



# PERCEÇÃO DOS CONSUMIDORES SOBRE O BEM-ESTAR ANIMAL EM ANIMAIS DE PRODUÇÃO – Breve revisão

Teresa Letra Mateus<sup>1,2</sup>

João Pedro Miranda<sup>3</sup>

Letícia Rodrigues Dias<sup>3</sup>

Zita Martins Ruano<sup>4</sup>

<sup>1</sup> Escola Superior Agrária, Instituto Politécnico de Viana do Castelo, Refóios do Lima

<sup>2</sup> EpiUnit – Instituto de Saúde Pública da Universidade do Porto

<sup>3</sup> Departamento de Medicina Veterinária, Escola Universitária Vasco da Gama, Coimbra

<sup>4</sup> Associação Nacional de Criadores de Ovinos da Raça Churra Galega Mirandesa, Malhadas, Miranda do Douro

## RESUMO

A percepção dos consumidores é cada vez mais tida em conta quando se fala em saúde, produção e bem-estar animal. Para se estudar a percepção dos consumidores são necessárias equipas multidisciplinares já que estas envolvem factores sociais, culturais, de conhecimento, entre outros. Com este trabalho revemos alguns estudos sobre percepção dos consumidores em bem-estar animal de animais de produção.

**Palavras-chave:** bem-estar animal, percepção de risco, consumidores, saúde pública.

## ABSTRACT

Consumers perceptions are increasingly taken into account when it comes to health, production and animal welfare. In order to study the perception of consumers, multidisciplinary teams are necessary since they involve social and cultural factors, knowledge and other factors. The aim of this study is to review some studies on the perception of the consumers in animal welfare of farm animals.

**Keywords:** animal welfares, risk perception, consumers, public health.

## INTRODUÇÃO

Os estudos sobre a percepção dos consumidores sobre questões de saúde pública ou de produção animal, nomeadamente sobre bem-estar animal, são cada vez mais frequentes. O objectivo



deste trabalho foi fazer uma breve revisão sobre a percepção dos consumidores relativamente ao bem-estar animal dos animais de produção (nomeadamente aves de capoeira e bovinos de leite) e à segurança dos alimentos provenientes desses animais.

Na generalidade os consumidores consideram a carne como sendo um alimento saudável e importante na dieta, apoiando também o desenvolvimento tecnológico para garantir a qualidade, porém têm uma visão negativa da transformação excessiva e falta de “naturalidade” na produção e processamento de produtos cárneos (Verbeke, Pérez-Cueto, Barcellos, Krystallis & Grunert, 2010).

Actualmente, parece existir um aumento da consciência da relação entre a saúde e a alimentação, existindo também um aumento do interesse por parte do consumidor em saber a origem e modo de produção dos alimentos que compra e come. Por isso, o consumo de carne está a ser cada vez mais influenciado por questões nutricionais e de saúde, do que pela segurança alimentar propriamente dita. Os consumidores solicitam à produção um aumento da qualidade intrínseca da carne, mas também uma melhoria nas condições de bem-estar animal e sustentabilidade, nomeada-

mente ambiental (McKendree, Croney, & Olynk Widmar, 2014).

Contudo, parece haver alguma incongruência já que, segundo Verbeke *et al.*, 2010, os consumidores expressam essas preocupações, no entanto no momento da compra parecem não levar essas questões em conta. Segundo os mesmos autores, os consumidores relacionam também as qualidades extrínseca e intrínseca da carne, sendo estas últimas mais valorizada pelos consumidores britânicos. Por outro lado, em Espanha e na Alemanha valorizam mais a qualidade extrínseca tal como o preço, a data de validade, a marca e as certificações. Referem ainda estes autores que existe também a crença de que quanto mais processada for a carne, menos saudável será.

Tipicamente, os consumidores definem o bem-estar animal como capacidade de expressar comportamento natural. Portanto, acredita-se que estes terão preferência por sistemas de produção com acesso ao exterior (Verbeke *et al.*, 2010), porque os consumidores associam esses sistemas a um nível mais elevado de bem-estar animal. Em contraste, os produtores geralmente definem o bem-estar animal numa abordagem mais biológica e funcional (Yunes, Von Keyserlingk & Hötzel, 2017).



O bem-estar animal tornou-se um atributo associado ao produto cada vez mais importante para os consumidores (Vanhonacker & Verbeke, 2009) e consequentemente está a atrair uma crescente atenção como uma questão política também (Vanhonacker, Tuytens & Verbeke, 2016). Assim, as actividades de *marketing* em relação à origem poderiam beneficiar de uma associação positiva com o bem-estar animal na produção também.

### PERCEÇÃO DE BEM-ESTAR ANIMAL EM AVES ENTRE PRODUTORES E CONSUMIDORES NA BÉLGICA

Vanhonacker & Verbeke (2009), no seu estudo sobre percepção de bem-estar animal em aves de capoeira, verificaram que os padrões de bem-estar para estes animais são considerados pelos consumidores como sendo piores do que os de outros animais de produção. A diferença de atitude entre a amostra de consumidores e a amostra de produtores é maior para as declarações relativas ao sofrimento dos animais. Os consumidores entendem que os animais sofrem, enquanto os produtores discordam fortemente. Neste estudo, ambos os grupos acreditavam que o sofrimento é menor “na exploração” em comparação com “durante o transporte” ou “durante o abate”. Os participantes da amostra de consumidores mostraram-se disponíveis para pagar um “prémio” de preço (ou seja, um preço mais alto pela melhor qualidade de vida do animal) por produtos de animais com maior bem-estar animal, enquanto os produtores estavam cépticos sobre a verdadeira intenção do consumidor em pagar um preço de “prémio”. Esta questão gera debate sobre a ambivalência do consumidor-cidadão. Os indivíduos são frequentemente criticados por atribuírem, em primeiro lugar, grande importância ao bem-estar animal, mas depois não adquirem produtos com referência a padrões de bem-estar mais elevados. Enquanto alguns investigadores acreditam que os consumidores são hipócritas, outros relacionam a sua ambivalência a uma disponibilidade limitada de produtos, consciencialização limitada do consumidor e fornecimento inadequado de informação entre outros (Vanhonacker *et al.*, 2016). Os consumidores associam a intensificação da produção com redução bem-estar dos animais e redução da segurança alimentar

dos produtos finais, o que, segundo eles, levaria a uma menor aceitação do consumidor. A opinião do produtor não reflecte a tendência para a intensificação no sector. Parece que os produtores intensificam a produção não porque querem, mas sim porque precisam a nível económico (Vanhonacker *et al.*, 2016).

Com o acesso ao exterior dos pavilhões, os produtores esperam que a carne e produtos dos animais se tornem mais caros, mas talvez menos seguros em termos de segurança alimentar, com mais carga de trabalho sobre eles produtores e menos bem-estar animal. Por outro lado, os consumidores são apoiantes de que os animais devem ter acesso ao exterior dos pavilhões, embora eles esperem um preço mais alto para a carne que resulte destes animais e maior carga de trabalho para o produtor. Os consumidores acreditam firmemente que o acesso ao ar livre seria benéfico para o bem-estar dos animais e para a aceitação do consumidor. Os consumidores percebem maiores benefícios de uma atenção superior para o bem-estar animal do que os produtores, e têm opiniões opostas sobre o impacto percebido na rentabilidade, segurança e qualidade do produto ou seja, positivo entre consumidores e negativo entre produtores (Martínez Michel, Anders & Wismer, 2011).

### PERCEÇÃO DE BEM-ESTAR ANIMAL EM AVES ENTRE PRODUTORES E CONSUMIDORES NA HOLANDA

As diferenças na percepção do risco para a saúde pública/segurança alimen-

tar nos diversos sistemas de produção de aves por vários grupos e partes interessadas podem afectar a aceitabilidade desses sistemas de produção. Van Asselt *et al.* (2018) quiseram comparar a percepção de risco de consumidores, avicultores e veterinários de aves de capoeira, estudando alguns parâmetros em particular: contaminação por *Campylobacter* de carne de frango, introdução de gripe aviária em galinhas poedeiras e níveis de dioxina em ovos. Os consumidores percebem que o risco dos três parâmetros indicados eram mais elevados nos sistemas de produção intensiva e fechados e os profissionais tiveram a percepção precisamente contrária (Van Asselt *et al.*, 2018).

**«O conhecimento dos consumidores sobre os riscos na produção de aves deriva principalmente dos media, que expõem principalmente os problemas de produção intensiva, como escândalos alimentares e surtos de doenças animais. Essas representações podem ter levado à estigmatização de sistemas de produção intensiva»**

Os consumidores relataram maiores preocupações em relação aos aspectos que reflectiam os factores psicológicos subjacentes à percepção de risco em comparação com os profissionais. Para adaptar os sistemas atuais (ou novos) de manejo de forma a que possam contar com o apoio dos consumidores, as visões dos principais interessados e os múlti-





plos aspectos, como bem-estar animal, saúde pública, segurança alimentar e valores subjacentes devem ser considerados integralmente (Van Asselt *et al.*, 2018).

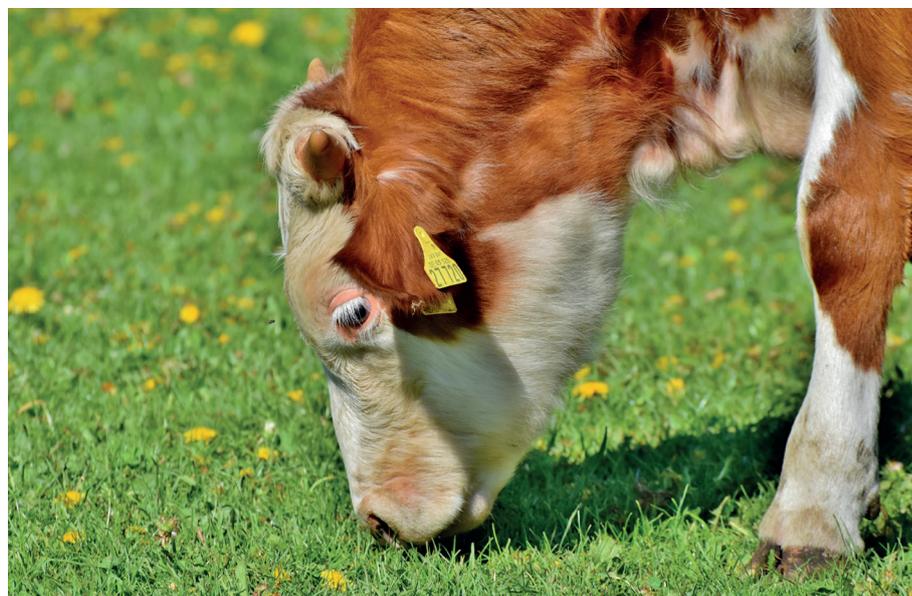
Aparentemente os leigos percebem os riscos de forma diferente dos especialistas. O público em geral expressa mais preocupações em relação aos métodos intensivos de produção de alimentos do que os especialistas. A explicação para estas diferenças apresentadas na literatura pode estar no déficit de conhecimento dos leigos. Os consumidores são geralmente menos conhecedores do que os avicultores e veterinários em relação às doenças causadas por *Campylobacter*, gripe aviária ou dioxinas. Os consumidores podem ser considerados leigos e os veterinários de aves podem ser considerados especialistas em riscos para a saúde pública. No entanto, é menos certo que os avicultores possam ser considerados especialistas. Assim, a diferença entre consumidores e profissionais pode não ser causada apenas por diferenças de conhecimento. Além disso, na literatura, a discrepância de conhecimento como única causa das diferenças entre especialistas e leigos na percepção de risco tem sido questionada. Ou seja, as diferenças nas percepções de risco também podem ser causadas por diferenças nas visões sobre o grau de autoproteção, factores psicológicos subjacentes e características sociodemográficas (Hötzel, Cardoso, Roslindo & von Keyserlingk, 2017).

**«Os consumidores com níveis mais elevados de preocupação pró-bem-estar animal admitem ter interesse em rótulos que o assegurem e em adquirir produtos de preço mais elevado por isso. Contudo, a compra de alimentos é um processo que é fortemente influenciado pelo hábito, portanto, comprar alimentos com origem em animais com programas de bem-estar envolve mudar hábitos para a maioria dos consumidores»**

Estudos anteriores sobre factores psicológicos subjacentes à percepção de risco revelaram que a percepção de risco é influenciada pela gravidade das consequências, desconhecimento dos indiví-

duos expostos, pela voluntariedade, pela confiança dos especialistas, pelo tipo de risco e pelo controle pessoal. Os produtores não percebem estar numa exploração como sendo um risco, enquanto a literatura indica que sim. No entanto, isso não explica por que os profissionais percebem os riscos dos sistemas fechados de produção mais baixos e dos sistemas ao ar livre mais altos que os consumidores (Van Asselt *et al.*, 2018).

As características sociodemográficas dos consumidores, género e residência na infância associaram-se às percepções de risco e bem-estar. Os consumidores do género feminino percebem o risco nos sistemas fechados mais elevado e nos sis-



temas ao ar livre menores do que os do género masculino. Os grupos profissionais deste estudo eram predominantemente do género masculino e isso pode ter influenciado na percepção de risco desses grupos profissionais. Além disso, a residência de infância dos consumidores era urbana e, como a maioria dos produtores era rural, esse factor pode influenciar a percepção de risco (Van Asselt *et al.*, 2018).

O conhecimento dos consumidores sobre os riscos na produção de aves deriva principalmente dos *media*, que expõem principalmente os problemas de produção intensiva, como escândalos alimentares e surtos de doenças animais. Essas representações podem ter levado à estigmatização de sistemas de produção intensiva (Van Asselt *et al.*, 2018).

Acresce que existe uma falha de comunicação entre os leigos e os especia-

listas. O nível aceitável de risco pode depender dos valores envolvidos e benefícios percebidos. Por exemplo, no caso de as pessoas entenderem um método de produção mais ético, elas podem aceitar um maior risco até para a saúde pública, o mesmo para as melhores características organolépticas de uma ave criada ao ar livre (Van Asselt *et al.*, 2018).

## PERCEÇÃO DE BEM-ESTAR ANIMAL EM BOVINOS

Hötzel *et al.* (2017) relatam no seu estudo sobre percepção de bem-estar em vacas de leite, que os consumidores parecem ver a indústria da produção animal com preocupações apenas com o lu-

cro, e referem que se deve encontrar um equilíbrio entre lucro e natureza como o desafio deste século. Ao responder à questão se as vacas devem ter acesso ao pasto, um consumidor referiu: “*Acho que sim, para aumentar o bem-estar animal. Eu acho importante que a indústria que lida com produtos animais funcione com uma perspectiva ética e não apenas económica*” (Hötzel *et al.*, 2017).

Além das questões éticas, também as questões ambientais tem cada vez mais peso. Num estudo realizado por Busch *et al.* (2017), os consumidores entrevistados expressaram preocupações sobre o impacto ambiental do acesso de vacas ao pasto e acreditavam que este proporcionaria benefícios positivos tanto para a vaca quanto para o meio ambiente. Mas também houve quem apoiasse a produção de vacas de leite sem acesso ao



pasto, argumentado que estes sistemas eram melhores para a saúde, nutrição ou produção das vacas (“vacas criadas em quintas vivem de dietas para sustentar a alta produção de leite e têm todo o conforto de que precisam”) (Busch, Weary, Spiller, & Von Keyserlingk, 2017).

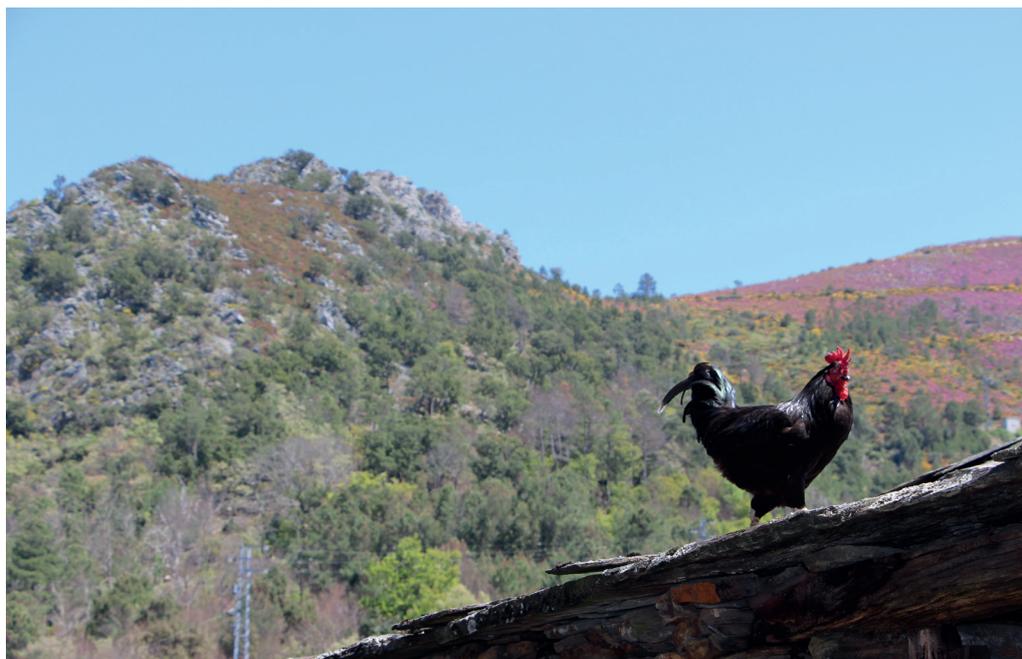
Nos bovinos, estudou-se também a percepção em relação à separação precoce de vitelos da mãe. Para se referirem à interação precoce entre mãe e filho, os entrevistados usaram palavras como “precisar”, “deve” ou “merecer” estarem juntas, ou que o contacto precoce da mãe jovem é “importante”, “benéfico”, “primordial” ou “natural”. Também foi evidenciada a existência de preocupações éticas, alguns entrevistados utilizaram termos como “não é certo”, “inadmissível”, “injusto”, “merece” ou “respeito” para expressar sua desaprovação ética à separação precoce de vitelos das mães. Alguns acreditavam que as metas de produção são favorecidas em detrimento dos interesses dos animais (Hötzel *et al.*, 2017).

## INTERESSE DA ROTULAGEM DO BEM-ESTAR ANIMAL

Os consumidores com níveis mais elevados de preocupação pró-bem-estar animal admitem ter interesse em rótulos que o assegurem e em adquirir produtos de preço mais elevado por isso. Contudo, a compra de alimentos é um processo que é fortemente influenciado pelo hábito, portanto, comprar alimentos com origem em animais com programas de bem-estar envolve mudar hábitos para a maioria dos consumidores. Um selo de bem-estar animal parece uma ferramenta de comunicação e marketing apropriada para os consumidores que se envolvem em comportamentos pró-bem-estar (Clonan, Wilson, Swift, Leibovici & Holdsworth, 2015; Péneau *et al.*, 2017).

## CONCLUSÃO

O conhecimento e a compreensão são fundamentais e influenciadores para entender o conceito de bem-estar animal. Deve existir um aumento da sensibilização e consciencialização/esclarecimento da população para estes conceitos e para a produção animal em geral, aliados às preocupações sociais de modo a melhorar a vida de milhões de animais, e consequentemente a vida de todos os seres humanos (Cornish, Raubenheimer, & McGreevy, 2016).



**«O bem-estar animal tornou-se um atributo associado ao produto cada vez mais importante para os consumidores ... e consequentemente está a atrair uma crescente atenção como uma questão política também... Assim, as actividades de marketing em relação à origem poderiam beneficiar de uma associação positiva com o bem-estar animal na produção também» ■**

## BIBLIOGRAFIA

- Busch, G., Weary, D. M., Spiller, A., & Von Keyserlingk, M. A. G. (2017). American and German attitudes towards cow-calf separation on dairy farms. *PLoS ONE*, 12(3), 1–20. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0174013>.
- Clonan, A., Wilson, P., Swift, J. A., Leibovici, D. G., & Holdsworth, M. (2015). Red and processed meat consumption and purchasing behaviours and attitudes: Impacts for human health, animal welfare and environmental sustainability. *Public Health Nutrition*, 18(13), 2446–2456. <https://doi.org/10.1017/S1368980015000567>.
- Cornish, A., Raubenheimer, D., & McGreevy, P. (2016). What we know about the public's level of concern for farm animal welfare in food production in developed countries. *Animals*, 6(11), 1–15. <https://doi.org/10.3390/ani6110074>.
- Hötzel, M. J., Cardoso, C. S., Roslindo, A., & von Keyserlingk, M. A. G. (2017). Citizens' views on the practices of zero-grazing and cow-calf separation in the dairy industry: Does providing information increase acceptability? *Journal of Dairy Science*, 100(5), 4150–4160. <https://doi.org/10.3168/jds.2016-11933>.
- Martínez Michel, L., Anders, S., & Wismer, W. V. (2011). Consumer Preferences and Willingness to Pay for Value-Added Chicken Product Attributes. *Journal of Food Science*, 76(8). <https://doi.org/10.1111/j.1750-3841.2011.02354>.
- McKendree, M. G. S., Cronney, C. C., & Olynk Widmar, N. J. (2014). Bioethics symposium II: Current factors influencing perceptions of animals and their welfare. *Journal of Animal Science*, 92(5), 1821–1831. <https://doi.org/10.2527/jas2014-7586>.
- Péneau, S., Fassier, P., Allès, B., Kesse-Guyot, E., Herberg, S., & Méjean, C. (2017). Dilemma between health and environmental motives when purchasing animal food products: Sociodemographic and nutritional characteristics of consumers. *BMC Public Health*, 17(1), 1–11. <https://doi.org/10.1186/s12889-017-4875-6>.
- Van Asselt, M., Poortvliet, P. M., Ekkel, E. D., Kemp, B., & Stassen, E. N. (2018). Risk perceptions of public health and food safety hazards in poultry husbandry by citizens, poultry farmers and poultry veterinarians. *Poultry Science*, 97(2), 607–619. <https://doi.org/10.3382/ps/pex325>.
- Vanhonacker, F., Tuytens, F. A. M., & Verbeke, W. (2016). Belgian citizens' and broiler producers' perceptions of broiler chicken welfare in Belgium versus Brazil. *Poultry Science*, 95(7), 1555–1563. <https://doi.org/10.3382/ps/pew059>.
- Vanhonacker, F., & Verbeke, W. (2009). Buying higher welfare poultry products? Profiling flemish consumers who do and do not. *Poultry Science*, 88(12), 2702–2711. <https://doi.org/10.3382/ps.2009-00259>.
- Verbeke, W., Pérez-Cueto, F. J. A., Barcellos, M. D. d., Krystallis, A., & Grunert, K. G. (2010). European citizen and consumer attitudes and preferences regarding beef and pork. *Meat Science*, 84(2), 284–292. <https://doi.org/10.1016/j.meatsci.2009.05.001>.
- Yunes, M. C., Von Keyserlingk, M. A. G., & Hötzel, M. J. (2017). Brazilian citizens' opinions and attitudes about farm animal production systems. *Animals*, 7(10), 1–15. <https://doi.org/10.3390/ani7100075>.