



## O NÃO CONSUMO DE CARNE CANINA E PRECONCEITO: UMA QUESTÃO LEGAL OU CULTURAL?

Rafaela Weingartner Belz<sup>1</sup>, Jennifer Santos dos Santos<sup>1</sup>, Ieda Márcia Donati Linck<sup>2</sup>

**Resumo:** O trabalho *Consumo de Carne Canina* tem, por objetivo, investigar a cultura por trás dessa prática predominantemente oriental, assim como abordar aspectos Legais envolvidos. Este texto foi desenvolvido na disciplina de Produção Textual, ao longo do primeiro semestre do Curso de Medicina Veterinária. Durante a execução do projeto, foi solicitada a escolha de cinco artigos a respeito do tema, que dessem sustentação à discussão. O consumo de carne canina vem de longa data: estima-se que a tradição é praticada na Coreia, há mais de 7000 anos, apesar de ter tido uma queda significativa em função do crescimento do budismo. O festival de carne canina, realizado em Jinhua/CH, originou-se quando Hu Dahai ordenou o abate de todos os cães, por acreditar que o latido deles havia denunciado o seu exército. Ao longo da Guerra da Coreia (1950-1953), a carne dos cães serviu como alimento para atender a requerimentos nutricionais (SILVA et al. 2014). Durante as finais da Copa do Mundo, sediadas em Seoul/KR (2002), um grupo conhecido como *National Dog Meat Association* distribuiu amostras grátis de carne canina, junto a folhetos informativos, para que os turistas pudessem experimentar ou matar a curiosidade, na tentativa de diminuir o preconceito mundial. Segundo Kim (2008), o aumento da visão de cães como parte da família e a intolerância à crueldade são os principais motivos das notícias chocantes a respeito do consumo de carne canina tanto viralizarem ao redor do mundo. *Livestock Act* (1962), uma espécie de conjunto de leis, considera cães como animais domésticos, mas não há nada que impeça que eles sejam criados para serem abatidos e consumidos no futuro. A APA (*Animal Protection Act*) afirma que a única coisa ilegal é violar as condições de “anti-crueldade” propostas pela organização. A primeira tentativa de proibição do consumo de carne canina se deu nos anos 80, quando Seoul/KR sediaria os Jogos Olímpicos de 1988. Eijkelkamp (2015) traz relatos de açougueiros que falam sobre a morte do cão – pauladas no focinho. Além disso, também traz depoimentos de consumidores que afirmam que a carne é “deliciosa, forte e possui uma textura ótima”. No Brasil, ao contrário do que muitos pensam, há o consumo dessa carne, principalmente por descendentes coreanos e chineses. É considerada uma prática cultural e assim, como toda carne, passa por fiscalizações (SILVA et al. 2014). Segundo a Lei 7.889, de 23 de novembro de 1989, todo produto de origem animal deve passar por fiscalização e, de acordo com o Ministério da Agricultura e Pecuária, essa fiscalização deve começar na hora do transporte, devido ao *stress* sofrido pelo animal. O consumo de carne canina é um costume muito antigo e perpassa por uma questão cultural. Assim sendo, as leis para regular o consumo e o abate deveriam ser postas em discussão, visto que a revolta se dá pelo fato de consumir carne de um animal que, atualmente, muitos consideram parte da família. Regulando esse consumo e humanizando a maneira do abate, talvez diminua essa negação e surja a conscientização pelo respeito à cultura. A importância deste trabalho está, então, em mostrar a questão cultural envolvida no consumo de carne canina, para que não haja preconceito contra os seus consumidores; afinal é, sim, uma questão dessa ordem.

**Palavras-chave:** Carne. Conscientização. Cão. Futuro.

<sup>1</sup> Discentes do curso de Medicina Veterinária, da Universidade de Cruz Alta - Unicruz, Cruz Alta, Brasil. E-mail: rafaela.belz@hotmail.com, jenni.santos441@gmail.com

<sup>2</sup> Doutora pelo PPGL/UFSM e UA Portugal. Mestre em Linguística pela UPF. Mestre em Educação pela Uninorte. Especialista em Leitura e Produção Textual e Especialista em Estudos da Linguagem pela Unicruz. Licenciada em Letras Português/Inglês pela Unicruz. Membro do GEL e NEEPS/Unicruz. Coordenadora do Proenem/Unicruz. E-mail: imdlinck@gmail.com