

## ASPECTOS DE AQUISIÇÃO E CONSUMO DE PEIXES NA FEIRA LIVRE DA CIDADE DE PENEDO - ALAGOAS

Daniel de Magalhães ARAUJO<sup>1</sup>; João Lucas Farias LINS<sup>1</sup>; Adriano dos Santos TAVARES<sup>1</sup>; Joseane da SILVA<sup>1</sup>; André Moreira BORDINHON<sup>2</sup>; Luis Gabriel QUINTERO PINTO<sup>3</sup>

### RESUMO

Para caracterizar as preferências de aquisição e consumo de peixes na feira livre da cidade de Penedo (AL), foram entrevistados 104 consumidores, com o auxílio de questionários semiestruturados. A maior parte dos entrevistados foram homens, sendo a média de idade de 45,5 anos. Baixa escolaridade e renda familiar foram características comuns. As carnes preferidas e mais consumidas, nesta ordem, foram: bovinos (36 e 43%), peixes (33 e 29%) e frango (23 e 23%). Há um alto consumo de pescado no município, com preferência pelos peixes de água doce: tambaqui *Colossoma macropomum* (29,81%), tilápia *Oreochromis niloticus* (29,04%) e curimatã-pacu *Prochilodus argenteus* (15,38%). Encontra-se consolidada a preferência pela aquisição 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 o mercado local é aquecido pela frequência de consumo de peixes, mas momentaneamente viável apenas para peixes inteiros, devido ao hábito alimentar e baixo poder aquisitivo dos entrevistados.

**Palavras chave:** *Colossoma macropomum*; hábito alimentar; compra de peixe; preferência de consumo de peixe; *Oreochromis niloticus*; *Prochilodus argenteus*

## ASPECTS OF TRADE AND CONSUMPTION OF FISH IN PENEDO CITY - ALAGOAS STREET MARKET

### ABSTRACT

In order to characterize the preferences in purchase and consumption of fish at the market place of the city of Penedo (AL), 104 consumers were interviewed with the help of semistructured questionnaires. Most of the interviewed people were men aging 45,5 years in average. Low education level and low familiar income were common characteristics. The favorite and most consumed meats were (respectively): beef (36 % and 43%), fishes (33% and 29%) and chicken (23% and 23%). There is a high consumption of fish in the city, with preference for freshwater fish: tambaqui *Colossoma macropomum* (29.81%), tilapia *Oreochromis niloticus* (29.04%) and curimatã-pacu *Prochilodus argenteus* (15.38%). It is consolidated the preference for live fish purchase in the market place itself; the price per kilo was considered high and, purchases more expensive than ten reais were considered infeasible. It was ascertained that the local market is heated by the frequency of fish consumption frequency, but momentarily it is only practicable for whole fish, due to the eating habit and low income of the interviewed people.

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

---

**Relato de Caso:** Recebido em 29/04/2014 – Aprovado em 06/04/2015

<sup>1</sup> Instituto Federal de Alagoas (IFAL), Campus Satuba. Rua 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

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

<sup>3</sup> Universidad Nacional de Colombia, Facultad de Medicina Veterinaria y de Zootecnia, Ciudad Universitaria. Carrera 30, N° 45-03 – Bogotá – Colômbia. e-mail: lgquintero@unal.edu.co

## INTRODUÇÃO

Penedo 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. Dista, aproximadamente, 200 km ao sul de Maceió e, segundo dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010), possui área territorial em torno de cerca 689 km<sup>2</sup>, onde residem 60.378 habitantes, dos quais quase 75% concentram-se no espaço urbano.

Por estar em uma localização privilegiada, pela proximidade com o RSF, sua população possui estreita relação com este ambiente, onde a pesca de subsistência e aquela destinada à comercialização de excedentes e geração de renda é praticada por gerações, constituindo uma tradição há vários anos. A importância da atividade pesqueira nas cidades localizadas às margens do RSF pode ser parcialmente mensurada pela grande diversidade de peixes encontrada neste rio. Segundo BARBOSA e SOARES (2009), foram identificadas 244 espécies de peixes, das quais 214 classificadas como nativas.

Embora a pesca no RSF seja de extrema importância para a subsistência e geração de renda na região, o declínio desta atividade é proeminente. O crescimento populacional, a destruição das matas ciliares e o despejo de esgotos domésticos, além das demais atividades antrópicas com finalidade industrial e/ou comercial, são apontadas como corresponsáveis pela redução dos estoques pesqueiros. Alterações mais drásticas do ambiente, como os represamentos das águas para a construção de hidrelétricas são outras ações, reconhecidamente, de alta relevância no impacto negativo, sendo consideradas, por ALVIM e PERET (2004), incompatíveis com a conservação dos peixes.

Diante disto, a piscicultura tem se estabelecido como atividade econômica na região. Ainda que haja inúmeros esforços para a viabilização da atividade, a baixa capacidade organizacional dos entes que compõem a cadeia produtiva tem sido determinante para que não existam plantas de processamento de peixes operando na região. Dessa forma, a maior parte da produção do pescado é comercializada

localmente, em feiras livres, e sem processamento industrial. GOMES *et al.* (2012) afirmaram que a feira livre é um dos locais mais tradicionais de comercialização de alimentos a varejo, sendo uma forma de comércio móvel, com circulação dentro das áreas urbanas. Em Penedo, a feira livre consiste praticamente no único canal de comercialização da produção para os piscicultores.

A feira livre que ocorre aos sábados é a principal da cidade, ocupando diversas ruas do Centro Histórico tombado de Penedo. Neste local existe uma circulação intensa de consumidores e mercadorias, sendo comercializados os mais diversos itens alimentares, como frutas, verduras, cereais; alimentos prontos como bolos, bolachas e sucos; além das carnes em geral e os pescados oriundos da pesca marítima e continental, mas também de piscicultura.

Para as indústrias agroalimentares, conhecer as preferências e necessidades do cliente por meio da pesquisa de mercado é um meio de reduzir os riscos de investimento, minimizar erros nos planos de marketing e estabelecer estratégias de gestão (FARIA *et al.*, 2006). O pequeno produtor, incluindo o piscicultor, também tem se instruído sobre a importância deste tipo de conhecimento para que consiga sobreviver da atividade. Ao conhecer as características do mercado local, o pequeno piscicultor poderia se preparar melhor para atender as demandas dos consumidores, de forma a aumentar suas vendas e obter maior lucratividade na atividade.

Com o presente estudo caracterizou-se econômica e socialmente os possíveis consumidores na feira livre da cidade de Penedo - Alagoas, suas preferências de aquisição e consumo de peixes, assim como fatores relativos ao preço e qualidade do pescado comercializado.

## MATERIAL E MÉTODOS

Este estudo teve sua origem a partir de uma demanda dos próprios piscicultores à Gestão do APL Piscicultura de Alagoas e foi repassado, em uma Rodada de Negócios, ao Instituto Federal de Alagoas para execução. Destarte, o mesmo foi realizado na feira-livre semanal, que ocorre aos sábados, em Penedo - Alagoas, entre os meses de setembro e outubro de 2012. Neste período, foram

realizadas três incursões visando à realização das entrevistas com consumidores presentes na feira-livre do município utilizando-se um questionário como instrumento de coleta de dados.

Inicialmente, 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, sendo solicitada avaliação destes sobre possíveis dificuldades para o entendimento das questões e o fornecimento das informações. Depois de consultados os entrevistados, os pesquisadores se reuniram para análise crítica, discutiram e adotaram as mudanças entendidas como necessárias para a versão final do instrumento.

O questionário continha uma parte inicial, visando a caracterização socioeconômica do entrevistado (município em que reside, idade, gênero, estado civil, escolaridade, número de residentes por domicílio e renda mensal familiar); sendo a que a segunda parte continha questões direcionadas ao tema central do estudo (carne preferida, carne que consome com maior frequência, frequência de consumo de peixes, motivos para o consumo de peixes, se gostaria de consumir peixes mais vezes, tipo e espécie de peixes que prefere, percepções sobre o preço dos peixes, locais de compra, 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 duas visitas à feira-livre para que fossem coletados os dados. As abordagens, que ocorreram de forma aleatória, aos consumidores que transitavam nas ruas ocupadas pelas bancas dos feirantes. Aos mesmos, os pesquisadores se identificaram, inclusive citando seu vínculo institucional, e apresentaram brevemente a ideia central da pesquisa. As pessoas abordadas ficaram cientes sobre o caráter voluntário e o sigilo individual das informações prestadas e, assim, aos que se mostraram

dispostos a colaborar, as entrevistas foram iniciadas. Os pesquisadores registraram as respostas no instrumento de coleta para posteriores análises.

As entrevistas, com o total de 104 consumidores, foram realizadas entre seis e 13 horas em três sábados e duraram, em média, de 15 a 20 minutos, dependendo, dentre outros fatores, se as principais espécies de peixe cultivadas na região (tilápia, tambaqui, curimatã-pacu e piaus) eram citadas como preferidas para o consumo.

Após a coleta das informações, por meio da aplicação dos questionários, todas as respostas foram contabilizadas manualmente e digitadas em valores absolutos em planilhas eletrônicas, sendo, então transformados em percentuais. Estes percentuais, não necessariamente, refletem o total de 104 entrevistados, mas o total de respostas obtidas em cada questão, tendo em vista que alguns compradores não responderam a todas as perguntas. 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 os consumidores, 64,42% eram homens, com idade média superior aos 45 anos, sendo que 59,22% eram pessoas casadas. O grau de escolaridade foi baixo, sendo que 30,09% da população não concluíram o ensino fundamental e 61,16% do total encerrou os estudos sem concluir o ensino médio.

Com uma média de 3,87 pessoas por residência, 27,88% dos entrevistados declararam renda familiar mensal inferior a um salário mínimo (R\$ 622,00) vigente à época. Somando-se estes a aqueles que recebiam entre um e três salários, contemplou-se 79,80% dos entrevistados.

As carnes citadas como preferidas foram: bovina (36,54%), seguida por peixe (33,65%), frango (23,08%), suína (3,85%) e caprina/ovina (2,88%). Este padrão se manteve para as carnes consumidas com maior frequência, com destaque para as carnes bovina (43,27%), seguida por peixe (29,81%) e frango (23,08%). Entretanto, a

carne bovina foi identificada como consumida em maior frequência do que considerada como preferida, situação que se inverteu com os peixes,

que foram preferidos por uma parcela maior de pessoas do que aquelas que realmente consumiam com maior frequência.

**Tabela 1.** Caracterização dos consumidores entrevistados na feira-livre de Penedo - Alagoas, sua preferência e frequência de consumo de carnes (n = 104), em 2012.

Questões Abordadas	Totais	Percentuais
<b>1. Gênero</b>		
Masculino	67	64,42
Feminino	37	35,58
<b>2. Idade média, em anos</b>		
	-	45,50
<b>3. Estado civil</b>		
Solteiro(a)	33	32,04
Casado(a)	61	59,22
Relação estável	0	0,00
Separado(a)	4	3,89
Viúvo(a)	5	4,85
<b>4. Escolaridade</b>		
Não estudou	17	16,50
Fundamental incompleto	14	13,59
Fundamental completo	26	25,24
Médio incompleto	6	5,83
Médio completo	31	30,10
Superior incompleto	3	2,91
Superior completo	6	5,83
<b>5. Quantas pessoas moram em sua residência?</b>		
	-	3,87
<b>6. Renda Familiar<sup>1</sup></b>		
Menor que um salário mínimo	29	27,88
Entre um e três salários mínimos	54	51,92
Entre três e seis salários mínimos	15	14,42
Entre seis e dez salários mínimos	6	5,77
Mais que dez salários mínimos	0	0,00
<b>7. Qual a sua carne preferida?</b>		
Bovina	38	36,54
Frango	24	23,08
Suína	4	3,85
Peixe	35	33,65
Caprina e/ou Ovina	2	2,88
Outras (exóticas, caça, etc)	1	0,00
<b>8. Qual a carne que consome com maior frequência?</b>		
Bovina	45	43,27
Frango	24	23,08
Suína	2	1,92
Peixe	31	29,81
Caprina e/ou Ovina	0	1,92
Outras (exóticas, caça, etc)	0	0,00

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

Na Tabela 2 encontram-se informações relacionadas à frequência de consumo de peixes. O percentual dos entrevistados que consomem

peixes com a frequência mínima de uma vez por semana foi de 88,89%, sendo que nenhum deles afirmou que não consumia.

**Tabela 2.** Frequência e preferências de consumo de peixes pelos consumidores entrevistados na feira-livre de Penedo - Alagoas (n = 104), em 2012.

Questões Abordadas	Totais	Percentuais
<b>1. Frequência de consumo de peixes</b>		
Todos os dias	9	9,09
Mais de uma vez por semana	59	59,60
Uma vez por semana	20	20,20
Mais de uma vez por mês	7	7,07
Uma vez por mês	4	4,04
<b>2. Motivo para o consumo de peixes</b>		
Pelo preço acessível	1	0,96
Variar cardápio	20	19,23
Carne saborosa	50	48,08
Carne branca	2	1,92
Questão de saúde	31	29,81
Fácil de encontrar	0	0,00
<b>3. Gostaria de consumir peixes com maior frequência?</b>		
Sim	59	56,73
Não	45	43,27
<b>4. Porque não consome ou não gostaria de consumir com maior frequência?</b>		
Não gosto de peixe	3	3,49
Preço elevado	23	26,74
Baixa Qualidade	0	0,00
Dificuldade de encontrar	9	10,47
Dificuldade de preparo	6	6,98
Enjoaria	45	52,33
Espinhos	0	0,00
Poucos produtos disponíveis	0	0,00
<b>5. Prefere consumir peixes de que ambiente?</b>		
Água doce	49	47,12
Marinhos	14	13,46
Dos dois ambientes	40	38,46
Não consigo diferenciar	1	0,96

Os motivos para o consumo de peixes mais citados, nesta ordem, foram: carne saborosa (48,08%), questão de saúde (29,81%), variar o cardápio (19,23%), carne branca (1,92%) e preço acessível (0,96%). Nenhum dos consumidores apontou o fato da disponibilidade de peixes como motivo para consumir esta carne.

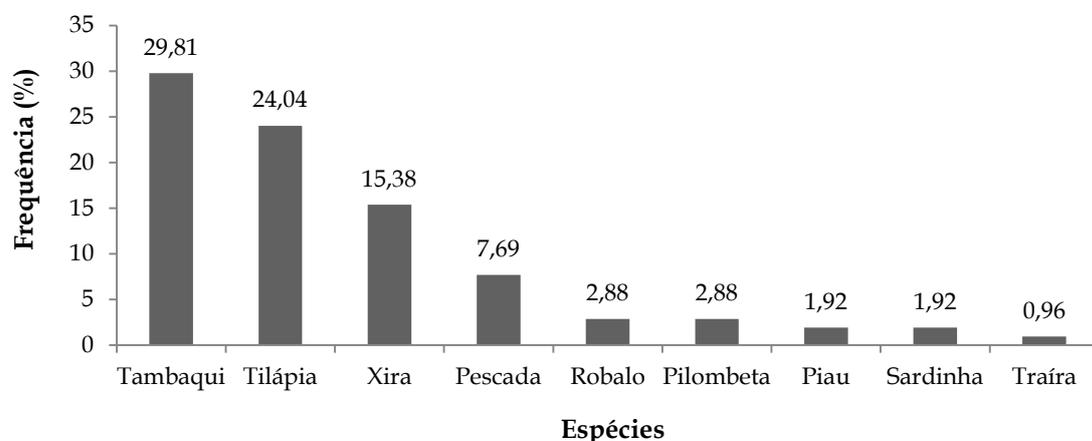
Dentre os consumidores, 56,73% gostaria de consumir peixes com maior frequência e os motivos mais citados para não consumir peixes

mais vezes foram: enjoaria (52,33%), preço elevado (26,74%) e dificuldade de encontrar (10,47%).

Indagados sobre sua preferência por peixes, com relação ao tipo de ambiente de origem, 47,12% afirmou preferir peixes de água doce, 38,46% gosta de peixes de água doce e de água salgada e 13,46% prefere peixes marinhos.

Na Figura 1 estão listadas as espécies que foram citadas como as de preferência para o consumo. A maior parte das indicações de

preferência foi para o tambaqui (*Colossoma macropomum*), seguido pela tilápia (*Oreochromis niloticus*) e curimatã-pacu (xira, *Prochilodus argenteus*) que, juntos, totalizaram 69% das citações.



**Figura 1.** Principais espécies citadas (em %) como primeira preferência pelos consumidores (n = 104) entrevistados na feira-livre de Penedo (AL), em 2012. 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\$ 6,79. O preço mais citado como sendo aquele em que desistiriam da compra foi R\$ 10,00, sendo que, ao chegar ao preço de R\$ 12,00, o total de 58% dos consumidores desistiria da compra.

**Tabela 3.** Considerações dos consumidores entrevistados na feira-livre de Penedo, Alagoas, sobre os locais de compra e o preço dos peixes (n = 104), em 2012.

Questões Abordadas	Totais	Percentuais
1. Qual o preço (R\$ kg <sup>-1</sup> ) que considera justo para o peixe?		6,79
2. Qual o preço (R\$ kg <sup>-1</sup> ) em que desiste de comprar o peixe?		
Seis	2	2,00
Oito	14	14,00
Dez	28	28,00
Doze	14	14,00
Quatorze	10	10,00
Dezesseis	10	10,00
Dezoito	1	1,00
Vinte	6	6,00
Acima de vinte	15	15,00
3. Qual o local onde compra peixes?		
Peixaria	5	5,05
Feira	84	84,85
Supermercado	8	8,08
Mercearia	1	1,01
Restaurante	0	0,00
Bar	0	0,00
Não compro	1	1,01

**Tabela 3.** (cont.) Considerações dos consumidores entrevistados na feira-livre de Penedo, Alagoas, sobre os locais de compra e o preço dos peixes (n = 104), em 2012.

Questões Abordadas	Totais	Percentuais
<b>4. Em qual local gostaria de comprar peixes?</b>		
Peixaria	13	13,65
Feira	65	68,40
Supermercado	16	16,84
Mercearia	0	0,00
Restaurante	0	0,00
Bar	0	0,00
Não compro	1	1,01
<b>5. Compra peixes em que modo de apresentação?</b>		
Vivos	45	45,00
Inteiros Frescos	45	45,00
Inteiros Congelados	4	4,00
Em postas	6	6,00
Filés frescos	0	0,00
Filés congelados	0	0,00
Filés empanados	0	0,00
Cortes temperados	0	0,00
Empanados e embutidos	0	0,00
Enlatados	0	0,00
<b>6. Gostaria de comprar peixes em que modo de apresentação?</b>		
Vivos	54	52,43
Inteiros Frescos	36	34,95
Inteiros Congelados	3	2,91
Em postas	7	6,80
Filés frescos	1	0,97
Filés congelados	1	0,97
Filés empanados	0	0,00
Cortes temperados	1	0,97
Empanados e embutidos	0	0,00
Enlatados	0	0,00
<b>7. Em qual ocasião prefere consumir peixes?</b>		
Refeições cotidianas	70	68,63
Finais de semana	19	18,63
Datas especiais	7	6,86
Ao receber visitas especiais	2	1,96
Refeições fora de casa	0	0,00
Outras ocasiões	4	3,92
<b>8. Considera o preparo dos peixes</b>		
Fácil	76	73,79
Igual ao das outras carnes	16	15,53
Difícil	11	10,68

A feira livre foi citada como o local em que a maioria (86,87%) dos consumidores compra peixes, mas, indubitavelmente, também é aquele onde 68,40% destes realmente gostariam de comprar. Supermercados (8,08% e 16,84%) e peixarias

(5,05% e 13,85%) foram citados por parcelas muito menores, nesta ordem, como locais de compra e de preferência para a compra de peixes.

O modo de apresentação em que 90,00% dos entrevistados compram o pescado foi peixe vivo

ou inteiro fresco (45,00% para cada modo de apresentação). Estas duas formas de apresentação também foram aquelas em que se prefere comprar, totalizando 87,38%, sendo que, neste caso, houve maior preferência pelos peixes vivos (52,43%) em relação aos inteiros frescos (34,95%).

Com relação às ocasiões em que se consomem peixes, 68,63% dos entrevistados afirmou que o consumo se dá em refeições cotidianas e 18,63%, que ocorre nos finais de semana, sendo que 73,79% considerou fácil o preparo dos peixes.

Na Tabela 4 estão apresentados os resultados referentes ao conhecimento do consumidor sobre

o local de produção dos peixes, assim como sua propensão a pagar mais pelo pescado em situações específicas. A maior parte dos consumidores (66,35%) tem noção de que sua região é produtora de peixes. Ainda assim, mais de 20,00% dos mesmos afirmou não saber de onde procedem os peixes comercializados na feira livre. Perguntados se pagariam mais por peixes produzidos de forma responsável no seu município de origem, 65,05% das pessoas afirmou que sim. Quando perguntados sobre a disposição por pagar mais por cortes especiais, 57,28% mostrou-se disposto.

**Tabela 4.** Considerações dos consumidores entrevistados na feira-livre de Penedo, Alagoas, sobre cortes especiais e produção local responsável (n = 104), em 2012.

Questões Abordadas	Totais	Percentuais
1. Onde são produzidos os peixes que compra?		
Na Região	69	66,35
Fora da Região	8	7,69
Fora de Alagoas	3	2,88
Não sei	21	20,19
Não me importo	3	2,88
2. Pagaria mais por peixes produzidos de forma responsável no seu município?		
Sim	67	65,05
Não	36	34,95
3. Pagaria mais por cortes especiais de peixes?		
Sim	59	57,28
Não	44	42,72

## DISCUSSÃO

Não há, na literatura científica disponível, nenhuma caracterização socioeconômica dos consumidores de qualquer produto alimentício comercializado na feira-livre de Penedo (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. De acordo com o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2013), a taxa de analfabetismo oficial em Penedo (AL) é quase 2,4 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 completo é cerca de 26 e 32% menores que as médias

nacionais, assim como é quase 43% inferior o número de pessoas, a partir de 25 anos, com curso superior completo. Embora não se possa comparar, com exatidão, os valores citados com os obtidos no presente estudo devido à especificidade da população estudada e diferentes metodologias empregadas, é possível afirmar que os valores obtidos no presente estudo confirmam o baixo nível de escolaridade formal.

A renda *per capita* oficial (PNUD, 2013) de R\$ 339,15 na cidade é bastante inferior à média nacional e de Alagoas, R\$ 793,87 e R\$ 432,56, respectivamente, demonstrando baixo poder aquisitivo da maior parte da população do município. No presente estudo não houve uma estratificação do tamanho das famílias (pessoas por residência) de acordo com o seu padrão de

renda para que se pudesse calcular, com exatidão, a renda *per capita*. Portanto, não podemos afirmar, por exemplo, se as famílias cuja renda é maior possuem menor número de pessoas por residência. Entretanto, se considerarmos a média de 3,87 pessoas por residência, as famílias que viviam com renda inferior a um salário mínimo (27,88%) teriam renda *per capita* inferior a R\$ 160,72 e, para aquelas com renda entre um e três salários (51,92%), a renda estaria entre R\$ 160,72 e R\$ 482,17.

Em estudos de diagnóstico de preferência e frequência de consumo de carnes, é comum considerar que aquelas mais consumidas são sempre as mais preferidas e vice-versa, o que é um equívoco. Isto porque a decisão pelo consumo não depende somente da preferência, nem a preferência determina, isoladamente, o consumo. Assim, uma parcela da população pode consumir com maior frequência um dos tipos de carne, mesmo preferindo outro, como detectado no presente trabalho. Neste sentido, HANAZAKI e BEGOSSI (2006) estudaram uma comunidade de pescadores e identificaram maior consumo de peixes, contudo, maior preferência pela carne bovina.

Nos estudos de THOMS *et al.* (2010), os autores identificaram, como carnes preferidas, a carne bovina, seguida pelo frango e suína (50%; 33%; 17%, respectivamente). BEZERRA *et al.* (2007) e FARIAS *et al.* (2012) também citam carne bovina (47,75 e 61,93%), de frango (21,75 e 17,54%) e suína (17,50 e 9,30%) como as mais consumidas, entretanto, apenas no trabalho supracitado de Bezerra os peixes foram listados como opção para escolha pelo consumidor, ocupando a quarta posição (13% consomem com maior frequência). De acordo com PEREIRA *et al.* (2009), as carnes bovina, de frango e de peixes são as preferidas.

O consumo de peixes tem crescido no Brasil, mas a média nacional ainda é considerada baixa. O alto percentual de pessoas que consomem peixes diariamente e mais de uma vez por semana pode indicar proporcional consumo *per capita*, embora a quantidade consumida não tenha sido objetivo nesta pesquisa. Em outros estudos de diagnóstico da frequência de consumo de peixes, ou pescados em geral, pode-se notar que há enorme variação, dependendo de diversos fatores culturais, sociais e econômicos.

Segundo estudo de MONTEIRO *et al.* (2009), 62,2% das mulheres universitárias entrevistadas afirmaram comer peixe menos de uma vez por semana. HANAZAKI e BEGOSSI (2006) observaram alto consumo de peixes em comunidade litorânea do Sudeste brasileiro, enquanto COSTA *et al.* (2013) também verificaram alto consumo de peixes em uma cidade do Norte do país, inserida na Bacia Amazônica. Não obstante, é possível afirmar que o consumo de pescado é maior em comunidades com estreita relação com ambientes aquáticos, sejam marinhos ou continentais, pois nestes a pesca é atividade laboral frequente e, estando os peixes disponíveis, fazem parte do hábito alimentar destas populações.

Segundo MOELLER *et al.* (2010), a palatabilidade e a qualidade das carnes estão diretamente relacionadas com sabor, aroma, suculência e maciez e estas características são determinantes na decisão de compra. Nos últimos anos tem ocorrido uma busca por alimentos saborosos, mas que estejam relacionados com boa saúde, sendo o pescado citado dentre estes por especialistas em geral. GRUNERT (2006) ratifica que é crescente percepção do consumidor de carnes sobre a existência da relação entre alimentação e saúde. Destarte, ambos os fatores interferem de forma incisiva na decisão de compra e, conseqüentemente, na frequência de consumo. Assim, justifica-se que sabor da carne e benefícios à saúde tenham sido os principais motivos citados para o consumo de peixes.

Devido ao número elevado de pessoas que consomem peixe com muita frequência, é plausível que “enjoar” seja o principal motivo para não consumir este alimento mais vezes. Com relação aos que consideram o preço elevado como motivo para não consumir peixes com maior frequência, é importante salientar que alguns dos entrevistados complementavam que a mesma quantidade de carne vermelha alimentava e saciava mais pessoas. Por este motivo, passavam a considerar alto o preço dos peixes. Com relação aos que consideraram difícil encontrar peixes, alguns destes se referiam ao fato de as vendas se concentrarem apenas aos sábados, inviabilizando as aquisições durante os demais dias de semana. Assim, por conta da forma de aquisição (modo de apresentação), a maior parcela desta população somente consegue adquirir peixes aos sábados.

A preferência por peixes dulcícolas mostra-se natural, tendo em vista que a cidade de Penedo é localizada às margens de um dos maiores rios do país, onde a pesca provê alimento a sua população há inúmeras gerações que, assim, estão habituadas a este tipo de alimento. Praticamente inexistem estudos no país onde seja identificada esta preferência por peixes em relação ao seu ambiente de origem. PINTO *et al.* (2011) estudou preferências de consumidores de peixes na cidade de Campos dos Goytacazes, Rio de Janeiro, em diversos locais e, de forma geral, observaram não haver preferência dos mesmos pela origem dos peixes, se marinha ou dulcícola. Apenas estratificando o nível de escolaridade, os autores observaram que as pessoas com formação superior preferiam peixes marinhos. Em São Luis (MA), considerando as espécies de peixes mais citadas como preferidas para o consumo, SILVA *et al.* (2012) afirmam que os peixes dulciaquícolos são preteridos em detrimento dos marinhos.

PINTO *et al.* (2011) também buscaram elucidar as opiniões dos compradores sobre o preço dos peixes e observaram que 12% dos entrevistados consideram aceitáveis preços de até R\$ 2,00; 55,4% considera preços de até R\$ 5,00; cerca de 22%, entre R\$ 5,01 a 8,00 e apenas 9,8% aceita 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 daquele com o presente estudo, onde grande parte dos entrevistados possui renda abaixo da média municipal.

Com relação aos locais preferidos pelos consumidores para comprar peixes, comportamento semelhante também foi observado por PINTO *et al.* (2011) onde, contrapondo ao que ocorre para as outras carnes, preferem comprar nas feiras-livres em detrimento de supermercados. Principalmente nas menores cidades do país, onde não há redes de supermercados, as feiras-livres são os locais tradicionais de venda de peixes, fazendo com que haja, por parte da população, hábito de compra nestes locais.

De forma geral, os consumidores mostraram-se totalmente resistentes à aquisição de peixes que

foram congelados e, até mesmo, resfriados em gelo, preferindo adquirir peixes que consideram frescos. No seu entendimento, manter o peixe no gelo seria o mesmo que congelar o pescado que, então, não seria mais fresco. Com isto, nesta feira-livre, os peixes comercializados, que são recebidos nas primeiras horas da madrugada pelos feirantes, ficam expostos ainda vivos nas bancadas de madeira, onde morrem e permanecem até o final da feira. Embora não tenha sido objetivo deste estudo, convém salientar que há exposição a temperaturas elevadas por longos períodos, o que compromete a qualidade do pescado.

Devido às observações gerais sobre preferência por peixes e percentual de pessoas que consomem peixes várias vezes por semana, entende-se como natural que os peixes façam parte das refeições rotineiras e cotidianas e que considerem fácil a realização do preparo deste alimento.

Como a grande maioria dos entrevistados prefere adquirir peixes inteiros e frescos, até mesmo vivos, isto inviabilizaria a comercialização de cortes especiais. Entretanto, parcela significativa dos consumidores declarou estar disposta a pagar mais pelos cortes especiais, o que se traduz em um contracenso. Considerando que a região em questão está inserida no programa de Arranjo Produtivo Local (APL) de piscicultura e que, portanto, possui produtores de peixes, as informações aqui obtidas demonstram que seria viável estabelecer uma interlocução maior com os consumidores da cidade para a valorização dos produtos aquícolas locais, assim como para estimular o consumo de cortes especiais, criando novas oportunidades para a cadeia produtiva de peixes.

## CONCLUSÃO

Devido ao hábito de consumo já estabelecido na região, o mercado do pescado mostra-se aquecido, entretanto, é restrito aos peixes comercializados vivos ou inteiros e frescos, dificultando a agregação de valor pelo processamento e produção de cortes especiais para a venda nas feiras-livres. Como forma de consolidação da atividade de piscicultura no território em questão, recomenda-se a realização de oficinas de beneficiamento de peixes para os

piscicultores e comerciantes locais, assim como a realização de feiras gastronômicas para inserção do pescado beneficiado, por meio de cortes especiais, dentre os produtos comercializados na feira-livre.

## AGRADECIMENTOS

Às Pró-Reitorias de Extensão (PROEX) e de Pesquisa e Inovação (PRPI) do Instituto Federal de Alagoas, assim como à Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Alagoas pela disponibilização de bolsas para os alunos. À CODEVASF 5ª SR, Alagoas, pelo alojamento durante a coleta de dados, e ao APL Piscicultura pela prospecção das necessidades dos piscicultores e repasse aos pesquisadores. Os autores agradecem, especialmente, aos consumidores entrevistados.

## REFERÊNCIAS

- ALVIM, M.C. e PERET, A.C. 2004 Food resources sustaining the fish fauna in a section of the upper São Francisco River in Três Marias, MG, Brazil. *Brazilian Journal of Biology*, 64(2): 195-202.
- BARBOSA, J.M. e SOARES, E.C. 2009 Perfil da ictiofauna da bacia do São Francisco: estudo preliminar. *Revista Brasileira de Engenharia de Pesca*, 4(1): 155-172.
- 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.
- 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.
- FARIA, I.G.; FERREIRA, J.M.; GARCIA, S.K. 2006 Mercado consumidor de carne suína e derivados em Belo Horizonte. *Arquivo Brasileiro de Medicina Veterinária e Zootecnia*, 58(2): 251-256.
- FARIAS, A.E.M.; BRANDÃO, P.A.; ASSIS, D.Y.C.; COSTA NETO, J.; SOBRAL, F.E.S.; FREITAS, M.R.V. 2012 Estudo sócio-econômico dos consumidores de carne suína em três municípios do sertão paraibano. *Acta Veterinaria Brasilica*, 6(3): 199-203.
- GOMES, P.M.A.; BARBOSA, J.G.; COSTA, E.R.; SANTOS JÚNIOR, I.G. 2012 Avaliações das condições higiênicas sanitárias das carnes comercializadas na feira livre do município de Catolé do Rocha - PB. *Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável*, 7(1): 225-232.
- GRUNERT, K.G. 2006 Future trends and consumer lifestyles with regard to meat consumption. *Meat Science*, 74(1): 149-160.
- HANAZAKI, N.; BEGOSSI, A. 2006 Catfish and mullets: the food preferences and taboos of caixaras (Southern Atlantic forest coast, Brazil). *Interciencia*, 31(2): 1-2.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA DE ESTATÍSTICA. [on line] *Censo Demográfico 2010*. Cidades. Penedo. URL: <<http://cidades.ibge.gov.br/xtras/home.php>> Acesso em: 27 jan. 2014.
- 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.
- MONTEIRO, M.R.P.; ANDRADE, M.L.O.; ZANIRATI, V.F.; SILVA, R.R. 2009 Hábito e consumo alimentar de estudantes do sexo feminino dos cursos de nutrição e de enfermagem de uma universidade pública brasileira. *Revista de APS*, 12(3): 271-277.
- 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.
- 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.

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.