JULIANA PARREIRA VASCONCELLOS

**Determinantes do consumo de pescado na população que
freqüenta feiras livres do município de Santo André, SP**

São Paulo
2010

JULIANA PARREIRA VASCONCELLOS

Determinantes do consumo de pescado na população que frequenta feiras livres do município de Santo André, SP.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo para obtenção do Título de Mestre em Ciências

Departamento:

Medicina Veterinária Preventiva e Saúde Animal

Área de concentração:

Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses

Orientadora:

Prof^a Dr^a Simone de Carvalho Balian

São Paulo

2010

Autorizo a reprodução parcial ou total desta obra, para fins acadêmicos, desde que citada a fonte.

DADOS INTERNACIONAIS DE CATALOGAÇÃO-NA-PUBLICAÇÃO

(Biblioteca Virginie Buff D'Ápice da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da
Universidade de São Paulo)

T.2337
FMVZ

Vasconcellos, Juliana Parreira

Determinantes do consumo de pescado na população que frequenta feiras livres
do município de Santo André, SP. / Juliana Parreira Vasconcellos. -- 2010.
102 f. : il.

Dissertação (Mestrado) - Universidade de São Paulo. Faculdade de Medicina
Veterinária e Zootecnia. Medicina Veterinária Preventiva e Saúde Animal, São
Paulo, 2010.

Programa de Pós-Graduação: Epidemiologia Experimental Aplicada às
Zoonoses.

Área de concentração: Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses.

Orientador: Profa. Dra. Simone de Carvalho Balian.

1. Consumo. 2. Peixe. 3. Feira livre. 4. Ômega-3. I. Título.

CERTIFICADO

Certificamos que o Projeto intitulado "Determinantes do consumo de pescado na população que frequenta serviços de alimentação coletiva na Cidade Universitária da Universidade de São Paulo", protocolado sob o nº1390/2008, não utilizando animais, sob a responsabilidade da Profa. Dra. Simone de Carvalho Balian, está de acordo com os princípios éticos de experimentação animal da Comissão de Bioética da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo e foi aprovado na reunião do dia 18 de junho de 2008.

We certify that the Research "Seafood consumption determinants from the population that have meals in collective food services in Sao Paulo University City", protocol number 1390/2008, under the responsibility Profa. Dra. Simone de Carvalho Balian, agree with Ethical Principles in Animal Research adopted by Bioethic Commission of the School of Veterinary Medicine and Animal Science of University of São Paulo and was approved in the meeting of day 06/18/08.

São Paulo, 19 de junho de 2008

Prof. Dr. José Luiz Bernardino Merusse
Presidente da Comissão de Bioética
FMVZ/USP

FOLHA DE AVALIAÇÃO

Nome: VASCONCELLOS, Juliana Parreira

Título: Determinantes do consumo de pescado na população que frequenta feiras livres do município de Santo André, SP.

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Epidemiologia Experimental Aplicada às Zoonoses da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo para obtenção do título de Mestre em Ciências

Data: ____/____/____

Banca Examinadora

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Assinatura: _____ Julgamento: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Assinatura: _____ Julgamento: _____

Prof. Dr. _____ Instituição: _____

Assinatura: _____ Julgamento: _____

DEDICATÓRIA

Dedico este trabalho primeiramente aos meus pais: **Silvio e Marcia**, que sempre foram exemplos para mim e que me encorajaram em todos os momentos difíceis desta jornada. Também dedico ao meu grande amor: **Diego**, pela paciência, apoio e carinho.

AGRADECIMENTOS

Especialmente a minha orientadora, Profa. Dra Simone de Carvalho Balian, pela orientação, apoio e confiança que tornaram possível a realização deste trabalho;

Ao professor e grande amigo, Julio César Rodrigues Pereira, que desde a época da graduação vem me acompanhando, incentivando na área acadêmica e que sempre esteve disponível a me ajudar;

A Prof^ª. Dra. Sonia Regina Pinheiro, pelo apoio e pelas sugestões e considerações que colaboraram para o enriquecimento das idéias e aprovação de financiamento deste trabalho;

A Sandra Abelardo Sanches e ao Orlando Bispo de Souza pelo apoio e colaboração;

Aos amigos Naassom Ribeiro, Cássia Neves Martins e Eveline pelo apoio e companhia nas etapas de coleta dos dados;

A minha grande amiga e incentivadora, Josiane Steluti;

Ao Prof. Dr. Homero Pinto Vallada Filho, Katia Ichi, Karen Miguita e Dr. Quirino Cordeiro Júnior pelo apoio;

Aos meus pais e irmãos, pela paciência e apoio;

Ao Diego, pelo incentivo e carinho.

A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo –FAPESP, pelo financiamento desta pesquisa,

Ao Ministério da Aquicultura e Pesca pelo fornecimento das cartilhas,

A todos que direta ou indiretamente contribuíram para a realização deste trabalho.

RESUMO

VASCONCELLOS, J. P. **Determinantes do consumo de pescado na população que frequenta feiras livres do município de Santo André, SP.** [Determinants of fish choosing in street markets from Santo André, SP.]. 2010. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

O objetivo deste estudo foi identificar os determinantes de consumo de peixe na população que frequenta feiras livres do município de Santo André, SP. Foram entrevistadas 482 pessoas em 49 feiras-livres. Aplicou-se um questionário constituído de questões abertas, semi abertas e fechadas destinadas a identificação e avaliação das características sócio-econômicas, fatores que facilitam e dificultam o consumo de peixe e os aspectos considerados para avaliar o frescor do produto. Foi realizada análise descritiva dos dados e posteriormente foram aplicados testes para verificar associação e linearidade entre as variáveis com o consumo, com nível de significância de 5%. Os fatores que facilitam o consumo de peixe foram: renda, escolaridade completa, forma de apresentação do produto, aquisição em feiras livres, sabor, aparência, firmeza da carne e presença de crianças na família. Já os fatores que limitam o consumo foram: preço e espinhos. A perecibilidade, odor, etnia, proximidade dos pontos de venda da residência e do trabalho, sexo, idade, número de pessoas no lar e aquisição em supermercado não foram características que influenciaram a decisão de compra e consumo de peixe. Os aspectos considerados para avaliar o frescor do peixe foram predominantemente visuais.

Palavras-chave: Consumo. Peixe. Feira livre. Ômega-3.

ABSTRACT

VASCONCELLOS, J. P. **Determinants of fish choosing in street markets from Santo André, SP.** [Determinantes do consumo de pescado na população que frequenta feiras livres do município de Santo André, SP.]. 2010. 102 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010.

The objective of this study was to identify the determinants of fish consumption in the population that frequents the street markets of the Santo André municipality, State of São Paulo, by interviewing a total of 482 persons in 49 markets. A questionnaire constituted of open, semi-open and closed questions was applied in order to identify and evaluate the socio-economic characteristics of the population, factors that make easy or difficult the fish consumption, and the aspects considered for the evaluation of the freshness of the products.

Descriptive analysis of the data was carried out and subsequently statistical tests were applied to check the existence of association and linearity between the variables and the consumption, using a level of significance of 5 %. The factors that make easy the consumption of fish were: income, complete schooling, and presentation of the product, acquisition in free markets, taste, appearance, firmness of the flesh, and the presence of children in the families. On the other side, the factors that limit the consumption were the price and the fish thorns. The fact of being easily perishable, odor, ethnic, proximity of the points of sale from the residence and of the work, sex, age, number of persons in the home, and acquisition in supermarkets were not characteristics influencing the decision of purchase and consumption of fish. The aspects considered to evaluate the freshness of the fish were predominantly visual.

Key words: Consumption. Fish. Street Markets. Omega -3.

LISTA DE ABREVIATURAS

CRAISA	Companhia Regional de Abastecimento de Santo André
ZEE	Zona Econômica Exclusiva
ABC	Santo André, São Bernardo e São Caetano do Sul
RIISPOA	Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária dos Produtos de Origem Animal
SPSS	Statistical Package for Social Sciences
OMS	Organização Mundial da Saúde
IBGE	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
SEAP/PR	Secretaria Especial de Agricultura e Pesca da Presidência da República Federativa do Brasil
MPA	Ministério de Pesca e Aquicultura
SP	São Paulo
EUA	Estados Unidos da América
POF	Pesquisa de Orçamento Familiar

LISTA DE GRÁFICO

Gráfico 1 - Peixes citados como os mais freqüentemente consumidos. Entrevistas efetuadas no período de outubro de 2009 a junho de 2010-São Paulo-2010	50
---	----

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 -	Caracterização sócio demográfica da amostra em porcentagem (n=482). Indivíduos entrevistados em feiras livres de Santo André, SP, Brasil no período de outubro de 2009 a junho de 2010 aos quais foi, pessoalmente aplicado um questionário sobre os fatores determinantes do consumo de peixe-São Paulo, 2009 e 2010.....	29
Tabela 2 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André - SP, segundo o sexo e a freqüência do consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	35
Tabela 3 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o número de pessoas no lar e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010.....	36
Tabela 4 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a presença de criança no lar e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010.....	36
Tabela 5 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a escolaridade e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	37
Tabela 6 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a preferência por efetuar a compra na feira e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	39
Tabela 7 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo preferência de compra no supermercado e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	39
Tabela 8 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da proximidade entre o ponto de aquisição do peixe e a residência do consumidor. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	40

Tabela 9 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da proximidade do ponto de aquisição do peixe e o local de trabalho do consumidor. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	40
Tabela 10 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo renda média mensal e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	41
Tabela 11 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância do preço na decisão de consumir peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010.....	42
Tabela 12 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo origem étnica e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	43
Tabela 13 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a forma de apresentação do peixe para a decisão de compra e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	44
Tabela 14 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo grau de importância da perecibilidade do peixe na decisão de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	45
Tabela 15 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da aparência do peixe fresco na decisão de seu consumo. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	46
Tabela 16 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo grau de importância do sabor na decisão de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010.....	47
Tabela 17 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da firmeza da carne do peixe na decisão do seu consumo. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	48
Tabela 18 -	Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância do cheiro do peixe fresco na decisão de seu consumo. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	49

Tabela 19 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da interferência do espinho na decisão de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	49
Tabela 20 - Parâmetros obtidos de entrevistas efetuadas com indivíduos que freqüentaram feiras livres do Município de Santo André, SP segundo análise estatística por modelo de regressão logística. Variáveis com significância estatística. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010	52

LISTA DE ANEXOS

ANEXO A – Cartilha: “Semana do peixe: pescado. Ponha mais sabor e saúde no seu prato”, elaborada pela Esplanada dos Ministérios	62
ANEXO B – Mapa de Contextualização de Santo André no Grande ABC e no Estado de São Paulo.....	69.
ANEXO C – Mapa de Santo André – Rede <i>versus</i> bairros <i>versus</i> distritos.....	71

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A -	Relação das feiras livres do município de Santo André, SP	74
APÊNDICE B -	Termo de consentimento livre e esclarecido	77
APÊNDICE C -	Questionário	79
APÊNDICE D -	Modelo reduzido da regressão logística.....	82
APÊNDICE E -	Relação de profissões citadas no estudo	84
APÊNDICE F -	Locais de preferência de compra de peixe	86
APÊNDICE G -	Expressões dos aspectos indicativos do frescor do peixe	88
APÊNDICE H -	Tipos de peixe citados entre os entrevistados	91
APÊNDICE I -	Relação de influências positivas citadas pelos entrevistados.....	93
APÊNDICE J -	Primeiras sugestões para o aumento do consumo de peixe	95
APÊNDICE L -	Segundas sugestões para o aumento do consumo de peixe	98
APÊNDICE M -	Terceiras sugestões para o aumento do consumo de peixe.....	101

LISTA DE SÍMBOLOS

km	quilômetro
km ²	quilômetro quadrado
kg	quilograma
kg/hab/ano	quilograma/número de habitantes/ano
g	grama
%	porcento
p	probabilidade associada a hipótese de nulidade
R\$	reais
$\geq$	maior ou igual
=	igual

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	17
2	REVISÃO DA LITERATURA	20
3	OBJETIVOS	25
4	MATERIAL E MÉTODOS	27
4.1	Seleção do local.....	28
4.2	Entrevistadores.....	28
4.3	População estudada.....	29
4.4	Insumos.....	30
4.5	Questionário.....	30
4.6	Análise dos resultados.....	31
5	RESULTADOS E DISCUSSÃO	33
6	CONCLUSÕES.....	54
	REFERÊNCIAS	56
	ANEXOS.....	61
	APÊNDICES	73

1 INTRODUÇÃO

O Brasil possui grande potencial para a produção de pescado; conta com uma costa bastante ampla, 8.400 Km, banhado pelo oceano Atlântico, dispondo de um mar territorial – zona econômica exclusiva (ZEE) de 4.500.000 Km² e é possuidor de 12% de toda a água doce do mundo; havendo uma abundância de recursos pesqueiros em quantidade e espécies por região (GONÇALVES, 2007; SOARES, 2007), porém o consumo de pescado ainda é baixo e foi reduzido a metade entre 1974 e 2003 (BRASIL, 2006).

O pescado é definido pelo Regulamento de Inspeção Industrial e Sanitária dos Produtos de Origem Animal (RIISPOA) – Decreto nº 30.691 de 1952, como: peixes, crustáceos, moluscos, anfíbios e quelônios, habitantes dos meios aquáticos, de água doce ou salgada, desde que destinados à alimentação humana (BRASIL, 1952)

A Organização Mundial da Saúde (OMS) recomenda que o consumo de peixe deva ser de pelo menos 12 kg por pessoa ao ano (BRASIL, 2007). A demanda *per capita* de pescado no Brasil foi estimada para o ano de 1999 em 6,5 Kg/hab/ano (FAO, 2002). A Pesquisa de Orçamento Familiar (POF) realizada no período de 2002 a 2003 estimou o consumo *per capita* de pescado no Brasil em 4,587 Kg/hab/ano (IBGE, 2004) e mostrou que a participação relativa de carnes bovinas, suínas e aves foi maior que a de pescado (SOARES, 2007). Entende-se que o consumo pode ser incrementado a partir da ampliação da dinâmica econômica e da representatividade desse produto na população.

Soares (2007) cita que a Secretaria Especial de Aquicultura e Pesca da Presidência da República Federativa do Brasil (SEAP/PR) estabeleceu uma política de popularização do pescado no mercado interno, visando à ampliação do seu consumo na rotina alimentar dos brasileiros. Entre as ações estabelecidas, destaca-se a Semana Nacional do Peixe, que articula ações no setor produtivo, na comercialização e entre os consumidores.

Em agosto de 2008, Luiz Inácio Lula da Silva, atual presidente do País, assinou em Salvador, durante lançamento do “Mais Pesca e Aquicultura” o Plano de Desenvolvimento Sustentável 2008/2011, medida provisória que transformou a Secretaria Especial em Ministério da Pesca e Aquicultura - MPA. O Plano de Desenvolvimento Sustentável “Mais

Pesca e Aquicultura” conterà ações que objetivam fomentar a produção de pescado no país e metas a serem cumpridas até 2011 (BRASIL, 2008). Esta medida provisória representa uma resposta à crescente demanda mundial por alimentos e vislumbra também a geração de novos empregos e aumento de renda dos trabalhadores do setor. Estão previstas medidas de incentivo à criação em cativeiro, a pesca oceânica, estímulo ao consumo e melhoria das condições sociais e de trabalho dos pescadores artesanais. De acordo com as metas estabelecidas no Plano, a produção de pescado deverá ter um aumento da ordem de 40% devendo passar de um milhão de toneladas para 1,4 milhão por ano (BRASIL, 2008).

É sob esse contexto de intensa dedicação e incentivo ao setor, num otimismo produtivo por parte do Estado, que o presente estudo se posiciona. Entende-se que antes de fomentar “campanhas” e eventos como, por exemplo, a “semana do peixe”, é fundamental o reconhecimento das necessidades, expectativas, anseios e dificuldades encontradas pelo consumidor, bem como das situações específicas que dificultam ou facilitam a sua escolha. Desde modo, este estudo teve por objetivo identificar os determinantes do consumo de pescado na população que frequenta feiras livres no município de Santo André, SP.

2 REVISÃO DE LITERATURA

O peixe é uma fonte de proteínas de alto valor biológico e possui em sua composição ácidos graxos poliinsaturados, da família ômega-3 (BRASIL, 2006). O teor protéico das diferentes espécies de peixe varia de 15 a 20%; o valor calórico dos peixes como alimento depende do seu teor de gordura. De fato, 100 g de peixe correspondem a 80 calorias enquanto que a mesma quantidade de carne bovina magra apresenta 210 calorias; (GERMANO, 1998) afirma que o peixe pode ser uma opção de alimento com alto valor nutritivo e saudável.

O consumo freqüente de alimentos ricos em ácidos graxos ômega-3, presentes principalmente nos peixes, está associado à redução do risco de doenças cardiovasculares, de alguns tipos de câncer bem como no tratamento de doenças inflamatórias como a artrite reumatóide (BRASIL, 2006).

Myrland et al. (2000) investigaram os determinantes do consumo de pescado na Noruega constatando que a presença de crianças em idade escolar na família influenciavam o tipo de peixe consumido e que o consumo total aumentava com o aumento do número de integrantes da família, com o aumento da faixa etária e com o nível educacional dos seus componentes.

Olsen (2001) aplicou um modelo teórico para avaliar os fatores envolvidos com o consumo de pescado em uma amostra representativa de famílias da Noruega e concluiu que o consumo era afetado por sentimentos negativos, normas sociais e obrigações morais.

Olsen (2003) analisou as relações existentes entre a idade cronológica dos consumidores de pescado da Noruega e a freqüência de consumo deste tipo de alimento constatando que os consumidores de idade mais elevada apresentavam uma atitude mais positiva para o consumo deste tipo de alimento, muito provavelmente estimulados pelos benefícios para a saúde reconhecidos.

Trondsen et al. (2003) investigaram os determinantes do consumo de pescado em mulheres norueguesas com 45 a 69 anos de idade. Utilizaram questionário enviado pelo correio e de 9.407 respostas obtidas constataram que o consumo médio deste tipo alimento foi de 2,7 vezes por semana e que o mesmo aumentava com os seguintes fatores: crença de que

este tipo de alimento era importante para a saúde; mulheres que tomavam medicação para o tratamento de doenças cardiovasculares, adotarem hábitos alimentares saudáveis, aumento da idade, aumento do número de pessoas na família, diminuição da renda familiar e residência em áreas costeiras.

Verbeke et al. (2005), na Bélgica investigaram o nível de conhecimento da população daquele país sobre os benefícios para a saúde advindos do consumo de peixe e constataram que o mesmo era insuficiente e inclusive errôneo, o que justificava um esforço no emprego da educação nutricional com a comunicação mais efetiva sobre o tema.

Verbeke e Vackier (2005), na Bélgica constataram, que os fatores mais fortemente relacionados ao consumo de peixe foram: sabor e os benefícios oferecidos à saúde, porém a presença de espinhos foi uma característica apontada como negativa. Os benefícios à saúde decorrentes do consumo de peixes foram mais relatados entre as mulheres e apresentaram associação com o aumento da idade. A presença de crianças no lar foi um fator que levou a uma redução no consumo. Além disso, o nível educacional apresentou associação com o incremento na intenção de consumir peixes, porém não apresentou associação com o consumo em si.

Järvinen et al. (2006) verificaram, na Finlândia, que o consumo de ácidos graxos ômega 3 presente nos peixes apresentou associação com efeito preventivo para a ocorrência de doenças cardiovasculares em mulheres, mas não entre os homens.

Verbeke et al. (2007) analisaram informações colhidas em 2003 de 429 consumidores de peixe da Bélgica e definiram quatro perfis com relação ao consumo, denominados como : 1) não envolvidos, 2) incertos, 3) segurança própria e 4) conhecedores. O grupo 1 “não envolvidos” era composto principalmente por indivíduos do sexo masculino, e apresentavam o menor nível de consumo, pequena crença dos benefícios advindos do consumo deste alimento. O grupo 2 “incertos” era composto principalmente por mulheres com tendência a um baixo nível de escolaridade e residência em áreas urbanas, as quais, a despeito de julgarem que a qualidade do peixe era muito importante não confiavam na avaliação da mesma. O grupo 3 “segurança própria” continha indivíduos que apresentavam elevado nível de consumo e davam pouca importância para marca do pescado. O grupo 4 “conhecedores” eram principalmente mulheres com mais de 55 anos de idade, fortemente envolvidas com o tema alimentação e convencidas da associação existente entre alimentação e saúde, sendo o grupo

que apresentou o mais alto nível de consumo e o interesse especial com relação aos atributos de qualidade e marca do produto.

Scarmeas et al. (2007) observaram, em Nova Iorque/EUA, que o risco da ocorrência da doença de Alzheimer foi significativamente menor em indivíduos que habitam a região mediterrânea e que consomem regularmente pescado.

Sioen et al. (2008) constataram, na Bélgica que o consumo regular de pescado duas vezes por semana fornece os níveis necessários de ácidos graxos ômega-3, importante no controle de doenças cardiovasculares.

No Brasil, os estudos sobre fatores que determinam o consumo de alimentos, estão freqüentemente relacionados a frutas, verduras e legumes (FIGUEIREDO, 2006), poucos são os estudos relativos a pescado (BARROS, 2001; SOARES, 2007). Barros (2001) analisou os fatores que influenciavam a dinâmica da pesca no Estado de Pernambuco, Brasil e identificou que os principais atributos considerados pelo indivíduo que pretende consumir o pescado eram: sabor, conteúdo nutritivo, probabilidade de deterioração, coloração, tempo e temperatura de refrigeração, uniformidade na qualidade e regularidade na oferta. O autor afirma ainda que os consumidores não possuem informações perfeitas sobre os atributos que o pescado possui.

Soares (2007) estudando a cadeia produtiva do pescado no Brasil, reconheceu dois grupos fundamentais, com comportamentos diversos quanto ao consumo de pescado: 1) posiciona-se indiferente quando à apresentação do produto na forma congelada e é exigente quanto à regularidade na oferta e 2) tem menor grau de exigência quanto à regularidade de oferta, mas atribui qualidade a partir da identificação de suas características sensoriais no pescado fresco.

Pereira et al. (2010) em revisão sobre o sistema agroindustrial do pescado nacional e dos serviços de fiscalização vigentes no Brasil, concluiu que este setor ainda enfrenta muitos problemas que necessitam ser resolvidos para que haja o incremento na produção de pescado e aumento significativo de consumo. Dentre as principais recomendações apontadas pelos autores, para o ordenamento do setor cumpre ser destacado o incentivo à pesquisa por informações setoriais. O desenvolvimento de trabalhos focados e estruturados para atender demandas específicas possibilita identificar pontos de estrangulamento e fatores facilitadores

para aprimorar as relações de compra e venda de pescado com qualidade e segurança alimentar. Destaque deve ser feito à importância e necessidade de se reconhecer perfis de consumidores, suas facilidades e dificuldades com relação ao produto.

3 OBJETIVOS

Caracterizar determinantes do consumo de peixe entre freqüentadores de feiras livres no município de Santo André, SP.

3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar e avaliar os fatores que facilitam e dificultam o consumo de peixe.
- Identificar os aspectos considerados pelos entrevistados para avaliar o frescor do peixe.

4 MATERIAL E MÉTODOS

A metodologia empregada no presente estudo está detalhada nos tópicos abaixo.

4.1 SELEÇÃO DO LOCAL

O Município de Santo André possui 71 feiras livres distribuídas em bairros e está localizado no estado de São Paulo, na Região Metropolitana de São Paulo, integrando um grupo de municípios conhecidos como Região do Grande ABC. Segundo os dados do censo de 2008 do IBGE, este município era constituído de uma população de 671.696 habitantes (SANTO ANDRÉ, 2008; CRAISA, 2010).

Os registros do Setor de Fiscalização de Feiras da Companhia Regional de Abastecimento de Santo André (CRAISA) até o momento do presente trabalho referem que o Município de Santo André/SP possui 71 feiras livres distribuídas em 58 diferentes bairros (CRAISA, 2010).

No presente estudo foram entrevistadas pessoas de diferentes extratos sociais, em feiras livres nos bairros do Município de Santo André-SP. Das sessenta e três feiras livres com dados disponíveis de renda, treze possuíam no último censo do IBGE de 2002/2003 renda valores entre 2,64 e 4,89; quarenta possuíam entre 5,1 e 9,6 e dez possuíam entre 10,13 e 25 salários mínimos. Como alguns bairros possuíam mais de uma feira livre e outros não possuíam dados referentes à renda no censo do IBGE foram escolhidas aleatoriamente 49 feiras livres, nas quais foram entrevistadas 482 pessoas (APÊNDICE A).

4.2 ENTREVISTADORES

As entrevistas foram realizadas por um único pesquisador de modo a manter um padrão de procedimento (THIOLLENT, 2003) e redução de erros inespecíficos e inerentes ao subjetivismo.

4.3 POPULAÇÃO ESTUDADA

A população de estudo foi constituída por de oito a dez pessoas por bairro, que aceitaram participar da entrevista e que permitiram a divulgação dos resultados, conforme termo de consentimento livre esclarecido apresentado previamente e em conformidade com a Resolução nº 196, de outubro de 1996, do Conselho Nacional de Saúde (BRASIL, 1996) (APÊNDICE B). Os entrevistados foram selecionados a partir dos seguintes pré-requisitos: ser a pessoa responsável pela aquisição e escolha dos produtos consumidos em seu domicílio, ter mais que 18 anos de idade e ser residente do bairro em avaliação. As entrevistas ocorreram entre os meses de outubro de 2009 a junho de 2010. As características sócio demográficas da amostra são apresentadas na tabela 1.

Tabela 1 - Caracterização sócio demográfica da amostra em porcentagem (n=482). Indivíduos entrevistados em feiras livres de Santo André, SP, Brasil no período de outubro de 2009 a junho de 2010 aos quais foi, pessoalmente aplicado um questionário sobre os fatores determinantes do consumo de peixe-São Paulo, 2009 e 2010

Sexo	Masculino	18,90	Crianças em casa	Sim	32,00
	Feminino	81,10		Não	68,00
Idade	Recusou-se a informar	0,20	Renda média mensal	Recusou-se a informar	12,70
	18 a 25 anos	3,10		0 -- 700	23,40
	26 a 35 anos	10,00		700 -- 1200	20,30
	36 a 45 anos	14,10		1200 -- 2200	22,40
	46 a 55 anos	26,40		2200 --	21,20
	> 55 anos	46,40			
	Média /	53,35 /			
	Desvio Padrão	14,27		Escolaridade	Sem estudo
Tamanho da família	1 ou 2 pessoas	32,80	Ensino fundamental incompleto		31,30
			Ensino fundamental completo		10,40
			Ensino médio incompleto		3,50
			Ensino médio completo		32,00
			Superior incompleto	5,00	
			Superior completo	15,60	

4.4 INSUMOS

Para a realização da parte experimental foram necessárias 482 cópias do questionário, 964 cópias do termo de consentimento (APÊNDICE B) e 482 brindes. Após a realização das entrevistas, os indivíduos receberam como forma simbólica de agradecimento um pacote contendo um bombom e uma cartilha com informações sobre peixe da Esplanada dos Ministérios (ANEXO A).

4.5 QUESTIONÁRIO

Para a elaboração do questionário piloto foi utilizado como referência a metodologia de Bell e Marshall (2003) que desenvolveu uma escala de envolvimento com alimentos. O questionário piloto foi constituído de perguntas, com respostas semi-abertas e abertas para as variáveis sobre os fatores limitantes e/ou facilitadores do consumo, perguntas com respostas fechadas para as respostas socioeconômicas e perguntas fechadas contendo a escala do tipo Likert com 5 pontos, que vão de discordo plenamente a concordo plenamente

Para validar o questionário foram feitas vinte entrevistas em duas feiras não contempladas na amostragem definitiva nos meses de abril e maio de 2010. Nesta etapa foram observadas falhas, tais como: inconsistência e complexidade de certas questões, linguagem inacessível, perguntas supérfluas, quantidade excessiva de questões (TRIVIÑOS, 1987).

O questionário definitivo (APÊNDICE C) ficou constituído de nove questões fechadas sobre grau de importância de opiniões relacionadas a peixe com cinco pontos cada uma, indo de muito pouco importante a muitíssimo importante. As questões foram elaboradas para caracterização de variáveis capazes de influenciar a escolha, compra e consumo do peixe. Desta forma, as questões foram dirigidas para três áreas de interesse:

- a) *Características socioeconômicas do entrevistado*: neste item foram levantados aspectos como sexo, idade, renda, números de pessoas que residem no domicílio, profissão, presença de criança no domicílio, escolaridade, país e grau de ascendência.

- b) *Conhecimento relacionado ao peixe*: neste item foram considerados os conhecimentos sobre os motivos do consumo, preferências, formas de seleção de compra e as características indicativas da qualidade do pescado fresco.
- c) *Identificação de fatores limitantes e/ou facilitadores do consumo*: este item levantou a percepção da capacidade individual para modificação dos fatores que interferem no consumo.

4.6 ANÁLISE DOS RESULTADOS

As respostas dadas nas questões fechadas foram transformadas em códigos. Nas questões abertas houve a necessidade de se analisar e categorizar as respostas segundo a “idéia central”: Algumas questões foram categorizadas, tais como: renda média mensal, origem étnica, frequência de consumo, preferência segundo a forma de conservação; influências positivas e características indicativas do frescor do peixe.

Na elaboração das planilhas foram consideradas as respostas por indivíduo (linha) e conteúdos (colunas e códigos). Para novos conteúdos inseria-se ou uma nova coluna ou um novo código. Desta forma, a maioria dos registros apresentados pelos entrevistados fizeram parte do total de conteúdos.

As informações obtidas nos itens 1, 2 e 3 do item 4.5 foram inseridas no programa estatístico SPSS® for Windows versão 10.0. Inicialmente, os dados foram submetidos a uma análise descritiva (frequências, médias e desvios-padrão). Para poder estabelecer relações entre consumidores e “não consumidores”, as frequências de consumo do questionário foram agrupadas da seguinte forma:

- 1) “Consome peixe pelo menos uma vez ao mês” que englobou as seguintes frequências de consumo de peixe: mais de uma vez por semana, uma vez por semana, uma vez a cada quinze dias, três vezes no mês e uma vez ao mês.
- 2) “Não consome”: que englobou: indivíduos que não consomem peixe e que consomem raramente.

Posteriormente, foi aplicado o teste de Qui-quadrado ou o Teste Exato de Fisher (ARMITAGE; BARRY, 1994) para verificar a existência de associação entre as variáveis qualitativas. Para as variáveis qualitativas ordinais também foi realizado o teste para verificar

a existência de associação linear (PEREIRA, 2004). Em seguida foi aplicado o modelo de regressão logística (FIGUEIRA, 2006) tendo como variável dependente “consumo de peixe” e independente as demais. Neste procedimento foi utilizado o método de Backward para retirada de variáveis que não colaboram, gerando um modelo reduzido (APÊNDICE D). Em todas as análises foi considerado nível de significância de 5%.

5 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados obtidos a partir do questionário utilizado (APÊNDICE C) foram apresentados ao longo deste capítulo por seqüência de assunto e não pela ordem das questões. Nas questões 1.1 e 1.2 que abordaram o sexo e idade, foi constatado que dos 482 indivíduos entrevistados, 391 (81,12%) eram do sexo feminino e 91 (18,88%) do masculino. No contexto geral, a idade mínima foi 18 anos e a máxima 86, com média de $53,35 \pm 14,27$.

Na questão nº.1.2 pode ser observado que 3,10% dos indivíduos tinham idade entre 18 a 25; 10,0% entre 26 a 35; 14,1% entre 36 a 45; 26,4% entre 46 a 55 e 46,4% acima de 55 anos. Observou-se que 72,8% dos entrevistados eram pessoas com mais de 45 anos. Este perfil de freqüentadores pode ter sido influenciado pelo fato das entrevistas serem realizadas em feiras matutinas e na maioria dos casos durante a semana, concentrando um maior número de pessoas aposentadas e donas de casa. Vale lembrar que ficou estabelecido como pré-requisito para participar da pesquisa, o indivíduo ser o responsável pela aquisição e escolha dos produtos que são consumidos no domicílio.

Entre todos os entrevistados as faixas etárias segundo o sexo feminino foram: 3,12% com idade de 18 a 25 anos, 8,11% de 26 a 35, 12,06% de 36 a 45, 22,25% de 46 a 55 e 35,76% maior que 55 anos. Já para o sexo masculino não houve indivíduos com idade de 18 a 25 anos e obteve-se: 1,87% com idade de 26 a 35 anos, 2,08% de 36 a 45, 4,16% de 46 a 55 e 10,60% maior que 55 anos. Verbeke (2004) constatou que o consumo de pescado foi maior para mulheres atribuindo isto ao fato de que as mulheres apresentavam maior consciência dos benefícios da presença de pescado na dieta. No presente estudo esse fato não foi observado: obteve-se que 71,1% das mulheres consomem peixe em confronto com 79,1% dos homens, não havendo associação significativa ($p \geq 0,05$) para o consumo em relação ao sexo (Tabela 2). De fato, na Bélgica, Verbeke e Vackier (2005) observaram que os hábitos alimentares estavam diretamente relacionados à faixa etária e ao sexo. Olsen (2003) constatou que consumidores mais idosos tinham uma atitude mais ativa em relação ao envolvimento com a saúde e provavelmente esse fato interferia no aumento do consumo de pescado nas residências.

Tabela 2 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André - SP, segundo o sexo e a freqüência do consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		SEXO		Total
		Feminino	Masculino	
Não	Freqüência absoluta	113	19	132
	Porcentagem	28,90%	20,90%	27,40%
	Resíduo ajustado	1,50	-1,50	-----
Sim	Freqüência absoluta	278	72	350
	Porcentagem	71,10%	79,10%	72,60%
	Resíduo ajustado	-1,50	1,50	-----
Total	Freqüência absoluta	391	91	482
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%

* $p \geq 0,05$

Na questão aberta nº 1.5 relativa às atividades profissionais dos entrevistados, foram relatadas 129 profissões diferentes (APÊNDICE E), sendo que a mais citada foi atividades do lar (28,2 %).

Na questão 1.3, o estudo demonstrou que o percentual de consumo de peixe pelo menos uma vez ao mês, em relação ao número de pessoas no lar ficou distribuído da seguinte forma: 71,5% na categoria de “1 a 2 pessoas”, 74,8% na “de 3 a 4 pessoas” e 66,7% na de “mais de 5 pessoas”. Trondsen et al. (2004), constataram que o consumo de peixes magros aumentou com o aumento do número de pessoas no lar, enquanto o consumo de peixes gordos diminuiu quando havia quatro ou mais pessoas que viviam na casa em comparação com famílias unipessoais. No presente estudo não foi observada associação significativa, nem associação linear para as variáveis “consumo” e “categorias de número de pessoas no lar” ($p \geq 0,05$) (Tabela 3).

Tabela 3 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o número de pessoas no lar e a frequência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		Nº. DE PESSOAS NO LAR			Total
		De 1 a 2 pessoas	De 3 a 4 pessoas	Mais de 5 pessoas	
Não	Frequência absoluta	45	65	22	132
	Porcentagem	28,50%	25,20%	33,30%	27,40%
	Resíduo ajustado	0,40	-1,20	1,20	-----
Sim	Frequência absoluta	113	193	44	350
	Porcentagem	71,50%	74,80%	66,70%	72,60%
	Resíduo ajustado	-0,40	1,20	-1,20	-----
Total	Frequência absoluta	158	258	66	482
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

* $p \geq 0,05$

Na questão 1.4, observou-se que 69,5% dos entrevistados que tinham criança no lar consumiam peixe, enquanto dos que responderam não haver crianças, este percentual foi de 74,1%. Não houve associação significativa entre “consumo” e “presença de criança no lar” ($p \geq 0,05$) (Tabela 4). Leek et al. (2000) relataram que a presença de criança no domicílio interfere negativamente no consumo de peixe em virtude do receio da presença de espinhos; Verbeke e Vackier (2005) relataram que a presença de adolescentes (com mais de 12 anos) no lar tem um efeito negativo no consumo de pescado, pois os mesmos não apreciam o odor e o sabor de peixes em geral. Em famílias com criança nesta faixa etária, há preferência por peixes processados e industrializados.

Tabela 4 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a presença de criança no lar e a frequência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		PRESENÇA DE CRIANÇA NO LAR		Total
		Não	Sim	
Não	Frequência absoluta	85	47	132
	Porcentagem	25,90%	30,50%	27,40%
	Resíduo ajustado	-1,10	1,10	-----
Sim	Frequência absoluta	243	107	350
	Porcentagem	74,10%	69,50%	72,60%
	Resíduo ajustado	1,10	-1,10	-----
Total	Frequência absoluta	328	154	482
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%

* $p \geq 0,05$

Na questão 1.7 obteve-se a seguinte distribuição relativa para escolaridade: 36,4% para “sem estudo”, 67,5% para “ensino fundamental incompleto”, 88,7% para “ensino fundamental

completo”, 52,9% “ensino médio incompleto”, 75,3% para “ensino médio completo”, 66,7% para “superior incompleto”, 78,7% para “superior completo”. Obteve-se associação significativa ($p=0,0020$) entre as variáveis, houve um excesso de entrevistados do ensino fundamental completo que consomem peixe, e um excesso do sem estudo que não consomem. Na Noruega, Myrland et al. (2000) constataram que os indivíduos com nível de escolaridade superior apresentavam maior taxa de consumo de peixe. Neste estudo, quando testada a linearidade não foi encontrada associação significativa ($p \geq 0,05$) indicando que o consumo não aumenta de forma linear à medida que aumenta a escolaridade (Tabela 5).

Tabela 5 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a escolaridade e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		ESCOLARIDADE							Total
		Sem Estudo	Ensino Fundamental Incompleto	Ensino Fundamental Completo	Ensino Médio Incompleto	Ensino Médio Completo	Superior Incompleto	Superior Completo	
Não	Freqüência absoluta	7	49	6	8	38	8	16	132
	Porcentagem	63,60%	32,50%	12,00%	47,10%	24,70%	33,30%	21,30%	27,40%
	Resíduo ajustado	2,70	1,70	-2,60	1,90	-0,90	0,70	-1,30	-----
Sim	Freqüência absoluta	4	102	44	9	116	16	59	350
	Porcentagem	36,40%	67,50%	88,00%	52,90%	75,30%	66,70%	78,70%	72,60%
	Resíduo ajustado	-2,70	-1,70	2,60	-1,90	0,90	-0,70	1,30	-----
Total	Freqüência absoluta	11	151	50	17	154	24	75	482
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

* $p=0,0020$

Na questão semi aberta nº 2.1.b, sobre local de preferência para adquirir peixe, foram mais freqüentemente citados: feira (41,3%) e supermercado (42,7%). As demais localidades estão no apêndice F. Houve associação significativa ($p=0,0497$) para “consumo” e “preferência de compra na feira”. Observou-se um excesso significativo em consumir e preferir a feira, portanto, os entrevistados que consomem peixe tiveram preferência por feira (Tabela 6). Soares (2007) identificou um perfil de consumidor que reconhece o frescor do pescado a partir de suas características sensoriais e tem preferência pela compra do produto fresco, forma esta, quase que exclusiva de comercialização nas feiras livres, onde o produto está completamente exposto para a observação e julgamento por parte do consumidor. É

possível que o presente estudo tenha identificado, a partir do seu delineamento, um dos perfis de consumidores descrito por Soares (2007).

Entre os entrevistados que consomem peixe, 73,8% tem preferência por comprá-lo no supermercado e entre os “não consumidores” 71,7% não expressaram tal preferência (Tabela 7). Esse resultado revelou não haver associação significativa ($p \geq 0,05$) entre “consumo” e “preferência de compra no supermercado”.

Deve-se considerar que o fato das entrevistas serem feitas em feiras livres possa ter influenciado este resultado, porém a maioria delas, não dispunha de venda de pescado fresco, o que fez acreditar que esse não foi um fator de interferência relevante. Silva (2007) relatou que apesar deste tipo de comércio ter perdido sua exclusividade devido à disponibilidade de grandes centros varejistas, as feiras livres continuam representando um referencial para clientes fidelizados, que julgam ser o local ideal para aquisição de produtos perecíveis em bom estado de frescor, sejam vegetais ou de origem animal, a um custo também inferior a outros pontos de venda.

Pereira (2010) relatou que no ano de 2003 os super e hipermercados brasileiros foram os estabelecimentos de maior representatividade para a comercialização de pescado (24,45%) e que a participação de outros estabelecimentos como feiras, peixarias e mercados municipais, conjuntamente representaram mais que 40,0% das vendas efetuadas. Neste estudo ficou evidente que a preferência pela feira se deve à crença de o peixe é mais fresco, relativamente a outros pontos de comercialização. Vale considerar aqui que o termo “fresco” é utilizado pelos entrevistados, de acordo com seus próprios conceitos e concepções sobre o tema, não se referindo literalmente à definição técnica utilizada pelos profissionais responsáveis pela inspeção e controle de qualidade do pescado (BRASIL, 1952).

Tabela 6 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a preferência por efetuar a compra na feira e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		FEIRA – PREFERÊNCIA DE COMPRA		Total
		Não	Sim	
Não	Freqüência absoluta	87	45	132
	Porcentagem	30,70%	22,60%	27,40%
	Resíduo ajustado	2,00	-2,00	-----
Sim	Freqüência absoluta	196	154	350
	Porcentagem	69,30%	77,40%	72,60%
	Resíduo ajustado	-2,00	2,00	-----
Total	Freqüência absoluta	283	199	482
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%

* p=0,0497

Tabela 7 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo preferência de compra no supermercado e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		SUPERMERCADO – PREFERÊNCIA DE COMPRA		Total
		Não	Sim	
Não	Freqüência absoluta	78	54	132
	Porcentagem	28,30%	26,20%	27,40%
	Resíduo ajustado	0,50	-0,50	-----
Sim	Freqüência absoluta	198	152	350
	Porcentagem	71,70%	73,80%	72,60%
	Resíduo ajustado	-0,50	0,50	-----
Total	Freqüência absoluta	276	206	482
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%

* p ≥ 0,05

Na questão fechada n^o 3.8, questionando a importância da proximidade do ponto de venda de peixe da residência, obteve-se a seguinte distribuição, entre os que consomem pelo menos uma vez ao mês: 75,0% para “muito pouco”, 71,0% para “pouco”, 67,1% para “indiferente”, 75,9% para “muito” e 75,0% para “muitíssimo” (Tabela 8). Na questão n^o 3.9, fazendo a mesma pergunta, em relação à proximidade do trabalho, observou-se entre os que consomem peixe pelo menos uma vez ao mês: 85,0% para “muito pouco”, 70,0% para “pouco”, 68,4% para “indiferente”, 73,9% para “muito” e 80,9% para “muitíssimo” (Tabela 9). Não houve associação significativa entre as variáveis “consumo” e “categorias de

importância da proximidade” e nem associação linear ($p \geq 0,05$) tanto para a proximidade do ponto de venda de peixe em relação à residência quanto em relação ao trabalho.

Terra (2010) relatou a partir de dados de um estudo com 45,9 milhões de domicílios da Kantar Worldpanel, que o brasileiro não é fiel ao ponto de venda de produtos em geral e que 74% dos consumidores freqüentam três ou mais canais de venda. Porém ele relata que o canal com maior índice de lealdade dos consumidores (48%) é o varejo de proximidade (lojas de bairro, vizinhança e pequenos supermercados de grandes marcas), cujo sucesso é atribuído ao fato da proximidade da residência.

Tabela 8 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da proximidade entre o ponto de aquisição do peixe e a residência do consumidor. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		PROXIMIDADE DO PONTO DE VENDA EM RELAÇÃO À RESIDÊNCIA					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Freqüência absoluta	6	9	52	51	14	132
	Porcentagem	25,00%	29,00%	32,90%	24,10%	25,00%	27,40%
	Resíduo ajustado	-0,30	0,20	1,90	-1,50	-0,40	-----
Sim	Freqüência absoluta	18	22	106	161	42	349
	Porcentagem	75,00%	71,00%	67,10%	75,90%	75,00%	72,60%
	Resíduo ajustado	0,3	-0,2	-1,9	1,5	0,4	-----
Total	Freqüência absoluta	24	31	158	212	56	481
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

* $p \geq 0,05$

Tabela 9 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da proximidade do ponto de aquisição do peixe e o local de trabalho do consumidor. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		PROXIMIDADE DO PONTO DE VENDA EM RELAÇÃO AO TRABALHO					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Freqüência absoluta	3	6	48	31	6	94
	Porcentagem	15,00%	30,00%	31,60%	26,10%	20,00%	27,60%
	Resíduo ajustado	-1,30	0,30	1,50	-0,50	-1,00	-----
Sim	Freqüência absoluta	17	14	104	88	24	247
	Porcentagem	85,00%	70,00%	68,40%	73,90%	80,00%	72,40%
	Resíduo ajustado	1,30	-0,30	-1,50	0,50	1,00	-----
Total	Freqüência absoluta	20	20	152	119	30	341
	Porcentagem	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

* $p \geq 0,05$

menos uma vez ao mês, em termos de importância: 90,0% para “muito pouco”, 81,5% para “pouco”, 70,6% para “indiferente”, 71,5% para “muito” e 65,2% para “muitíssimo”. Não houve associação significativa entre as variáveis “consumo” e “categorias de importância do preço” ($p \geq 0,05$). No teste de linearidade houve associação significativa ($p = 0,0137$) e obteve-se que a porcentagem de consumo de peixe aumenta quando aumentam as categorias de importância do preço (Tabela 11). Portanto, provavelmente se houvesse redução no preço o consumo aumentaria. Verbeke e Vackier (2005), na Bélgica, observaram relação negativa entre a renda mensal e o consumo de pescado e julgaram que tal fato possa sofrer a influência da crença de que o preço do pescado é muito elevado, informação esta corrente na população, porém sem uma justificativa específica e concreta.

Tabela 11 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância do preço na decisão de consumir peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		IMPORTÂNCIA DO PREÇO NA DECISÃO DE CONSUMO					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Freqüência absoluta	2	12	30	65	23	132
	Porcentagem	10,0%	18,5%	29,4%	28,5%	34,8%	27,4%
	Resíduo ajustado	-1,8	-1,7	,5	,5	1,5	
Sim	Freqüência absoluta	18	53	72	163	43	349
	Porcentagem	90,0%	81,5%	70,6%	71,5%	65,2%	72,6%
	Resíduo ajustado	1,8	1,7	-,5	-,5	-1,5	
Total	Freqüência absoluta	20	65	102	228	66	481
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* $p \geq 0,05$ e teste de linearidade na variável, $p = 0,0137$.

Na questão aberta nº. 1.8 sobre o parentesco com estrangeiros, dos 482 entrevistados, 249 responderam positivamente, com as seguintes distribuições: 3,5% orientais; 47,5% europeus; 0,6% europeus e orientais e 48,3% tinham relação com outras etnias: africanos, indianos, árabes, indígenas, israelenses, latino-americanos e americanos. Na resposta, qualquer tipo de relação familiar, incluindo: marido, esposa, sogros, sobrinhos, noras e genros estrangeiros foram consideradas.

Quando do planejamento do trabalho buscava-se responder à questão da influência de outras etnias na família interferindo no consumo de peixes. Observou-se que dos entrevistados com parentesco oriental, 82,4% consomem peixe, já com relação ao parentesco europeu este percentual foi de 76,0% e quando havia parentesco oriental e europeu houve 100,0% de consumo, já para parentesco de outras origens étnicas foi de 68,2%. A análise estatística revelou que não houve associação significativa entre consumo de peixe e etnia ($p \geq 0,05$)

(Tabela 12). As porcentagens de consumo dos entrevistados com influência de origem oriental e européia foram elevadas, o que era esperado por haver na região Sudeste, localidade do estudo, grande diversidade étnica com influência dos europeus e orientais e pelos hábitos alimentares destas populações incluírem peixes. De fato, Nacif et al. (1998) e Ferrari e Torres (2002) relatam que a alimentação dos orientais e de povos do mediterrâneo inclui alimentos funcionais como o peixe. Contudo, no presente estudo não foi constatada associação significativa entre maior consumo de peixe e estas etnias.

Tabela 12 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo origem étnica e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		ORIGEM ÉTNICA				Total
		Oriental	Européia	Oriental e européia	Outras	
Não	Freqüência absoluta	3	55	0	74	132
	Porcentagem	17,6%	24,0%	,0%	31,8%	27,4%
	Resíduo ajustado	-0,9	-1,6	-1,1	2,1	
Sim	Freqüência absoluta	14	174	3	159	350
	Porcentagem	82,4%	76,0%	100,0%	68,2%	72,6%
	Resíduo ajustado	0,9	1,6	1,1	-2,1	
Total		17	229	3	233	482
Porcentagem		100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* ($p > 0,05$)

Na questão semi aberta 2.1.c, com relação à importância da forma de apresentação do produto para a decisão de compra, entre os que consomem peixe, obteve-se a seguinte distribuição: 18,2% para “nenhuma preferência”; 77,4% para “resfriado/fresco”; 71,3% para “congelado”; 82,1% para “resfriado ou congelado” e 50,0% para “outros (enlatado, salgado, pronto para consumo)”. No grupo de entrevistados que consome peixe houve preferência pela condição de “resfriado/fresco” (Tabela 13). Houve associação significativa entre as variáveis “preferência segundo a forma de apresentação” e “consumo” ($p=0,0001$), observou-se um excesso de entrevistados nas seguintes relações: na resposta “nenhuma preferência” com a variável “não consome”; na resposta “resfriado/fresco” com a variável “consome”, e na resposta “outras preferências” com a variável “não consome”. No questionário foi utilizado o termo “resfriado” (questão 2.1.c), porém a partir dos relatos das pessoas durante as entrevistas constatou-se que fresco e resfriado eram utilizados como sinônimos e a partir deste fato os dois termos passaram a ser utilizados como sinônimos, a fim de referir exatamente a forma como é compreendido pelos entrevistados. Tecnicamente no contexto da inspeção industrial e sanitária do pescado, a denominação “fresco” se refere a um produto que não sofreu nenhum

processo de conservação, exceto a ação do gelo e “resfriado” denomina um produto que foi devidamente acondicionado em gelo e mantido entre -2°C e -5°C (BRASIL, 1952).

Tabela 13 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo a forma de apresentação do peixe para a decisão de compra e a freqüência de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

		FORMA DE APRESENTAÇÃO DO PEIXE PARA A DECISÃO DE COMPRA					Total
Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		Nenhuma	Resfriado/fresco	Congelado	Resfriado e congelado	Outras	
Não	Freqüência absoluta	18	70	25	7	12	132
	Porcentagem	81,8%	22,6%	28,7%	17,9%	50,0%	27,4%
	Resíduo ajustado	5,9	-3,2	0,3	-1,4	2,5	-----
Sim	Freqüência absoluta	4	240	62	32	12	350
	Porcentagem	18,2%	77,4%	71,3%	82,1%	50,0%	72,6%
	Resíduo ajustado	-5,9	3,2	-0,3	1,4	-2,5	-----
Total	Freqüência absoluta	22	310	87	39	24	482
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* $p < 0,0001$

Na questão fechada n^o 3.7, com relação à importância da perecibilidade do peixe, em relação a outros tipos de carne, a distribuição de respostas por categoria foram: 63,6% para “muito pouco”, 76,9% para “pouco”, 75,1% para “indiferente”, 68,3% para “muito” e 55,6% para “muitíssimo”. Não houve associação significativa entre as variáveis nem houve associação linear ($p \geq 0,05$) (Tabela 14). Embora esta questão fosse fechada, mais de 50% dos entrevistados ao respondê-la comentaram que o consumo deste alimento, após a compra, deve ser mais rápido do que quando da aquisição de outras carnes ou então, deve ser congelado para preparações posteriores. A partir destes relatos, acredita-se que a perecibilidade não foi levada em conta pelo entrevistado para decidir sobre o consumo.

Tabela 14 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo grau de importância da perecibilidade do peixe na decisão de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		PERICIBILIDADE DO PEIXE					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Frequência absoluta	4	6	86	20	16	132
	Porcentagem	36,4%	23,1%	24,9%	31,7%	44,4%	27,4%
	Resíduo ajustado	0,7	-0,5	-2,0	0,8	2,4	-----
Sim	Frequência absoluta	7	20	259	43	20	349
	Porcentagem	63,6%	76,9%	75,1%	68,3%	55,6%	72,6%
	Resíduo ajustado	-0,7	0,5	2,0	-0,8	-2,4	-----
Total	Frequência absoluta	11	26	345	63	36	481
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

*(p ≥ 0,05)

Na questão aberta nº 2.2, sobre as características que indicam o frescor do peixe, as respostas foram agrupadas segundo a idéia principal e criou-se uma variável para cada aspecto central relatado e foi contabilizado o número de vezes de citação entre os 482 entrevistados. Todas as respostas estão apresentadas no apêndice G. As principais citações com suas respectivas frequências foram: olhos transparentes, brilhantes e/ou salientes (33,4%), brânquias róseas e/ou vermelhas (30,1%), carne firme (28,2%), cor da carne característica (19,1%), cheiro específico (11,8%), escamas aderidas (6,6%), superfície limpa (4,4%), olhos salientes e/ou ocupando toda a órbita (2,7%), superfície com brilho (1,2%), brânquias úmidas, brilhantes e/ou odor natural (0,8%), abdome firme (0,4%), nadadeiras resistentes (0,2%), vísceras íntegras (0,2%).

A maioria dos atributos apontados pelos entrevistados assemelham-se com os parâmetros do RIISPOA (BRASIL, 1952) que define peixe próprio para consumo, com os seguintes caracteres: 1) superfície do corpo limpa, com relativo brilho metálico; 2) olhos transparentes, brilhantes e salientes, ocupando completamente as órbitas; 3) brânquias róseas ou vermelhas, úmidas e brilhantes, com odor natural, próprio e suave; 4) ventre roliço, firme, não deixando impressão duradoura à pressão dos dedos; 5) escamas brilhantes, bem aderentes à pele e nadadeiras apresentando certa resistência aos movimentos provocados; 6) carne firme, consistência elástica, de cor própria à espécie; 7) vísceras íntegras, perfeitamente diferenciadas; 8) ânus fechado; 9) cheiro específico, lembrando o das plantas marinhas. No confronto das características citadas pelos entrevistados só não foi citado (ânus fechado). Esta observação se faz interessante, pois se constata que são reconhecidos empiricamente pela população os parâmetros de avaliação do frescor do peixe. De fato, este resultado se soma ao

encontrado na questão nº. 2.1.b em que se constatou preferência dos consumidores pela feira. Soares (2007) relata que o consumidor da feira se vale da observação de caracteres sensoriais para identificar o frescor do peixe.

Na questão fechada nº 3.5 que avaliou o grau de importância atribuído à aparência do peixe na decisão de consumo obtiveram-se a seguinte distribuição de respostas para o grupo que consome peixe: 50,0% para “muito pouco”, 100,0% para “pouco”, 35,7% para “indiferente”, 71,9% para “muito” e 77,2% para “muitíssimo”. Houve associação significativa ($p=0,0001$) entre as respostas de categorias de importância e variáveis de consumo e observou-se que houve um excesso de entrevistados na resposta “indiferente” com a variável “não consome” e na resposta “muitíssimo” com a variável “consome”. Já testando linearidade, houve significância estatística ($p=0,0015$), isto é, a porcentagem de consumo de peixe tem uma característica de aumentar quando aumentaram as categorias de aparência do peixe (Tabela 15). Estes resultados expressam com clareza que, uma vez ordenado o sistema agroindustrial do pescado no Brasil, valorizando o mercado interno e disponibilizando produtos com excelência no quesito “frescor”, há uma tendência de aumentar o consumo por parte de quem já o consome. Depreende-se destes resultados que o consumidor é capaz, a partir do conhecimento empírico, de reconhecer parâmetros que permitam a ele identificar níveis diferenciados de qualidade do peixe comercializado. Fica evidente que a apresentação do produto é um fator limitante do consumo.

Tabela 15.- Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da aparência do peixe fresco na decisão de seu consumo. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		IMPORTÂNCIA DA APARÊNCIA DO PEIXE					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Freqüência absoluta	2	0	18	57	55	132
	Porcentagem	50,0%	,0%	64,3%	28,1%	22,8%	27,5%
	Resíduo ajustado	1,0	-1,2	4,5	0,2	-2,3	-----
Sim	Freqüência absoluta	2	4	10	146	186	348
	Porcentagem	50,0%	100,0%	35,7%	71,9%	77,2%	72,5%
	Resíduo ajustado	-1,0	1,2	-4,5	-0,2	2,3	-----
Total	Freqüência absoluta	4	4	28	203	241	480
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* $p<0,0001$

Teste de linearidade: $p=0,0015$

Na questão nº 3.2 que avaliou a importância atribuída ao sabor, observou-se a seguinte distribuição de respostas no grupo que consome peixe: 25,0% para “muito pouco”, 66,7%

para “pouco”, 61,1% para “indiferente”, 74,0% para “muito” e 75,7% para “muitíssimo. Não houve associação significativa entre as variáveis “consumo” e “categorias de importância do sabor” ($p \geq 0,05$). No teste de linearidade houve associação ($p=0,0335$), indicando que a porcentagem de consumo de peixe aumenta quando aumentam as categorias de importância do sabor (Tabela 16). Esse resultado concorda com Barros (2001), que afirma que o sabor é um dos principais atributos considerados pelo indivíduo que pretende consumir o pescado

Tabela 16 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo grau de importância do sabor na decisão de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		IMPORTÂNCIA DO SABOR					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Frequência absoluta	3	7	14	80	27	131
	Porcentagem	75,0%	33,3%	38,9%	26,0%	24,3%	27,3%
	Resíduo ajustado	2,2	0,6	1,6	-0,9	-0,8	-----
Sim	Frequência absoluta	1	14	22	228	84	349
	Porcentagem	25,0%	66,7%	61,1%	74,0%	75,7%	72,7%
	Resíduo ajustado	-2,2	-0,6	-1,6	0,9	0,8	-----
Total	Frequência absoluta	4	21	36	308	111	480
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* $p \geq 0,05$

Teste de linearidade na variável, $p=0,0335$

Na questão nº. 3.6, sobre a importância da firmeza da carne na decisão de consumo de peixe, obteve-se as seguintes distribuições por categorias para os que consomem: 75,0% para “muito pouco”, 33,3% para “pouco”, 56,5% para “indiferente”, 66,7 para “muito” e 78,9% para “muitíssimo”. Houve associação significativa entre as variáveis ($p=0,0064$) e observou-se que há um excesso de entrevistados na resposta “muito” com a variável “não consome” e na resposta “muitíssimo” com a variável “consome”. No teste de linearidade, houve significância ($p=0,0011$), ou seja, a porcentagem de consumo de peixe aumenta conforme aumentam as categorias de importância atribuída à firmeza da carne (Tabela 17). Faria (2008) relatou que a consistência dos alimentos é uma das características sensoriais indicativas da qualidade, fator importante na atitude dos consumidores em relação à aceitabilidade dos produtos e de fato, neste estudo constatou-se que conforme aumenta a importância dada a firmeza da carne aumenta-se o consumo.

Tabela 17 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da firmeza da carne do peixe na decisão do seu consumo. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		IMPORTÂNCIA DA FIRMEZA DA CARNE					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Frequência absoluta	1	2	10	65	54	132
	Porcentagem	25,0%	66,7%	43,5%	33,3%	21,1%	27,4%
	Resíduo ajustado	-0,1	1,5	1,8	2,4	-3,3	-----
Sim	Frequência absoluta	3	1	13	130	202	349
	Porcentagem	75,0%	33,3%	56,5%	66,7%	78,9%	72,6%
	Resíduo ajustado	0,1	-1,5	-1,8	-2,4	3,3	-----
Total	Frequência absoluta	4	3	23	195	256	481
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* $p < 0,0064$

Teste de linearidade na variável, $p = 0,0011$

Para a questão nº. 3.3 que avaliou a importância do odor de peixe na decisão de consumo obtiveram-se os seguintes percentuais no grupo que consome: 78,6% para “muito pouco”, 70,6% para “pouco”, 74,7% para “indiferente”, 76,4% para “muito” e 65,7% para “muitíssimo”. Não houve associação significativa entre as variáveis ($p \geq 0,05$) “consumo” e “categorias de importância do odor” e nem associação linear ($p \geq 0,05$) (Tabela 18). Soares et al. (1998) relatam que o odor é uma das características indicativas da qualidade do peixe e um dos fatores relacionados aos critérios de aceitação adotados pelos consumidores. Neste estudo, o odor não teve relevância e embora esta questão fosse fechada, como ocorreu na questão nº.3.7, a maioria dos entrevistados comentou estar acostumada com o cheiro característico do peixe, não sendo esse um fator importante para não haver o consumo deste alimento. Conforme, obtido na questão aberta nº. 2.2. apenas 0,8% dos entrevistados citou o odor como indicativo do frescor. Pelos resultados obtidos sugere-se que o consumidor, uma vez decidido a consumir esse tipo de produto, aceita o seu odor, entendendo-o como característico ou não sendo capaz de discriminá-lo para o reconhecimento de diferentes condições de frescor (questão aberta nº. 2.2).

Tabela 18 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância do odor do peixe fresco na decisão de seu consumo. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		IMPORTÂNCIA DO ODORE NA DECISÃO DE COMPRA DE PEIXE					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Frequência absoluta	3	5	37	38	49	132
	Porcentagem	21,4%	29,4%	25,3%	23,6%	34,3%	27,4%
	Resíduo ajustado	-0,5	0,2	-0,7	-1,3	2,2	-----
Sim	Frequência absoluta	11	12	109	123	94	349
	Porcentagem	78,6%	70,6%	74,7%	76,4%	65,7%	72,6%
	Resíduo ajustado	0,5	-0,2	0,7	1,3	-2,2	-----
Total	Frequência absoluta	14	17	146	161	143	481
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* (p ≥ 0,05)

Na questão fechada nº 3.4 que avaliou a importância do espinho na decisão de consumo, observou-se os seguintes percentuais de respostas para os indivíduos que consomem peixe pelo menos uma vez ao mês: 70,0% para “muito pouco”, 81,8% para “pouco”, 75,8% para “indiferente”, 77,9% para “muito” e 65,9% para “muitíssimo”. “Não houve associação significativa entre as variáveis “consumo” e categorias de “importância do espinho” (p ≥ 0,05), mas houve significância para linearidade na variável (0,0271), indicando que a porcentagem de consumo de peixe aumenta quando aumentam as categorias de importância atribuída a presença de espinho na decisão de consumo (Tabela 19). De fato a presença de espinho limita o consumo de peixe principalmente para crianças e idosos (LEEK et al. 2000).

Tabela 19 - Indivíduos que freqüentaram feiras livres de Santo André, SP, segundo o grau de importância da presença de espinho na decisão de consumo de peixe. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

Consome peixe pelo menos uma vez por mês?		IMPORTÂNCIA DA PRESENÇA DE ESPINHO NA DECISÃO DE CONSUMO DE PEIXE					Total
		Muito pouco	Pouco	Indiferente	Muito	Muitíssimo	
Não	Frequência absoluta	3	6	29	27	67	132
	Porcentagem	30,0%	18,2%	24,2%	22,1%	34,4%	27,5%
	Resíduo ajustado	0,2	-1,2	-0,9	-1,5	2,8	-----
Sim	Frequência absoluta	7	27	91	95	128	348
	Porcentagem	70,0%	81,8%	75,8%	77,9%	65,6%	72,5%
	Resíduo ajustado	-0,2	1,2	0,9	1,5	-2,8	-----
Total	Frequência absoluta	10	33	120	122	195	480
	Porcentagem	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

* (p ≥ 0,05)

Teste de linearidade na variável, p=0,0271

Na questão 2.1.d, sobre os tipos de peixe consumidos com maior frequência considerou-se mais de um tipo por entrevistado. Os dez mais citados foram: pescada (231/482), sardinha (184/482), cação (167/482), merluza (96/482), salmão (78/482), tilápia (50/482), bacalhau (42/482), corvina (38/482) e atum (29/482) (Gráfico 1), os demais constam no apêndice H.

Gráfico 1 - Peixes citados como os mais frequentemente consumidos. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010

O trabalho considerou apenas o nome popular do peixe, não entrando em detalhe no nome da espécie. Quando mais de um nome se referiu a um mesmo tipo (Ex: tilápia e *saint peter* e bagre e *catfish*) estes foram considerados em uma mesma categoria. No presente estudo, entre os dez tipos de peixes mais citados destacam-se alguns de baixo e outros de mais elevado preço, confirmando novamente que o preço é importante, mas não é o fator de maior relevância para o consumo. Os três tipos mais citados compreendem espécies de menor custo: pescada, sardinha e cação. Acredita-se que estas espécies apresentam alguns pontos favoráveis para o consumo, como por exemplo: a pescada é frequentemente oferecida na forma de filés, o cação em postas o que facilita o consumidor a adequar a quantidade e preço; já a sardinha, por seu porte pequeno recairia nas mesmas facilidades para o consumidor, podendo ser consumida com espinhos.

Outros peixes citados no estudo, tais como: bagre, tainha, corvina, robalo, dourado e pintado, são disponibilizados à venda no varejo com preço definido pelo peso total do peixe inteiro, limitando opções de compra para o consumidor pelo alto custo.

Na questão aberta nº 2.3 que aborda os fatores que influenciam o consumo de peixe, 179 de 482 pessoas responderam que existe alguém ou algo que as influenciam. As respostas foram agrupadas de acordo com a idéia central seguindo o mesmo procedimento utilizado na questão nº 2.2. Foram denominadas como influências culturais: família, origem por região, influência do modo de criação, convivência com orientais, religião, costumes, hábito de pescar e como cuidados com a saúde: doenças, orientações de profissionais da saúde e da mídia, conhecimento sobre valores nutricionais e conhecimento sobre os benefícios para a saúde. As influências relatadas pelos entrevistados constam no apêndice I. Observou-se que 24,9% das pessoas relataram ter interferência positiva no consumo por causa das influências culturais, 10,2% por causa dos cuidados com a saúde e 2,1% por outros motivos. De fato Verbeke (2004) concluiu que na Bélgica os fatores como crenças comportamentais (avaliadoras e afetivas), normativas (normas sociais e pessoais) e de controle (hábitos e experiências passadas), determinam a intenção e a frequência do consumo de peixe.

Os resultados da análise de regressão logística são apresentados na tabela 20. Constatou-se que a presença de crianças no lar foi significativa ($p=0,0182$) e que as pessoas que possuíam crianças em casa apresentaram 0,533 vezes mais chances de consumir peixe em relação ao grupo que não possuía. Para a variável escolaridade, comparando os diversos níveis contra o grupo dos entrevistados que não tinha qualquer tipo de estudo, observou-se que o consumo de peixe foi maior para os níveis: ensino fundamental completo ($p=0,0065$), ensino médio completo ($p=0,0301$); ensino superior completo ($p=0,0193$), com valores da razão de chances (odds ratio) de respectivamente 32,424; 13,033 e 17,344, sugerindo que a educação formal contribui para a conscientização dos benefícios à saúde a partir do consumo de peixe. Resultados semelhantes foram também encontrados por Myrland et al., na Noruega, em 2000. Para a variável da influência da forma de apresentação do peixe para decisão de compra, comparou-se o grupo sem preferência contra os demais. As condições que apresentaram associação significativa foram: resfriado/fresco ($p<0,0001$); congelado ($p=0,0001$) e resfriado ou congelado ($p=0,0001$) com as respectivas relações de chances (odds ratio): 24,315; 19,976 e 27,43. Estes resultados sugerem que a conservação do peixe pelo frio é um fator que exerce influência positiva na decisão do consumo.

Tabela 20 - Parâmetros obtidos de entrevistas efetuadas com indivíduos que frequentaram feiras livres do Município de Santo André, SP segundo análise estatística por modelo de regressão logística. Variáveis com significância estatística. Entrevistas efetuadas em Santo André no período de outubro de 2009 a junho de 2010. São Paulo, 2010

Variável	Resposta	p-valor	Odds-ratio	Intervalo de	
				Confiança de 95% Inferior	Superior
Presença de criança no lar	Sim	0,0182	0,533	0,316	0,899
Escolaridade	Ensino fundamental completo	0,0065	32,424	2,651	396,555
	Ensino médio completo	0,0301	13,033	1,280	132,684
	Ensino superior completo	0,0193	17,344	1,588	189,473
Conservação	Resfriado/fresco	<0,0001	24,315	5,797	101,988
	Congelado	0,0001	19,976	4,490	88,878
	Resfriado ou congelado	0,0001	27,43	5,304	141,863

Na questão aberta nº2.5 relativa às sugestões para promover o aumento do consumo de peixe, um mesmo entrevistado pode ter relatado mais de uma sugestão e todas foram consideradas. As respostas foram organizadas por ordem de sugestão: primeira (APÊNDICE J), segunda (APÊNDICE L) e terceira (APÊNDICE M). A mais freqüente foi à redução do preço (54,36%). Após esta constatação, foi feita a separação das sugestões por extratos de renda e observou-se que a redução do preço continuou sendo a sugestão mais freqüente. Myrland et al. (2000) na Noruega, também constataram que há uma crença na população de que o custo do peixe era bastante elevado.

Estudos desta natureza são extremamente escassos no Brasil, na literatura consultada, até a realização deste estudo, foi identificado o trabalho de Barros (2001) e o de Soares (2007), com um caráter similar, porém ambos, de menor extensão. No âmbito internacional encontram-se trabalhos semelhantes, como na Bélgica (VERBEKE; VACKIER, 2005) e Noruega (MYRLAND et al., 2000).

Este estudo tomou como universo o município de Santo André, localizado na Região Metropolitana de São Paulo, principal centro econômico do país. Distanto apenas 18 km da maior metrópole da América Latina, Santo André possui 66,45 Km² de área urbana e 107,93 Km² de área de proteção ambiental. A cidade está inserida no principal pólo econômico do país, possui um dos maiores parques produtivos do Estado de São Paulo, 2.060 indústrias. A Região do Grande ABC é um dos principais mercados consumidores do país, juntamente com outras grandes metrópoles do Brasil, tais como São Paulo e Rio de Janeiro (SANTO ANDRÉ,

2009). Acredita-se que seja importante a realização de novos estudos em outros locais com realidade socioeconômicas diversas para reconhecimento dos saberes populares que determinam o comportamento com relação ao consumo de alimentos. Espera-se que os achados aqui relatados sirvam como subsídios para direcionar outros estudos e fomentar, mesmo que servindo com um pequeno recorte da realidade, o incremento da qualidade e comercialização de pescado e também as políticas públicas para aperfeiçoamento do sistema agroindustrial do pescado no país.

6 CONCLUSÕES

O presente estudo, nas condições em que foi realizado concluiu que:

1) Os fatores que facilitam o consumo de peixe foram: renda, escolaridade completa, apresentação do produto (em formas que sofrem conservação pela ação do frio), aquisição em feiras livres, sabor, aparência, firmeza da carne e presença de crianças na família. Já os fatores que limitam o consumo foram: preço e espinhos. A perecibilidade, odor, etnia, proximidade dos pontos de venda da residência e do trabalho, sexo, idade, número de pessoas no lar e aquisição em supermercado não foram características que influenciaram a decisão de consumo de peixe.

2) Os aspectos considerados para avaliar o frescor do peixe foram predominantemente visuais.

REFERÊNCIAS

ARMITAGE, P.; BERRY, G. **Statistical methods in medical research**. 3rd ed. Oxford: Blackwell Science, 1994, 795p.

BARROS, A. Fundamentos econômicos da dinâmica da pesca em Pernambuco. **Revista Econômica do Nordeste**, Fortaleza, v. 32, p. 569-591, 2001. N. Especial.

BELL, R.; MARSHALL, D. W. The construct of food involvement in behavioural research: Scale development and validation. **Appetite**, v. 40, n. 3, p. 235–244, 2003.

BRASIL. Decreto nº. 30.691, de 29 de Março de 1952. Aprova o novo regulamento de inspeção industrial e sanitária de produtos de origem animal. **Diário Oficial da União**, Brasília, 07 de jul. de 1952. Sec. 1, p. 10785.

BRASIL. Ministério da Saúde. Conselho Nacional de Saúde. **Resolução 196 de 10 de outubro de 1996 – Diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisa envolvendo seres humanos**. Brasília, 1996. Disponível em: <http://www.hinsg.org.br/files/curso_metodologia_2010/orientacoes_CEP.pdf>. Acesso em: 19 ago. 2010.

BRASIL. Ministério da Saúde. Secretaria de Atenção à Saúde. Coordenação Geral da Política de Alimentação e Nutrição. **Guia alimentar para a população brasileira: promovendo a alimentação saudável**. Brasília, MS; 2006.

BRASIL. Secretaria Especial da Aquicultura e Pesca. **Cartilha do pescado fresco**. Brasília, 2007. Disponível em: <http://200.198.202.145/seap/Jonathan/cartilha_do_pescado_meg%20FINALIZADA.pdf>. Acesso em: 30 mar. 2008.

CRAISA. Companhia Regional de Abastecimento de Santo André. **Relação das feiras livres realizadas no Município de Santo André**. Disponível em: <<http://www.craisa.com.br/>>. Acesso em: 15 ago. 2010.

FAO. FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION OF THE UNITED NATIONS. **Anuário de estatísticas de pesca: quadros resumidos**. Disponível em: <http://www.fao.org/fi/statist/summ_tab/inicio.asp>. Acesso em: 15 fev. 2002.

FARIA, E. V. **Técnica de análise sensorial**. 2. ed. Campinas: ITAL, 2008. 120 p

FERRARI, C. K. B.; TORRES, E. A. F. S. Alimentos funcionais: quando a boa nutrição melhora a nossa saúde. **Revista Portuguesa de Saúde Pública**, v. 20, n. 2, p. 31-34, 2002.

FIGUEIRA, C. V. **Modelos de regressão logística**. 2006. 138 p. Dissertação (Mestrado em Matemática) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Rio Grande do Sul, 2006.

FIGUEIREDO, I. C. R. **Determinantes do consumo de frutas, verduras e legumes em adultos residentes no município de São Paulo**. 2006. 76 p. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2006.

GERMANO, P. M. L.; GERMANO, M. I. S.; OLIVEIRA, C. A. F. Aspectos da qualidade do pescado de relevância em saúde pública. **Revista Higiene Alimentar**, São Paulo, v. 53, janeiro de 1998. Disponível em: <<http://www.bichoonline.com.br/artigos/ha0016.htm>>. Acesso em: 24 mar. 2008.

GONÇALVES, A. A. Situação da pesca no Brasil: ontem e hoje. **Revista de Higiene Alimentar**, São Paulo, v. 21, n. 154, p. 3-7, 2007.

IBGE. INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA. **Pesquisa do Orçamento Familiar - 2002-2003 (POF-2002-2003)**. 2004. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 28 fev. 2008.

JÄRVINEN, R.; KNEKT, P.; RISSANEN, H.; REUNANEN, A. Intake of fish and long-chain n-3 fatty acids and the risk of coronary heart mortality in men and women. **British Journal of Nutrition**, Inglaterra, v. 95, n. 4, p. 824-829, 2006.

LEEK, S.; MADDOCK, S.; FOXALL, G. Situational determinants of fish consumption. **British Food Journal**, v.102, n. 1,p. 18–39, 2000.

MYRLAND, O.; TRONDSSEN, T.; JOHNSTON, R. S.; LUND, E. Determinants of seafood consumption in Norway: Lifestyle, revealed preferences, and barriers to consumption. **Food Quality and Preference**, v. 11, p.169–188, 2000.

NACIF, M., LUCCA, A.; PHILIPPI, S. T.; TORRES, E. A. F. S. Dieta mediterrânea e saúde. **Cadernos de Nutrição**, v. 15, n. 1, p. 11-24, 1998.

OLSEN, S. O. Consumer involvement in seafood as family meals in Norway: An application of the expectancy-value approach. **Appetite**, v. 36, n. 2, p. 173–186, 2001.

OLSEN, S. O. Understanding the relationship between age andseafood consumption: The mediating role of attitude, health involvementand convenience. **Food Quality and Preference**, v. 14, p. 199–209, 2003.

PEREIRA, J. C. R. **Análise de dados qualitativos: estratégias metodológicas para as ciências da saúde, humanas e sociais**. 3.^{ed}. São Paulo: EDUSP, 2004, 154. p.

PEREIRA, M. P.; TELLES, E. O.; DIAS, R. A.; BALIAN, S. C. Descrição do sistema agroindustrial brasileiro de pescado. **Informações Econômicas**, v. 40, n. 3, p. 54-61, 2010.

SANTO ANDRÉ (Município). Prefeitura Municipal de Santo André. **Dados da Cidade - Dados Estatísticos**. Disponível em: <http://www.santoandre.sp.gov.br/bn_conteudo.asp?cod=3935> Acesso em: 31 ago 2008.

SANTO ANDRÉ. Anuário de Santo André 2009. 2008. Disponível em: <http://www2.santoandre.sp.gov.br/sites/default/files/Anuario_de_Santo_Andre_-> Acesso em: 19 ago. 2010.

SCARMEAS, N.; LUNCHSINGER, J. A.; MAYEUX, R.; STERN, Y. Mediterranean diet and Alzheimer disease mortality. **Neurology**, v. 69, n. 11, p. 1084-1093, 2007.

SIOEN, I. S.; HENAUW, S.; VERBEKE, W.; VERDONCK, J. L.W.; CAMP, J. V. Fish consumption is a safe solution to increase the intake of long-chain n-3 fatty acids. **Public Health Nutrition**, v.11 , n.11, p. 1107-1016, 2008.

SILVA, M.L. **Pesquisa de Aeromonas spp., Vibrio spp. e da qualidade sanitária de peixes comercializados na cidade de São Paulo**. 2007. 146 p. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Saúde Pública, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007.

SOARES, V.F.M.; VALE, S.R.; JUNQUEIRA, R.G.; GLORIA, B.A. Teores de histamina e qualidade físico química e sensorial de filé de peixe congelado. **Ciência e Tecnologia de Alimentos**, v. 18, n. 4, p. 462-467, 1998.

SOARES, A. L. S. **Melhoramento dos mercados internos de produtos pesqueiros na América Latina e no Caribe**. Projeto TCP/RLA/3111 da FAO, 2007. 64 p. Disponível em: <http://www.infopesca.org/sitio_externo/TCP_RLA_3111Website/papers/BRASIL-INFORME_562.doc>. Acesso em: 17 abr. 2008.

TERRA, T. **Varejo de proximidade cresce e diversifica canais de compra no Brasil**. Portal do Exame. Disponível em: <<http://portalexame.abril.com.br/marketing/noticias/varejo-proximidade-cresce-diversifica-canais-compra-brasil-562230.html>>. Acesso em: 19 ago. 2010.

THIOLLENT, M. **Metodologia da pesquisa-ação**. 12. ed. São Paulo: Cortez, 2003. 107 p.

TRONDSSEN, T.; BRAATEN, T.; LUND, E.; EGGEN, A. E. Health and seafood consumption patterns among women aged 45–69 years. A Norwegian seafood consumption study. **Food Quality and Preference**, v. 15, p. 117–128, 2004.

TRONDSSEN, T.; SCHOLDERER, J.; LUND, E.; EGGEN, A. E. Perceived barriers to consumption of fish among Norwegian women. **Appetite**, v. 41, p. 301–314, 2003.

TRIVIÑOS, A.N.S. **Introdução à pesquisa em Ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação**. São Paulo: Atlas, 1987. 238p.

VASCONCELOS, E. M. **Educação popular nos serviços de saúde**. São Paulo: Hucitec, 1991, 139p.

VERBEKE, W. Consumer acceptance of functional foods: Sociodemographic, cognitive and attitudinal determinants. **Food Quality and Preference**, v. 16, n. 1, p. 45–57, 2004.

VERBEKE, W.; VACKIER, I. Individual determinants of fish consumption: application of the theory of planned behavior. **Appetite**, v. 44, p. 67-82, 2005.

VERBEKE, W.; SIOEN, I.; PIENIAK, Z.; CAMP, J. V.; HENAUW, S. Consumer perception versus evidence about health benefits and safety risks from fish consumption. **Public Health Nutrition**, v. 8, n. 4, p. 422-429, 2005.

VERBEKE, W.; VERMEIR, I.; BRUNSO, K. Consumer evaluation of fish quality as basis for fish market segmentation. **Food Quality Preference**, v. 18, n. 4, p. 651-661, 2007.

ANEXO A

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 1

8/7/09 8:52:20

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 2

8/7/09 8:52:21

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 3

8/7/09 8:52:21 1a21.5x15cm_peixes_2.indd 4

8/7/09 8:52:27

Você costuma comer peixes com qual frequência?

- () Não consumo
- () Somente algumas vezes no ano
- () 1 vez por semana
- () 2 ou mais vezes por semana

Definição de Pescado: Peixes, crustáceos, moluscos, anfíbios, quelônios e mamíferos de água doce ou salgada, usados na alimentação humana.

5

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 5

8/7/09 8:52:37

O que observar ao comprar pescado

1. Fresco e resfriado:

O pescado fresco possibilita ao consumidor verificar a qualidade do alimento através do odor, textura e coloração.

- Devem possuir pele firme, bem aderida, úmida e sem a presença de manchas;
- Os olhos devem ser brilhantes e salientes;
- As escamas devem ser unidas entre si, brilhantes e fortemente aderidas à pele;
- As brânquias (guelras) devem possuir cor que vai do rosa ao vermelho intenso, ser brilhantes e sem viscosidade;
- Os crustáceos devem ter cor própria da espécie e não apresentar cor alaranjada ou negra na carapaça;
- Os mariscos frescos só podem ser vendidos vivos;
- Polvos e lulas devem possuir carne consistente e elástica;
- Odor característico e não repugnante;
- Livre de contaminantes (como areia, pedaços de metais, plásticos, combustíveis, sabão e moscos).

6

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 6

8/7/09 8:52:43

2. Congelado:

O pescado congelado industrialmente é submetido a temperaturas inferiores a -25°C e depois mantido obrigatoriamente a temperaturas inferiores a -15°C .

O congelamento industrial é feito muito rapidamente de forma que conserva melhor e diminui a perda de qualidade e umidade do pescado.

O congelamento é um eficiente meio de manter a qualidade do pescado, porém a data de validade deve ser sempre verificada.

"Sempre adquira o pescado (fresco, refrigerado ou congelado) ao final das compras, isto facilitará a manutenção da qualidade do alimento."

7

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 7

8/7/09 8:51 1a21.5x15cm_peixes_2.indd 8

3. Seco:

Cuidados na compra do pescado seco:

- Deve estar armazenado em local limpo, protegido de poeira e insetos;
- Ausência de mofo, ovos, ou larvas de moscas, manchas escuras ou avermelhadas, limosidade superficial, amolecimento e odor desagradável.

As espécies *Gadus morhua* (Cod) e *Gadus macrocephalus* podem ser comercializadas como bacalhau, enquanto que os pescados Saithe, Ling e Zarbo devem ser comercializados como peixe salgado seco tipo bacalhau salgado seco.

Na região Norte do País, há um grande consumo de Pirarucu seco-salgado, que é conhecido como o "bacalhau brasileiro".

8

8/7/09 8:51

4. Enlatado ou em conserva:

Pescado em conserva é armazenado em recipientes herméticos, sem conservantes, podendo ser vendido nas seguintes categorias:

- “Ao natural”: é o pescado armazenado com salmoura fraca, adicionada ou não de temperos;
- “Em azeite ou em óleos comestíveis”: é o pescado armazenado em azeite de oliva ou em outro óleo comestível, adicionado ou não de temperos.

O enlatamento é um dos métodos de processamento mais utilizados na conservação do pescado.

O rápido cozimento dos alimentos enlatados, por ser processado sob altas temperaturas, permite muitas vezes que os nutrientes sejam conservados, mantendo assim a maioria das qualidades nutricionais do pescado.

Cuidado Ambiental: Procure saber se o pescado consumido está no tamanho permitido e se foi capturado no período previsto por lei.

9

1821.5x15cm_peixes_2.indd 9

Atenção à embalagem

O rótulo dos produtos comercializados no País deve apresentar as seguintes informações obrigatórias:

1. Nome do produto;
2. Lista de ingredientes em ordem decrescente de quantidade, isto é, o ingrediente que estiver em maior quantidade deve vir primeiro, e assim por diante;
3. Conteúdo líquido (quantidade ou volume que o produto apresenta);
4. Identificação da origem (identificação do país ou local de produção daquele produto);
5. Identificação do lote;
6. Prazo de validade: o DIA e o MÊS para produtos com duração mínima menor do que 3 meses e o ANO para produtos com duração superior a 3 meses;
7. Instruções para o uso, quando necessário;
8. Selo do Serviço de Inspeção Federal (SIF), Serviço de Inspeção Estadual ou Municipal.

Obs.: no caso de produtos importados, as informações acima devem estar em português.

Os produtores de pescado embalado devem ainda declarar a rotulagem nutricional obrigatória com as seguintes informações: Valor Energético, Carboidratos, Proteínas, Gorduras Totais, Gorduras Saturadas, Gorduras Trans, Fibra Alimentar e Sódio.

Fonte: Resolução – RDC/ANVISA nº 259, de 20/09/2002.
Resolução – RDC/ANVISA nº 360, de 23/12/2003.

10

8/7/09 8:52 1821.5x15cm_peixes_2.indd 10

8/7/09 8:52

Dicas de preparo

Grelhar, assar e cozer a vapor são as melhores maneiras de preparar o pescado mantendo suas propriedades nutricionais e seus benefícios para a saúde.

O segredo para manter a carne do peixe úmida e saborosa reside em aproveitar os sucos e a gordura natural.

A regra número um é preservar a umidade e as propriedades nutricionais, evitando o fogo direto.

Assar e grelhar funcionam bem para os peixes gordos.

Pescados fritos podem absorver óleo e destruir parte do ômega 3 e das vitaminas.

Cozinhar o pescado em excesso prejudica seu aroma, sabor e textura.

Retire o couro do peixe antes de consumi-lo. A gordura saudável presente nos peixes está concentrada principalmente em sua carne e não em seu couro.

Utilize temperos naturais para preparar peixes, tais como cebolinha, cebola, alho, orégano, manjericao, manjerona, cominho, noz-moscada, louro etc.

11

1821.5x15cm_peixes_2.indd 11

Peixes

Evite cozinhar demais os filés e postas de peixes.

Cozinhe em calor moderado cerca de 5 a 8 minutos, dependendo da espessura.

Quando estiver pronto, a carne parecerá mais branca.

Os peixes cozinham depressa e continuam a cozinhar mesmo após retirados do calor. É preciso atenção para que não passem do ponto.

Para saber o ponto de cozimento, insira um garfo na parte mais grossa e delicadamente tente parti-lo. Se estiver no ponto ele se abrirá facilmente. Se o peixe for inteiro a carne tenderá a separar da espinha dorsal.

Consuma-os o mais breve possível.

12

8/7/09 8:53:01 1821.5x15cm_peixes_2.indd 12

8/7/09 8:53:08

Peixes Salgados

O maior segredo para preparar um bom peixe salgado é dessalgá-lo da maneira adequada, para evitar que o teor de sódio no alimento fique alto. Deve-se colocar o peixe com pele e já cortado na água gelada e dentro da geladeira trocando-se a água do recipiente três vezes por dia. Dentro do recipiente também é indicado colocar pedras de gelo para garantir o sabor do peixe e evitar que ele se desfaça.

O peixe salgado não deve ser fervido, a não ser que a receita ou o preparo indiquem, pois a fervura prejudica o paladar e resseca o peixe. Deve ser sempre preparado em água a ferver, ou seja, em fogo brando, sem borbulhar. A água de cozimento pode ser aproveitada para cozinhar batatas ou arroz aromatizado.

13

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 13

Lagostas e Camarões

A melhor maneira de cozer lagostas e camarões mantendo sua textura é:

- Ferver 2 litros de água, acrescentar sal a gosto e baixar o fogo, mantendo o vapor e a formação de pequenas bolhas;
- Acrescentar as lagostas e camarões à água fervente;
- Cozinhar por 3 a 4 minutos. Os camarões estão prontos quando começam a boiar;

Em caso de preparo de molhos, os camarões devem ser os últimos ingredientes a serem colocados.

As lagostas estão cozidas quando ganham uma coloração rósea ou alaranjada.

A água de cozimento pode ser aproveitada no preparo de arroz aromatizado.

14

8/7/09 8:53:11 1a21.5x15cm_peixes_2.indd 14

8/7/09 8:53:23

Ostras, Mexilhões e demais Mariscos

A melhor forma de preparo é através de cozimento em água ou vapor.

O primeiro passo é limpar a superfície externa das ostras e mexilhões.

Ferver a água e mergulhar os mariscos. Eles estão prontos quando a maior parte das conchas estiver aberta.

A água de cozimento não deve ser aproveitada.

Para aproveitar somente a carne, resfriar tudo em água corrente antes de iniciar o desconche.

Cuidados no armazenamento em casa

- Armazene imediatamente os alimentos refrigerados e congelados na geladeira ou freezer e consuma até a data de validade do produto;
- Não sobrecarregue a capacidade de sua geladeira! Não cubra as prateleiras da geladeira com panos ou toalhas;
- Armazene nas prateleiras superiores os alimentos preparados e prontos para consumo; nas prateleiras do meio os produtos pré-preparados; e nas prateleiras inferiores os alimentos crus;
- Evite o contato de alimentos crus com alimentos cozidos;
- Lave os utensílios usados no preparo de alimentos crus antes de utilizá-los em alimentos cozidos.

15

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 15

Formas de descongelar o pescado:

- Na geladeira: é o método mais recomendado, pois diminui a perda de água e garante a manutenção da qualidade do pescado;
- No microondas: sempre utilizar a opção "descongelar" do microondas para garantir o descongelamento uniforme.

Atenção:

Nunca descongele qualquer pescado em temperatura ambiente, porque, além de não ser uniforme, pode gerar perda de qualidade, umidade e permitir o crescimento de microrganismos.

16

8/7/09 8:53:25 1a21.5x15cm_peixes_2.indd 16

8/7/09 8:53:30

No caso de congelamento domiciliar:

- Nunca deixe congelar novamente um pescado que já foi descongelado;
- O peixe pode ser congelado novamente se cozido e preparado;
- O ideal é congelar peixes inteiros sem as vísceras. A pele é a melhor proteção do peixe;
- Camarões e lagostas devem ser congelados sem cabeça;
- Nunca congelar diversas espécies em um mesmo recipiente ou embalagem;
- Sempre proteger bem o pescado com filmes e sacos apropriados de primeiro uso;
- Não sobrecarregar o freezer durante o congelamento;
- Sempre identificar no seu freezer as embalagens com as informações sobre o produto e a data de congelamento.

17

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 17

Receitas

ESCONDIDINHO DE PEIXE

Ingredientes

Etapa 1: Batata cremosa

- 01 kg de batata cozida e espremida
- 04 colheres de sopa de farinha de trigo
- 100g de queijo parmesão ralado

Etapa 2: Molho

- 400g de filé de tilápia picado
- 350 ml de leite
- 01 lata pequena de extrato de tomate
- 02 colheres de sopa de farinha de trigo
- 02 colheres de sopa de óleo de soja
- 01 colher de sopa de salsa
- 01 unidade pequena de cebola picada
- 03 colheres de chá de pasta de alho
- ½ colher de sobremesa de sal

Preparo

Etapa 1: Batata cremosa

- Cozinhar as batatas até amolecerem, passar no espremedor e deixar esfriar;
- Acrescentar a farinha de trigo e o queijo ralado (reserve um pouco para salpicar) à massa e reservar.

18

8/7/09 8:53:36 1a21.5x15cm_peixes_2.indd 18

8/7/09 8:53:38

Etapa 2: Molho

- Em uma panela, colocar o óleo e refogar a pasta de alho e a cebola picada;
- Acrescentar o extrato de tomate e deixar apurar, até ficar mais escuro, mexendo sempre;
- Colocar o peixe, o leite com a farinha dissolvida e sal;
- Mexa e deixe cozinhar por alguns minutos, até ficar cremoso. Se achar necessário, coloque mais leite;
- Desligue o fogo e coloque a salsinha.

Etapa 3: Montagem

- Em um refratário colocar metade da massa;
- Cobrir com o molho de peixe e colocar a outra metade da massa;
- Salpicar queijo ralado.

Adaptação sugerida:

- Levar ao forno por 30 minutos para gratinar.
- Pode ser utilizado o filé de pescada.
- Pode substituir o queijo ralado por farinha de rosca e levar para gratinar.

Fonte: Projeto de Formações à Base de Pescado Para Indústrias na Alimentação Escolar – Centro Colaborador em Alimentação e Nutrição Escolar / Universidade Federal de São Paulo

19

1a21.5x15cm_peixes_2.indd 19

OMELETE DE PEIXE AO FORNO

Ingredientes

- 06 ovos
- 01 tomate bem picado
- 02 colheres de sopa de cebola
- 01 colher de chá de sal
- 01 colher de sopa de cheiro verde picado
- 02 filés de pescada picadinho

Preparo

- Selecionar os ovos;
- Bater os ovos, acrescentar o sal e os demais ingredientes;
- Untar o recipiente com margarina;
- Assar em forno brando até que fique corado.

Adaptação sugerida

- Pode ser enriquecido com vegetal picado (vagem, espinafre, ervilha etc.)
- Pode ser usada também a polpa de peixe.

Fonte: Projeto de Formações à Base de Pescado Para Indústrias na Alimentação Escolar – Centro Colaborador em Alimentação e Nutrição Escolar / Universidade Federal de São Paulo

20

8/7/09 8:53:40 1a21.5x15cm_peixes_2.indd 20

8/7/09 8:53:41

ROBALO NA BRASA

Ingredientes

01 unidade generosa de posta de robalo
03 colheres grandes de arroz de açafrão
01 unidade de banana da terra frita
Sal e ervas finas a gosto
Uvas passas a gosto

Preparo

- Tempere a posta de robalo com sal e ervas finas;
- Asse o robalo temperado na brasa até dourar;
- Misture no arroz de açafrão as uvas passas e a banana frita e sirva.

Prato para 01 pessoa.

Fonte: Brasil Sabor Brasília – Segredos da Cozinha, Editora SENAC DF, 4ª Ed., 2007. Com adaptações.

21

1821.5x15cm_peixes_2.indd 21

8/7/09 8:53:45

CUSCUZ À PAULISTA

Ingredientes

01 unidade pequena picada de cebola
03 colheres de sopa de azeite de oliva
01 lata de molho de tomate
02 unidades de tabletes de caldo de camarão ou peixe
01 lata de milho verde escurido
02 latas de atum em conserva
½ xícara de chá de azeitona picada
Salsa ou coentro picadinho a gosto
2 ½ xícaras de chá de farinha de milho

Para decorar

01 lata de sardinha em conserva
½ unidade de pimentão verde em tiras
½ unidade de pimentão vermelho em tiras
01 unidade de ovo cozido em rodela
01 unidade de tomate em rodela

Preparo

- Doure a cebola no azeite de oliva;
- Acrescente o molho de tomate, 2 xícaras de chá de água e deixe ferver;
- Junte o caldo de camarão e misture para dissolver;
- Acrescente os ingredientes restantes (menos a farinha de milho) e misture;
- Junte, aos poucos, a farinha de milho, misture com cuidado (a massa não deve ficar muito consistente) e reserve;
- Decore os fundos e as laterais de uma forma pequena com furo central untada, com as sardinhas, os pimentões, o ovo e o tomate;
- Coloque a mistura reservada e leve ao fogo médio por 10 minutos;
- Espere amornar um pouco, desinforme e sirva a seguir.

22

1821.5x15cm_peixes_2.indd 22

8/7/09 8:5

ESPAGUETE CONFRARIA

Ingredientes

300g de espaguete cozido *al dente*
150g de camarões médios, inteiros sem casca
04 colheres de sopa de creme de leite sem soro
03 colheres de sopa de azeite
02 colheres de sopa (30 gramas) de funghi seco
01 unidade pequena (60 gramas) de cebola picada
Sal e pimenta-do-reino a gosto

Preparo

- Coloque o funghi de molho em um recipiente com 250 ml de água morna por pelo menos 20 minutos;
- Retire-os, esprema o excesso de água no recipiente, então enxágue-os sob água corrente e pique-os ligeiramente;
- Coloque o azeite e a cebola em uma panela grande sobre o fogo médio e cozinhe até a cebola amolecer e ficar bem dourada;
- Adicione o funghi reconstituído em água filtrada, aumente o fogo e cozinhe, mexendo, até quase toda a água ter evaporado;
- Adicione sal e pimenta-do-reino a gosto;
- Junte os camarões, adicione o creme de leite e cozinhe, mexendo todo o tempo, até reduzir à metade;
- Retire a panela do fogo, junte o espaguete ao molho e sirva a seguir.

23

1821.5x15cm_peixes_2.indd 23

8/7/09 8:5 1821.5x15cm_peixes_2.indd 24

Esplanada dos Ministérios - Bloco D - CEP 70.043-900 - Brasília/DF
Telefones: (61) 3218-3812 / 3715 • Fax: (61) 3218-3732
www.presidencia.gov.br/seap • comunicacao@seap.gov.br

ANVISA
Agência Nacional de Vigilância Sanitária

Ministério
da Saúde

Ministério da
Pesca e Aquicultura

Semana do Peixe 2009

8/7/09 8:53:51

ANEXO B

Mapa de contextualização de Santo André no Grande ABC e no Estado de São Paulo

Legenda:

- Santo André
- Grande ABC

ANEXO C

Mapa de Santo André – Rede *versus* bairros *versus* distritos

APÊNDICE A

RELAÇÃO DOS LOCAIS DE REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS

FEIRAS LIVRES DO MUNICÍPIO DE SANTO ANDRÉ

DIA	BAIRRO	ENDEREÇO
Terça	BAIRRO PINHEIRINHO	AV. HIGIENOPOLIS
	JARDIM ESTELA	R. CARNEIRO DE CAMPOS
	BAIRRO CAMPESTRE	R. FIGUEIRAS
	VILA ALZIRA	R. MANAUS
	PQUE. ERASMO ASSUNÇÃO	R. ERECHIM
	VILA SACADURA CABRAL	R. VIRGILIO DICICO
	PARQUE JAÇATUBA	R. ALMERIM
	JARDIM ALVORADA	R. CARLOS GONÇALVES
	CENTREVILLE	R. SGTO. SILVIO D. ROLLEMBACK
Quarta	VILA VITORIA	R. PAULO DE NOVAES
	VILA HELENA	R. CEL. SEABRA
	BAIRRO SANTA TEREZINHA	R. PORTO SEGURO
	JARDIM BELA VISTA	R. DUQUE DE CAXIAS
	JARDIM ANA MARIA	R. GENEBRA
	JARDIM UTINGA	R. AFRANIO PEIXOTO
	JARDIM BOM PASTOR	R. FELICIO PEDROSO
	JARDIM SANTO ANTONIO	R. ALEXANDRETA
Quinta	VILA GUARANI	R. CONDE DE SARZEDAS
	VILA ASSUNÇÃO	R. JOSE BONIFACIO
	BAIRRO JARDIM	R. PE. MANOEL DE PAIVA
	JARDIM GUARARA	R. SAGRES
	VILA METALURGICA	ALAMEDA CALCUTA
	VILA VALPARAISO	R. ADOLFO LAVES
	BAIRRO SANTA MARIA	R. ALICE COSTA
	VILA SUIÇA	R. CHAMPOLION
Sexta	VILA LINDA	R. BAURU
	BAIRRO CASA BRANCA	R. ANTONIO C. FRANCO
	BAIRRO CAMILOPOLIS	R. BOA VISTA
	VILA GUARACIABA	AV. QUEIROZ FILHO
	JARDIM ORIENTAL	R. OSVALDO CRUZ
	PARQUE CAPUAVA	R. BAIA BLANCA

(Continuação do Apêndice A)

RELAÇÃO DOS LOCAIS DE REALIZAÇÃO DAS ENTREVISTAS

FEIRAS LIVRES DO MUNICÍPIO DE SANTO ANDRÉ

Sábado	BAIRRO PARAISO	R. JABAQUARA
	VILA BASTOS	R. KOWARICK
	VILA PIRES	AV. FIRESTONE
	VILA LUCINDA	R. CUBATÃO
	PARQUE DAS NAÇÕES	AV. BRASIL
	VILA FLORESTA	R. ODILON BRAGA
	JARDIM RINA	R. CONSTANTE CASTELANI
	JARDIM LAS VEGAS	R. GIUSSEPE LORENZINI
Domingo	VILA GUIOMAR	R. UBATUBA
	VILA HOMERO THON	AV. PEDRO AMERICO
	VILA LUZITA	AV. CAP. MARIO TOLEDO CAMARGO
	PARQUE NOVO ORATORIO	R. FENICIA
	JARDIM DO ESTADIO	R. BORORE
	VILA CURUÇA	R. ANHAMBI
	VILA PALMARES	R. MAMEDE ROCHA
	PARQUE MIAMI	R. RIO CORUMBIARA
	CONDOMINIO MARACANÃ	R. CANDIDO FERREIRA
	PARQUE JOÃO RAMALHO	R. PIRACANJUBA

APÊNDICE B

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Título do Projeto: Determinantes do Consumo de Pescado na População que Frequenta Feiras Livres do Município de Santo André/SP.

Pós Graduanda Responsável: Juliana Parreira Vasconcellos

Pesquisador Responsável: Profa. Dra. Simone de Carvalho Balian

Este projeto tem o objetivo de compreender os fatores que influenciam o consumo de pescado entre consumidores ou não, frequentadores de feiras livres no Município de Santo André/SP.

O presente termo de consentimento livre esclarecido se refere a coleta de dados através de um questionário aplicado uma única vez com perguntas referentes ao consumo de pescado.

Durante a execução do projeto não haverá nenhum risco à sua saúde e caso haja alguma dúvida estaremos a disposição para prestar os esclarecimentos que forem necessários no telefone: (11) 3091-7653

Após ler e receber explicações sobre a pesquisa, e ter meus direitos de:

1. receber resposta a qualquer pergunta e esclarecimento sobre os procedimentos, riscos, benefícios e outros relacionados à pesquisa;
2. retirar o consentimento previamente feito, a qualquer momento durante a entrevista e deixar de participar do estudo;
3. participar sem ser identificado, mantido o caráter confidencial das informações apresentadas;
4. procurar esclarecimentos com o Comitê de Bioética em Pesquisa da Faculdade de Medicina Veterinária e Zootecnia da Universidade de São Paulo, no telefone 11 3091-7676 ou no endereço: Av. Prof. Dr. Orlando Marques de Paiva, 87 CEP 05508 270 - Cidade Universitária, São Paulo/SP - Brasil, caso surjam dúvidas ou notificação de acontecimentos não previstos no projeto.

Declaro estar ciente do exposto e desejar participar do projeto.

Santo André, ____ de ____ de ____ .

Nome do sujeito/ ou do responsável: _____

Assinatura: _____

Eu, Profa. Dra. Simone de Carvalho Balian, declaro que forneci todas as informações referentes ao projeto ao participante.

_____ Data: ____/____/____.

APÊNDICE C

Determinantes do Consumo de Pescado na População que Frequenta Feiras Livres do Município de Santo André/SP

Feira: _____ Bairro: _____ Data: _____

Entrevistador: _____ Nº da Entrevista: _____

Senhor entrevistador,

Antes de iniciar o questionário, certifique-se de que o entrevistado atende a todos os pré-requisitos estabelecidos na pesquisa, que são:

1) O entrevistado é o responsável pela aquisição e escolha dos produtos que são consumidos em seu domicílio?

() Sim () Não

2) Possui mais que 18 anos? () Sim () Não

3) Reside no bairro em avaliação? () Sim () Não

Nome: _____

Contato: _____

1. CARACTERÍSTICAS SÓCIO-ECONÔMICAS

1.1 Sexo: () Masculino () Feminino

1.2 Idade: _____

1.3 Quantas pessoas residem na sua casa?

() 1 a 2 () 3 ou 4 () 5 ou mais

1.4 Possui criança que reside na sua casa?

() Sim () Não

1.5 Qual a sua profissão?

1.6 Qual é sua renda média mensal?

1.7 Qual sua escolaridade?

() sem estudo,

() ensino fundamental incompleto,

() ensino fundamental completo,

() ensino médio incompleto,

() ensino médio completo

() superior incompleto

() superior completo

1.8 O Sr(a) possui parentes estrangeiros?

() Sim () Não

1.8.a Qual a origem deles? _____

1.8.b Qual grau de parentesco _____

2. FATORES LIMITANTES OU FACILITADORES DO CONSUMO

2.1 O (A) senhor (a) come peixe?

() Sim () Não

Se responder sim: **2.1.a. Com que frequência?**

() mais de 1 vez por semana, () 1 vez por semana,

() 1 vez a cada 15 dias () 1 vez por mês

() raramente () não sei () Outros: _____

2.1.b. 1 Onde o (a) sr (a) prefere comprar?

() Feira () Peixaria () Supermercado

() Restaurante () Outros: _____

2.1.b.2 Por quê prefere comprar neste

local? _____

2.1.c Qual a forma que prefere comprar?

() Limpo () Inteiro () filé () postas

() congelado () resfriado (): Outros: _____

2.1.d. Quais tipos de peixes o (a) sr (a) consome com maior frequência?

2.1.e. Por que o (a) sr (a) come peixe?

Se responder não:

2.1.f Por que o (a) sr (a) não come peixe?

2.2. Como deve estar o peixe para o (a) sr (a) considerá-lo fresco? _____

2.3 Existe alguém ou algo que o influencia a consumir peixe? () Sim () Não

2.3.a Quem ou o quê? _____

2.3.b A influência é positiva ou negativa? _____

2.4 Cite motivos que o faria consumir mais peixe? Porquê? _____

2.5. Em sua opinião, o que faria a população comer mais peixe? Por quê?

3. OPINIÕES RELACIONADAS A PEIXE

Obs: assinalar a resposta que melhor represente a opinião do entrevistado em relação ao que se pergunta abaixo:

3.1. O quanto o preço do peixe é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.2. O quanto o sabor de peixe é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.3. O quanto o cheiro de peixe fresco é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.4. O quanto a presença de espinho no peixe é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.5. O quanto a aparência de fresco do peixe é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.6. O quanto a firmeza do peixe fresco é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.7. O quanto o fato de o peixe estragar mais rápido / deteriorar mais rápido que outros tipos de carne é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.8. O quanto a proximidade do ponto de venda de peixe da sua residência é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

3.9. O quanto a proximidade do ponto de venda de peixe do seu trabalho é importante em sua decisão de consumi-lo?

-2 Muito pouco	-1 Pouco	0 Indiferente	1 Muito	2 Muitíssimo
-------------------	-------------	------------------	------------	-----------------

Observações:

APÊNDICE D

MODELO LOGÍSTICO REDUZIDO

Variável	p-valor	Odds Ratio	Intervalo de Confiança de 95%	
			Inferior	Superior
Presença de criança no lar (Sim)	0,0182	0,533	0,316	0,899
ESCOLARIDADE (sem estudo)	0,0246	---		
ESCOLARIDADE (ensino fundamental incompleto)	0,0538	9,695	0,964	97,533
ESCOLARIDADE (ensino fundamental completo)	0,0065	32,424	2,651	396,555
ESCOLARIDADE (ensino médio incompleto)	0,2608	4,367	0,334	57,011
ESCOLARIDADE (ensino médio completo)	0,0301	13,033	1,280	132,684
ESCOLARIDADE (superior incompleto)	0,1125	7,443	0,624	88,755
ESCOLARIDADE (superior completo)	0,0193	17,344	1,588	189,473
PRESENÇA DE ESPINHO (Muito pouco)	0,0078	---		
PRESENÇA DE ESPINHO (Pouco)	0,0943	5,648	0,743	42,914
PRESENÇA DE ESPINHO (Indiferente)	0,0955	4,041	0,782	20,872
PRESENÇA DE ESPINHO (Muito)	0,2113	2,833	0,553	14,500
PRESENÇA DE ESPINHO (Muitíssimo)	0,6502	1,442	0,297	7,010
APARÊNCIA DE FRESCO (Muito pouco)	0,3537	---		
APARÊNCIA DE FRESCO (Pouco)	0,9990	1770157165,917	0,000	.
APARÊNCIA DE FRESCO (Indiferente)	0,2492	0,128	0,004	4,219
APARÊNCIA DE FRESCO (Muito)	0,6451	0,452	0,015	13,309
APARÊNCIA DE FRESCO (Muitíssimo)	0,6049	0,405	0,013	12,430
FIRMEZA DA CARNE	0,0493	---		
FIRMEZA DA CARNE (Pouco)	0,3781	0,173	0,003	8,564
FIRMEZA DA CARNE (Indiferente)	0,5318	2,603	0,130	52,256
FIRMEZA DA CARNE (Muito)	0,9036	0,851	0,063	11,477
FIRMEZA DA CARNE (Muitíssimo)	0,6275	1,909	0,140	25,998
Conservação (Nenhuma)	<0,0001	---		
Conservação (Resfriado/ fresco)	<0,0001	24,315	5,797	101,988
Conservação (Congelado)	0,0001	19,976	4,490	88,878
Conservação (Resfriado ou congelado)	0,0001	27,430	5,304	141,863
Conservação (outros)	0,0590	4,954	0,941	26,080
Constante	0,0914	0,012		

APÊNDICE E

Relação de Profissões dos Entrevistados		
Advogado	Eletricista	Pedagoga
Agente de organização escolar	Embaladora	Pintor
Agente de saúde	Empregada doméstica	Porteiro
Ajudante de caminhão	Empresário	Prensista
Ajudante de produção	Encanador	Professor
Ajudante de tomografia	Encarregado de produção	Promotor de vendas
Ajudante geral	Encarregado de segurança	Psicólogo
Analista	Enfermeiro	Publicitário
Artesão	Escrevente	Química
Artista Plástica	Escriturário	Radiologista
Assistente administrativo	Espiraladeira	Raspador de taco
Assistente de educação	Estudante	Recepcionista
Assistente social	Fabricante de brinquedos	Representante de vendas
Autônomo	Farmacêutico	Secretária
Auxiliar Administrativa	Faxineira	Segurança
Auxiliar de cozinha	Feirante	Separador
Auxiliar de enfermagem	Ferramenteiro	Servente
Auxiliar de escritório	Fiscal de loja	Sociólogo
Auxiliar de limpeza	Garçom	Soldador
Auxiliar de produção	Gerente	Superintendente
Auxiliar de serviços gerais	Gestor Ambiental	Supervisor de atendimento
Babá	Guarda	Supervisor de cobrança
Balconista	Industriária	Supervisora de contabilidade
Bancário	Industriário químico	Supervisora de vendas
Bioquímico	Instrumentista de processo	Tapeceiro
Cabeleireiro	Investigador de polícia	Tecelã
Comerciante	Lixadora	Técnica em nutrição
Comprador	Manicure	Técnica em turismo
Contador	Manutenção	Técnico educacional
Coordenadora de informações	Marmorista	Técnico em eletrônica
Coordenadora de projetos sociais	Mecânico	Técnico em enfermagem
Copeira	Médico Veterinário	Técnico em informática
Corretor	Merendeira	Técnico em mecânica
Costureira	Mestre de caldeiraria	Técnico em química
Cozinheiro	Mestre de obras	Técnico em segurança do trabalho
Cuidador de idoso	Metalurgico	Técnico em usinas de energia
Dentista	Militar	Telefonista
Desempregada	Modelista	Teleoperador
Digitador	Motoboy/Motogirl	Terapeuta
Do lar	Motorista	Têxtil
Economista	Nutricionista	Torneiro vertical
Editor de imagens	Operador de caixa	Tricoteira
Educador	Operador de máquina	Vendedor

APÊNDICE F

Relação de locais de preferência de compra de peixe citados pelos entrevistados

Locais de Preferência de Compra de Peixe	Respostas		
	Frequência absoluta	Porcentagem em relação ao total de respostas (n=563)	Porcentagem em relação ao total de entrevistados (n=482)
AÇOUGUE	2	0,36	0,41
AMBULANTES	3	0,53	0,62
CEASA	3	0,53	0,62
CRAISA	8	1,42	1,66
FEIRA	199	35,35	41,29
MERCADÃO	3	0,53	0,62
MERCADO	18	3,20	3,73
PEIXARIA	37	6,57	7,68
PESCA	30	5,33	6,22
PRAIA	21	3,73	4,36
RESTAURANTE	17	3,02	3,53
RUA	1	0,18	0,21
SACOLÃO	2	0,71	0,83
SUPERMERCADO	206	36,59	42,74
ATACADÃO	3	0,53	0,62
INDIFERENTE	4	0,71	0,83
NÃO SABE	1	0,18	0,21
NÃO TEM PREFERÊNCIA	1	0,18	0,21
VARIA	1	0,18	0,21
VENDE NA PORTA	1	0,18	0,21
Total	563	100	116,80

Observação: em alguns casos, um mesmo entrevistado citou mais de um local.

APÊNDICE G

Expressões utilizadas pelos entrevistados para definir como deve estar o peixe para ser considerado fresco (em relação ao “frescor”)

"aparência boa"	"coloração do filé lisa"
"aparência brilhante"	"com cheiro de peixe fresco"
"aparência clara"	"com escama"
"aparência da carne vermelha"	"com sangue na guelra"
"aspecto bom"	"com sangue vermelho"
"barbatana com aspecto bom"	"consistência firme"
"barbatana vermelha"	"cor boa"
"barriga firme"	"cor bonita"
"barriga íntegra"	"cor brilhante"
"belo"	"cor característica"
"bem firme"	"cor clara"
"bem vermelho nas guelras"	"cor das escamas"
"boa aparência"	"cor de fresco"
"boca avermelhada"	"cor do filé clara"
"boca vermelha"	"cor viva dos filés"
"bonitinho"	"cor viva na guelra"
"brilhante"	"corpo brilhante"
"cabeça vermelha"	"dentro da data de validade"
"carne bem firme"	"escama aderida"
"carne branca"	"escama firme"
"carne com cor normal"	"escama fixa"
"carne consistente"	"escama presa"
"carne dura"	"escamas firmes"
"carne firme"	"escamas fresquinhas"
"carne não pode estar desfazendo"	"escamas grudadas"
"carne rosada"	"espinho duro"
"cheiro agradável"	"espinho firme"
"cheiro bom"	"estar bonito"
"cheiro característico"	"estar mole"
"cheiro de fresco"	"filé com cor branca"
"cheiro de peixe"	"firme"
"cheiro não muito forte"	"garganta vermelha"
"cheiro natural"	"guelra bem vermelha"
"cheiro suave"	"guelra bem vermelhinha"
"cheiroso"	"guelra brilhante"
"colocação característica"	"guelra clara"
"coloração clara"	"guelra clarinha"
"coloração da pele"	"guelra não pode estar azulada"

Continuação Apêndice G

Expressões utilizadas pelos entrevistados para definir como deve estar o peixe para ser considerado fresco (em relação ao “frescor”)

"guelra rosadinha" "guelra dura" "guelra sem gosma" "guelra vermelha" "guelra vermelhinha" "guelras avermelhadas" "guelras firmes" "íntegro" "limpo, perfeito e sadio" "não estar amassado" "não estar esmagado" "não estar muito meloso" "não estar ressecado" "não pode estar escuro" "não sei e confio na pessoa da minha família que compra" "não sei e confio no vendedor" "não sei" "não pode estar desfazendo" "odor de mar" "odor não forte" "olho bom" "olho bonito e aderido a órbita" "olho brilhoso" "olho certinho" "olho cheio" "olho claro" "olho durinho" "olho firme" "olho não afundado" "olho não pode estar estranho" "olho não pode estar esverdeado" "olho normal" "olho sem catarata" "olho transparente" "olho vivo" "olhos aderidos" "olhos bons" "olhos brilhantes"	"olhos com aparência boa" "olhos durinhos" "olhos firmes e limpos" "olhos límpidos" "olhos limpos" "olhos não embaçados" "olhos normais, sem estarem fundos" "olhos sem estar branco" "olhos vermelhos" "parte interna rosada" "pele lisinha e sem mancha" "posta clarinha" "postas bonitas e pedaços grandes" "rosa" "sem cheiro de amônia" "sem cheiro forte" "sem cheiro ruim" "sem cheiro" "sem estar melado" "sem gosma" "sem machucados" "sem mancha" "sem mau cheiro" "sem muito gelo" "sem odor" "sem sebo" "tamanho médio" "textura firme" "tirado do rio na hora" "verifico o jeito do peixe" "verifico se não está estragado" "vermelhinho por dentro quando abre" "vermelho claro por dentro" "viscoso"
--	--

APÊNDICE H

Relação de peixes citados como consumidos com maior frequência

n = 482

Nome comercial/popular do peixe	Frequência	Porcentagem
Pescada	231	47,93
Sardinha	184	38,17
Cação	167	34,65
Merluza	96	19,92
Salmão	78	16,18
Tilápia	52	10,79
Bacalhau	42	8,71
Corvina	38	7,88
Atum	29	6,02
Tainha	24	4,98
Porquinho	19	3,94
Abadejo	13	2,70
Cavalinha	10	2,07
Manjuba	9	1,87
Anchova	9	1,87
Pacu	8	1,66
Bagre	9	1,87
Robalo	7	1,45
Linguado	6	1,24
Traíra	5	1,04
Corimbatá	5	1,04
Espada	5	1,04
Dourado	5	1,04
Pintado	4	0,83
Carpa	4	0,83
Trilha	3	0,62
Tucunaré	3	0,62
Bonito	2	0,41
Pé de moça	2	0,41
Namorado	1	0,21
Cambacu	1	0,21
Gongro Rosa	1	0,21
Piaporá	1	0,21
Piau	1	0,21
Matrixan	1	0,21
Pirarucu	1	0,21
Pargo	1	0,21
Piranha	1	0,21
Anjo	1	0,21
Pampo	1	0,21
Sargo	1	0,21
Prego	1	0,21
Lambari	1	0,21
Garoupa	1	0,21

APÊNDICE I

Influências positivas citadas pelos entrevistados para consumirem peixe

Influências Positivas	Denominação gerada para criar conjuntos de influências positivas
Nenhuma	Nenhuma
Família Cultura da região em que nasceu ou foi criado Cultura da forma como foi criado Hábitos de pescar Convivência com orientais Costume Religião	Influências culturais (ambiente doméstico ou social)
Mídia Doença Profissionais de saúde Conhecimento sobre os benefícios para a saúde Mídia e profissionais da saúde Conhecimento do valor nutricional	Cuidado com a saúde
Mídia e sabor Origem (Oriental) Religião e conhecimento de benefícios para a saúde Informação Família e profissão Paladar/Sabor Conhecimento, família e mídia Profissionais de saúde e prática de esporte Comida japonesa Emprego e mídia	Outros

APÊNDICE J

SUGESTÕES PARA A POPULAÇÃO CONSUMIR MAIS PEIXE Nº. 1

Categorias de renda mensal	Sugestões para a população consumir mais peixe	Frequência absoluta	Porcentagem
Recusou-se a informar a renda	Abaixar o preço	27	44,30
	Não sabe	2	3,30
	Informar sobre os benefícios para a saúde	12	19,70
	Ter maior orientação	3	4,90
	Divulgar para incentivar o consumo	4	6,60
	Apresentar receitas práticas	1	1,60
	Fazer campanha para conscientizar a consumir	1	1,60
	Incentivar o consumo	6	9,80
	Mudar o hábito alimentar	1	1,60
	Conhecimento adquirido sobre os benefícios para a saúde	3	4,90
	Buscar mais informações sobre peixe	1	1,60
	Total	61	100,00
0 -- 700	Abaixar o preço	47	42,00
	Não sabe	11	9,80
	Informar sobre os benefícios para a saúde	17	15,20
	Ter maior orientação	2	1,80
	Mudar a cultura/costume	1	0,90
	Gostar de peixe	1	0,90
	Não poluir as água em que os peixes vivem	2	1,80
	Divulgar para incentivar o consumo	6	5,40
	Apresentar receitas práticas	1	0,90
	Fazer campanha para conscientizar a consumir	2	1,80
	Incentivo do governo à pesca	1	0,90
	Ter qualidade	1	0,90
	Incentivar o consumo	5	4,50
	Mudar o hábito alimentar	6	5,40
	Receber informações sobre a importância para a saúde	1	0,90
	Conhecimento adquirido sobre os benefícios para a saúde	3	2,70
	Provar mais bem sequinho	1	0,90
	Experimentar mais	1	0,90
	Por necessidade de saúde	3	2,70
	Total	112	100,00
700 -- 1200	Abaixar o preço	46	47,90
	Não sabe	6	6,30
	Informar sobre os benefícios para a saúde	17	17,70
	Ter maior orientação	1	1,00
	Mudar a cultura/costume	2	2,10
	Divulgar para incentivar o consumo	10	10,40
	Apresentar receitas práticas	1	1,00
	Fazer campanha para conscientizar a consumir	1	1,00
	Incentivar o consumo	3	3,10
	Incentivar o consumo de carne branca	1	1,00
	Mudar o hábito alimentar	1	1,00
	Não ter azia	1	1,00
	Conhecimento adquirido sobre os benefícios para a saúde	1	1,00
	Educar as crianças desde cedo	1	1,00
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	1	1,00
	Necessidade de variar a alimentação	1	1,00
	Não vender congelado	1	1,00
	Por necessidade de saúde	1	1,00
	Total	96	100,00

Continuação apêndice J

SUGESTÕES PARA A POPULAÇÃO CONSUMIR MAIS PEIXE Nº. 1

Categorias de renda mensal	Sugestões para a população consumir mais peixe	Frequência absoluta	Porcentagem
1200 -- 2200	Abaixar o preço	56	51,90
	Não sabe	3	2,80
	Informar sobre os benefícios para a saúde	16	14,80
	Ter maior orientação	1	0,90
	Mudar a cultura/costume	3	2,80
	Divulgar para incentivar o consumo	11	10,20
	Incentivo do governo à pesca	1	0,90
	Ter qualidade	1	0,90
	Mais incentivo na mídia	1	0,90
	Incentivar o consumo	2	1,90
	Mudar o hábito alimentar	2	1,90
	Receber informações sobre a importância para a saúde	1	0,90
	Educar as crianças desde cedo	1	0,90
	Ter mais vontade de comprar e comer	1	0,90
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	5	4,60
	Depende do gosto	1	0,90
	Melhorar as condições de pesca	1	0,90
	Necessidade de variar a alimentação	1	0,90
	Total	108	100,00
2200 --	Abaixar o preço	53	52,00
	Informar sobre os benefícios para a saúde	7	6,90
	Ter maior orientação	2	2,00
	Mudar a cultura/costume	3	2,90
	Gostar de peixe	1	1,00
	Divulgar para incentivar o consumo	13	12,70
	Apresentar receitas práticas	3	2,90
	Incentivo do governo à pesca	2	2,00
	Ter qualidade	1	1,00
	Incentivar o consumo	1	1,00
	Incentivar o consumo de carne branca	1	1,00
	Mudar o hábito alimentar	5	4,90
	Conhecimento adquirido sobre os benefícios para a saúde	3	2,90
	Mais higiene no local que vende	1	1,00
	Conscientização sobre o excesso de hormônio em outras carnes	1	1,00
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	4	3,90
	Depende do gosto	1	1,00
	Total	102	100,00

Observação: algumas pessoas deram mais que uma sugestão e o apêndice J se refere à primeira sugestão relatada.

APÊNDICE L

SUGESTÕES PARA A POPULAÇÃO CONSUMIR MAIS PEIXE Nº. 2

Categorias de renda mensal	Sugestões para a população consumir mais peixe	Frequência absoluta	Porcentagem
Recusou-se a informar a renda,	Abaixar o preço	4	30,80
	O alimento ter maior rendimento no preparo	1	7,70
	Apresentar receitas práticas	1	7,70
	Ter qualidade	1	7,70
	Incentivar o consumo	2	15,40
	Mudar o hábito alimentar	1	7,70
	Ter mais confiança no local que vende	1	7,70
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	2	15,40
	Total	13	100,00
0 -- 700	Abaixar o preço	5	23,80
	Informar sobre os benefícios para a saúde	1	4,80
	Realizar mais promoções	1	4,80
	Mudar a cultura/costume	1	4,80
	O alimento ter maior rendimento no preparo	1	4,80
	Não poluir as água em que os peixes vivem	2	9,50
	Divulgar para incentivar o consumo	2	9,50
	Mais incentivo das nutricionistas	1	4,80
	Mudar o hábito alimentar	2	9,50
	Ter mais confiança no local que vende	1	4,80
	Conhecimento adquirido sobre os benefícios para a saúde	1	4,80
	Oferecer peixes sem espinhos	1	4,80
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	2	9,50
	Total	21	100,00
700 -- 1200	Abaixar o preço	3	20,00
	O alimento ter maior rendimento no preparo	2	13,30
	Divulgar para incentivar o consumo	1	6,70
	Apresentar receitas práticas	2	13,30
	Fazer campanha para conscientizar a consumir	1	6,70
	Ter qualidade	1	6,70
	Conhecimento adquirido sobre os benefícios para a saúde	1	6,70
	Oferecer peixes sem espinhos	1	6,70
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	1	6,70
	Não vender congelado	1	6,70
	Oferecer mais em restaurantes	1	6,70
	Total	15	100,00
1200 -- 2200	Abaixar o preço	7	36,80
	Realizar mais promoções	1	5,30
	O alimento ter maior rendimento no preparo	1	5,30
	Divulgar para incentivar o consumo	1	5,30
	Apresentar receitas práticas	2	10,50
	Mais incentivo das nutricionistas	1	5,30
	Incentivar o consumo	1	5,30
	Mudar o hábito alimentar	2	10,50
	Educar as crianças desde cedo	1	5,30
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	1	5,30
	Não deixar cheiro em casa	1	5,30
	Total	19	100,00

Continuação apêndice L

SUGESTÕES PARA A POPULAÇÃO CONSUMIR MAIS PEIXE Nº. 2

Categorias de renda mensal	Sugestões para a população consumir mais peixe	Frequência absoluta	Porcentagem
2200 --	Abaixar o preço	11	34,40
	Informar sobre os benefícios para a saúde	1	3,10
	Ter maior orientação	2	6,30
	Realizar mais promoções	1	3,10
	O alimento ter maior rendimento no preparo	1	3,10
	Divulgar para incentivar o consumo	1	3,10
	Servir na escola e na creche para as crianças	1	3,10
	Fazer campanha para conscientizar a consumir	1	3,10
	Ter qualidade	2	6,30
	Incentivar o consumo	1	3,10
	Incentivar o consumo de carne branca	1	3,10
	Mudar o hábito alimentar	1	3,10
	Ter mais confiança no local que vende	2	6,30
	Oferecer peixes sem espinhos	1	3,10
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	4	12,50
	Não ter tantos atravessadores	1	3,10
	Total	32	100,00

Observação: algumas pessoas deram mais que uma sugestão e o apêndice L se refere à segunda sugestão relatada.

APÊNDICE M

SUGESTÕES PARA A POPULAÇÃO CONSUMIR MAIS PEIXE Nº. 3

Categorias de renda mensal	Sugestões para a população consumir mais peixe	Frequência absoluta	Porcentagem
Recusou-se a informar a renda	Informar sobre os benefícios para a saúde	1	50,00
	Fazer campanha para conscientizar a consumir	1	50,00
	Total	2	100,00
700 -- 1200	Abaixar o preço	1	100,00
	Total	1	100,00
1200 -- 2200	Abaixar o preço	1	25,00
	Dar mais condições aos pescadores artesanais	1	25,00
	Incentivo do governo à pesca	1	25,00
	Ter mais pontos de venda e opções de compra	1	25,00
	Total	4	100,00
2200 --	Abaixar o preço	1	50,00
	Ter mais confiança no local que vende	1	50,00
	Total	2	100,00

Observação: algumas pessoas deram mais que uma sugestão e o apêndice M se refere à terceira sugestão relatada.