

ASPECTOS DE AQUISIÇÃO E CONSUMO DE PEIXES NA FEIRA LIVRE DE PORTO REAL DO COLÉGIO - ALAGOAS

Daniel de Magalhães ARAUJO¹; João Lucas Farias LINS¹; Adriano dos Santos TAVARES¹; Joseane da SILVA¹; Valdeí Marcelino da SILVA¹; André Moreira BORDINHON²

RESUMO

Para caracterizar a comercialização e consumo de peixes na feira livre da cidade de Porto Real do Colégio, Alagoas, foram entrevistados 105 consumidores, com o auxílio de questionários semiestruturados. Do total de entrevistados, 62,86% foi do sexo masculino, com média de 48,8 anos de idade, contabilizando ambos os sexos. Escolaridade e renda familiar baixas foram características comuns. As carnes citadas como prediletas e efetivamente mais consumidas foram, respectivamente: bovina (47,62 e 45,71%), peixe (25,71 e 26,67%) e frango (18,10 e 24,76%). No município em destaque, a frequência de consumo de peixes foi considerada alta, com ampla predileção pelos de água doce (63,80%). As espécies preferidas foram tambaqui *Colossoma macropomum* (29,81%), tilápia-do-nylo *Oreochromis niloticus* (24,04%) e curimatã-pacu *Prochilodus argenteus* (15,38%). É tradicional a compra de peixes vivos e na própria feira livre, sendo que o preço do quilo foi considerado alto e a compra inviável a partir de dez reais. Constatou-se que mercado local é aquecido pela regularidade no consumo de peixes, mas momentaneamente viável apenas para aqueles vendidos inteiros, devido à preferência de compra, hábito alimentar e ao baixo poder aquisitivo da população.

Palavra chave: *Colossoma macropomum*; comercialização de pescado; hábito alimentar; *Oreochromis niloticus*; preferência de consumo de pescado; *Prochilodus argenteus*

ASPECTS OF TRADE AND CONSUMPTION OF FISH IN PORTO REAL DO COLÉGIO - ALAGOAS STREET MARKET, BRAZIL

ABSTRACT

One hundred and five consumers were interviewed through semi-structured questionnaires in order to characterize personal preferences towards purchase and consumption of fish at the street market of Porto Real do Colégio city, Alagoas state, Brazil. The majority of the interviewed were men, aging 48.8 years old in average. Poor education and low family income were common features. The preferred and most consumed meats, in this order, were bovine (47.62 and 45.71%), fish (25.71 and 26.67%) and chicken (18.10 and 24.76%). Consumers presented a high consumption of fishes, with a preference for freshwater species, in the following order: *Colossoma macropomum*, *Prochilodus argenteus* and *Oreochromis niloticus* (28.42; 28.42 and 24.21% of consumers). The purchase of live fish in the market is common and preferred practice, however, the price was considered high and ten Real (Reais) per kilo was considered a threshold for affordability to most consumers. Local market is heated by the high frequency of fish consumption, but momentarily only feasible for whole fishes, due the low income of the population and their feeding habits.

Keywords: *Colossoma macropomum*; feeding habits; fish purchase; fish consumption preferably; *Oreochromis niloticus*; *Prochilodus argenteus*

Artigo Científico: Recebido em 24/02/2015 – Aprovado em 03/11/2015

¹ Instituto Federal de Alagoas (IFAL), Campus Satuba. R. 17 de Agosto s/n – Zona Rural - CEP: 57120-000 – Satuba – AL – Brasil. e-mail: danielzootecnista@yahoo.com.br (autor correspondente); joalukasfarias@yahoo.com.br; tavaresax@hotmail.com; joseane_laviny@hotmail.com; tateval@hotmail.com

² Universidade Federal do Amazonas (UFAM), Instituto de Agronomia e Ambiente. R. 29 de Agosto, 786 – Centro – CEP: 69800-000 – Humaita – AM – Brasil. e-mail: ambordinhon@gmail.com

INTRODUÇÃO

Porto Real do Colégio é uma cidade ribeirinha localizada às margens de um dos principais rios brasileiros, o Rio São Francisco (RSF), em uma região denominada de Baixo RSF. Inserida em uma área estratégica, dista aproximadamente 176 km ao sul da capital do estado de Alagoas e 106 km ao norte da capital de Sergipe. Segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), possui área territorial de cerca de 240,46 km², onde residem 19.334 habitantes, dos quais 34,17% habita o espaço urbano.

Esta região denominada Baixo RSF engloba territórios de Alagoas e Sergipe e, conforme LUSTOSA *et al.* (2008), desponta entre os principais polos de aquicultura do país, pois conta com uma infra-estrutura de apoio à piscicultura, como estações de produção de alevinos, fábrica de ração, estradas, ferrovia (ociosa), energia, reservatórios com água em abundância, proximidade de portos, aeroportos e dos principais centros consumidores da região Nordeste. Devido ao potencial para a atividade, Porto Real do Colégio é uma das cidades que integra o Arranjo Produtivo Local de Piscicultura (APL) de Alagoas, que visa integrar os diversos entes e elos da cadeia produtiva da atividade com fim de promovê-la.

Em decorrência de sua localização, a pesca e, conseqüentemente, o consumo de peixes é hábito já estabelecido entre a população local. Sabe-se que a carne de pescado contém componentes que são responsáveis por benefícios comprovados à saúde e, por esta razão, é aconselhável o seu consumo, ao menos, em três refeições por semana (PINTO *et al.*, 2011). Os peixes possuem grande importância nutricional, em função da elevada qualidade de sua proteína, além de ser fonte de lipídios, ácidos graxos ômega-3, vitaminas e sais minerais, superando em valor biológico outras fontes de origem animal, como a carne bovina e o leite (COSTA *et al.*, 2013).

A piscicultura tem se estabelecido como uma das principais atividades de produção animal da região. A feira livre da cidade na qual estudo foi realizado, que ocorre toda sexta-feira, é o principal local de comércio de alimentos no varejo, incluindo os peixes, como ocorre em

inúmeras cidades brasileiras. Entretanto, ainda são insuficientes os estudos relacionados à comercialização nestes ambientes, principalmente considerando o pescado.

As pesquisas com consumidores são fontes geradoras de dados de interesse para a indústria de processamento de pescado, pois permitem avaliar a sua atitude em relação a um determinado produto a ser lançado no mercado. Além disso, também podem fornecer informações sobre as expectativas em relação aos produtos, de forma a orientar os sistemas de garantia de qualidade, produção, armazenamento, transporte, comercialização e/ou fornecimento dos mesmos (MINOZZO *et al.*, 2008); bem como propicia a adoção de estratégias de *marketing* adequadas ao atendimento dos anseios (PINTO *et al.*, 2011).

Com o presente estudo, foram caracterizados, econômica e socialmente, os possíveis compradores de pescado na feira-livre de Porto Real do Colégio, AL – Brasil, suas preferências de aquisição e consumo de peixes, assim como questões relativas ao preço e qualidade do pescado comercializado.

MATERIAL E MÉTODOS

Este estudo foi originado a partir de uma demanda dos próprios piscicultores das cidades que compõem o APL Piscicultura de Alagoas e repassado, pelo seu gestor, em uma Rodada de Negócios, ao Instituto Federal de Alagoas (IFAL), enquanto parceiro, para execução. Destarte, o mesmo foi realizado na feira-livre semanal, que ocorre na sexta-feira, em Porto Real do Colégio, AL – Brasil, entre setembro e outubro de 2012. Neste período, foram realizadas três incursões visando à realização das entrevistas com consumidores presentes na feira-livre, utilizando-se um questionário como instrumento de coleta de dados.

Após pesquisa bibliográfica, reconhecimento do local e funcionamento da feira livre, identificação dos pontos de venda e das espécies comercializadas, foi elaborado um questionário semi-estruturado. Este foi testado pelos pesquisadores com os consumidores em situação real de compra, quando foi solicitada uma avaliação destes sobre

possíveis dificuldades para a compreensão das questões e o fornecimento das informações. Depois de consultados os entrevistados, foi realizada uma análise crítica do instrumento para adoção das mudanças consideradas necessárias para consolidação da versão final.

O questionário continha uma parte inicial, almejando à caracterização geral do entrevistado (município em que reside, idade, gênero, estado civil, escolaridade, número de residentes por domicílio e renda mensal familiar), além de questões mais direcionadas ao tema central do estudo (carne preferida e consumida com maior frequência, frequência e motivos para o consumo de peixes, se gostaria de consumi-los mais vezes, tipo e espécies que prefere, percepções sobre o preço, locais de compra e apresentação do pescado adquirido, propensão para compra de cortes especiais, propensão para valorização e aquisição de produção sustentável local, ocasiões de consumo, características da carne de peixe e consideração sobre possível dificuldade de preparo), totalizando-se 27 questões.

De posse da versão final do questionário, foram realizadas três visitas à feira-livre para que fossem coletados os dados. Desta forma, iniciaram-se as abordagens aos consumidores que transitavam nas ruas ocupadas pelas bancas dos feirantes. Os pesquisadores se identificavam, citando seu vínculo institucional, e apresentavam brevemente a ideia central da pesquisa, deixando-os cientes a respeito do caráter voluntário e do dever ético de manter o sigilo do indivíduo que prestou as informações. Durante as entrevistas, os pesquisadores registravam as respostas no instrumento de coleta para posteriores análises.

As entrevistas, com o total de 105 consumidores, foram realizadas entre 06:00 h e 13:00 h, em três sextas-feiras, e duravam, em média, de 15 a 20 min, dependendo, dentre outros fatores, se as quatro principais espécies produzidas na região (tilápia, tambaqui, curimatã-pacu e pias) eram citadas como preferidas para o consumo.

Após a coleta das informações, todas as respostas foram digitadas, contabilizadas em valores absolutos em planilhas eletrônicas e, posteriormente, transformados em percentuais. É importante salientar que estes percentuais não

necessariamente refletem o total de 105 entrevistados, mas o total de respostas obtidas em cada questão, tendo em vista que alguns compradores não responderam a todas as perguntas. Além disso, para algumas indagações era possível adotar mais de uma resposta. Estes fatores justificam que a soma das respostas de algumas questões sejam inferiores ou superiores ao número total de 105 entrevistados. Os dados tabulados foram analisados por meio de estatística descritiva utilizando-se o software Excel®.

RESULTADOS

Na Tabela 1 estão apresentados os resultados referentes à caracterização socioeconômica dos entrevistados e a sua preferência pelos tipos de carne. Dentre eles, 60,95% eram casados, 62,86% eram homens, e a idade média superior a 48 anos. O grau de escolaridade é baixo, pois 41,95% da população sequer concluiu o ensino fundamental e 20,95% desta nunca estudou.

Com uma média de 3,7 pessoas por residência, exatamente um terço dos entrevistados declararam renda familiar mensal inferior a um salário mínimo vigente em 2012 (R\$ 622,00). Somando-se os que recebiam menos de um salário aos que recebiam entre um e três salários, contemplou-se 83,81% dos entrevistados.

As carnes citadas como favoritas foram: bovina, peixe, frango, suína e caprina/ovina, padrão que se manteve para as mais consumidas. A preferência por carne bovina e de peixes resultou efetivamente em maior consumo destes alimentos, o que não ocorreu com a suína, já que 6,67% a indicaram como preferida, mas somente 0,95% relataram consumi-la maior número vezes. Para o frango, esta situação se inverteu, com 18,10% considerando esta como a de sua preferência, mas 24,76% afirmando consumi-la mais vezes.

Na Tabela 2 encontram-se informações mais direcionadas à regularidade de consumo de peixes. Afirmaram consumir peixe todos os dias da semana 10,48%, enquanto 91,43% consome no mínimo uma vez por semana e nenhum dos entrevistados afirmou não consumir, demonstrando ampla regularidade no uso deste alimento no cotidiano das famílias.

Tabela 1. Caracterização dos consumidores entrevistados (total e frequência; %) na feira-livre de Porto Real do Colégio – AL, quanto à preferência e frequência de consumo de carnes (n = 105).

| Questões Abordadas | Total | Frequência (%) |
|---|-------|----------------|
| 1. Sexo | | |
| Masculino | 66 | 62,86 |
| Feminino | 39 | 37,14 |
| 2. Idade média, em anos | - | 48,80 |
| 3. Estado civil | | |
| Solteiro | 25 | 23,81 |
| Casado | 64 | 60,95 |
| União Estável | 2 | 1,95 |
| Separado | 3 | 2,86 |
| Viúvo | 11 | 10,48 |
| 4. Escolaridade | | |
| Não estudou | 22 | 20,95 |
| Fundamental incompleto | 21 | 21,00 |
| Fundamental completo | 31 | 29,52 |
| Médio incompleto | 6 | 5,71 |
| Médio completo | 19 | 18,10 |
| Superior incompleto | 2 | 1,90 |
| Superior completo | 3 | 3,86 |
| Pós-graduação | 1 | 0,95 |
| 5. Quantas pessoas moram em sua residência | - | 3,71 |
| 6. Renda Familiar ¹ | | |
| Menor que um salário mínimo | 35 | 33,33 |
| Entre um e três salários mínimos | 53 | 50,48 |
| Entre três e seis salários mínimos | 14 | 13,33 |
| Entre seis e dez salários mínimos | 2 | 1,90 |
| Mais que dez salários mínimos | 1 | 0,95 |
| 7. Quais as suas carnes preferidas | | |
| Bovina | 50 | 47,62 |
| Frango | 19 | 18,10 |
| Suína | 7 | 6,67 |
| Peixe | 27 | 25,71 |
| Caprina e/ou Ovina | 1 | 0,95 |
| Outras (exóticas, caça, etc) | 0 | 0,00 |
| 8. Quais as carnes que consome com maior frequência | | |
| Bovina | 48 | 45,71 |
| Frango | 26 | 24,76 |
| Suína | 1 | 0,95 |
| Peixe | 28 | 26,67 |
| Caprina e/ou Ovina | 1 | 0,95 |
| Outras (exóticas, caça, etc) | 1 | 0,95 |

⁽¹⁾Salário mínimo vigente à época: R\$ 622,00.

Os motivos mais utilizados como justificativas para o consumo de peixes foram: ser a carne saborosa, saudável e para variar o cardápio. Estes motivos, quando juntos, perfizeram 91,25% do total. Foram indicados, ainda, o preço acessível (4,00%), a facilidade de encontrar (4,00%) e por ser uma carne branca (1,00%). Gostaria de consumi-los com maior constância 58,10%, apresentando como fatores para o não consumo o fato do preço elevado,

a dificuldade para encontrar e por enjoar do alimento.

Indagados sobre a sua preferência com relação ao tipo de ambiente de origem dos peixes, 63,80% dos entrevistados afirmou preferir os de água doce; 20,95% informou gostar de animais dos dois ambientes; 5,71% preferiu os marinhos; mas 9,52% admitiu não conseguir diferenciar qual o tipo de ambiente do animal.

Tabela 2. Frequência e preferências de consumo de peixes pelos consumidores entrevistados (total e frequência; %) na feira-livre de Porto Real do Colégio - AL (n = 105).

| Questões Abordadas | Total | Frequência (%) |
|---|-------|----------------|
| 1. Frequência de consumo de peixes | | |
| Todos os dias | 11 | 10,48 |
| Mais de uma vez por semana | 60 | 57,14 |
| Uma vez por semana | 25 | 23,81 |
| Mais de uma vez por mês | 4 | 3,81 |
| Uma vez por mês | 2 | 1,90 |
| 2. Motivos para o consumo de peixes | | |
| Pelo preço acessível | 4 | 3,88 |
| Variar cardápio | 18 | 17,47 |
| Carne saborosa | 40 | 38,83 |
| Carne branca | 1 | 0,97 |
| Questão de saúde | 36 | 34,95 |
| Fácil de encontrar | 4 | 3,88 |
| 3. Gostaria de consumir peixes com maior frequência? | | |
| Sim | 61 | 58,10 |
| Não | 44 | 41,90 |
| 4. Porque não consome ou não gostaria de consumir com maior frequência? | | |
| Não gosto de peixe | 5 | 7,25 |
| Preço elevado | 11 | 15,94 |
| Baixa Qualidade | 1 | 1,45 |
| Dificuldade de encontrar | 7 | 10,14 |
| Dificuldade de preparo | 4 | 5,80 |
| Enjoaria | 37 | 53,62 |
| Espinhos | 1 | 1,45 |
| Poucos produtos disponíveis | 3 | 4,35 |
| 5. Prefere consumir peixes de que ambiente? | | |
| Água doce | 67 | 63,80 |
| Marinhos | 6 | 5,71 |
| Dos dois ambientes | 22 | 20,95 |
| Não consigo diferenciar | 10 | 9,52 |

Na Figura 1 estão listadas as espécies favoritas para o consumo. A maior parte das indicações foi para o tambaqui (*Colossoma macropomum*), com

29,81%, seguido pela tilápia (*Oreochromis niloticus*), com 24,04%, e curimatã-pacu (*Prochilodus argenteus*), com 15,38%, que, juntas somaram 69,23% das citações.

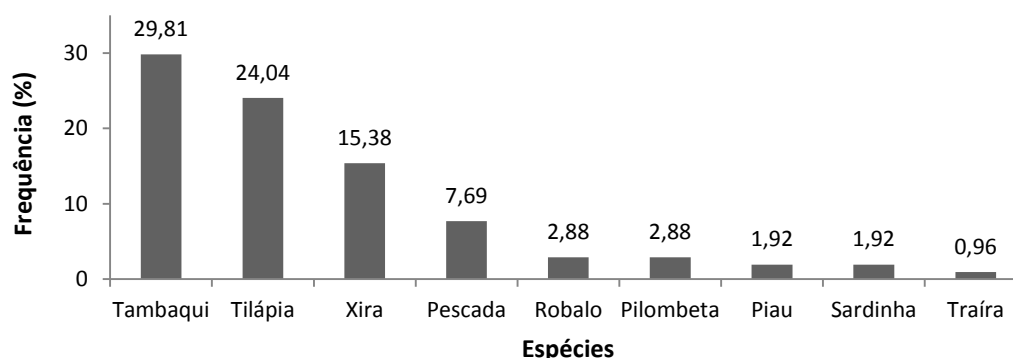


Figura 1. Principais espécies citadas (em %) como primeira preferência pelos consumidores (n = 105) na feira livre de Porto Real do Colégio, AL. Da esquerda para a direita: *Colossoma macropomum*, *Oreochromis niloticus*, *Prochilodus argenteus*, *Plagioscion* sp., *Centropomus* sp., *Anchoviella vaillantii*, *Leporinus* sp., família *Clupeidae*, *Hoplias microcephalus*.

Na Tabela 3 podem ser observados os resultados referentes às considerações dos entrevistados sobre os preços, as formas de apresentação, locais de aquisição, dentre outros. Perguntados sobre o preço que consideravam justo para um quilograma de peixe, o valor médio obtido foi R\$ 6,48. Caso o preço de venda ultrapassasse R\$ 8,00, 16,67% dos consumidores desistiria da compra. Entretanto, o preço de R\$ 10,00 foi o responsável pela suposta desistência da compra por 45,10% das pessoas. Caso o preço chegasse a

R\$ 12,00, somando todos os que desistiriam, este percentual seria de 68,63% dos consumidores. O preço máximo para a desistência foi R\$ 20,00, citado por 15,65% dos consumidores.

A feira livre é o local em que a maioria dos consumidores entrevistados compra (80,00%) peixes, seguido pelas peixarias (10,41%) e supermercados (8,34%). Perguntados sobre onde gostariam de comprar, 72,58% ratifica a própria feira livre como o local ideal; já 13,68% escolheria os supermercados e 12,69%, as peixarias.

Tabela 3. Considerações dos consumidores entrevistados (total e frequência; %) na feira-livre de Porto Real do Colégio - AL sobre os locais de compra e o preço dos peixes (n = 105).

| Questões Abordadas | Total | Frequência (%) |
|--|---------|----------------|
| 1. Qual o preço (R\$ kg ⁻¹) que considera justo para o peixe? | 6,48 | |
| 2. Qual o preço (R\$ kg ⁻¹) em que desiste de comprar o peixe? | | |
| Seis | 1 | 0,98 |
| Oito | 17 | 16,67 |
| Dez | 46 | 45,10 |
| Doze | 6 | 5,88 |
| Quatorze | 5 | 4,90 |
| Dezesseis | 7 | 6,86 |
| Dezoito | 1 | 0,98 |
| Vinte | 3 | 2,94 |
| Acima de vinte | 16 | 15,68 |
| 3. Quais os locais onde compra? – Quais os locais onde gostaria de comprar peixes? | | |
| Peixaria | 10 – 12 | 10,41 – 12,69 |
| Feira | 77 – 68 | 80,20 – 72,58 |
| Supermercado | 8 – 13 | 8,34 – 13,68 |
| Mercearia | 1 – 1 | 1,05 – 1,05 |
| Restaurante | 0 – 0 | 0,00 – 0,00 |
| Bar | 0 – 0 | 0,00 – 0,00 |
| Não compro | 0 – 0 | 0,00 – 0,00 |
| 4. Compra peixes – Gostaria de comprar peixes | | |
| Vivos | 61 – 62 | 58,65 – 59,61 |
| Inteiros Frescos | 37 – 28 | 35,57 – 26,92 |
| Inteiros Congelados | 3 – 2 | 2,88 – 1,92 |
| Em postas | 3 – 3 | 2,88 – 2,88 |
| Filés frescos | 0 – 3 | 0,00 – 2,88 |
| Filés congelados | 0 – 0 | 0,00 – 0,00 |
| Filés empanados | 0 – 1 | 0,00 – 0,96 |
| Cortes temperados | 0 – 4 | 0,00 – 3,84 |
| Empanados e embutidos | 0 – 0 | 0,00 – 0,00 |
| Enlatados | 0 – 1 | 0,00 – 0,96 |
| 5. Em quais ocasiões prefere consumir peixes (primeira – segunda opção)? | | |
| Refeições cotidianas | 62 – 1 | 60,19 – 2,94 |
| Finais de semana | 29 – 7 | 28,16 – 20,58 |
| Datas especiais | 6 – 22 | 5,83 – 64,70 |
| Ao receber visitas especiais | 5 – 2 | 4,87 – 5,88 |
| Refeições fora de casa | 1 – 2 | 0,97 – 5,88 |
| Outras ocasiões | 0 – 0 | 0,00 – 0,00 |
| 6. Considera o preparo dos peixes | | |
| Fácil | 71 | 68,27 |
| Difícil | 17 | 16,35 |
| Igual ao das outras carnes | 16 | 15,38 |

Os consumidores efetivamente compram peixes vivos (58,65%) ou inteiros frescos (35,57%). Os modos de apresentação congelado inteiro e congelado em postas foram a forma de aquisição, em cada caso, para 2,88% dos compradores. A efetiva aquisição dos peixes vivos e aqueles tidos como frescos ocorre porque realmente são consideradas as formas de apresentação que os consumidores preferem comprar, juntas totalizando 86,53%. Neste caso, houve maior preferência pelos peixes vivos (59,61%) em relação aos inteiros frescos (26,92%).

Com relação às ocasiões em que consumiam peixes, mais de 60,19% afirmou que o consumo ocorria em refeições cotidianas e 28,16%, nos finais de semana, consistindo estas as duas principais situações. Ao consultar sobre a sua segunda ocasião de preferência para consumir, 64,70% citou as datas especiais e 20,58% afirmou ser nos finais

de semana. Questionados sobre como consideram o preparo dos peixes, 68,27% achou fácil; 16,35% igual às outras carnes e 15,38% entenderam ser difícil preparar.

Na Tabela 4 estão apresentados os resultados referentes ao conhecimento do consumidor sobre o local de produção dos peixes, bem como sua propensão a pagar mais pelo pescado em situações específicas. Pode-se notar que a maior parte dos consumidores tem noção de que sua região é produtora de peixes, uma vez que 72,00% afirmou que a origem dos mesmos é da própria região. Ainda assim, 22,00% informou não saber a procedência do peixe vendido na feira livre. Perguntados se pagariam mais por peixes produzidos de forma responsável em seu município de origem, 51,96% das pessoas afirmou que não. Indagados sobre sua disposição para pagar mais por cortes especiais, 53,85% não se mostrou disposto.

Tabela 4. Considerações dos consumidores entrevistados (total e frequência; %) na feira-livre de Porto Real do Colégio - AL sobre cortes especiais e produção local responsável (n = 105).

| Questões Abordadas | Total | Frequência (%) |
|--|-------|----------------|
| 1. Onde são produzidos os peixes que compra? | | |
| Na região | 72 | 72,00 |
| Fora da região | 6 | 6,00 |
| Fora de Alagoas | 4 | 4,00 |
| Não sei | 22 | 22,00 |
| Não me importo | 0 | 0,00 |
| 2. Pagaria mais por peixes produzidos de forma responsável no seu município? | | |
| Sim | 51 | 49,04 |
| Não | 53 | 51,96 |
| 3. Pagaria mais por cortes especiais de peixes? | | |
| Sim | 48 | 46,15 |
| Não | 56 | 53,85 |

DISCUSSÃO

Não há, na literatura científica disponível, nenhuma caracterização socioeconômica dos consumidores de qualquer produto do gênero alimentício comercializado na feira-livre de Porto Real do Colégio, AL. Assim, com o intuito de melhor analisar os dados sociais e econômicos destes consumidores, buscaram-se dados gerais de referência sobre a população da cidade. Ainda que não seja possível comparar com exatidão os dados obtidos no presente estudo com aqueles do PNUD (2013), o mesmo é um referencial consolidado

e foi utilizado para a realização de comparações com os achados sobre a população estudada.

Comparando estes valores (PNUD, 2013) aos obtidos no presente estudo, é possível identificar que a taxa de analfabetismo oficial na cidade onde o estudo foi realizado é cerca de 3,7 vezes maior em relação aos valores nacionais, quando consideradas pessoas com 18 anos ou mais. Além disto, o percentual de pessoas, a partir dos 18 anos, com ensino fundamental e ensino médio completos é de 28,92 e 14,70%, respectivamente. Fica evidente que os frequentadores da feira livre possuem grau

de escolaridade formal ainda mais baixo que o nível do município.

A renda mensal *per capita* oficial de R\$ 195,26 em 2010 na cidade é bastante inferior à média nacional e de Alagoas, R\$ 793,87 e R\$ 432,56, respectivamente (PNUD, 2013), demonstrando baixo poder aquisitivo da maior parte da população do município. Como a feira livre sempre foi considerada como um dos locais de venda de produtos alimentícios com preços mais acessíveis é possível compreender que os consumidores de menor renda *per capita* sejam maioria neste espaço de comércio.

Embora comum, não é sempre que a preferência por determinado item alimentar se traduz no consumo, já que outras questões importantes são levadas em consideração no momento da escolha. No presente trabalho, ainda que não fizesse parte das questões do instrumento de coleta, alguns entrevistados atribuíram o consumo de frango, por exemplo, ao menor preço em relação à sua carne preferida. Já com relação à preferência por carne suína não se traduzir em efetivo consumo, relacionaram que evitavam comer mais vezes por questões de saúde. Neste sentido, a preferência pela carne bovina em detrimento das demais é comum no país, mesmo nas comunidades de pescadores, onde há maior consumo de peixes, como relatam HANAZAKI e BEGOSSI (2006).

As carnes bovina, seguida pelas de frango e suína são sempre citadas, nesta ordem, como as preferidas ou de maior consumo por diversos grupos populacionais em estudos no Brasil (BEZERRA *et al.*, 2007; THOMS *et al.*, 2010; FARIAS *et al.*, 2012). Todavia, é comum que os peixes não sejam incluídos dentre as opções de escolha. Nos trabalhos supracitados, por exemplo, apenas no de BEZERRA *et al.* (2007) os peixes foram listados como opção para escolha pelo consumidor, ocupando a quarta posição (13,00% consome com maior frequência). No trabalho de PEREIRA *et al.* (2009), as carnes bovina, de frango e de peixes são, nesta ordem, as preferidas.

Em um amplo estudo sobre o perfil de consumidores de pescado, MINOZZO *et al.* (2008) identificaram que a carne dita como mais consumida em Toledo (PR), Curitiba (PR) e São Paulo (SP) foi a bovina, com 73,30%, 41,29% e

48,45%, seguida pela de aves com 21,72%, 23,88% e 34,16%, respectivamente. O pescado ocupou a terceira escolha do consumidor em Curitiba (PR) e São Paulo (SP), totalizando 17,91% e 9,32% e a última em Toledo (PR), com 2,21%. A carne suína foi a última escolha em Curitiba (PR) e São Paulo (SP), com 16,92% e 8,07%, respectivamente. Com exceção da cidade de Toledo, a parcela de pessoas que consome carne bovina no trabalho citado muito se assemelha ao do presente estudo. Para a carne de aves (onde se presume que quase sua totalidade seja de frango de corte), apenas na cidade de São Paulo o número é superior ao do presente estudo. A carne suína também foi a última escolha no presente trabalho, assim como nas cidades do estudo supracitado. Como se pode entender, ainda que em cidades maiores haja proporcional possibilidade de diversificação das fontes de proteína, o hábito de consumo das carnes mais tradicionais, como bovina, de aves e peixes, possui relevância similar àquela observada em cidades menores, como a estudada neste trabalho.

Em um estudo realizado na cidade de Parintins, interior do Amazonas, COSTA *et al.* (2013) determinaram que, dentre os que declararam gostar, os peixes são o tipo de carne mais preferido, com 28,7% do total de entrevistados, seguida pela carne bovina/bubalina e de frango, 18,2 e 13,9%, respectivamente. Estes autores afirmam que mesmo aqueles que declararam ter preferência por consumo de um tipo de carne, também relataram fazer uso do pescado por pelo menos uma vez na semana. Resultados semelhantes foram obtidos no presente estudo, pois analisando quais seriam as carnes da segunda preferência do consumidor, os peixes foram citados como segunda opção preferida por 35,00% dos entrevistados (apenas após o frango, com 38,00%) e como terceira opção de preferência por 44,00% do total. Isto consolida esta fonte de proteína como aquela mais citada dentre as carnes preferidas pela população.

Embora haja divergências nos dados disponíveis sobre o consumo *per capita* de peixes no país, é fato que este vem crescendo. Para o Ministério da Pesca e Aquicultura (BRASIL, 2014), o consumo foi de 14,50 kg por habitante ao ano em 2013, o que já superaria o mínimo de 12 kg recomendado pela FAO. O alto percentual de

pessoas que se alimentam diariamente de peixes, além daqueles que consomem mais de uma vez por semana, pode indicar proporcional consumo *per capita*, embora a quantidade consumida não tenha sido objetivo nesta pesquisa.

Além de ser um país de dimensões continentais, o Brasil possui proporcional litoral que, segundo CASTELLO (2010), perfaz cerca de 8,5 mil quilômetros de extensão. Conforme ROCHA *et al.* (2013), o país dispõe de aproximadamente 13% da água doce renovável do planeta. Nestes ambientes marinhos e de águas interiores, há grande diversidade íctica, em torno de 1.298 espécies (MENEZES *et al.*, 2003) no primeiro e 2.300 no segundo ambiente (REIS *et al.*, 2003). Destarte, diante deste cenário, são inúmeras as comunidades tradicionais de pescadores e grupos de populações com estreita relação com os ambientes aquáticos. Estas pessoas, normalmente, compõem sua alimentação com maiores quantidades de pescado, em detrimento das outras carnes, principalmente porque estes alimentos estão mais acessíveis, ainda que a carne bovina seja sua predileta. É importante salientar que nas regiões onde não há criações de bovinos em grande escala, esta carne torna-se ainda menos acessível e de preço mais elevado, conseqüentemente, participando em menor parcela da composição alimentar. Nos trabalhos de CERDEIRA *et al.* (1997) e de HANAZAKI e BEGOSSI (2006), foi demonstrado alto consumo de pescado por comunidades tradicionais com estreitas relações com os ambientes aquáticos.

CRABONE *et al.* (2005), em uma análise sobre as decisões envolvidas na aquisição de frangos caipiras, afirmam que, quanto maior a elevação da renda, o consumo de alimentos sofre maior influência de fatores culturais; e nos países de maior renda há proporcional relação com o prazer e com a saúde. MOELLER *et al.* (2010) afirmam que a palatabilidade e a qualidade das carnes são determinantes na decisão de compra. Neste sentido, THOMS *et al.* (2010) também identificaram o sabor como o principal fator de decisão para o consumo de carnes. GRUNERT (2006), entretanto, ratifica a crescente percepção do consumidor de carnes da relação entre alimentação e saúde.

Com a maior facilidade de difusão de conhecimento na sociedade atual, este fenômeno

da correlação entre alimentação e saúde tem se difundido e atingido até mesmo as populações de menor renda ou formação escolar, tornando-se importante fator de decisão na escolha dos alimentos, ainda que o fator preço exerça influência em maior ou menor escala. Desta forma, mesmo em um grupo populacional de menor poder aquisitivo, como o que foi estudado no presente trabalho, justifica-se que o sabor da carne e os benefícios à saúde tenham sido os principais motivos citados para o consumo de peixes.

A alta frequência de consumo de peixes pelos entrevistados pode justificar que “enjoar” seja o principal fator para que não queiram consumir mais vezes. O preço elevado, frequentemente, é motivo para a redução ou desistência em adquirir produtos do gênero alimentício, como já demonstrado para pescado nos trabalhos de PINTO *et al.* (2011) e SILVA *et al.* (2012).

Posteriormente, no decorrer do texto, será melhor caracterizada a questão dos valores pagos pelos peixes, entretanto, convém salientar que a renda da população estudada é um importante fator a se considerar nesta análise. Isto porque, com renda baixa, maior se traduz o impacto dos preços das carnes no orçamento familiar, que são substituídas por alimentos mais baratos. Além disto, alguns dos entrevistados justificaram que a mesma quantidade de carne bovina alimentava e saciava mais pessoas, em comparação aos peixes, que findavam preteridos, ainda que houvesse intenção de consumi-los mais vezes. Com relação aos que consideraram difícil encontrar peixes, é importante que se entenda a referência ao fato de que as vendas se concentravam na sexta-feira, dificultando a compra nos demais dias de semana. Assim, por conta da enorme preferência por peixes vivos ou frescos, que também será melhor discutida no decorrer deste trabalho, a maior parcela desta população adquire peixes somente nesta feira livre.

Praticamente inexistem estudos no país onde seja identificada esta predileção por peixes em relação ao seu ambiente natural (marinho ou continental). PINTO *et al.* (2011) estudaram preferências de consumidores de peixes em Campos dos Goytacazes (RJ) e observaram que esta somente ocorre quando estratificada a população amostrada, afirmando que as pessoas

com formação superior preferiram peixes marinhos. Em São Luis (MA), por conta das espécies de peixes mais citadas para o consumo serem de água doce, SILVA *et al.* (2012) afirmam que os peixes dulciaquícolos são preteridos em detrimento dos marinhos. Na cidade de Porto Real do Colégio, por ser localizada às margens de um dos maiores rios do país, com grande diversidade íctica, onde a pesca é atividade laboral tradicional há inúmeras gerações, sendo os peixes continentais alimentos importantes na região, justifica-se esta preferência. Entretanto, como será discutido oportunamente neste trabalho, as duas principais espécies ditas como preferidas não são nativas do Rio São Francisco.

Em termos de produção em aquicultura, a tilápia-do-nylo é a principal espécie de peixe criada comercialmente no país; o tambaqui é a principal espécie nativa, seguido pelo seu híbrido tambacu (BRASIL, 2010). Com relação a curimatã-pacu ou xira (*Prochilodus argenteus*), embora ainda não tenha uma produção comparada a outras espécies nativas, seu gênero contém várias espécies de interesse comercial, amplamente distribuídas, e sua pesca possui importância comercial no país. Diante dos fatores supracitados, pode-se justificar haver preferência dos consumidores por estas espécies.

Segundo os dados do relatório estatístico do Ministério da Pesca e Aquicultura (BRASIL, 2010), as tilápias representam quase 40% da produção de peixes de água doce do país. Desta forma, a sua distribuição em diversos mercados a torna acessível e proporciona ao consumidor o hábito de consumo. No trabalho de MINOZZO *et al.* (2008) a espécie foi a principal citada dentre as de água doce nas cidades de Toledo (PR), São Paulo e Curitiba com 90,05%, 36,75% e 42,79%, respectivamente, demonstrando a grande aceitação da mesma nos mais diversos mercados.

PINTO *et al.* (2011) questionaram compradores sobre o preço dos peixes e observaram que estes estão dispostos a pagar preços bastante inferiores aos supracitados. Cerca de 12% dos entrevistados pelos autores acima considera aceitáveis preços de até R\$ 2,00; 55,4% preços de até R\$ 5,00; cerca de 22% entre R\$ 5,01 a R\$ 8,00 e apenas 9,8% aceitam preços superiores a R\$ 8,00. Embora não tenha sido descrito no trabalho supracitado qual o

percentual de entrevistados que possuem as menores rendas, de até três salários mínimos no caso, não é possível afirmar que a renda é responsável pelas diferenças de preços aceitos pelos consumidores daquele para com o presente estudo, onde grande parte dos entrevistados possui renda abaixo da média municipal. Estudando a comercialização de peixes em uma feira livre no Rio Grande do Sul, PERUSSATTO *et al.* (2012) identificaram preços de R\$ 5,00 a R\$ 7,00 para a comercialização de peixes cultivados, que são mais próximos aos citados pelos consumidores entrevistados no presente trabalho.

PINTO *et al.* (2011) também observaram a preferência pela feira livre como o principal local para a aquisição de peixes e, segundo os autores, isto se contrapôs ao que ocorre para as outras carnes, onde os supermercados são os locais mais consolidados. BARBOSA *et al.* (2007) obtiveram resultados semelhantes com relação a compra de peixes, com a feira livre apontada como o principal local para 68% dos seus entrevistados.

As feiras livres são os lugares tradicionais de venda de alimentos frescos no varejo, incluindo os peixes. Principalmente nas menores cidades do país, onde as maiores redes de supermercados não se estabeleceram, a população ainda mantém o hábito de compra nestes locais. No caso dos peixes, isto também pode ser explicado pela ampla preferência por uma das formas de apresentação do produto, como pode ser visto abaixo. A região da qual a cidade estudada faz parte é tradicional produtora de peixes, concentrando a maior quantidade de pequenos produtores e os maiores empreendimentos aquícolas do estado de Alagoas. Assim, a maioria dos consumidores tem a noção de que os peixes são produzidos naquela região.

Sobre os modos de apresentação dos peixes para a comercialização, a enorme preferência por exemplares inteiros vivos e frescos inviabilizaria, inicialmente, uma comercialização de cortes especiais, embora parcela considerável da população estudada tenha afirmado que estaria disposta a pagar mais por cortes diferenciados.

É necessária uma melhor caracterização descritiva da comercialização dos peixes nesta feira para que se dê o entendimento da preferência

do consumidor pelos modos de apresentação citados acima. O peixe comercializado vivo, na verdade, não está exposto em tanques com água e oxigenação, com o intuito de mantê-los vivos durante o período da feira, como ocorre nas feiras de peixes vivos, as quais, uma delas já foi estudada por PERUSSATTO *et al.* (2012). Na feira em questão, assim como em outras da região estudada (Igreja Nova e Penedo, por exemplo), os peixes, ainda vivos e se debatendo, são expostos na parte interna do mercado, em bancadas de alvenaria e cobertura de azulejo; ou na parte externa do mercado, em bancas de madeira. Desta forma, na medida em que o tempo passa, os animais são frequentemente umedecidos, na tentativa de retardar sua morte. Na medida em que passam mais tempo fora da água, vão morrendo e seu valor comercial é proporcionalmente reduzido, até o final da feira.

Durante a feira não há, na grande maioria dos casos, qualquer acondicionamento em gelo dos peixes já expostos, pois o consumidor não entende que os peixes resfriados sejam frescos, passando a compará-los aos congelados. Vale salientar que a legislação brasileira (BRASIL, 1952) que trata de pescado considera fresco aquele peixe que será dado ao consumo sem ter sofrido qualquer processo de conservação, a não ser a ação do gelo. Além disto, sabe-se que a redução da temperatura dos peixes para a comercialização é fator importante na manutenção da sua qualidade. Desta feita, no presente estudo, quando citado que o consumidor prefere peixe vivo em detrimento do inteiro fresco e demais modos de apresentação, convém considerar que os entrevistados possuem entendimento diferente daquele cuja legislação normatiza para peixe fresco.

A elevada frequência de consumo de peixes por considerável parcela dos entrevistados se traduz no fato de que os peixes façam parte das refeições rotineiras e cotidianas. BRUNSØ *et al.* (2009), em um estudo sobre fatores associados ao consumo de peixes na Europa, afirmam que a conveniência, que inclui tempo e energia física e mental para a compra e preparação das refeições, tem sido cada vez mais considerada na aquisição dos alimentos. Assim, pode-se inferir que um dos motivos que contribui para que o peixe seja alimento rotineiro para estes consumidores é o fato de considerarem fácil a sua preparação.

CONCLUSÕES

O consumo de peixes é amplo e regular, todavia com ampla preferência por adquirir peixes ainda vivos, em detrimento das outras formas de apresentação. Ainda assim, significativa parcela se afirma propensa a pagar mais por cortes especiais, o que poderia agregar valor ao pescado e beneficiar a cadeia produtiva. Por conseguinte, a estruturação da feira para a adequada venda de peixes vivos; a realização de oficinas de beneficiamento para os piscicultores e comerciantes locais; bem como a realização de feiras gastronômicas para estimular a compra dos cortes especiais, seriam importantes ações para a consolidação da piscicultura e a comercialização no tradicional mercado estudado.

REFERÊNCIAS

- BARBOSA, J.A.; SANTANA, A.C.; SILVA, I.M.; BOTELHO, M.N.; CONDURÚ NETO, J.M.H. 2007 Características comportamentais do consumidor de peixe no mercado de Belém. *Boletim Técnico Científico Cepnor*, 7(1): 115-133.
- BEZERRA, J.M.M.; CAVALCANTE NETO, A.; SILVA, L.P.G.; LUI, J.F.; RODRIGUES, A.E.; MARTINS, T.D.D. 2007 Caracterização do consumidor e do mercado da carne suína na microrregião de Campina Grande, Estado da Paraíba. *Ciência Animal Brasileira*, 8(3): 485-493.
- BRASIL. MINISTÉRIO DA AGRICULTURA, PECUÁRIA E ABASTECIMENTO. Regulamento de inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal (RIISPOA). DECRETO nº 30.691 de 29 de março de 1952, alterado pelo Decreto nº 1.255 de 25 de junho de 1962. *Diário Oficial da União*, Brasília, 4 de julho de 1962, Seção 1: p.7238.
- BRASIL. 2010 MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA (MPA). *Boletim estatístico da pesca e aquicultura: Brasil 2010*. Brasília: MPA, 2010. 128p.
- BRASIL. 2014 MINISTÉRIO DA PESCA E AQUICULTURA (MPA). Potencial brasileiro. [online] URL: <<http://www.mpa.gov.br/index.php/aquicultura/potencial-brasileiro>>. Acesso: 07 set. 2015.
- BRUNSØ, K.; VERBEKE, W.; OLSEN, S.O.; JEPPESEN, L.F. 2009 Motives, barriers and quality evaluation in fish consumption situations: Exploring and

- comparing heavy and light users in Spain and Belgium. *British Food Journal*, 111(7): 699-716.
- CASTELLO, J.P. 2010 O futuro da pesca e da aquicultura marinha no Brasil: a pesca costeira. *Ciência e Cultura*, 62(3): 32-35.
- CERDEIRA, R.G.P.; RUFFINO, M.L.; ISAAC, V.J. 1997 Consumo de pescado e outros alimentos pela população ribeirinha do Lago Grande de Monte Alegre, PA - Brasil. *Acta Amazonica*, 27(3): 213-228.
- COSTA, T.V.; SILVA, R.R.S.; SOUZA, J.L.; BATALHA, O.S.; HOSHIBA, M.A. 2013 Aspectos do consumo e comércio de pescado em Parintins. *Boletim do Instituto de Pesca*, 39(1): 63-75.
- CRABONE, G.T.; MOORI, R.G.; SATO, G.S. 2005 Fatores relevantes na decisão de compra de frango caipira e seu impacto na cadeia produtiva. *Organizações Rurais & Agindustriais*, 7(3): 312-323.
- FARIAS, A.E.M.; BRANDÃO, P.A.; ASSIS, D.Y.C.; COSTA NETO, J.; SOBRAL, F.E.S.; FREITAS, M.R.V. 2012 Estudo socio-econômico dos consumidores de carne suína em três municípios do sertão paraibano. *Acta Veterinaria Brasilica*, 6(3): 199-203.
- GRUNERT, K.G. 2006 Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption. *Meat Science*, 74: 149-160.
- HANAZAKI, N. e BEGOSSI, A. 2006 Catfish and mullets: the food preferences and taboos of caiçaras (Southern Atlantic forest coast, Brazil). *Interciencia*, 31(2): 1-2.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA DE ESTATÍSTICA. Censo Demográfico 2010. Cidades. Porto Real do Colégio. [online] URL: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>> Acesso em: 27.ago. 2014.
- LUSTOSA, M.C.J.; LAGES A.M.G.; ARAÚJO, J.S. 2008 *O velho Chico e sua nova cadeia produtiva: diagnóstico da piscicultura alagoana*. EDUFAL, 100p.
- MENEZES, N.A.; BUCKUP, P.A.; FIGUEIREDO, J.L.; MOURA, R.L. 2003 *Catálogo das espécies de peixes marinhos do Brasil*. São Paulo, Museu de Zoologia da USP. 180p.
- MINOZZO, M.G.I.; HARACEMIV, S.M.C.; WASZCZYNSKYJ, N. 2008 Perfil dos consumidores de pescado nas cidades de São Paulo (SP), Toledo (PR) e Curitiba (PR) no Brasil. *Revista Alimentação Humana*, 14(3): 133-140.
- MOELLER, S.J.; MILLER, R.K.; EDWARDS, K.K.; ZERBY, H.N.; LOGAN, K.E.; ALDREDGE, T.L.; STAHL, C.A.; BOGGESS, M.; BOX-STEFFENSMEIER, J.M. 2010 Consumer perceptions of pork eating quality as affected by pork quality attributes and end-point cooked temperature. *Meat Science*, 84(1): 14-22.
- PEREIRA, D.C.S.; BRITO, G.N.S.; CARVALHO, C.M.S.; SABAI, E.E.; SILVA, M.A.V. 2009 Viabilidade do mercado de tilápias através do comportamento do consumidor final do município de Barreiras, Oeste da Bahia. *Revista de Estudos Sociais*, 2(22): 160-170.
- PERUSSATTO, A.; CAMARA, D.; MIRITZ, L.D.; CORONEL, D.A. 2012 Cadeia produtiva dos peixes comercializados na feira municipal do peixe vivo de Palmeira das Missões/RS: uma estratégia de desenvolvimento. *Diálogo*, 21(2): 207-224.
- PINTO, R.M.; SILVA, V.G.V.; SHIMODA, E.; PEREIRA, V.F. 2011 Perfil do consumidor de pescado no município de Campos dos Goytacazes - RJ. *Perspectivas Online: Ciências Humanas e Sociais Aplicadas*, 4(1): 25-36.
- PNUD - PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO. 2013 Relatório do Desenvolvimento Humano 2013: a ascensão do Sul - progresso humano num mundo diversificado, 212p. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/arquivos/rdh-2013.pdf>> Acesso em: 29 jan. 2014.
- REIS, R.E.; KULLANDER, S.O.; FERRARIS JÚNIOR, C.J. (orgs). 2003. *Check List of the Freshwater Fishes of South and Central America*. Porto Alegre: EDIPUCRS. 742p.
- ROCHA, C.M.C.; RESENDE, E.K.; ROUTLEDGE, E.A.B.; LUNDSTEDT, L.M. 2013 Avanços na pesquisa e no desenvolvimento da aquicultura brasileira. *Pesquisa Agropecuária Brasileira*, 48(8): 04-06.
- SILVA, I.A.; LIMA, M.F.V.; BRANDÃO, V.M.; DIAS, I.C.L.; SILVA, M.I.S.; LACERDA, L.M. 2012 Perfil dos consumidores do pescado comercializado em mercados do município de São Luís, Maranhão, Brasil. *Cadernos de Pesquisa*, 19(1): 59-63.

THOMS, E.; ROSSA, L.S.; STAHLKE, E.von-R.;
FERRO, I.D.; MACEDO, R.E.F. 2010 Perfil de
consumo e percepção da qualidade da carne

suína por estudantes de nível médio da cidade
de Irati, PR. *Revista Acadêmica: Ciências Agrárias e
Ambientais*, 8(4): 449-459.