

Perfil preliminar do consumidor de peixe em Santarém, Pará

Preliminary profile of fish consumers in Santarém, Pará

DOI:10.34117/bjdv7n5-139

Recebimento dos originais: 07/04/2021

Aceitação para publicação: 09/05/2021

Arlison Rodrigues Fontinelle

Graduando em Engenharia de Pesca

Universidade Federal do Oeste do Pará

Endereço: Rua Taparaiaz Couto, número 680. Bairro Bom Remédio, Itaituba – Pará

E-mail: arlisonrf@hotmail.com

Paola Bianca Gomes Tabaranã Franco

Mestre em Biologia Ambiental

Universidade Federal do Oeste do Pará

Endereço: Rua Rouxinol, número 415, Bairro Alvorada, Santarém – Pará

E-mail: paola.gomesk@gmail.com

RESUMO

A pesca na Amazônia é uma das principais fonte de renda e subsistência para muitas famílias ribeirinhas e até mesmo das cidades. O consumo de peixe na região Norte se sobressai quando comparados com outras regiões no país, principalmente nos estados do Amazonas e Pará. Com isso, o trabalho teve como objetivo caracterizar o perfil preliminar do consumidor de peixe em Santarém, Pará, analisando as espécies mais comercializadas, como também os principais entraves para a compra do peixe. Foram aplicados 100 formulários semiestruturados em agosto de 2018, em quatro pontos com o maior fluxo comercialização de peixe do município. Dentre as questões respondidas, foi possível aferir que a principal espécie consumida pelos entrevistados foi o Tambaqui (*Colossoma macropomum*) com 41% de preferência. Em relação a forma de conversação do peixe que preferem comprar, 74% dos entrevistados optam pelo peixe fresco. Quanto a apresentação do peixe ideal para o consumo do dia-a-dia, o peixe eviscerado obteve destaque (58%) pela praticidade do preparo. A principal dificuldade para o consumo de peixe, segundo os entrevistados, é o alto preço (65%). O consumo médio semanal foi de 1kg a 5kg para 70% dos entrevistados. Esses resultados alertam para que haja incentivo à aquicultura, principalmente a piscicultura local, além de estímulos ao uso sustentável dos recursos pesqueiros para que possa proporcionar um pescado de qualidade e com baixo custo à população.

Palavras-chave: Consumo, Pescado, Etnoespécie, Dificuldades.

ABSTRACT

Fishing in the Amazon is one of the main sources of income and subsistence for many riverside families and even in the cities. The consumption of fish in the North region stands out when compared to other regions in the country, especially in the states of Amazonas and Pará. Thus, this work aimed to characterize the preliminary profile of the fish consumer in Santarém, Pará, analyzing the most commercialized species, as well as the main obstacles for buying fish. One hundred semi-structured forms were applied in August 2018, in four points with the highest fish commercialization flow in the

municipality. Among the questions answered, it was possible to assess that the main species consumed by respondents was the Tambaqui (*Colossoma macropomum*) with 41% of preference. Regarding the form of conservation of the fish they prefer to buy, 74% of the interviewees chose fresh fish. As for the presentation of the ideal fish for day-to-day consumption, gutted fish stood out (58%) due to the practicality of preparation. The main difficulty for the consumption of fish, according to the interviewees, is the high price (65%). The average weekly consumption was from 1kg to 5kg for 70% of the interviewees. These results call for the encouragement of aquaculture, especially local fish farming, as well as incentives for the sustainable use of fishery resources to provide quality fish at a low cost to the population.

Keywords: Consumption, Fish, Ethnospecies, Difficulties.

1 INTRODUÇÃO

A demanda por alimentos está crescendo cada vez mais devido a vários fatores como o crescimento populacional. Combinado a isso, os consumidores estão se tornando mais exigentes, criteriosos na busca por alimentos saudáveis, havendo a necessidade de suprir essa demanda. Neste aspecto, o pescado desempenha um papel fundamental. Estima-se que até 2030 a demanda pesqueira mundial deva atingir 90 milhões de toneladas por ano (BARBOSA; LIMA, 2016, p 104.).

Em 2018, a produção mundial total de peixe foi de 96,4 milhões de toneladas, um aumento de 5,4% da média dos últimos três anos, esse aumento foi impulsionado principalmente pela pesca marinha, cuja produção aumentou para 88,4 milhões neste ano, desses, 12 milhões são apenas de capturas oriundas da água doce, e Brasil encontra-se na 11ª posição no ranking mundial de produção de peixes (FAO, 2020, p 3.).

“A carne do peixe é uma valiosa fonte de proteína dentro do cenário da produção de proteína animal. Uma porção de 150g fornece de 50% a 60% das necessidades diárias de uma pessoa, e em termos de caloria sua contribuição é baixa com apenas 33 calorias per capita” (FAO, 2014, p.4.). Tornando-se a principal escolha daqueles que buscam uma alimentação saudável e melhor qualidade de vida.

“O consumo mundial de pescado chegou a 20,5kg per capita/ ano em 2018” (FAO, 2020, p 4.) e “no Brasil, o consumo per capita é de 11,17kg per capita/ ano” (SEBRAE, 2015, p. 49), ocupando “a quarta posição dentre as proteínas consumidas de origem animal” (SONODA; SHIROTA, 2012, p. 146).

O Norte tem destaque em relação as outras regiões do Brasil quando se trata do consumo de pescado, em especial a carne do peixe. “Devido à oferta constante e preços atrativos dos peixes nessa região, especialmente em comunidades ribeirinhas, é possível

que parte da população tende a consumir mais destes produtos, quando comparado com outros tipos de carne” (LOPES et al., 2016, p 63.). Questões culturais também podem influenciar, principalmente famílias ribeirinhas

Sendo assim, a diminuição crescente da disponibilidade dos estoques naturais serve como incentivo para a produção em cativeiro na região. O setor, contudo, não possui ordenamento, dificultando o fortalecimento dos elos da cadeia produtiva. Zacardi et al. (2017), relata alguns impasses, dentre eles a falta de conhecimento sobre a real necessidade do mercado.

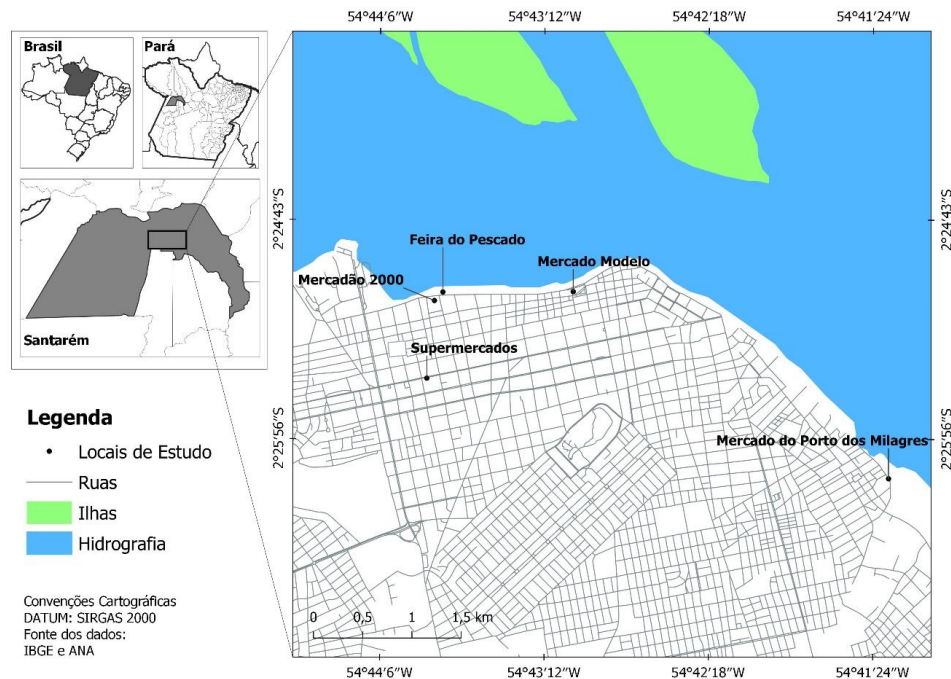
Conhecer a demanda do mercado é fundamental para iniciar uma produção, por isso, analisar o perfil do consumidor é de suma importância para elaboração de projetos e implementação de políticas públicas no setor aquícola brasileiro. Com isso, o trabalho objetivou caracterizar o perfil preliminar dos consumidores de peixe e os principais entraves para sua aquisição, em quatro pontos de comercialização de peixe na cidade de Santarém, Pará.

2 MATERIAL E MÉTODOS

2.1 ÁREA DE ESTUDO

A pesquisa foi realizada nos principais pontos de venda de peixe de Santarém, município que compõe a mesorregião do Baixo Amazonas e está situado no Oeste do estado do Pará. Segundo o IBGE (2020), a estimativa populacional é de 306.480 mil habitantes e possui aproximadamente 17.898,389 km² de área territorial.

Figura 1: Localização da área de estudo



2.2 COLETA DE DADOS

Foi realizada uma pesquisa mercadológica do tipo quantitativa, a fim de identificar, coletar, analisar e disseminar as informações de forma sistemática e objetiva. Os dados foram coletados no mês de agosto de 2018, através de formulários semiestruturados. O consumidor foi abordado ao acaso e perguntado sobre a disponibilidade de participar das entrevistas. Os dados pessoais, quando informados, foram mantidos em sigilo.

Os pontos foram selecionados de acordo com alguns critérios como: ponto de venda de pescado, referência em atendimento ao público no bairro, influência deste ponto comercial nos bairros adjacentes. Dentre as perguntas, foram destacados o consumo médio semanal, a espécie preferida para alimentação, as formas de apresentação do pescado e as principais dificuldades que esses consumidores encontram no mercado de pescado.

Foram selecionados quatro feiras e um supermercado. Contudo neste trabalho serão analisados apenas os dados das feiras, devido sua maior influência na comercialização de pescado na cidade: As feiras foram: Mercadoão 2000, composto por 50 boxes onde são disponibilizados “peixes *in natura* e seco-salgados, derivados do extrativismo e cultivo”; o Mercado Modelo que contém 46 boxes de venda de peixes, onde “são comercializados peixes *in natura* e seco-salgado de origem extrativa e de

cultivo. Seu diferencial é a maior disponibilidade de peixes seco-salgado, preparado pelos próprios permissionários” (COELHO et al., 2017, p. 65.); “a Feira do Pescado, local estruturado para vender especificamente pescado, mas há consentimento formal para poucas bancas fornecerem hortaliças” (SOUZA & ATAYDE, 2017, p. 129); o Porto dos Milagres que se diferencia dos outros pontos pelo fato de haver comercialização direta pescador/consumidor, não passando por atravessador e onde há um grande quantitativo de pessoas que fazem compras diariamente. Em cada um dos quatro pontos de venda de peixe foram entrevistados 25 consumidores, totalizando 100 participantes.

2.3 ANÁLISE DE DADOS

Os dados foram tabulados em planilhas eletrônicas e submetidos a análises de estatística descritiva (obtenção de médias, cálculos de frequência de ocorrência, entre outros) com plotagem gráficas e confecção de tabelas, segundo metodologia proposta por Triolla (2015), utilizando o *software* Excel (2016).

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1. DADOS GERAIS

A maior parte (72%) dos consumidores eram do sexo masculino e natural do próprio município. 15% eram oriundos de outras cidades da região Oeste do Pará como: Alenquer (4%), Itaituba (4%), Óbidos (3%). O alto percentual dos indivíduos de naturalidade paraense evidencia a importância do peixe na alimentação da população, visto que há estudos em outras localidades do estado que convergem com o valor obtido nesta pesquisa, como visto por Mangas et al. (2016) na capital Belém e Brabo et al (2018) em dois municípios (Bragança e Tracaueteua) ambos pesquisando sobre o perfil dos consumidores. Os autores citados identificaram percentuais de 97,5%, 94% e 98% de consumidores naturais do próprio estado, respectivamente.

Em termos de idade, os entrevistados possuíam de 18 a 81 anos, com os maiores percentuais nos intervalos de 32 a 38 anos e 39 a 45 anos. Marques et al (2020) e Brabo et al (2018) encontraram consumidores de pescado com a faixa etária predominante de 25 a 31 anos, 32 a 38 anos e 21 a 30 anos, 41 a 50 anos, respectivamente, evidenciando a plena idade laboral (Tabela 1).

Tabela 1. Perfil social dos consumidores de peixe no município de Santarém, Pará.

n = 100	
SEXO	Frequência relativa (%)
Feminino	29
Masculino	71
NATURALIDADE	
Alenquer - PA	4
Bacabal - MA	1
Belém - PA	2
Belterra - PA	1
Caucaia - CE	1
Fortaleza - CE	2
Governador Acre - MA	1
Itaituba - PA	4
Jacareacanga PA	1
Manaus - AM	3
Monte Alegre - PA	1
Óbidos - PA	3
Oriximiná - PA	2
Santarém - PA	72
São Luís - MA	1
Ubajara - CE	1
FAIXA ETÁRIA	
18 a 24 anos	15
25 a 31 anos	16
32 a 38 anos	20
39 a 45 anos	18
46 a 52 anos	12
53 a 59 anos	8
> 60 anos	11

Fonte: autores da pesquisa.

No que diz respeito à escolaridade, os consumidores apresentaram um percentual bastante significativo de 49% possuindo o ensino médio completo, o que representa um nível de instrução intermediário. Quando se trata de renda, grande parte (35%) recebem de 1 a 3 salários mínimos (R\$ 1045,00) (Tabela 2).

Tabela 2. Relação entre a escolaridade e a renda salarial dos consumidores de peixe, Santarém, Pará.

-	S. I.		E. F. I.		E. F. C.		E. M. I.		E. M. C.		E. S. I.		E. S. C.		P. G.		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
< 1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	1
1 a 3	1	1	12	12	10	10	5	5	35	35	4	4	5	5	0	0	72	72
4 a 5	0	0	0	0	1	1	0	0	9	9	1	1	4	4	1	1	16	16
6 a 7	0	0	1	1	1	1	0	0	2	2	0	0	1	1	1	1	6	6
> 7	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	0	0	3	3	0	0	5	5
Total	1	1	13	13	12	12	5	5	49	49	5	5	13	13	2	2	100	100

S. M. = Salário mínimo; S. I. = Sem instrução; E. F. I. = Ensino fundamental incompleto; E. F. C. = Ensino fundamental completo; E. M. I. = Ensino médio incompleto; E. M. C. = Ensino médio completo; P. G. = Pós-graduação; N = Frequência absoluta; % = Frequência relativa.

Fonte: autores da pesquisa

É possível perceber que o nível de escolaridade e a renda mensal não estão interligadas, visto que 9% das pessoas com o ensino médio completo recebem 4 a 5 salários mínimos e 2% recebem de 6 a 7 salários mínimos, e apenas 1% das pessoas com pós-graduação recebem de 4 a 5 salários mínimos e de 6 a 7 salários mínimos. Segundo o IBGE, em 2018, o valor médio da renda familiar da população brasileira era de R\$ 1045,00 e R\$ 863,00 para a população paraense (IBGE, 2019), mostrando o baixo poder aquisitivo dos indivíduos. Esse fato é comprovado em outras pesquisas com consumidores de pescado como por Coelho et al (2017) e Brabo et al (2018), onde a média salarial foi de até 4 salários mínimos e até dois salários mínimos, respectivamente.

No que se refere ao consumo médio de peixe semanal, 70% dos entrevistados consomem de 1kg a 5kg (tabela 2). Dados semelhantes foram encontrados em estudo realizado por Santos & Franco (2019) no próprio município de Santarém, que comparou diferentes pontos de vendas e constatou que a maior parte consome de 1 kg a 4 kg de peixe durante a semana, evidenciando semelhança com o resultado desta pesquisa.

Tabela 3: Intervalo do consumo médio e intervalo de compra semanal de peixe no município de Santarém, Pará.

Consumo médio (kg)	Frequência relativa (%)
1kg a 5 kg	70
6kg a 10kg	19
11kg a 15kg	5
> 16kg	6
Frequência de compra semanal	
1 a 2	68
3 a 4	20
5 a 7	12

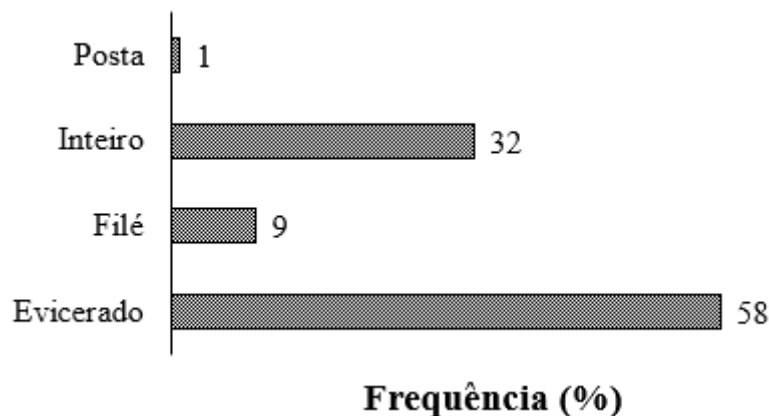
Fonte: autores da pesquisa

Em relação a frequência de compra, 68% adquirem de 1 a 2 vezes por semana. Figueiro et al (2014) em Bragança, notou que 50% dos entrevistados também consomem peixe de 1 a 2 vezes por semana, diferentemente de Tavares et al (2013) na região Sudeste do Brasil, onde o consumo foi de duas ou mais vezes por mês. A preferência e consumo de pescado na região Norte tem diferença bastante significativa quando comparado às demais regiões do país. No estudo realizado por Lopes et al (2016), a proteína oriunda do pescado obteve percentuais diferentes como: Nordeste: 24,7%; Centro-Oeste: 18,7%; Sudeste: 15,2%, Sul: 22,6% e Norte 70,7% de preferência.

3.2 FORMA DE APRESENTAÇÃO

A forma de apresentação que o consumidor considerava ideal para o dia-a-dia é o peixe eviscerado com 58% de preferência, seguido do peixe inteiro com 32% e o peixe em forma de filé obteve 9% (Gráfico 1). Quanto ao tipo de conservação, que do ponto de vista sensorial é um parâmetro muito importante para a escolha de um alimento, o peixe fresco obteve um número expressivo de 74% da preferência, seguido pelo peixe resfriado com 17%. Isto evidencia que os consumidores optam por peixes recém capturados.

Gráfico1: Frequência relativa da forma de apresentação dos peixes em Santarém, Pará.



Fonte: autores da pesquisa

No trabalho de Leandro et al., (2015) o frescor do peixe é o fator que mais afeta no consumo (32,3%) juntamente com a preferência por peixes eviscerados (39,4%). Em outro trabalho em Santarém, Sousa & Franco (2019), os fatores que influenciam na hora da compra são: preço 23% e aparência 16%.

Comparando os pontos de coletas de dados, no Mercado Modelo e Mercadão 2000, a forma eviscerada foi a mais citada pelos consumidores com 80% e 65% do total. Já na Feira do Pescado e no Porto dos Milagres houve uma mudança quanto a preferência dos consumidores na forma de apresentação, sendo o formato inteiro o mais indicado pelos entrevistados como a ideal para o dia-a-dia, com 50% e 45% do total, respectivamente.

3.3 LOCAIS DE COMPRA

Entre os locais de comercialização do pescado houve um consenso em três dos quatro pontos de entrevistas, em que o consumidor indicou que o local preferido para a aquisição do peixe é a feira. A maioria dos consumidores do Porto dos Milagres (quarto ponto de coleta de dados) disseram que compravam o peixe para o consumo diretamente do pescador, com um percentual de 40% do total (Tabela 4). Lima & Câmara (2010) relata que ir à feira é uma questão cultural e possui grande importância, principalmente para as pessoas de baixa renda, já que nestes locais encontram preços mais acessíveis. Outro fator que atrai os clientes é o fato de nas feiras ofertarem alimentos mais frescos, de acordo com Rocha et al.(2010).

Tabela 4: Distribuição do local preferido para aquisição do peixe.

Local da entrevista	Local preferido	Frequência (%)
Mercado Modelo	Feira	70
Mercadão 2000	Feira	75
Feira do Pescado	Feira	75
Porto dos milagres	Direto do pescador	40

Fonte: autores da pesquisa

3.4 ETNOESPÉCIES DE PEIXES PREFERIDAS PARA A ALIMENTAÇÃO

O Tambaqui (*Colossoma macropomum*) obteve um número expressivo (43%) dentre as etnoespécies preferida dos consumidores, o Pirarucu (*Arapaima gigas*), Curimatã (*Prochilodus nigricans*), Aracu (*Leporinus spp.*) e Acari (*Pterygoplichthys spp.*) também foram mencionados e vieram logo em seguida, com 14%, 13%, 5% e 5% do total, respectivamente, além de outras espécies (Tabela 5).

Tabela 5: Espécies preferidas para o consumo dentre os entrevistados.

Etnoespécie	Nome Científico	Frequência (%)
Acari	<i>Pterygoplichthy spp.</i>	5
Apapá	<i>Pellona spp.</i>	1
Aracú	<i>Leporinus spp.</i>	5
Aruanã	<i>Osteoglossum bicirrhosum</i>	1
Cujuba	<i>Oxydoras niger</i>	1
Curimatã	<i>Prochilodus nigricans</i>	13
Dourada	<i>Brachyplatystoma rousseauxii</i>	3
Jaraqui	<i>Semaprochilodus spp.</i>	1
Mapará	<i>Hypophthalmus spp.</i>	3
Matrinxã	<i>Brycon amazonicus</i>	1
Pescada	<i>Plagioscion squamosissimus</i>	1
pirapitinga	<i>Piaractus brachypomus</i>	1
Pirarucu	<i>Arapaima gigas</i>	14
Surubim	<i>Pseudoplatystoma punctifer</i>	3
Tambaqui	<i>Colossoma macropomum</i>	43
Tucunaré	<i>Cichla spp.</i>	4

Fonte: autores da pesquisa

Quando analisados separadamente, o Tambaqui se sobressai em quatro pontos de coleta e somente no Porto dos milagres que a etnoespécie preferida é o Acari. Isto se dá pela possibilidade da compra do peixe vivo neste ponto de comercialização (Tabela 6). O Pirarucu é a segunda espécie preferida em três pontos: Supermercado (20%), Mercado Modelo (20%), Mercadão 2000 (10%). Outras etnoespécies também foram bastante citadas como o Curimatã e Mapará ambos com 10% na Feira do Pescado, o Surubim (10%) no Mercadão 2000.

Tabela 6: Espécies preferidas para o consumo por ponto de coleta.

Ponto de coleta	Etnoespécie preferidas	Frequência (%)
Mercado Modelo	Tambaqui	50
Mercadão 2000	Tambaqui	35
Feira do Pescado	Tambaqui	60
Porto dos Milagres	Acari	25

Fonte: autores da pesquisa

Ao avaliar as espécies preferidas em outras partes da região Norte, Fornari et al (2017) também constatou a preferência por peixes chamados redondos (Tambaqui), diferindo de estudos realizado por Mota et al. (2013) no estado do Amapá, onde a preferência é pela Pescada Branca.

Foi feita a relação da etnoespecie preferida com a escolaridade e verificado que em quase todos os níveis de instrução (tabela 7), o Tambaqui permaneceu em destaque, o que nos leva a considerar que este extrato não influencia na escolha da espécie. Esta opção pode estar relacionada a questões culturais, já que a maior parte dos entrevistados é oriunda de Santarém ou de municípios vizinhos, tendo por hábito e costume o consumo destes peixes, especialmente a espécie supracitada não diferenciando de outros estudos no município, a citar os trabalhos de Leandro et al. (2015) e Santos & Franco (2019).

Tabela 7: Espécies preferidas para o consumo por nível de instrução.

Escolaridade	Etnoespécie preferida	Frequência relativa (%)
Sem Instrução	Curimatã	100
Ensino Fundamental Incompleto	Tambaqui	47
Ensino Fundamental Completo	Tambaqui	67
Ensino Médio Incompleto	Tambaqui	38
Ensino Médio Completo	Tambaqui	36
Ensino Superior Incompleto	Tambaqui	56
Ensino Superior Completo	Tambaqui	33
Pós-Graduação	Pirarucu	50

Fonte: autores da pesquisa

Questionados sobre o conhecimento da origem do peixe, 70% afirmam saber a origem, desses 62% apontam serem oriundos do extrativismo. Vale ressaltar que existe um mito entre os consumidores de pescado quando se trata de peixe de cultivo, pois garante que o produto tem gosto de barro (*off flavor*), outros apontam sentir um sabor na carne diferente.

3.5 ENTRAVES

As principais dificuldades relatadas pelos consumidores foram: o alto preço (63%), a falta de espécies desejadas (13%) e a falta de qualidade (7%). Assim como na pesquisa feita por Barbosa et al. (2007), o preço foi um dos aspectos considerados de maior importância pelos consumidores na hora da compra do peixe. No trabalho realizado por Coelho et al. (2017), o preço mais baixo dos peixes teve grande importância para pessoas com poderes aquisitivos menores na hora da compra.

A ausência das espécies desejadas e a falta de qualidade, se dá devido falta de incentivos públicos para auxiliar o pequeno produtor da região. Coelho et al. (2020), ressalta a importância de investimentos como cursos de capacitação para os produtores locais, a fim de aprimorar técnicas produtiva, práticas de manejo e gestão financeira, para oferecer um produto de qualidade e baixo custo para a população, principalmente de espécies onde o estoque não suporta a sobrepesca.

4 CONCLUSÃO

Pode-se perceber que a maioria desses consumidores são oriundos do município de Santarém e municípios vizinhos, são do gênero masculino, com maior parte tendo o ensino médio completo e renda entre 1 a 3 salários mínimos. O consumo de peixe da população santarena é elevado (com uma média de um a cinco quilogramas de peixes consumidos por semana) comparado à média brasileira e mundial. O baixo consumo da população por produtos com níveis avançados de processamento pode estar associado a cultura de se consumir esses produtos frescos e inteiros ou eviscerados.

Diante dos problemas identificados pelos consumidores como entrave para a comercialização, o mais citado foi o alto custo. A dificuldade de encontrar a espécie desejada poderia ser resolvida com incentivo à aquicultura, principalmente a piscicultura local. Esta área ainda é pouco desenvolvida na região e novos investimentos poderiam alavancar o comércio local, proporcionando um peixe de qualidade com baixo custo. A escolaridade não influencia na escolha da etnoespécie, no consumo mensal e na avaliação do principal problema quanto a comercialização, sendo esses extratos um aspecto mais relacionado à cultura da população.

A pesquisa teve um “n” amostral baixo, entretanto obteve resultados análogos a outros trabalhos já feitos na região, e pode corroborar pesquisas futuras, alavancando a área da economia aplicada à pesca.

REFERÊNCIAS

BARBOSA, Jucineide Alves; SANTANA, Antônio Cordeiro; SILVA, Ismael Matos; BOTELHO, Marcel do Nascimento; CONDURÚ NETO, José Maria H. 2007. Características comportamentais do consumidor de peixe no mercado de Belém. **Boletim Técnico Científico Cepnor**, 7(1): 115-133.

BARBOSA, Heitor Thury Barreiros; LIMA, Jackson Pantoja. 2016. Características da piscicultura em Presidente Figueiredo, Amazonas. **IGAPÓ – Revista de Educação, Ciência e Tecnologia do IFAM**. 367. Vol. 10. Nº1. ISSN-E: 2238-4286.

BRABO, Marcos Ferreira; MIRANDA, Adrielle Regina, Ferreira; SERRA, Renata. Helena Pamplona Façanha; COSTA, Breno Gustavo Bezerra; CAMPELO, Daniel Abreu Vasconcelos; VERAS, Galileu Crovatto. 2018. Perfil do consumidor de pescado em dois municípios do litoral amazônico brasileiro: uma análise com foco em produtos da piscicultura, ano de 2017. **Informações Econômicas**, 48 (1).

COELHO, Ana Cely Sousa; FARIA JUNIOR, Charles. Hanry; SOUSA, Keid Nolan Silva. 2017. Fatores que influenciam a compra de peixes por classe social no município de Santarém-Pa. **Agroecossistemas**, 9(1), 62 –83.

COELHO, Yana Karine Silva; FARIAS-FILHO, Carlos Augusto Guimarães; DINIZ, Wildes Cley Silva; ZACARDI, Diego Maia. 2020. Perfil da piscicultura praticada no município de Alenquer, baixo Amazonas, Pará/Profile of pisciculture practiced in the municipality of Alenquer, lower Amazonas, Pará. **Brazilian Journal of Development**, 6(1), 4018-4028.

FAO - FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION – FAO. 2014. **The State of World Fisheries and Aquaculture**. FAO Fisheries Department. Rome: Italy, Disponível em: <<http://www.fao.org/3/a-i3720e.pdf>> Acesso em: 1 nov. 2020

FAO. - FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION 2020. **A Situação Mundial da Pesca e Aquicultura 2020**. *Em resumo. Sustentabilidade em ação*. Roma. Disponível em <<https://doi.org/10.4060/ca9231en>> Acesso em 20 fev. 2021.

FIGUEIRO, Rafael Christian Menezes; SOUSA, José Moraes; CASTRO, Elmecelli Moraes Fatores que influenciam na decisão de compra de pescado mercado de peixe de Bragança, PA. **Revista Brasileira Engenharia de Pesca**, v. 7, n. 1, p. 60-72, 2014

FORNARI, Carolina Araújo Cunha; COSTA, Rosane Pereira de Brito; PIRES, Caroline Roberta Freire; KATO, Helen Christina de Almeida; SOUSA, Diego Neves. 2017. Estudo sobre os hábitos de consumo de pescado da população de Palmas (TO). *Desafios: Revista Interdisciplinar da Universidade Federal do Tocantins*, v. 4, p. 136-142.

IBGE – **Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística**. 2019. Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/pa/santarem.html>>. Acesso em 15 set. 2020

LEANDRO, Stephane Vasconcelos; OTANI, Fabrizia Sayuri.; MOREIRA, Paula Sueli Andrade. 2015. Perfil de Consumo e Consumidor de Pescado no município de Santarém, Pará. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE 97 **Agroecossistemas**, v. 10, n. 1, p. 73-98, 2018, ISSN online 2318-0188 ZOOTECHNIA, 25., 2015, Fortaleza. Anais... Dimensões Tecnológicas e Sociais da Zootecnia. Fortaleza – CE.

LIMA, Tiago Charles; CÂMARA, Talita Marinho. 2010. Importância Cultural da Feira Livre para a População do Município de Parnamirim/RN. In. **Anais**. Congresso Norte-Nordeste de Pesquisa e Inovação, Maceió-AL, 22 p.

LOPES, Ivã Guidini; DE OLIVEIRA, Renan Gracia; RAMOS, Fabricio Menezes. 2016. Perfil do consumo de peixes pela população brasileira. **Biota Amazônia**, 6(2), 62-65.

MANGAS, Fabricio Paixão; REBELLO, Fabricio Khoury; SANTOS, Marcos Antonio Souza; MARTINS, Cyntia Meireles. 2016. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, Estado do Pará, Brasil. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, 9 (4), 839-857.

MARQUES, Marcos Henrique Correa; COSTA, Isamaira; ZACARDI, Diego Maia; DOS SANTOS, Marcos Antonio Souza; BRABO, Marcos Ferreira; MACIEL, Cristina Ramalho. 2020. Perfil do consumidor de camarão-da-Amazônia no Estado do Pará: socioeconômica, frequência de consumo e preferências. **Research, Society and Development**, 9(9), e525997316-e525997316.

ROCHA, Carlos Hélio.; COSTA, Carlos.; CASTOLDI, Florindo Luiz.; CECCHETI, Eunice Oliveira.; LODI, Betania. Santos. 2010. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da feira do produtor de Passo Fundo, RS. **Revista Ciência Rural**. v. 40, n.12 p. 2593-2597.

SANTOS, Cleudian Gonzales., FRANCO, Paola Bianca Gomes Tabaranã. 2019. Análise da percepção da importância do período do defeso junto aos consumidores de peixe em dois pontos de comercialização de pescado em Santarém – PA. In: **anais – XXI Congresso Brasileiro de Engenharia de Pesca – Manaus**.

SEBRAE – **SERVIÇO BRASILEIRO DE APIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS**. Aquicultura no Brasil. 2015. (Série Estudos Mercadológicos).

SONODA, Daniel Yokoyama; SHIROTA, Ricardo. 2012. Consumo de pescado no Brasil fica abaixo da média internacional. Mercado e Consumo. **Visão Agrícola**, n. 11, jul – dez.

SOUZA, Talita Monteiro; ATAYDE, Hérlon Mota. 2017. Educação higiênico-sanitária dos feirantes do Mercado 2000 e Feira do Pescado em Santarém-PA. **Revista Brasileira de Extensão Universitária**, v. 8, n. 3, p. 127-134 set.– dez.

TAVARES, Guilherme Campos; AQUINO, Renan Marcos Araujo; PALHARES, Mariana Malacco; SANTOS, Raquel Ribeiro Dias; BONFIM, Macedo Lara; TEIXEIRA, Lilian Viana. 2013. Perfil do consumo de pescado na cidade de Belo Horizonte, MG. **Boletim de Indústria Animal**, v.70, n.3, p.230-236.

Triola, Mario F. **Introdução à estatística** (Vol. 9). Rio de Janeiro: Itc. 2005

ZACARDI, Diego Maia; DE LIMA, Maria Aparecida Suzuki; NASCIMENTO, Marcio Meurer., & ZANETTI, Carlo Robson Mucha. 2017. Caracterização socioeconômica e produtiva da aquicultura desenvolvida em Santarém, Pará. **Acta of Fisheries and Aquatic Resources**, 5(3), 102-112.