente pelos seus produtos, e vem se destacando com bons índices de crescimento.

Sabendo da importância do agronegócio para a economia do país e para a alimentação da população, busca-se com essa pesquisa compreender como está a visão dos jovens frente ao consumo de produtos de origem animal, com o objetivo em estudos futuros de desmistificar a produção agropecuária vista às vezes como negativa, e mostrar a sua importância para as novas gerações.

2. Revisão bibliográfica

2.1. Agronegócio para o desenvolvimento do país

O termo agronegócio refere-se às mais diversas atividades envolvidas na produção agrícola e pecuária, desde a fabricação e distribuição de insumos agrícolas, fármacos, máquinas, operações internas das propriedades rurais, ao armazenamento e beneficiamento dos produtos gerados, transformando em alimentos para a população, vestimentas e biocombustíveis, dentre outras indústrias, também deve-se citar o setor de distribuição dos produtos, ainda de grande valia comentar o setor responsável pela comercialização interna e externa da produção primária (Davis e Goldberg, 1957; Luz e Fochezatto, 2023).

O agronegócio está presente no dia a dia da população, pois segundo dados do IBGE através da Pesquisa de Orçamento Familiares (2020), o alimento com maior frequência de consumo pela população é o café, seguido pelo arroz e feijão, estes alimentos, são alimentos produzidos pelo Brasil, tanto para o mercado interno quanto para o mercado externo.

No ano de 2023 um dos produtos mais exportado pelo Brasil foi a soja, arrecadado para o país até junho, 37,3 bilhões de dólares, o Brasil é o segundo maior produtor de soja do mundo, outros produtos como açúcares e melaços, carne bovina, farelo de soja, carne de aves, milho e celulose, também são produtos oriundos do agronegócio que estão entre os dez produtos mais exportados pelo país (Bueno, 2023).

De acordo com dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED), o agronegócio tem sido por uma constante geração de empregos, quando observados os dados do setor de agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura, de janeiro a dezembro de 2021 foi responsável por gerar mais de 140,0 mil novos empregos, e de janeiro a dezembro do ano de 2022, mais de 65 mil novos empregos.

De acordo com Jacintho (2022) mesmo com a produção rural enfrentando diversos desafios, é um setor que vem mostrando excelentes resultados em relação a geração de empregos, outra avaliação importante de se fazer é, mesmo os homens ainda sendo maioria no campo, nota-se que mulheres vem ganhando espaço nesse setor, além disso, os jovens estão buscando seus espaços nos trabalhos rurais.

O aumento da mão de obra no agronegócio pode estar relacionado com o sucesso da atividade nos últimos anos, principalmente em relação à exportação, também ao fato do setor durante a pandemia foi considerado como essencial, sendo assim, não suspendeu as atividades (Jacintho, 2022).

Dentre vários setores que o país se encontra na produção de alimentos, a produção bovina é um grande potencial gerador de renda para o Brasil. Segundo dados da ABIEC no ano de 2023 a exportação de carne bovina movimentou mais de 10 bilhões de dólares, através de mais de 2 milhões de toneladas vendidas para o mercado externo.

2.2. Consumo de alimentos no Brasil

Através do Guia Alimentar para a População Brasileira (2014), a alimentação vai além da ingestão de nutrientes apenas, os quais são essenciais para uma boa saúde, está também relacionada com os alimentos que contêm e fornecem os nutrientes, bem como são combinados e preparados, sabendo da vasta diferença cultural e social das práticas alimentares presentes no país.

Segundo dados da Pesquisa de Orçamento Familiares (2020), existe uma alteração no consumo de alimentos de acordo com a faixa etária da população, jovens possuem um maior consumo de alimentos com baixa qualidade nutricional e alimentos processados, como por exemplo macarrão instantâneo, biscoito recheado, entre outros. Além disso, alimentos como frutas, verduras e legumes foram menos relatados pelos adolescentes quando comparados com adultos e idosos.

Novamente citando a Pesquisa de Orçamento Familiares (2020) os alimentos com maiores médias de consumo diário per capita foram, respectivamente, café, feijão, arroz, sucos e refrigerantes. Quando avaliado por grandes regiões, a região centro-oeste, registrou maior consumo de arroz, feijão, carne bovina e leite integral, já as regiões Sul e Sudeste, destacou-se o consumo de frutas e verduras, já a região Nordeste, concentrou maior consumo em milho e produtos derivados de milho e feijão verde/corda, enquanto no Norte as maiores médias de consumo foram de açaí, farinha de mandioca, peixe fresco e preparações à base de leite (POF, 2020).

A região Sul ainda apresentou com alto consumo per capita de massas, macarrão e preparação a base de macarrão, o que pode ser explicado pela

influência da imigração italiana que aconteceu na região e costumes que se preservam até os dias atuais (POF, 2020; SANTOS e ZANINI, 2008).

A carne é uma das maiores fontes de proteína e um dos alimentos mais consumidos pelos seres humanos, entretanto, a população está cada dia mais preocupada com a qualidade e origem dos produtos que consomem (Hocquette et al., 2012).

2.3. Perfil dos consumidores de carne bovina

De acordo com Moreira (2017), alguns fatores favorecem a exigência do consumidor, por exemplo, grau de escolaridade, poder aquisitivo dos consumidores, a preocupação com a saúde e a maior visibilidade das exigências éticas e sanitárias dos mercados externos. Porém, muitos possuem a preocupação da procedência do produto que consome que está diretamente relacionada com a saúde da população, mas ainda não tem conhecimento sobre o bem-estar animal.

Segundo Magalhaes et al. (2023), realizar uma pesquisa de consumo de carne bovina no Brasil, Espanha e Turquia, constatou que entre os consumidores brasileiros, 72,6% dos entrevistados consomem a proteína duas vezes por semana, porém, 64,6% dos respondentes brasileiros alegaram ter reduzido as compras de carne bovina devido o aumento de preço dos últimos anos.

Além disso, pode-se observar através de alguns estudos que os hábitos alimentares locais indicam o predomínio da compra de carne bovina *in natura* no estado do Rio Grande do Sul (BARCELOS, 2002), visto que a população gaúcha tem uma ligação muito forte com a pecuária de corte, e conseqüentemente ao churrasco, que é um prato típico do estado.

2.4. Aumento do número de vegetarianos e veganos

O vegetarianismo e o veganismo têm crescido no Brasil, segundo a Sociedade Vegetariana Brasileira (SVB). A entidade celebrou, no dia 1º de abril de 2018, o Dia Mundial do Veganismo, no Brasil, a população autodeclarada vegetariana passou de 8%, em 2012, para 14%, em 2018 (Ibope Inteligência, 2018). Enquanto o vegetarianismo é uma opção de uma dieta sem carnes, o veganismo é considerado um estilo de vida, no qual o vegano não consome nada em que o processo de produção tenha na sua origem o animal. Apesar de

diferentes, em geral, esses dois conceitos são percebidos como intimamente relacionados.

No entanto, percebe-se que o aumento dessa percepção de vida é algo mundial, pois o vegetarianismo e o veganismo se tornaram populares, e mais do que nunca, é fácil encontrar essas opções em cardápios de restaurantes e estabelecimentos variados (SCOTT-REID, 2019). Exemplificando essa realidade, nos Estados Unidos tem aumentado o número de restaurantes especializados nessa culinária: de 55, em 1993, para cerca de 971 em 2018 (METICULOUS MARKET RESEARCH, 2021). No Canadá, uma pesquisa da Dalhousie University revelou que 45% dos canadenses concordam com uma possível substituição da carne em suas dietas (SCOTT-REID, 2019). Na Alemanha, dados do Statista apontam um crescente número de restaurantes veganos: de 137, em 2015, para 242 em 2020. Nessa mesma época, a proporção de alemães autodeclarados vegetarianos aumentou de 7,6% para 9,3%, e a de veganos, 1,2% para 1,6% (SIMONS et al., 2021).

Ademais, cabe ressaltar que esses estilos de vida podem trazer algumas consequências porque a carne é uma das maiores fontes de proteína, a carne bovina é um alimento de alto valor biológico, imprescindível na composição de uma dieta balanceada, por ser fonte rica em proteínas de alta qualidade, vitaminas do complexo B, minerais como Ferro, Fósforo e Zinco, ácidos graxos como Ômega 3 e Ômega 6 entre outros nutrientes, devendo ser parte integrante das dietas que se propõem ricas e saudáveis (LUCHIARI FILHO, 2000). Sendo que, todos os nutrientes contidos na carne bovina são de primordial importância na alimentação, destacando-se o Ferro, o qual se encontra na forma heme, de mais fácil absorção pelo organismo humano (VALLE, 2000).

Assim, é perceptível que indivíduos que adotarem essa dieta podem estarem expostos a algumas desvantagens, como: perdas do leite como fonte de cálcio na alimentação, de fontes de vitaminas do complexo B e de fontes de proteínas de alta qualidade, também, pode-se ter a restrição da alimentação e diminuição do consumo de ferro de alta qualidade (SAUDERS et al, 2012).

2.5. Preocupação dos consumidores de produtos de origem animal frente ao bem-estar animal

Essa preocupação com a qualidade e origem dos produtos que consomem se acentuou quando houve o surto de Encefalopatia Espongiforme Bovina ou “doença da vaca louca” no ano de 1993, sendo de grande importância que qualquer esforço em relação ao bem-estar animal seja acompanhado por uma rotulagem clara porque somente se os consumidores entenderem os termos usados nos rótulos das carnes eles poderão tomar decisões baseadas nas informações correspondentes a seus níveis de valores em relação ao bem-estar animal (TAWSE, 2010).

Desde os anos 1990, a literatura indicou a importância do bem-estar animal entre as preferências dos consumidores de produtos de origem animal (VERBEKE E VIANE, 1999). Estabeleceu Blokhuis et. al (2003) que o bem-estar animal é reconhecido como um importante componente de garantia de qualidade para os consumidores de produtos primários de origem animal. De acordo Prache (2007), algo que influenciou nesse desencadeamento de preocupação foi o aumento do poder aquisitivo da população, fazendo com que o consumidor brasileiro fique mais exigente, preocupando-se com a procedência dos produtos (principalmente de origem animal) que consome, pois, este consumo está diretamente relacionado a saúde e impacto ao meio ambiente.

Os países importadores de proteína animal estão exigindo melhores condições de produção, transporte e abate, com o intuito de promover o bem-estar animal (ZANELLA, 2007), nesse sentido, o assunto de bem-estar animal têm ganhado força nos últimos anos, fazendo com que os consumidores brasileiros passassem a ter maior contato com a temática, exigindo maiores informações a respeito dos produtos de origem animal.

Segundo Moraes (2020), ao pesquisar consumidores de ovinos em relação ao bem-estar animal concluiu que, a preocupação do bem-estar animal é mais frequente aos produtores e indivíduos de origem rural que possuem um maior conhecimento sobre tal temática, quando comparado com consumidores e de origem urbana. Além disso, o estudo observou que tanto produtores quanto consumidores fariam aquisição de carne ovina com selo de certificação de bem-estar animal, bem como estariam dispostos a pagar mais pela garantia de que

os animais foram criados sob cuidados adequados, porém ocorre uma variação na proporção a ser paga quando analisada as distintas classes sociais.

2.6. Emissão de carbono pela produção bovina

A emissão de carbono pela produção bovina refere-se à liberação de gases de efeito estufa (GEE), os principais gases emitidos pela pecuária bovina são o metano entérico (CH_4) emitido pela eructação dos animais ruminantes e o óxido nitroso (N_2O), que é emitido pela decomposição do esterco. A principal fonte de emissão de metano na produção bovina está relacionada à digestão dos ruminantes, como vacas e bois devido eles possuírem um sistema digestivo especializado, que ocorre a fermentação dos alimentos no estômago, resultando na produção de gás metano durante o processo de digestão (MALAFAIA, 2020).

O metano (CH_4) é um gás de efeito estufa altamente potente, demonstrando uma força de 25 a 28 vezes superior ao do dióxido de carbono (CO_2), este no qual é identificado como o principal agente propulsor das mudanças climáticas na Terra. Entretanto, a dinâmica de influência do metano no aquecimento global diferencia-se substancialmente (MITLOEHNER, 2020). Em consonância com as considerações dos professores da UC Davis, Dr. Frank Mitloehner e Dr. Ermias Kebreab, e Michael Boccadoro, Diretor Executivo da Dairy Cares, conforme exposto em um estudo, o metano configura-se como um poluente climático de curta durabilidade. Sua permanência na atmosfera é limitada a aproximadamente 12 anos antes de ser decomposto, essa característica implica que, os bovinos emitindo o metano de forma constante por mais de 12 anos, cada molécula recém-emissora substituiu uma anterior, já submetida à decomposição, ou seja, não ocorre acúmulo de metano na atmosfera.

A pecuária bovina brasileira é uma atividade econômica de grande importância, porém suas atividades agropecuárias geram emissões de GEE, sendo assim se objetivou buscar práticas sustentáveis. Em 2010 visto os problemas ambientais, o sistema integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF), e outras tecnologias inovadoras, manifestaram-se como estratégias promissoras para contribuição significativamente na mitigação das emissões de GEE provenientes do setor agropecuário (GOUVELLO, 2010).

Estudos de Leite et al., 2010 esclareceu que o sistema ILPF se caracteriza principalmente pela grande capacidade de neutralizar as emissões GEE, mas também o gás metano originado pelos bovinos. Recentemente em estudos de Farias (2023) constatou-se que o balanço líquido de carbono equivalente ao longo de quatro anos foi negativo nos sistemas de Integração Lavoura-Pecuária-Floresta (ILPF), indicando assim um sequestro efetivo GEE superior às emissões dos animais ruminantes. Esses resultados sugerem avanços promissores em práticas sustentáveis, também a importância crescente de considerar abordagens abrangentes na gestão agropecuária para enfrentar os desafios das mudanças climáticas.

Destaca-se também que o sistema atende a necessidade de bem-estar animal ao proporcionar proteção contra estresse térmico, promove a biodiversidade em sistemas produtivos e incrementa o uso eficiente da terra com agregação de valor e renda para as áreas de pastagens (LEITE et al., 2010).

2.7. Uso das redes sociais no cotidiano da população

O analista de dados Thiago Acioli (2016), afirmou que é incontestável que as redes sociais desempenham um papel ubíquo no cotidiano da maioria das pessoas. Atualmente, é quase impossível observar alguém pelo caminho, com o celular em mãos, conectando-se às redes sociais. Este comportamento tornou-se uma espécie de vício coletivo, uma prática quase universal. Os dados apresentados por Kemp (2023), foram muito significativos em relação à mídia no cotidiano brasileiro. Em janeiro de 2023 havia aproximadamente 52,4 milhões de usuários de mídias sociais, este número indica uma presença significativa da população online nas diversas plataformas digitais (KEMP, 2023).

De acordo com Oliveira (2021), os avanços tecnológicos impulsionaram inovações no agronegócio, sendo as redes sociais fundamentais para essa transformação. Também ressalta a importância que o marketing digital proporcionou, trazendo proximidade entre empresas e o público rural, com ferramentas inovadoras. Além disso, contribuiu para o posicionamento de marcas, oferecendo transparência e monitoramento do mercado em tempo real. Essa integração fortaleceu a comunicação, promoveu produtos de forma eficaz e permitiu uma adaptação ágil às demandas do setor agrícola.

É relevante ressaltar que a utilização excessiva de redes sociais pode afetar as comodidades das interações virtuais podendo resultar em relacionamentos superficiais, onde apenas aspectos aceitáveis são revelados, e até mesmo expressões que não seriam corajosamente comunicadas pessoalmente. A exposição frequente às redes sociais também é associada a impactos adversos na saúde mental, contribuindo para o desenvolvimento de ansiedade social (PINHEIRO 2023).

2.8. Impacto da mídia na vida dos jovens

Em uma recente pesquisa realizada por Lacave et al. (2022) em Madri, com jovens entre 15 e 18 anos, mostrou que o acesso a internet é praticamente o mesmo entre meninas e meninos, sendo que 82,4% dos meninos e 79,1% das meninas estudados utilizam a internet todos os dias, sendo que as meninas apresentaram maior probabilidade de usar a internet para comunicação interpessoal ou autoexpressão, as meninas também tendem a usar mais as redes sociais e videochamadas, ou seja, as meninas compartilham mais seu próprio conteúdo.

Segundo Rosa et. al. (2020) ao entrevistar 50 jovens, entre 18 e 26 anos de idade, para 94% dos entrevistados o facebook é a rede social mais utilizada, seguido do instagram, em relação ao tempo destinado a utilização das redes sociais, 70% afirmou utilizar esses aplicativos por mais de duas horas diárias, ao citar pontos positivos em relação a estar conectados, foi destacado a obtenção de informação, já em relação a pontos negativos foi mencionado agressividade e intolerância.

Para alguns jovens, não utilizar as redes sociais é algo reconhecido como uma forma de isolamento social, assim, uma pessoa que opta por esta escolha é vista pelos demais como desinformada, ou seja, observamos uma certa pressão entre os jovens para utilizar as redes sociais (Rosa et. al., 2020).

Porém, esse uso das mídias, segundo Neto e Campos (2010), deve ser cuidadosamente avaliado, pois juntamente com os benefícios da internet, pode vir a influência negativa das redes sociais na vida dos pré-adolescentes e adolescentes, onde através das imagens vistas na mídia, idealizam padrões de beleza, onde isso pode atingir diretamente a autoestima desses jovens.

3. Materiais e métodos

A coleta de dados foi realizada no município de Pelotas, estado do Rio Grande do Sul, a escolha do local de pesquisa se deu pela representatividade populacional do município, sendo o 4º município mais populoso do estado (IBGE, 2022). A pesquisa foi realizada nos meses de novembro e dezembro de 2023.

O presente trabalho entrevistou 128 pessoas, através de um questionário previamente formulado, composto por 32 perguntas, realizado na plataforma google forms, de forma online, dentre esse número 96 pessoas estavam entre as idades de 15 a 19 anos, 4 entrevistados com 14 anos ou menos e 28 respondentes com 20 anos ou mais.

Para a realização desta pesquisa foram considerados apenas os entrevistados com idades entre 15 e 19 anos, pois o intuito da pesquisa era justamente avaliar a percepção dos jovens frente ao consumo de produtos de origem animal, juntamente com o conhecimento sobre bem-estar animal.

Para a melhor avaliação dos dados foi utilizado as tabelas no pacote office excel, e a análise estatística foi realizada utilizando o ambiente R (The R Project for Statistical Computing para Windows©) e o aplicativo BioEstat 5.3. A associação entre as variáveis foi analisada pelos testes Exato de Fisher e Qui-quadrado, conforme melhor aplicação. O nível de significância utilizado foi de 0,05 ($p < 0,05$).

4. Resultados e discussão

A tabela 1 demonstra o perfil da amostra, onde houve uma maior predominância de entrevistados originários da zona urbana (77%), dentre total de jovens questionados (62,5%) do sexo feminino, em relação a idade não houve uma discrepância de resultados, porém existiu uma predominância (27,1%) de respondentes de 18 anos, dos entrevistados (77%) estuda em escola pública, sendo a rede social Instagram (60,4%) a mais utilizada entre os pesquisados.

Tabela 1. Descrição do perfil do público entrevistados.

Característica	Variável	Frequência (n=96)	Percentual
Origem	Urbana	74	77
	Rural	22	23
Gênero	Feminino	60	62,5
	Masculino	32	33,3
	Pessoa não binária	4	4,2
Idade	15 anos	21	21,9
	16 anos	19	19,8
	17 anos	21	21,9
	18 anos	26	27,1
	19 anos	9	9,3
Escola	Pública	74	77
	Privada	22	23
Rede social mais utilizada	Instagram	58	60,4
	X	5	5,2
	TikTok	8	8,4
	WhatsApp	22	23
	Facebook	1	1
	Outro	2	2,0

Fonte: Sabrina Kömmling

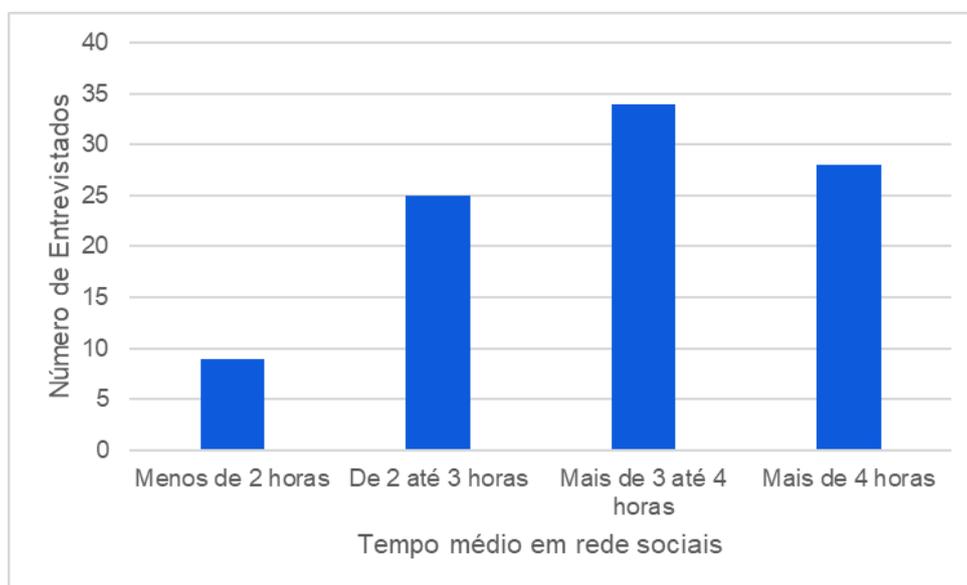
Pacete (2023) em sua escrita na Forbes, através de uma pesquisa realizada pela Comscore, relata que Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo, sendo as redes Youtube, Facebook e Instagram as mais utilizadas.

De acordo com a pesquisa realizada por Vieira et al. (2022), ao avaliar 513 estudantes, com idades de 14 a 20 anos, colocaram que aqueles que relataram usar as redes sociais excessivamente foram mais propensos a não seguir uma dieta saudável (36,9%), a usar tabaco (9,4%), a consumir álcool (56,8%), a usar drogas (14,2%), a ter risco elevado de suicídio (23,9%), a estar insatisfeitos com o corpo (51,1%) e a ter maior risco de

depressão/ansiedade/estresse (27,9%) em comparação com os que informaram não usar as redes sociais excessivamente.

Grossi et. al. (2014) relatou que já nesse período 49,35% dos universitários entrevistados utilizavam as redes sociais diariamente, logo em seguida, 20,47% dos questionados afirmavam estar constantemente conectados as redes sociais. Com isso acredita-se que a frequência do uso das redes sociais tenha aumentado no cotidiano dos jovens, assim como é demonstrado na figura 1, quando os entrevistados foram questionados ao tempo de uso das redes sociais, majoritariamente afirmaram utilizar por mais de 3 até 4 horas por dia, seguido pelos que usam as redes sociais por mais de 4 horas.

Figura 1. Tempo de uso das redes sociais por dia

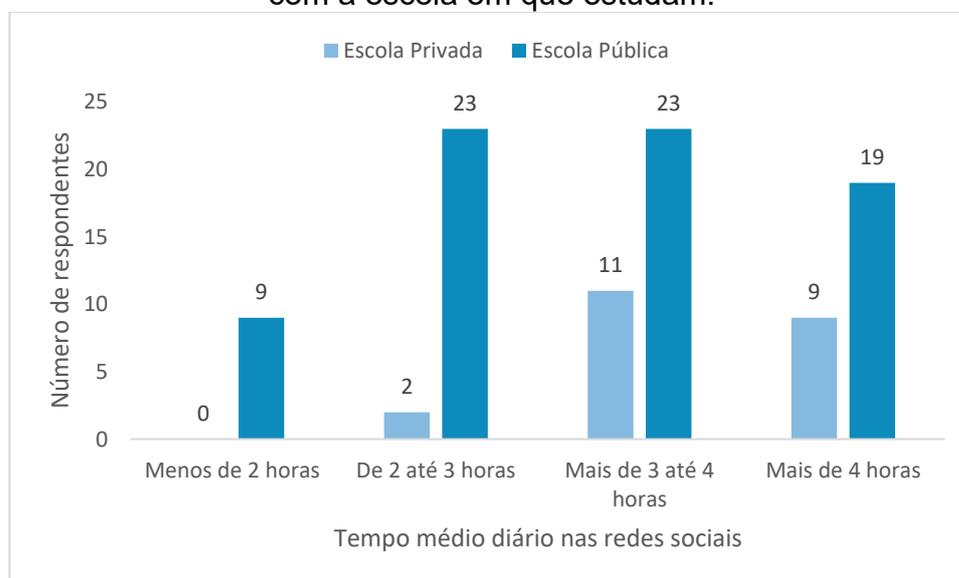


Fonte: Sabrina Kömmling

Conforme Tumeleiro (2018) ao entrevistar estudantes do ensino médio sobre o uso da internet, obteve como uma das informações coletadas, que os principais motivos de utilização da internet foram: 84,5%, a navegação em redes sociais; 77,6%, estudos; 48,8%, diversão; 43,3%, para atualização de informações diversas; 15,1%, para relacionamentos sociais. Assim corrobora com o presente estudo, onde no momento que os jovens foram questionados sobre o uso das redes sociais poderia ser um local de fonte de informação e foi obtido um resultado de 80,2% (tabela 2) dos entrevistados tiveram uma posição positiva.

Observa-se na figura 2, a relação entre a modalidade de escolas em que os jovens estudam e o tempo de utilização das redes sociais.

Figura 2. Tempo destinado ao uso das redes sociais pelos jovens relacionado com a escola em que estudam.



Fonte: Sabrina Kömmling

Para esta variável foi encontrado um valor de $p=0,029$, sendo assim o tipo de escola frequentada teve influência no tempo de utilização, nota-se pela proporção de entrevistados que os alunos de escola privada utilizam as redes sociais por mais tempo ao longo do dia.

Bem como Rosado et al. (2014), em um estudo onde também citou a frequência de utilização da internet, mesmo os estudos possuindo um intervalo de 10 anos, já em 2014 notava-se uma utilização mais intensa dos estudantes da rede privada de escolas, onde as variáveis eram utilização por vezes na semana, e um maior porcentagem de alunos de colégio privado afirmou utilizar diariamente a internet.

Tabela 2. Resposta dos entrevistados quando questionados sobre o uso das redes sociais e consumo de produtos de origem animal.

Pergunta	Percentual	
	Sim	Não
Você acha que as redes sociais são uma boa fonte de informação?	80,2	19,8

Independente da rede social utilizada você segue influenciadores digitais?	86,5	13,5
Você se considera uma pessoa influenciável?	35,4	64,6
Você costuma consumir ou comprar produtos sugeridos pelos influenciadores que segue?	18,7	81,3
Você consome produtos de origem animal?	92,7	7,3
Você já deixou ou pensou em deixar de se alimentar de produtos de origem animal com base na opinião de influenciadores digitais?	20,8	79,2
Você consome carne bovina?	90,6	9,4

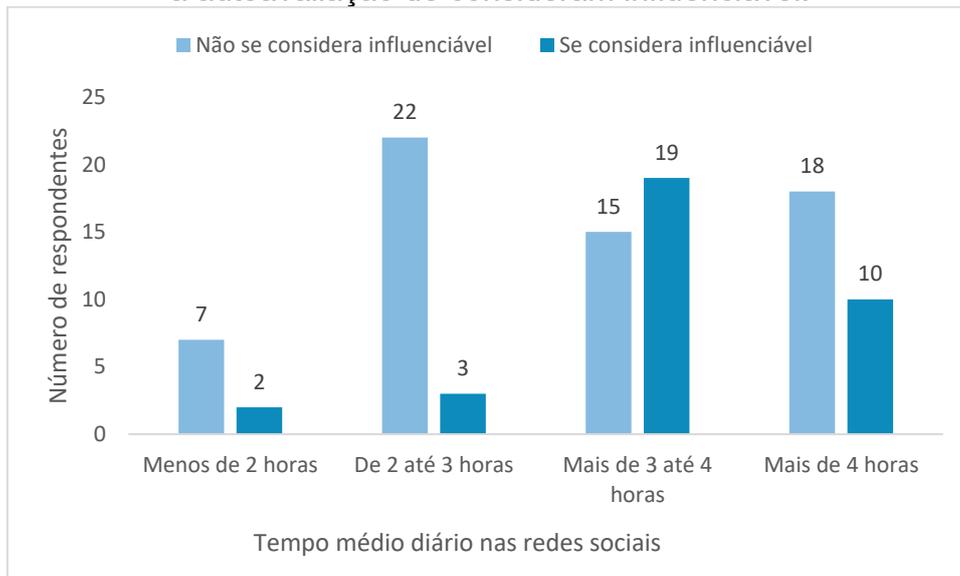
Fonte: Sabrina Kömmling

Ainda de acordo com os resultados apresentados na tabela 2, 86,5% dos usuários de redes sociais entrevistados seguem influenciadores digitais, porém 64,6% afirmam não serem pessoas influenciáveis, bem como 81,3% responderam não consumirem ou comprarem produtos sugeridos pelos influenciadores que segue.

Através desses resultados, compreende-se o resultado de o Instagram ser a rede social mais utilizada pelos entrevistados do presente, assim como mostra o estudo de Fermann et. Al. (2021) onde os respondentes alegaram utilizar o Instagram para acompanhar a vida de pessoas famosas.

Nota-se na figura 3 a relação entre o tempo de uso das redes sociais com o questionamento sobre percepção de se autoavaliar como uma pessoa influenciável, percebe-se que o número de respondentes que se consideram influenciáveis aumenta de acordo com um maior tempo de utilização das redes sociais, confirma-se isso com o valor de $p=0,004$.

Figura 3. Tempo de uso das redes sociais pelos respondentes relacionado com a autoavaliação de consideram influenciável.

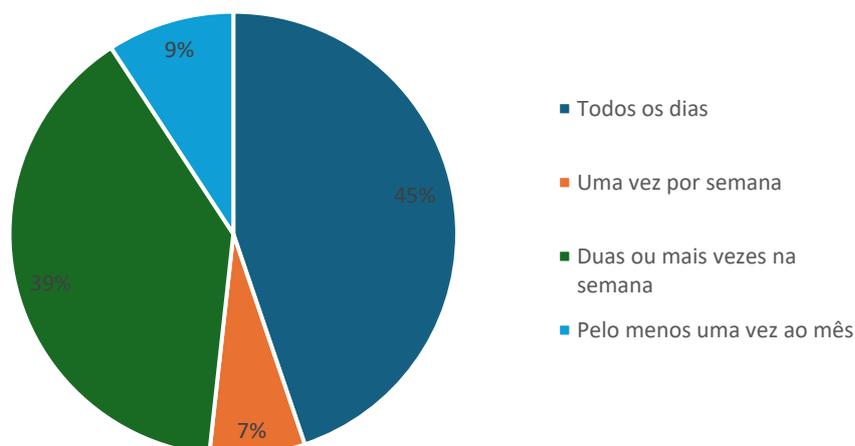


Fonte: Sabrina Kömmling

Quando questionados sobre o consumo de produtos de origem animal, 92,7% afirmaram serem consumidores destes alimentos, ao serem questionados de já tinham deixado ou pensado em deixar de consumir produtos de origem animais com base em opiniões de influenciadores digitais, a resposta em sua maioria (79,2%) foi negativa. Em relação ao consumo de carne, 90,6% dos jovens afirmaram serem consumidores de carne bovina.

Como é possível observar na figura 4, em maioria dos jovens que informaram serem consumidores de carne, informaram consumir carne todos os dias, em seguida vem os que informaram consumir carne duas ou mais vezes na semana.

Figura 4. Frequência de consumo de carne bovina.



Fonte: Sabrina Kömmling

Corroborando com o presente estudo, Dias et al. (2015) encontrou em sua pesquisa que a frequência do consumo de carne pelos entrevistados foi de, 45,92% tinham o hábito de consumir carne bovina todos os dias, 20,28% consumiam de 4 a 5 vezes na semana e 19,35% consumiam de 3 a 4 vezes na semana.

Diferente dos resultados encontrados por Fernandes et. al. (2022) aos estudar o consumo de carne no Rio Grande Sul, demonstrou nesse estudo que a maioria dos entrevistados consome o produto pelo menos uma vez a cada três dias (43,4%), seguido por 37,8% que consomem diariamente.

Ao fazer uma análise do consumo de carne bovina no período de 1970 a 2022, Neto (2023) ressalta que houve uma mudança expressiva do consumo per capita, o país que consumia em torno de 20kg/per capita/ano passou a consumir 30kg/per capita/ano de carne bovina.

Já dos 9,4 % que informaram não consumir carne, entre os motivos aparece com mais frequência, é a alternativa vegetariano/veganos, em seguida aparecem outros motivos, como, valor elevado, particularidades de saúde e não gostar, respectivamente.

No momento que os entrevistados que alegaram não consumirem carne por serem vegetarianos ou veganos foram questionados dos motivos de serem adeptos a esse modo de alimentação, se obteve as seguintes respostas com

mais frequência respectivamente, acredita que os animais sofram nos sistemas de produção e abate, acredita que os sistemas de produção são prejudiciais ao meio ambiente, acredita ser mais saudável ser vegetariano/vegano, e por último, não gostar de carne/produtos de origem animal.

Segundo Maestre et al. (2022) ao realizar uma pesquisa, onde os entrevistados eram universitários, apontou que um dos fatores determinantes para adotar o estilo de vida vegetariano foram questões ambientais, seguido das questões animais e por fim as saúde e bem-estar.

Em relação a questões ambientais (tabela 3), os jovens foram questionados se acreditavam que a produção de bovinos tinha influência negativa no meio ambiente, observa-se que 61,5% acreditam que sim, acreditam nessa influência, tem nota-se uma crença (53,1%) que o agronegócio é responsável pelo aquecimento global. Dos entrevistados, 66,7%, afirmam buscar informações em fontes confiáveis para esclarecer suas dúvidas sobre a produção e consumo de carne ou alimentos de origem animal.

Tabela 3. Percepção dos jovens sobre a influência do agronegócio no meio ambiente.

Pergunta	Percentual	
	Sim	Não
Você acredita que a produção de bovinos tem influência negativa no meio ambiente?	61,5	38,5
Você acredita que o agronegócio é responsável pelo aquecimento global?	53,1	46,9
Você busca informações em fontes confiáveis para esclarecer suas dúvidas sobre a produção e consumo de carne ou alimentos de origem animal?	66,7	33,3

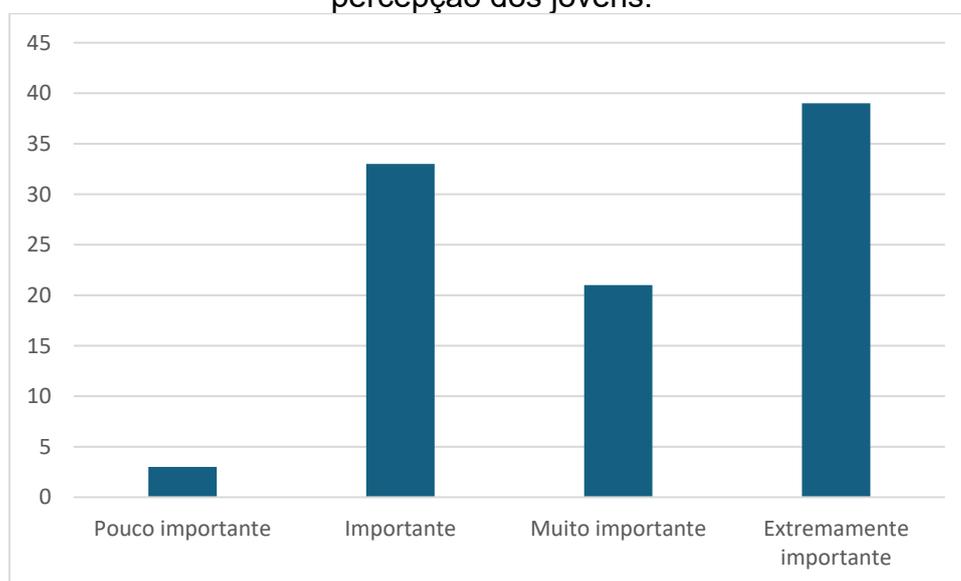
Fonte: Sabrina Kömmling

Sabe-se da notável importância do agronegócio para o desenvolvimento econômico do Brasil, tanto em relação as exportações, pois apenas em relação a exportação da carne bovina, a ABIEC aponta que no ano de 2023 a exportação de carne bovina movimentou mais de 10 bilhões de dólares, através de mais de 2 milhões de toneladas vendidas para o mercado externo, bem como a geração

de empregos, onde, o setor de agricultura, pecuária, produção florestal, pesca e aquicultura, de janeiro a dezembro de 2021 foi responsável por gerar mais de 140,0 mil novos empregos, e de janeiro a dezembro do ano de 2022, mais de 65 mil novos empregos (CAGED).

Com isso os jovens entrevistados foram questionados sobre a sua percepção quanto ao assunto, e observa-se na figura 5 que a maioria dos jovens julgam o agronegócio extremamente importante economicamente para o Brasil.

Figura 5. Grau de importância econômica do agronegócio no Brasil através da percepção dos jovens.



Fonte: Sabrina Kömmling

Quanto a preocupação e conhecimento dos jovens em relação a produção animal, nota-se na tabela 4, que 74% dos entrevistados se preocupam com o modo que os animais são criados e abatidos, porém 66,7% dos mesmos acreditam que teriam outras maneiras de produção de alimentos que substituíssem a forma atual.

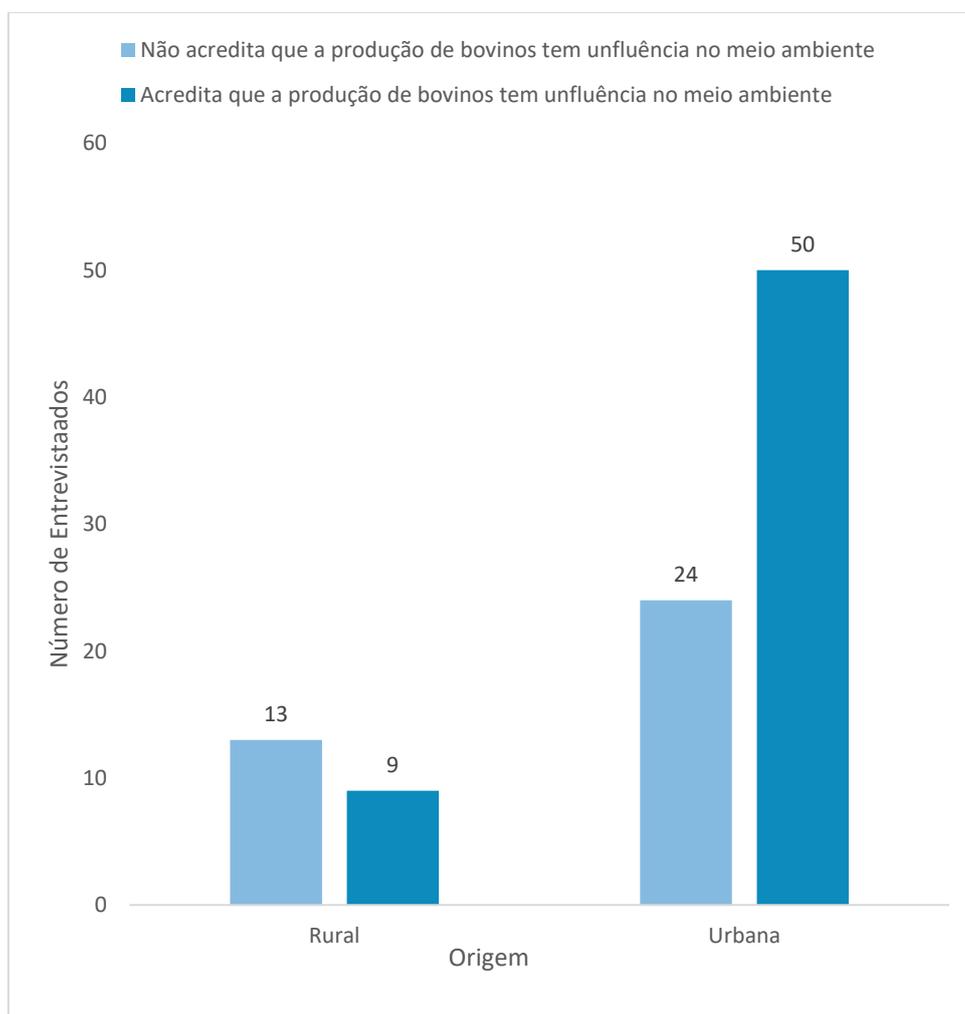
Existem propostas para o futuro para quem busca a substituição da carne, como por exemplo a carne de laboratório que é feita a partir das células dos animais, retiradas por biópsia. Colocadas em um biorreator e após o produto é terminado por meio de impressão 3D, e a carne de soja, conhecida também como proteína texturizada de soja (Kazmierczak et al., 2023).

Porém sabe-se que a informação sobre a carne cultivada ainda não está difundida entre a população, pois observa-se no estudo de Fernandes et al.

(2022) que 58,7% dos entrevistados nunca tinham ouvido falar em carne de cultura, sendo que 57% do total de indivíduos pertence à zona rural e 59% à zona urbana.

Observa-se na figura 6, a notável diferença em relação a influência da origem dos entrevistados na opinião sobre a influência negativa da criação de bovinos no meio ambiente.

Figura 6: Relação entre opinião dos entrevistados sobre a influência negativa da criação de bovinos no meio ambiente.



Fonte: Sabrina Kömmling

Com o resultado de $p=0,045$ fica claro que a origem dos entrevistados teve influência na formação de opinião dos jovens entrevistados, onde os respondentes em maior proporção de origem urbana acreditam nos malefícios da bovinocultura.

Tabela 4. Preocupação e conhecimento dos jovens em relação a produção animal.

Pergunta	Percentual	
	Sim	Não
Você se preocupa com o modo como os animais são criados e abatidos?	74	26
Você acredita que teriam outras maneiras de produção de alimentos que substituíssem a forma atual?	66,7	33,3
Você considera importante saber mais informações sobre o sistema de criação antes de consumir o produto?	77	23
Você se preocupa em saber a procedência dos alimentos que consome?	65,6	34,4
Você já ouviu falar em abate humanitário?	32,3	67,7
Você conhece o princípio das 5 liberdades que norteiam o bem-estar animal?	21,9	78,1
Você conhece os selos de bem-estar animal que certificam produtos de origem animal?	35,4	64,6
Você acredita que animais criados sob as normas de bem-estar originaram produtos de melhor qualidade?	88,5	11,5
Você se sentiria mais seguro (a) no consumo de carne se soubesse o modo como os animais são criados?	78,1	21,9
Você teria interesse em aprender mais sobre os sistemas de produção animal e sobre o abate humanitário?	73	27

Fonte: Sabrina Kömmling

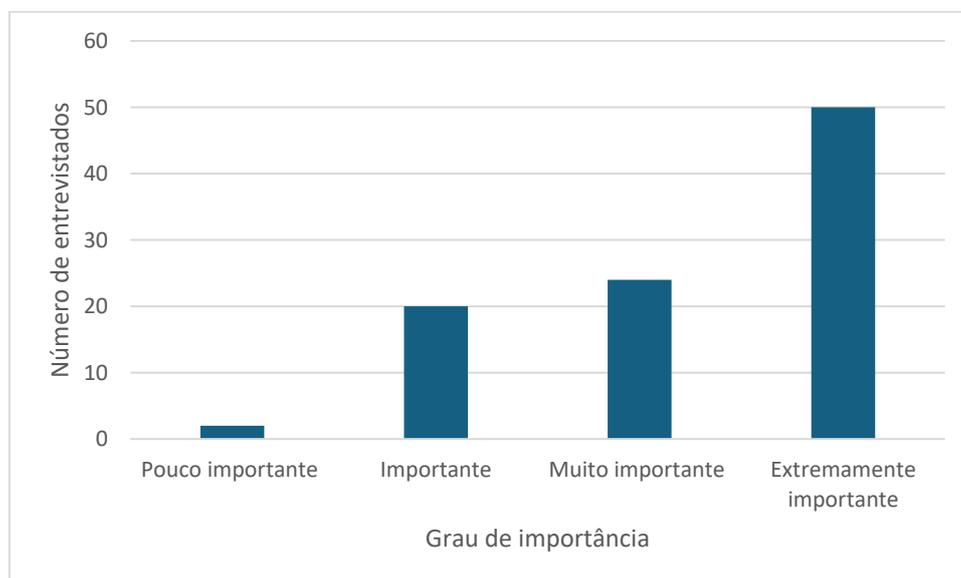
Em relação a importância do conhecimento sobre os sistemas de produção (tabela 4), 77% dos entrevistados considera importante saber mais informações sobre o sistema de criação antes de consumir o produto, além de 65,6% dos jovens se preocupam em saber a procedência dos alimentos que consome, porém apenas 32,3% dos jovens já ouviu falar em abate humanitário, também apenas 21,9% conhecem o princípio das 5 liberdades que norteiam o bem-estar animal, bem como 64,6% não conhecem os selos de bem-estar animal que certificam produtos de origem animal.

Entretanto 88,5% (tabela 4) dos entrevistados acreditam que animais criados sob as normas de bem-estar originaram produtos de melhor qualidade, isso também é demonstrado no gráfico 7, onde a maior parte dos entrevistados

(50 entrevistados) coloca o bem-estar animal extremamente importante na produção animal, assim como 78,1% se sentiria mais seguro (a) no consumo de carne se soubesse o modo como os animais são criados.

Franco et al. (2018) ao entrevistar 402 pessoas, sobre a percepção dessas pessoas em relação ao bem-estar animal, relata em sua pesquisa que 63,2% dos respondentes já ouviram falar sobre bem-estar dos animais de produção e que 93,6% consideram o bem-estar importante, destes entrevistados 84,6% julgam que melhorias ainda precisam ser feitas, porem concordam que houve uma melhora no bem-estar dos animais de produção entre os anos de 2003 a 2013, mesmo que 54% dos questionados afirmaram não pensarem sobre o assunto no momento em que adquirem os produtos de origem animal, 88,3% acredita que o fato de adquirirem produtos com maior grau de bem-estar na produção podem trazer um impacto direto na forma como esses animais são criados.

Figura 7. Grau de importância do bem-estar animal na produção sob a visão dos entrevistados.



Fonte: Sabrina Kömmling

Moraes et al. (2020) ressalta que ao entrevistar 417 indivíduos, sobre a percepção de consumidores de carne ovina frente ao bem-estar animal, 39,0% dos entrevistados julgam ser de extrema importância o bem-estar animal na criação, 90,6% declararam se preocupar com o modo como os animais são criados e abatidos, 87,8% consideraram importante saber mais informações

sobre o sistema de criação antes de consumir o produto e 72,7% relataram se sentir mais seguro no consumo da carne ovina se soubesse como os animais foram criados e abatidos, e 93,9% dos respondentes acreditam que animais criados em condições de bem-estar animal, originarão produtos de melhor qualidade.

Observa-se por fim na tabela 4, um resultado de grande relevância para o meio acadêmico aliado a produção animal, onde 73% dos jovens entrevistados demonstraram interesse em apreender mais sobre os sistemas de produção e abate humanitário. Resultado semelhante foi encontrado por Franco (2018) onde 79,1% dos respondentes revelaram que gostariam de estar mais informados quanto aos sistemas de produção dos animais, e a maneira mais fácil de buscar informações seria a internet, pela opinião dos entrevistados (35,8%).

5. Conclusão

Evidencia-se a preocupação dos jovens em relação os sistemas de produção de animais, e como eles podem estar influenciando no meio ambiente, porém os mesmos em sua maioria dos entrevistados sabem da importância do agronegócio para a economia Brasileira. O público entrevistado também ressalta a extrema importância das práticas de bem-estar animal na produção animal, mas em contrapartida, demonstram ter pouco domínio sobre o assunto, em sua maioria não conhecendo o abate humanitário e os princípios das cinco liberdades. Entretanto, a maioria desses jovens entrevistados demonstra interesse em apreender mais sobre o assunto, onde nesse aspecto aparecem oportunidades para ensinar a importância e positividade do agronegócio para o público jovem, tanto em escolas como através das redes sociais que se mostrou muito presente na vida desse público.

6. Referências

ACIOLI, Thiago. Qual o impacto das redes sociais em nossas vidas? Medium 2016. Disponível em: <https://medium.com/publicitariossc/qual-o-impacto-das-redes-sociais-nas-nossas-vidas-9fe7faf7c83b> Acesso em 15 jan.2024.

BARCELLOS, M. D. Processo decisório de compra de carne bovina na cidade de Porto Alegre. 2002. Dissertação (Mestrado em Agronegócio), Programa de Pós-Graduação em Agronegócios. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2002.

BLOKHUIS, H. J.; JONES, R. B.; GEERS, R. et al. Measuring and monitoring animal welfare: Transparency in the food product quality chain. *Animal Welfare*, v. 12, p. 445-455,2003.

Bueno, Sinara. Exportações no Brasil | Veja os principais produtos exportados. Fazcomex. 2023. Disponível em: [Exportações no Brasil: Quais os principais produtos exportados? \(fazcomex.com.br\)](https://fazcomex.com.br) Acesso em: 04/01/2024

CAGED. Programa de disseminação das estatísticas de trabalho. 2022. Disponível em: [dezembro/2022 \(mte.gov.br\)](https://mte.gov.br). Acessado em: 15/12/23

Christophe de Gouvello. (2010). Estudo de Baixo Carbono. *Banco Mundial*, pp. 1-292.

Davis, J. H., & Goldberg, R. A. (1957). A concept of agribusiness. Cambridge: Harvard University.

Moraes, R. E., Soares, M. F., Vaz, R. Z., Pereira, G. M., Mascarenhas, M. W., Moreira, S. M., ... & Silveira, I. D. B. (2020). Perfil de consumo da carne ovina frente ao bem-estar animal na visão de produtores e consumidores. *Research, Society and Development*, 9(10), e089108158-e089108158.

Dias, L. D. B., Isernhagen, L., Brumatti, R. C., Faria, F. J. C., Franco, G. L., Kiefer, C., & Ítavo, C. C. B. F. (2015). Estudo sobre o padrão de consumo da carne

bovina na cidade de Campo Grande, MS, Brasil. *Boletim de Indústria Animal*, 72(2), 148-154.

FARIAS, Gabriel. Sistemas ILPF mitigam emissão de gases de efeito estufa no bioma Amazônia, Embrapa 2023. Disponível em: <https://www.embrapa.br/en/busca-de-noticias/-/noticia/84883877/sistemas-ilpf-mitigam-emissao-de-gases-de-efeito-estufa-no-bioma-amazonia#Balan%C3%A7o%20L%C3%ADquido> Acesso em 11 jan.2024.

Fermann, I. L., Ledur, B., Ribeiro Beneton, E., Schmitt, M., Goulart Chaves, J., & Andretta, I. (2021). Uso de internet e mídias sociais por estudantes universitários: um campo de estudo emergencial. *Ciencias Psicológicas*, 15(1).

Fernandes, A. M., de Souza Teixeira, O., Revillion, J. P., & de Souza, Â. R. L. (2022). Beef as a socio-cultural identity: Rural and urban consumers' attitudes from Rio Grande do sul, Brazil, facing cultured beef. *Journal of Rural Studies*, 95, 438-448.

Franco, B. M. R., de Oliveira Sans, E. C., Schnaider, M. A., Soriano, V. S., & Molento, C. F. M. (2018). Atitude de consumidores brasileiros sobre o bem-estar animal. *Revista Acadêmica: Ciência Animal*, 16, e161001.

GOUVELLO, Christophe. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank. Brazil Low-carbon Country Case Study. 2010.

Grossi, M. G. R., Lopes, A. M., de Jesus, P. M., & Galvão, R. R. O. (2014). A utilização das tecnologias digitais de informação e comunicação nas redes sociais pelos universitários brasileiros. *Texto Digital*, 10(1), 4-23.

HOCQUETTE, J. F. et al. Opportunities for predicting and manipulating beef quality. *Meat Science*, Vol. 92, Issue 3, pp. 197-209, 2012.

IBGE, Panorama 2022. Disponível em: Panorama do Censo 2022 (ibge.gov.br) Acessado em: 10/12/23.

IBOPE INTELIGÊNCIA. Pesquisa de opinião pública sobre vegetarianismo. 20 maio 2018. Disponível em: <https://www.svb.org.br/2469-pesquisa-do-ibope-aponta-crescimento-historico-no-numero-de-vegetarianos-no-brasil>. Acesso em: 04 set. 2024.

Jacinto, Helen. Agropecuária tem a maior geração de empregos nos últimos 10 anos. Forbes. 2022. Disponível em: Agropecuária tem a maior geração de empregos nos últimos 10 anos - Forbes. Acesso em: 04/01/2024

KAMP, Simon. DIGITAL 2023: BRASIL, DATAREPORTAL, 2023. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-brazi> Acesso em 15 jan. 2024.

KAZMIERCZAK, Laís; SZIMINSKI, Kauani Luiza; MARTINS, Tailur Mousquer. CARNES ALTERNATIVAS: UMA PROPOSTA PARA MUDANÇA DE CONSUMO DE PROTEÍNA ANIMAL. Mostra Interativa da Produção Estudantil em Educação Científica e Tecnológica, 2023.

KEMP,S. Digital 2023: Brasil. In: We are social.

KOPRUSZYNSKI, Cibele Pereira; MARIN, Flávia Andréia. Alimentação humana, passado, presente e futuro. Internaturi. Agent, Rede Sans, 2012.

LACAVE, Teresa Torrecillas; VÁZQUEZ-BARRIO, Tamara; ÁLVAREZ, Rebeca Suárez. Experiencias de ciberacoso en adolescentes y sus efectos en el uso de internet. Icono14, v. 20, n. 1, p. 7, 2022.

LEITE, L. F. C.; PORFÍRIO-DA-SILVA, V.; MADARI, B. E. *et al.* O potencial de seqüestro de carbono em sistemas de produção integrados: a integração lavoura-pecuária-floresta (iLPF). In: ENCONTRO NACIONAL DE PLANTIO DIRETO NA PALHA, 12., 2010. Foz do Iguaçu. Anais... Ponta Grossa: FEBRAPDP, 2010. p.69-76.

Luchiari Filho, A. Pecuária da carne bovina. São Paulo, 2000.

Luz, A., Fochezatto, A. (2023). O transbordamento do PIB do Agronegócio do Brasil: uma análise da importância setorial via Matrizes de Insumo-Produto. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 61(1), e253226. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.253226>

MACHADO, Izabela. ESG no Agronegócio: como os produtores podem alinhar lucro e sustentabilidade? *Agroadvance*, 2024. Disponível em: <https://agroadvance.com.br/blog-esg-no-agronegocio/> Acesso em: 29 jan, 2024.

Maestre, S., Mazzeo, I., Leme, A. C., & Fisberg, M. Estilos de vida comportamentais e motivações para adoção do estilo vegetariano entre universitários do Estado de São Paulo, Brasil. *Residência pediátrica*. Publicação oficial da sociedade Brasileira de pediatria. 2022.

Magalhaes, D. R., Çakmakçı, C., Campo, M. D. M., Çakmakçı, Y., Makishi, F., Silva, V. L. D. S., & Trindade, M. A. (2023). Changes in the Current Patterns of Beef Consumption and Consumer Behavior Trends—Cross-Cultural Study Brazil-Spain-Turkey. *Foods*, 12(3), 475.

Malafaia, G. C. (2020). Neutralização de carbono na produção de carne bovina no Brasil e no mundo. *Boletim CiCarne Centro de inteligência da Carne Bovina*, 3. Disponível em: Neutralização de carbono na produção de carne bovina no Brasil e no mundo - Portal Embrapa Acesso em 08 jan. 2024

MENDES, Luiziane do Nascimento. RISCOS E BENEFÍCIOS DA DIETA VEGETARIANA – UNIESP – 2020. Disponível em: <https://www.iesp.edu.br/sistema/uploads/arquivos/publicacoes/riscos-e-beneficios-da-dieta-vegetariana-autor-a-mendes-luiziane-do-nascimento-.pdf>. Acesso em 09 jan. 2024.

Mitloehner, F. (02 de september de 2020). Methane, Cows, and Climate Change: California Dairy's Path Climate Neutrality. pp. 1-17.

MORAES, Renata Espíndola de. Carne ovina: Perfil de consumo frente ao bem-estar animal 2020. 67f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Zootecnia. Universidade Federal de Pelotas, Pelotas. 2020.

Moreira, Sheilla Moreira. Carne bovina: Percepções do consumidor frente ao bem-estar animal – Revisão de literatura. REDVET - Revista electrónica de Veterinaria. 2017

NETO, Augusto Alves; JUNIOR, Geraldo Costa. Demanda por carnes no Brasil: Uma análise do consumo das famílias. Economia & Região, v. 11, n. 3, p. 405-423, 2023.

NETO, Inácio Brandl; DE CAMPOS, Ivanir Glória. A influência da mídia sobre o ser humano na relação com o corpo e a auto-imagem de adolescentes. Caderno de Educação Física e Esporte, v. 9, n. 17, p. 87-99, 2010.

OLIVEIRA, Henrique. Descubra a Importância das Redes Sociais para o Agronegócio, Blog.2 2021. Disponível em:<https://blog.2dcb.com.br/importancia-das-redes-sociais-para-o-agronegocio/> Acesso em: 24 jan, 2024.

Pacete, Luiz Gustavo. Brasil é o terceiro maior consumidor de redes sociais em todo o mundo. 9 de março de 2023. Disponível em: forbes.com.br/forbes-tech/2023. Acesso em: 30/01/2024

Pesquisa de orçamentos familiares 2017-2018. Análise do consumo alimentar pessoal no Brasil / IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. Rio de Janeiro. IBGE, 2020.

PINHEIRO, Elaine. A influência das redes sociais nas relações pessoais: Desafios e Impactos, Blog 2023. Disponível em: <https://www.elaineneuropsi.com/blog/a-influencia-das-redes-sociais-nas-relacoes-pessoais-desafios-e-impactos/> Acesso em 15 jan. 2024.

Rosa, G. A. M., Ferreira, J. F. C., Mauch, A. G., Albuquerque, F. L. D., Campelo, G., & Macedo, M. L. (2021). Percepção de jovens brasileiros sobre as repercussões das redes sociais na subjetividade. *Psicologia: Teoria e Pesquisa*, 37.

ROSADO, Juliana Szpoganicz; JAEGER, Márcia Elisa; DIAS, Ana Cristina Garcia. Padrões de uso e motivos para envolvimento em redes sociais virtuais na adolescência. *Interação em Psicologia*, v. 18, n. 1, 2014.

SANTOS, Miriam Oliveira; ZANINI, Maria Catarina. Comida e simbolismo entre imigrantes italianos no Rio Grande do Sul (Brasil). *Caderno espaço feminino*, v. 19, n. 01, p. 255-284, 2008.

SAUNDERS, A. V. et al. Iron and vegetarian diets. *The Medical Journal of Australia*, 2012, 1 Suppl 2: 11–16.

SIMONS, J.; VIERBOOM, C.; KLINK-LEHMANN; HARLEN, I.; HARTMANN, M. Vegetarianism/Veganism: A Way to Feel Good. *Sustainability*, v. 13, n. 7, p. 3618. Disponível em: <https://www.mdpi.com/2071-1050/13/7/3618/htm>. Acesso em: 08 jan. 2024.

TAWSE, J. Consumer attitudes towards farm animals and their welfare: a pig production case study. *BioscienceHorizons*, V.3, p. 156-165, 2010.

TUMELEIRO, Lucas Franco et al. Dependência de internet: um estudo com jovens do último ano do ensino médio. *Gerais: Revista Interinstitucional de Psicologia*, v. 11, n. 2, p. 279-293, 2018.

Valle, E.R. Mitos e realidades sobre o consumo de carne bovina. *Embrapa Gado de Corte. Documentos*. p.33, 2000.

VERBEKE, W.; VIANE, J. Beliefs, attitude and behaviour towards fresh meat consumption in Belgium: Empirical evidence from a consumer survey. *FoodQualityandPreference*. V.10, p.437–445, 1999.

Vieira, Y. P., Viero, V. D. S. F., Saes-Silva, E., Silva, P. A. D., Silva, L. S. D., Saes, M. D. O., ... & Dumith, S. C. (2022). Uso excessivo de redes sociais por estudantes de ensino médio do sul do Brasil. *Revista Paulista de Pediatria*, 40, e2020420.

ZANELLA, Adroaldo J. Tendências e desafios relacionados ao bem estar animal. 2007.