

“VER-O-FREGUÊS”: O PERFIL SOCIOECONÔMICO DO CONSUMIDOR DE PEIXE DO MERCADO DE FERRO, VER-O-PESO, BELÉM (PA)

“SEE-THE-CUSTOMER”: THE SOCIOECONOMIC PROFILE OF THE IRON MARKET FISH CONSUMER, VER-O-PESO, BELÉM (PA)

Tales Vandr  Lopes Alho 1
Matheus Yuri de Oliveira Rosa 2
Ana Paula Melo de Moraes 3
Flávio Henrique Souza Lobato 4

Engenheiro de Pesca, Universidade Federal Rural da Amazônia 1
(UFRA).
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/0794926306895404>.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7377-0709>.
E-mail: tales.ufra@hotmail.com

Tecnólogo em Alimentos, Universidade do Estado do Pará (UEPA). 2
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5149857702747152>.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1163-8985>.
E-mail: matheusyurid@gmail.com

Mestranda em Planejamento do Desenvolvimento (PPGDSTU/ 3
NAEA), Universidade Federal do Pará (UFPA).
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/7030720814204493>.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0911-0014>.
E-mail: paulamelmor@hotmail.com

Mestrando em Planejamento do Desenvolvimento (PPGDSTU/ 4
NAEA). Universidade Federal do Pará (UFPA).
Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3350231295614037>.
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9368-2650>.
E-mail: flaviohslobato@gmail.com

Resumo: Este trabalho teve como objetivo “ver-o-freguês”, isto é, conhecer o perfil socioeconômico do consumidor de peixe no Mercado de Peixe do Complexo do Ver-o-Peso, em Belém (PA), bem como as possíveis diferenças e semelhanças de perfil de compra entre homens e mulheres. Para tanto, partindo de uma abordagem qualitativa e quantitativa, foram realizadas pesquisas bibliográficas e de campo. A coleta de dados foi realizada a partir da aplica o de um formulário junto a cem (100) consumidores de pescados que frequentaram o Mercado no período da pesquisa. Os resultados obtidos revelaram que os aspectos do perfil socioeconômico podem ser fatores limitantes e/ou facilitadores do consumo de peixe, tendo em vista que: 1) as mulheres são quem comumente fazem a compra do pescado, 2) a idade pode influenciar, pois os mais velhos são normalmente quem conhecem as espécies de peixe, 3) o nível de instru o pode determinar em qual local comprar ao se levar em considera o conhecimentos técnicos da forma o superior, por exemplo, 4) a renda média mensal e 5) a frequência de consumo são outros dois fatores que podem limitar ou incentivar a compra de pescados.

Palavras-chave: Ver-o-Peso. Mercado de Peixe. Consumo. G nero. Perfil Socioecon mico.

Abstract: This work aims to “see-the-customer”, that is, to know the socioeconomic profile of the fish consumer at the Complex de Peso-Peso Fish Market, in Belém (PA), as well as the possible differences and similarities of profile between men and women. However, part of a qualitative and quantitative approach, bibliographic and field research were carried out. Data collection was performed by applying a form next to a cemetery (100) of fish caught frequently in the market during the research period. The results obtained reveal that aspects of the socioeconomic profile can be limiting factors and / or facilitators of fish consumption, considering that: 1) as women who are common in fish purchases, 2) age can influence, because older people they are generally known as fish species, 3) the level of education can determine where to buy and take into account the technical knowledge of higher education for example, 4) the average monthly income and 5) the frequency of consumption are two other factors that may limit or encourage a purchase of fish.

Keywords: Ver-o-Peso. Fish Market. Consumption. Gender. Socioeconomic Profile.

Introdução

Na Região Amazônica, historicamente, a pesca é uma atividade tradicional com significativa importância para a subsistência e a geração de emprego e renda, bem como uma prática sociocultural marcante no modo de vida de famílias indígenas, ribeirinhas e quilombolas. Essa atividade é, em geral, “[...] realizada por moradores da zona rural, para subsistência, e por pescadores profissionais, com pouco investimento e uma remuneração baseada num sistema de parcerias, o que a torna difícil de ser monitorada [...]” (JESUS; SOUZA; OLIVEIRA, 2014, p. 16). Por outro lado, além da atividade artesanal, a pesca industrial é deveras significativa, tendo em vista que ocorre principalmente ao longo do litoral norte do Brasil.

Na Região Norte, segundo dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA), o Estado do Pará contribuiu com aproximadamente 51% da produção do pescado na região, com cerca de 136.228 toneladas. Tal resultado garante ao estado a segunda colocação no *ranking* brasileiro de produção, contribuindo com cerca de 11% da produção nacional (FIGUEIRO; SOUSA; CASTRO, 2014). Desse modo, para além dos percentuais expressivos de pescados capturados, a Região Amazônica se destaca nacionalmente pela biodiversidade de espécies exploradas (BRABO *et al.*, 2016; COSTA *et al.*, 2013). Afinal, conforme mapeamentos realizados em pesquisas anteriores, como a de Costa *et al.* (2013), há uma estimativa de que existem entre 1.300 e 2.500 espécies de peixes, ainda que somente 200 delas tenham exploração comercial. A quantidade e a diversidade de espécies encontradas no transcurso da bacia amazônica estão relacionadas às condições naturais, quais sejam: os diferentes ambientes, a dinâmica dos rios e o tipo de água (branca, clara ou preta) (COSTA *et al.*, 2013).

No que diz respeito à ingestão de pescado, a Região Norte também desponta em nível nacional, tendo em vista que, de acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2013), o consumo per capita é de 17,54 kg/hab./ano, cinco quilos acima da quantia mínima estabelecida pela Organização Mundial da Saúde (OMS), que é 12 kg/hab./ano (FAOSTAT, 2016; RIBEIRO *et al.*, 2018). No mais, destaca-se que o Amazonas tem a maior taxa de consumo per capita do país, com 30 kg/hab./ano, e o Pará possui consumo de aproximadamente 18,69 kg/hab./ano (IBGE, 2013). De conformidade com Mangas *et al.* (2016, p. 841), esse expressivo consumo de pescados na região “[...] está associado a fatores culturais adquiridos dos povos indígenas, à diversidade de espécies disponíveis e à variedade de receitas da gastronomia regional que tornam esse consumo maior que a média nacional”. Portanto, a cultura amazônica emerge como um importante elemento na definição do perfil do consumidor de peixe.

No entanto, ao analisar os estudos sobre o comportamento do consumidor, evidencia-se que, além da dimensão cultural, há outros diversos e diferentes fatores que envolvem a compra e o consumo, entre eles os de ordem socioeconômica, principalmente se tratando de uma região que concentra níveis acentuados de pobreza e de miséria, como a Amazônia. À vista disso, aspectos sociais e econômicos influenciam e condicionam sobremaneira “[...] a vida diária dessas pessoas, seu cotidiano e a maneira como se relacionam com bens, serviços e com outras pessoas” (JESUS; SOUZA; OLIVEIRA, 2014, p. 16-17). Portanto, conhecer o perfil do consumidor, a partir de fatores que podem limitar ou facilitar o consumo de peixes, é basilar para adequar os processos de desenvolvimento da cadeia produtiva às necessidades e aos desejos do consumidor. Destarte, esta pesquisa objetivou conhecer o consumidor de peixe no Mercado de Peixe do Complexo do Ver-o-Peso, em Belém (PA), a partir de seu perfil socioeconômico, bem como das possíveis diferenças e semelhanças entre homens e mulheres.

Para o melhor entendimento do conteúdo, este trabalho está estruturado em três seções. Esta primeira seção traz uma introdução contextualizando o objeto de estudo e informando o objetivo do trabalho. Na segunda seção, apresenta-se a metodologia aplicada na pesquisa, assim como uma concisa caracterização do *lôcus* de estudo, o Mercado de Ferro do Ver-o-Peso. Na terceira seção são apresentados os resultados e as discussões obtidas a partir do diálogo com pesquisas anteriores relacionadas à temática. Por fim, a quarta seção encerra com as considerações finais.

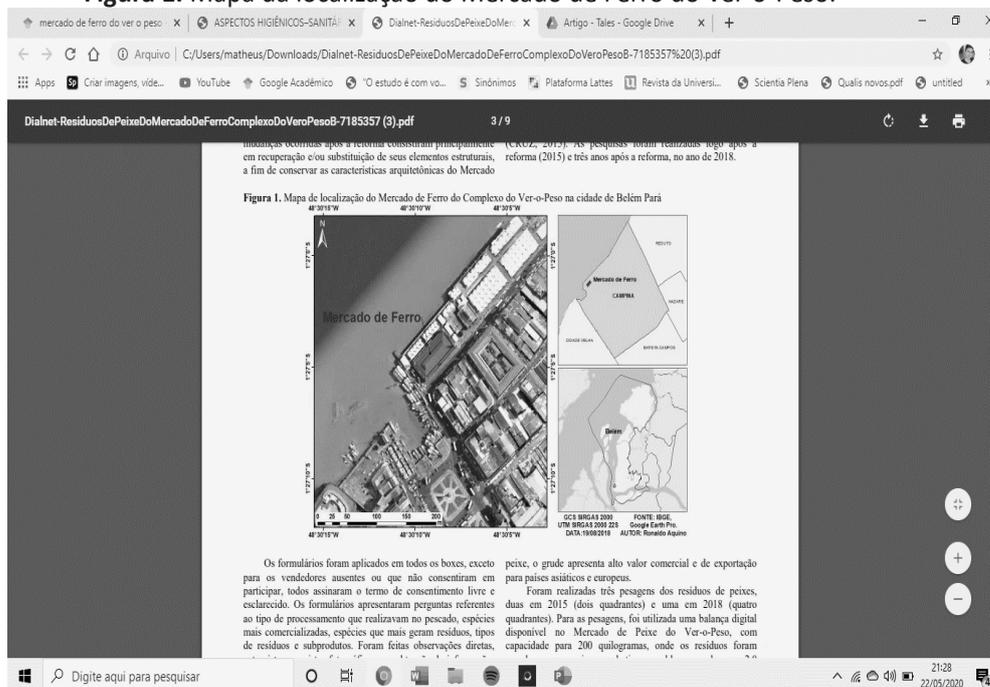
Metodologia

Área de estudo

A pesquisa foi realizada no Mercado de Ferro (Figura 1), espaço utilizado na comercialização de peixes do Complexo do Ver-o-Peso, sendo esse considerado como a maior feira livre da América Latina, estabelecendo-se como um dos principais locais de comercialização de alimentos da Região Amazônica (CRUZ; MESQUITA; SARQUIS, 2015; LIMA, 2008). Leitão e Nascimento (2008) consideram esse mercado como o epicentro do comércio da cidade de Belém, visto que exporta seus diversos produtos para os vários bairros e distritos, estabelecendo conexões de circulação de mercadorias não somente no Estado do Pará, mas também no restante do Brasil e no mundo.

Historicamente, o Mercado do Ver-o-Peso está diretamente ligado à constituição da cidade de Belém, o qual era o porto para barcos e navios que percorriam os rios da Amazônia com carregando as “drogas do sertão”. Em virtude disso, em 1625, o mercado foi construído para servir de posto fiscal da Câmara de Belém (LEITÃO, 2013; LIMA, 2008). Por sua localização ser próxima ao encontro dos rios Amazonas e Guamá, configura-se como um importante espaço socioeconômico, sociocultural e turístico de Belém (LEITÃO, 2016; SOUSA *et al.*, 2017).

Figura 1. Mapa da localização do Mercado de Ferro do Ver-o-Peso.



Fonte: Sousa *et al.* (2019).

O Mercado de Ferro, principal e mais antigo da região, atualmente é operado exclusivamente para a comercialização de pescados. Corresponde a uma área total de aproximadamente 2.068,52m, em formato retangular de 31m x 67m, contando com uma área coberta de 57m por 21cm de largura. O espaço é subdividido entre 60 boxes de 9,4 m², com divisórias fixas e integradas com pia, bancada de exposição em aço inox, cepo de polipropileno, caixa isotérmica e balança (digital e/ou manual) (VEIGA, 2007; ALVES *et al.*, 2017).

Coleta e análise de dados

Quanto aos procedimentos metodológicos utilizados na investigação, a pesquisa se desenvolveu por meio de uma abordagem mista: qualitativa e quantitativa. Do ponto de vista procedimental, foi realizado um levantamento bibliográfico nos principais repositórios de pesquisa (Google Acadêmico, Portal de Periódicos da CAPES, *Scielo* e *Scopus*), sendo essa etapa de suma importância para compreender e inter-relacionar questões que caracterizaram o perfil

de consumo de pescados em Belém e em outras realidades do Brasil. Ademais, a pesquisa bibliográfica contribuiu para a composição da contextualização do *lócus* de estudo, o Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, com informações históricas, de localização, dados arquitetônicos, entre outros aspectos.

Em outro momento, a pesquisa de campo possibilitou coletar dados mediante conversas informais e observações que permitiram evidenciar como se sucede a comercialização de pescados, identificar os agentes presentes na cadeia produtiva e obter outras informações. Para coletar os demais dados, aplicou-se um formulário junto a consumidores de pescado presentes no Mercado. Tal instrumento de coleta de dados foi composto por sete (7) perguntas semiestruturadas e divididas em dois momentos. O primeiro, de cunho socioeconômico, versou sobre: 1) faixa etária, 2) estado civil, 3) grau de escolaridade, 4) renda mensal e 5) número de moradores na residência. O segundo momento buscou conhecer a respeito do consumo de pescado por parte dos consumidores, enfocando questões referentes ao 6) consumo de peixes e à 7) frequência do consumo.

Após a coleta, os dados foram tabulados e sistematizados a partir das respostas no programa *Microsoft Excel 2016*. A análise foi realizada a partir da técnica da estatística descritiva, a partir da frequência e do respectivo percentual das respostas, e das discussões teóricas expostas em trabalhos anteriores relacionados ao tema. Convém destacar que, como não há um indicativo real da população que frequenta o mercado para adquirir peixe, a amostra aleatória e não probabilística foi de cem (100) consumidores, sendo determinada apenas pela quantidade de questionários aplicada e validada entre os dias 2 e 14 de setembro de 2019. Nos mais, salienta-se que, como a Resolução 510/16 isenta de avaliações do CEP/CONEP as pesquisas de opinião pública com participantes anônimos, todos foram convidados a participar da pesquisa de forma espontânea e voluntária, por meio da assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), a qual foi antecedida de uma conversa para explicar sobre a utilização dos dados, do TCLE e a relevância da pesquisa.

Perfil socioeconômico dos consumidores do peixe comercializado no Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, Belém (PA)

Após os dados obtidos com a aplicação dos formulários, pôde-se observar que a maioria dos entrevistados, 60%, era do sexo feminino e apenas 40% eram do sexo masculino. A maior parte dos compradores (43%) tinha entre 41 e 50 anos, como mostra a Tabela 1. Em estudo semelhante realizado também na realidade amazônica, no Município de Parintins (AM), houve um percentual maior de mulheres (64,88%) ativamente presentes na compra de pescados (COSTA *et al.*, 2013). Assim, constata-se que normalmente há uma presença maior de mulheres nesses locais pelo fato de a imagem da mulher ainda estar muito ligada à preocupação com os afazeres do lar, fazendo com que elas sejam as responsáveis por selecionar e comprar o melhor alimento para servir à família (OLIVEIRA; VELA, 2008).

Tabela 1. Faixa etária dos compradores de peixe no Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, de acordo com o sexo dos participantes da pesquisa.

FAIXA ETÁRIA	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
20 a 30 anos	4,00%	3,00%	7,00%
31 a 40 anos	15,00%	9,00%	24,00%
41 a 50 anos	27,00%	16,00%	43,00%
51 a 60 anos	13,00%	11,00%	24,00%
Mais de 60 anos	1,00%	1,00%	2,00%
TOTAL	60,00%	40,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2019).

Os dados apresentados em relação ao estado civil dos entrevistados mostram que a

maioria era casado(a) (68%) ou solteiro(a) (17%), seguidos pelos divorciados(as) (13%) e viúvos(as) (2%), conforme a Tabela 2. Levando em consideração que o maior percentual de participantes da pesquisa era de mulheres casadas (42%), pressupõe-se que elas estavam no mercado para adquirir pescados para a família, como a pouco mencionado. De acordo com Oliveira e Vela (2008), as mulheres são quem definem quais alimentos vão à mesa, ainda que haja frequentemente atendimento ao gosto e ao desejo dos maridos e filhos.

Tabela 2. Estado civil dos compradores de peixe no Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, de acordo com o sexo dos participantes da pesquisa.

ESTADO CIVIL	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Solteiro(a)	7,00%	10,00%	17,00%
Casado(a)	42,00%	26,00%	68,00%
Divorciado(a)	9,00%	4,00%	13,00%
Viúvo(a)	2,00%	0,00%	2,00%
TOTAL	60,00%	40,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2019).

No que diz respeito à escolaridade dos pesquisados, a maior parte possuía ensino médio completo (34%), seguido do ensino superior incompleto (27%) e superior completo (18%) (Tabela 3). Sobre estes dados, de acordo com Pimenta (2018), o grau de instrução dos indivíduos pode interferir na alimentação, pois, quanto maior o conhecimento técnico, em tese, maior a preocupação com a escolha de alimentos mais saudáveis – o peixe, nesse caso, é uma carne caracterizada por um alto valor nutritivo e, conseqüentemente, com muitos benefícios à saúde. Esse mesmo raciocínio foi utilizado por Santos *et al.* (2015) para justificar que as informações relacionadas aos benefícios do consumo dos pescados poderiam apresentar significância para os consumidores, da cidade de Coruripe (AL), que dispunham de formação superior.

Tabela 3. Escolaridade dos compradores de peixe no Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, de acordo com o sexo dos participantes da pesquisa.

GRAU DE ENSINO	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Sem Instrução	0,00%	1,00%	1,00%
Fundamental Incompleto	0,00%	2,00%	2,00%
Fundamental Completo	4,00%	5,00%	9,00%
Médio Incompleto	6,00%	3,00%	9,00%
Médio Completo	17,00%	17,00%	34,00%
Superior Incompleto	18,00%	9,00%	27,00%
Superior Completo	15,00%	3,00%	18,00%
TOTAL	60,00%	40,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2019).

No entanto, no contexto das feiras e dos mercados públicos, a qualidade nutricional dos pescados é comumente ameaçada pelas péssimas condições higiênico-sanitárias as quais esses produtos são expostos. Dessa forma, a preferência dos consumidores na Amazônia em comprar na feira, em geral, não é necessariamente determinada pelo seu grau de instrução, pois é de conhecimento geral que as “[...] más condições de conservação implicam mais na transmissão de doenças do que nos benefícios nutricionais proporcionados pela carne dos pescados” (ROSA *et al.*, 2019, p. 7). Assim, o fator cultural e a acessibilidade no que se refere ao preço do peixe na região são fatores determinantes na região.

Quando questionados sobre a renda mensal, após a sistematização dos dados, a maioria dos entrevistados respondeu que dispunha de renda mensal entre 1 e 2 salários mínimos (47%), seguido de 31% com 3 ou mais salários mínimos e 22% com até 1 salário mínimo (Tabela

4). Acerca dos rendimentos mensais, é importante destacá-los como um fator importante na compra de pescados, tanto limitador quanto facilitador, tendo em vista que, em cidades caracterizadas pela atividade pesqueira, é muito comum que os peixes possuam preços acessíveis e, com efeito, possam ser adquiridos e consumidos por diferentes classes sociais. No entanto, nos grandes centros urbanos a realidade é bem diferente, uma vez que normalmente a população mais pobre opta por consumir produtos mais baratos que os pescados, como mostra o estudo de Lopes, Oliveira e Ramos (2016).

Tabela 4. Renda Mensal dos compradores de peixe no Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, de acordo com o sexo dos participantes da pesquisa.

RENDA MENSAL	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Até 1 salário mínimo	14,00%	8,00%	22,00%
De 1 a 2 salários mínimos	31,00%	16,00%	47,00%
3 ou mais salários mínimos	15,00%	16,00%	31,00%
TOTAL	60,00%	40,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2019).

Em relação ao número de pessoas que moravam com os compradores participantes da pesquisa, os dados revelaram que: 38% residem com 1 ou 2 pessoas; 39% com 3 ou 4 pessoas e 23% com 5 ou mais pessoas (Tabela 5). Estes resultados vão ao encontro dos encontrados por Jesus, Souza e Oliveira (2014, p. 18), que verificaram, em São Gabriel da Cachoeira (AM) – cidade marcadamente indígena –, havia uma “[...] concentração de famílias numerosas, com cinco pessoas (23%), seguidas por famílias com seis e mais de seis pessoas (17 e 18%, respectivamente). As famílias compostas por apenas uma pessoa foram minoria (3%)”. Cabe destacar que os maiores percentuais correspondem ao tamanho familiar característico de populações tradicionais na Amazônia, onde o número de filhos por mulher é expressivo em comparação ao restante do país, como apontam dados do IBGE (2013). Diante disso, o número de pessoas na família pode ser um fator limitante na decisão da compra de pescados, pois implica adquirir maiores quantidades e, conseqüentemente, ter maiores gastos com esse tipo de alimento – o qual normalmente possui um valor elevado nas capitais e nos grandes centros urbanos (LOPES; OLIVEIRA; RAMOS, 2016).

Tabela 5. Número de pessoas que moram com os compradores de peixe no Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, de acordo com o sexo dos participantes da pesquisa.

Nº DE PESSOAS NA RESIDÊNCIA	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
De 1 a 2 pessoas	25,00%	13,00%	38,00%
De 3 a 4 pessoas	18,00%	21,00%	39,00%
5 ou mais pessoas	17,00%	6,00%	23,00%
TOTAL	60,00%	40,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2019).

O consumo de pescados na Região Norte é expressivo e isso se dá por pelo menos dois motivos: 1) grande disponibilidade dessas espécies na região e 2) tradição cultural de consumo desse tipo de alimento, proveniente das comunidades indígenas e ribeirinhas. Sendo assim, os dados mostram que 92,00% dos compradores de pescados do Mercado de Ferro faziam consumo de pescados e apenas 8,00% não consumiam (Tabela 6). Estes dados são compatíveis e muito semelhantes com uma pesquisa realizada no Município de Sinop, no Estado do Mato Grosso, em que 92,4% dos pesquisados afirmaram que são consumidores de pescado e apenas 7,6% não consumiam (LEANDRO *et al.*, 2018). Nesse contexto, se evidencia a importância cultural desse alimento em Belém e nas demais cidades ribeirinhas amazônicas.

Tabela 6. Consumo de peixe pelos compradores do Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, de acordo com o sexo dos participantes da pesquisa.

COME PEIXE?	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Sim	56,00%	36,00%	92,00%
Não	4,00%	4,00%	8,00%
TOTAL	60,00%	40,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2019).

No que tange ao consumo de peixe, os dados demonstram que a frequência de ingestão dos entrevistados era: raramente (20,00%); 1 vez a cada cinco dias (15,00%); 1 vez por semana (20,00%); Mais de 1 vez por semana (23,00%) e; 1 vez por mês (22,00%), conforme os resultados sistematizados na Tabela 7. Estes dados vão ao encontro das recomendações da FAO (2016), a qual determina que os indivíduos devem consumir pescados por pelo menos duas vezes na semana – essa quantidade seria suficiente para o enriquecimento nutricional humano.

Tabela 7. Frequência de consumo de peixe entre compradores do Mercado de Ferro do Ver-o-Peso, de acordo com o sexo dos participantes da pesquisa.

FREQUÊNCIA DE CONSUMO	FEMININO	MASCULINO	TOTAL
Raramente	10,00%	10,00%	20,00%
1 vez a cada cinco dias	12,00%	3,00%	15,00%
1 vez por semana	9,00%	11,00%	20,00%
Mais de 1 vez por semana	13,00%	10,00%	23,00%
1 vez por mês	16,00%	6,00%	22,00%
TOTAL	60,00%	40,00%	100,00%

Fonte: Pesquisa de campo (2019).

Em estudo semelhante, Figueiro, Sousa e Castro (2014), ao pesquisar o perfil do consumidor frequentador do Mercado de Bragança, na região do Salgado Paraense, identificaram que 50% dos entrevistados costumavam consumir peixe de 1 a 2 vezes na semana e 40% de 3 a 4 vezes na semana. Por outro lado, na cidade de Sinop, localizada no estado do Mato Grosso, Leandro *et al.* (2018) constataram que 81,33% dos consumidores desse município consumiam de 1 a 2 kg de peixe por mês e apenas 18,67% dos entrevistados afirmou consumir de 3 a 4 kg. Tais dados, embora sistematizados por variáveis diferentes, apontam uma diferenciação na frequência de consumo entre as regiões, como já destacavam Lopes, Oliveira e Ramos (2016). Para além da variável população, a cidade localizada na Região Norte (Bragança), além de disponibilidade expressiva de peixes devido às condições naturais, dispõe de tradição cultural no consumo de pescados (FIGUEIRO; SOUSA; CASTRO, 2014). Diferentemente do que ocorre na cidade localizada na Região Centro-Oeste (Sinop), a qual não apresenta produção destaque desse produto, logo, o consumo tende a ser menor (LEANDRO *et al.*, 2018).

Conclusão

De posse dos resultados sobre o perfil socioeconômico do consumidor de peixe do Mercado de Peixe do Ver-o-Peso, em Belém (PA), evidenciou-se que as idades dos consumidores variaram entre 41 e 50 anos, a maioria possuía ensino médio completo e renda média mensal de 1 a 2 salários mínimos. Estes e outros aspectos socioeconômicos podem ser apontados como fatores limitantes e/ou facilitadores do consumo de peixe, uma vez que, conforme constatado: 1) as mulheres são quem comumente fazem a compra do pescado, 2) os mais velhos são normalmente quem conhecem as espécies de peixe, 3) o nível de instrução pode determinar em qual local comprar ao se levar em consideração conhecimentos técnicos da formação superior, por exemplo, 4) a renda média mensal e 5) a frequência de consumo são outros dois fatores que podem limitar ou incentivar a compra de pescados.

Destarte, conclui-se que os fatores que influenciam o comportamento do consumidor

não estão relacionados somente a fatores intrínsecos ao peixe, mas também a fatores sociais e econômicos. Por esse motivo, conhecer as características socioeconômicas é primordial para comercializar um produto de qualidade, bem como potencializar a cadeia produtiva e incentivar um consumo atento às especificidades nutricionais e higiênicas que os pescados e outros alimentos demandam.

Referências

ALVES, E. M. P. et al. Aspectos higiênicos–sanitários das instalações do mercado ver-o-peso e avaliação da temperatura dos peixes comercializados. **Revista Eletrônica da FAINOR**, Vitória da Conquista, v. 10, n. 2, p. 25-43, 2017.

BRABO, M. C. et. al. Cenário atual da produção de pescado no mundo, no Brasil e no estado do Pará: ênfase na aquicultura. **Acta of Fisheries and Aquatic Resources**, Sergipe, v. 4, n. 2, p. 50-58, 2016.

COSTA, T. V. D. et al. Aspectos do consumo e comércio de pescado em Parintins. **Boletim do Instituto de Pesca**, São Paulo, v. 39, n. 1, p. 63-75, 2013.

CRUZ, C. F.; MESQUITA, F. J. D.; SARQUIS, G. B. (org.). **Mercado de Ferro: restauração e conservação 2010/2015**. Belém: IPHAN, 2015.

FAOSTAT. **Evolução do consumo de pescado per capita no Brasil**. 2016. Disponível em <http://faostat.fao.org/beta/en/#data/CL/visualize>. Acesso em: 30 set. 2019.

FIGUEIRO, R. C. M.; SOUSA, J. M.; CASTRO, E. M. Fatores que influenciam na decisão de compra de pescado mercado de peixe de Bragança, PA. **Revista Brasileira Engenharia de Pesca**, São Luís, v. 7, p. 60-72, 2014.

FAO – FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **The state of world fisheries and aquaculture**. Roma: FAO, 2016.

IBGE – INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Pesquisa de Orçamento Familiar (POF), 2008-2009**. Brasília, DF: IBGE, 2013.

JESUS, D. V.; SOUZA, R. T. Y. B.; OLIVEIRA, S. R. Consumo de pescado pela população de São Gabriel da Cachoeira-AM. **Revista de Educação Ciência e Tecnologia do IFAM**, Manaus, v. 8, n. 1, p. 15-27, 2014.

LEANDRO, S. V. et al. Perfil de consumo e do consumidor de peixe do município de Sinop, Mato Grosso. **Revista Agroecossistemas**, Belém, v. 10, n. 1, p. 73-98, 2018.

LEITÃO, W. M.; NASCIMENTO, L. T. A. O Mercado e a Santa: o Mercado do Ver-o-Peso e as homenagens dos trabalhadores da pesca à Virgem de Nazaré. In: REUNIÃO BRASILEIRA DE ANTROPOLOGIA. 26., 2008. Porto Seguro. **Anais [...]** Porto Seguro: ABA, 2008. p. 43-55.

_____. Ver-o-Peso: um mercado de coisas boas e belas. In: COLÓQUIO INTERNACIONAL SOBRE O COMÉRCIO E CIDADE: UMA RELAÇÃO DE ORIGEM. 2013, 4. Uberlândia. **Anais [...]** Uberlândia: CINCCI, 2013.

LEITÃO, W. M. (org.). **Ver-o-Peso: estudos antropológicos no mercado de Belém**. Volume 2. Belém: Pakatu Tatu, 2016.

LIMA, M. D. **Ver-o-Peso, patrimônio e práticas sociais: uma abordagem etnográfica da feira**

mais famosa de Belém do Pará. 2008. Dissertação (Mestrado em Ciências Sociais) - Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará, 2008.

LOPES, I. G.; OLIVEIRA, R. G. D.; RAMOS, F. M. Perfil do consumo de peixes pela população brasileira. **Biota Amazônia**, Macapá, v. 6, n. 2, p. 62-65, 2016.

MANGAS, F. P. et al. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, estado do Pará, Brasil. **Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, Maringá, v. 9, n. 4, p. 839-857, 2016.

OLIVEIRA, N. R. F.; VELA, H. A. G. Escolhas alimentares, decisões culturais: a mulher define o que vai pra mesa. *In: FAZENDO GÊNERO - CORPO, VIOLÊNCIA E PODER*. 2008, 8. **Anais [...]** Florianópolis: UFSC, 2008.

PIMENTA, L. G. R. **Consumo da carne de peixe**: a busca pela saúde versus a busca pelo prazer. 2018. Dissertação (Mestrado Profissional em Administração), Fundação Pedro Leopoldo, 2018. RIBEIRO, R. C. et al. Avaliação do consumo de peixes no município de Palmas-TO. **Boletim de Indústria Animal**, Nova Odessa, v. 75, p. 1-11, 2018.

ROSA, M. Y. O. et al. O risco sanitário na comercialização de alimentos em um mercado público da Amazônia: um estudo de caso em Belém (PA). **Scientia Plena**, Aracaju, v. 15, n. 10, p. 1-7, 2019.

SANTOS, E. L. et al. Perfil do consumo de pescados na cidade de Coruripe, Alagoas. **Acta Veterinária Brasília**, Mossoró, v. 9, n. 2, p. 153-159, 2015.

SOUSA, E. et al. Prospecção socioeconômica em feiras livres: o caso do Complexo do Ver-o-Peso, Belém, Pará, Brasil. **Revista Espacios**, Caracas, v. 38, n. 36, p. 5, 2017.

SOUSA, E. R. O. et al. Resíduos de peixe do Mercado de Ferro, Complexo do Ver-o-Peso, Belém, Pará. **Revista Verde**, Pombal, v. 14, n. 4, p. 562-570, 2019.

VEIGA, D. F. L. **Os Mercados de Belém**: um estudo sobre a preservação da arquitetura do ferro. 2007. Dissertação (Mestrado em História e Fundamentos da Arquitetura e Urbanismo) – Faculdade de Arquitetura e do Urbanismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

Recebido em 24 de junho de 2020.

Aceito em 19 de julho de 2021.