

A contribuição do pescado na agregação de renda de comerciantes dos mercados municipais de Imperatriz, MA

The contribution of fish in the income aggregation of traders in the municipal markets of Imperatriz, MA

Thiago Sousa Silva¹, Allison Bezerra Oliveira², Pedro Henrique da Silva Freitas³, Joaquim Olinto Branco⁴

Como citar esse artigo. OLIVEIRA, A. B. BRANCO, J. O. FREITAS, P. H. S. SILVA, T. S. A contribuição do pescado na agregação de renda de comerciantes dos mercados municipais de Imperatriz, MA. *Mosaico - Revista Multidisciplinar de Humanidades*, Vassouras, v. 15, n. 2, p. 41-55, mai./ago. 2024.

Resumo

A comercialização de pescado tem sido amplamente discutida no Brasil, principalmente devido aos inúmeros fatores que afetam a qualidade dos produtos oferecidos aos consumidores. Este artigo tem como objetivo analisar os efeitos da implantação de mercados municipais na geração de renda para os comerciantes de pescado na cidade de Imperatriz/MA. A base teórica para esta pesquisa foi construída a partir de uma revisão de artigos, dissertações, teses, legislação e outros documentos científicos que aprofundam essa discussão. Verificou-se que a construção desses mercados é essencial para garantir a oferta de produtos com condições sanitárias adequadas, através da manutenção e acondicionamento apropriados para a comercialização. Dessa forma, é necessário atender não apenas a esse requisito para a população consumidora de pescado, mas também fortalecer os agentes econômicos envolvidos em toda a cadeia produtiva da pesca.

Palavras-chave: Economia; Mercado; Pescado.



Nota da Editora. Os artigos publicados na Revista Mosaico são de responsabilidade de seus autores. As informações neles contidas, bem como as opiniões emitidas, não representam pontos de vista da Universidade de Vassouras ou de suas Revistas.

Abstract

The commercialization of fish has been widely discussed in Brazil, mainly due to the numerous factors that affect the quality of the products offered to consumers. This article aims to analyze the effects of the implementation of municipal markets on the income generation of fish traders in the city of Imperatriz/MA. The theoretical basis for this research was built from a review of articles, dissertations, theses, legislation, and other scientific documents that delve into this discussion. It was found that the construction of these markets is essential to ensure the supply of products with adequate sanitary conditions through proper maintenance and storage for commercialization. Thus, it is necessary to meet not only this requirement for the fish-consuming population but also to strengthen the economic agents involved in the entire fish production chain.

Keywords: Economy; Market; Fish.

Introdução

A pesca continental é uma atividade extrativista com elevado potencial exportador e responsabilidade socioambiental no país, alicerçada na busca de conhecimentos sustentáveis para pescadores artesanais, colônias e organizações produtivas, embasadas na grande diversidade de espécies nativas, como tambaqui, pacu, pirarucu, entre outras (EMBRAPA, 2023). Entretanto, ainda persiste a crença popular da inviabilidade econômica associada, à degradação ambiental, à dificuldade de desenvolver ações de conservação e à

Afiliação dos autores:

¹Doutorando em Ciência e Tecnologia Ambiental pela Universidade Vale do Itajaí – UNIVALI. Professor do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão - UEMASUL, Imperatriz, Maranhão, Brasil.

²Doutor em Geografia. Professor da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL. Imperatriz, Maranhão, Brasil.

³Acadêmico do Curso de Bacharelado em Administração da Universidade Estadual da Região Tocantina do Maranhão – UEMASUL, Imperatriz, Maranhão, Brasil.

⁴Doutor em Zoologia. Doutor em Ecologia e Recursos Naturais. Professor do Doutorado em Ciência e Tecnologia Ambiental da Universidade Vale do Itajaí – UNIVALI. Itajaí, Santa Catarina, Brasil.

Email de correspondência: admthiagosousa@hotmail.com

Recebido em: 12/03/2023. Aceito em: 22/07/2024.

manutenção dos ecossistemas e modo de vida das comunidades ribeirinhas (Silva, 2014).

A necessidade da organização dos pescadores para uma extração sustentável de recursos surge com as iniciativas de formalização das colônias de pescadores no Brasil a partir da Portaria nº 471/73 do Ministério da Agricultura que determinou a sede das colônias para atendimento dos interesses e desempenho das atividades. No início da década de 1990, a Marinha brasileira organizou os pescadores em colônias, a partir das regiões costeiras estendendo-se até as ribeirinhas; ao longo do tempo, esses indivíduos foram sendo incorporados às reservas do órgão e vinculados às Unidades da Federação (Franco, 1978).

Em suma, a comercialização que ocorre em mercados públicos propicia a centralização dos produtos em um local específico que atenda aos princípios básicos de exposição, higiene, manipulação e qualidade nutricional (Teixeira et al., 2020). No país, os estabelecimentos de comercialização do pescado, em muitos casos, atuam em diversas fases do processo logístico, que se estende da fase inicial de recebimento do pescado em seu estado natural (*in natura*), manipulação de acordo com as normas sanitárias, limpeza, tratamento, frigorificação com diferentes tipos de gelo, forma de acondicionamento, distribuição e comércio do pescado (BRASIL, 1997).

Em torno de 3,8% da bacia hidrográfica do Rio Tocantins encontra-se no estado do Maranhão e está distribuída no território de nove municípios com um contingente populacional de 429.185 habitantes (IBGE, 2022), que representa 6,3% da população estadual. Essa bacia tem sido utilizada principalmente nos processos de irrigação pelas demandas socioeconômicas da região (ANA, 2005).

A cidade de Imperatriz encontra-se dentro da área estratégica da pesca brasileira, que abrange a região denominada “pesca continental amazônica”, com os objetivos de revisar os períodos de defeso; implantar o programa sanitário de embarcações pesqueiras; fortalecer o turismo sustentável por meio da pesca esportiva (SAP/MAPA, 2023), além de promover e apoiar a qualificação do profissional pescador e debater a adequação da Portaria IBAMA 48/2007 e da Lei da Pesca nº 11.959/2009.

Este estudo procura responder perguntas com foco na comercialização de pescado pelo mercado local, considerando fatores como qualidade, disponibilidade de produtos para venda, instalações físicas, caracterização, capacitação e formalização dos comerciantes. Assim, tem como objetivo demonstrar, sob a percepção dos comerciantes, os efeitos da implantação de mercados em Imperatriz, MA, em suas atividades.

Revisão de literatura

Atualmente, a atividade de pesca no país é regulamentada pela Lei nº 11.959/2009, Medida Provisória nº 870/2019 e Decreto nº 9.667/2019, que classificam a pesca como comercial ou industrial, artesanal, amadora, de subsistência e científica. Essas regulamentações também estipulam regras de gestão dos recursos, licenciamento, permissões específicas para as modalidades e incentivos na organização dos pescadores, medidas essenciais no processo de disponibilização do produto no mercado (BRASIL, 2019).

O Brasil possui um elevado potencial de mercado para peixes de água doce, como tilápia, carpa, tambaqui, tambacu e pacu, com incremento expressivo na oferta desses pescados no mercado (Filho et al., 2012). A tilápia, apesar de oriunda da criação intensiva em cativeiro, tem sido a mais comercializada na forma de filé e disponibilizada em supermercados, com o tambaqui ocupando a segunda posição (IBGE, 2021).

De acordo com Monitor Mercantil (2022), a maior parte da produção de pescados no país ainda é oriunda da atividade extrativista e não atende a um mercado altamente competitivo. O mercado do pescado vem crescendo gradativamente, impulsionado pelo aumento substancial da produção e pelos hábitos de consumo dos brasileiros, que a cada ano se elevam em 1,5%, com uma média de 20,5 kg por habitante por ano (MAPA, 2018).

Os consumidores buscam por características específicas de pescado, em função do valor nutricional e do custo. Assim, compreender os hábitos de consumo e elaborar ações que dinamizem o comércio do pescado é fundamental para a competitividade e oferta do produto (Filho *et al.*, 2012), seja no fluxo que se inicia com a pesca extrativista ou da piscicultura, passando pela armazenagem, condicionamento e disponibilidade em feiras, peixarias e mercados, até a organização em uma rede de distribuição e comercialização (Julio, 2015).

Em geral, a comercialização do pescado é feita *in natura*, nas diferentes formas de conservação e distribuição nos pontos de venda. O pescado recém-capturado pode ou não ter passado por processo de refrigeração, mas é adquirido no comércio em estado natural (Macedo, 2012). Em muitos casos, é apresentado congelado, desidratado na forma de salgado-seco, defumado ou industrializado por meio de enlatados, demonstrando elevado potencial de distribuição (Cunha *et al.*, 2021).

Os produtos *in natura* são comumente adquiridos em peixarias, mercados ou supermercados, mas, pelas características físicas do produto, são mais frequentemente obtidos nas feiras locais. Entretanto, o aspecto logístico que se estende da captura, distribuição e disponibilização pelo comerciante requer uma atenção especial devido ao grau de perecibilidade, às condições sanitárias e à saúde e segurança alimentar (Julio, 2015).

Procedimentos metodológicos

O estado do Maranhão está localizado na região nordeste do país, em um ponto geográfico limítrofe com a Região Norte. De acordo com o IBGE (2022), sua divisão ocorre em cinco mesorregiões denominadas de Centro, Leste, Oeste, Norte e Sul. A mesorregião Oeste Maranhense é formada por 52 municípios e subdivide-se em três microrregiões: Gurupi, Pindaré e Imperatriz, sendo esta última o mais importante entreposto comercial, econômico e populacional da Microrregião de Imperatriz, área deste estudo.

De acordo com dados do último censo demográfico do IBGE (2022), a Microrregião Tocantina é composta por 15 municípios, representando um total de 600.199 habitantes, uma área de 29.244 km², densidade de 20,5 hab./km² e altitude de 193m. Imperatriz representa a maior parte em densidade e população dessa região, denominada ainda de metropolitana do Sudoeste Maranhense. A pesca é praticada em ambiente fluvial, concentrada principalmente no Rio Tocantins, utilizando-se artes de pesca como remo, redes e tarrafas (IMESC, 2021).

A pesquisa foi aprovada pelo Comitê de Ética em Pesquisa – CEP por meio do parecer nº 5.830.239 de 20/12/2022 e foi realizada entre os meses de fevereiro e setembro de 2023. Nessa fase, foram feitas observação-participante e entrevistas com os comerciantes tanto no Mercado do Peixe de Imperatriz (Av. Beira Rio), que contém 15 boxes, dos quais apenas três estão em funcionamento, quanto no Mercado Vicente Fitz (Mercadinho), que possui 60 boxes, sendo 55 em funcionamento e apenas um comercializa pescado.

Assim, tornou-se possível ter uma base para estudos observacionais e comparativos entre os mercados analisados, iniciando-se com o registro das instalações, localização e produtos comercializados, conforme demonstrado nas figuras 1 e 2.



Figura 1. Vista frontal do mercado Vicente Fitz (mercadinho)

Fonte. IMESC, Instituto Maranhense de Estudos Socioeconômicos e Cartográficos, 2021.



Figura 2. Vista frontal do mercado do peixe de Imperatriz

Fonte. REIS, Huberland, 2021.

Para o levantamento de dados, utilizou-se um questionário composto por entrevista semiestruturada, contendo questões abertas para obtenção de dados qualitativos. Em seguida, realizou-se a análise de conteúdo conforme o modelo proposto por Cardoso *et al.* (2021), considerado um recurso metodológico adequado para este público-alvo, seguindo as fases cronológicas de pré-análise, análise e interpretação dos dados. É essencial seguir este procedimento, pois envolve dados obtidos por meio de comunicação direta com os entrevistados.

A abordagem junto aos comerciantes foi realizada utilizando o critério de acessibilidade, conforme o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Foi utilizada uma amostragem não probabilística denominada “bola de neve” (*snowball sampling*), recurso empregado devido à dificuldade de acesso ao público estudado, ocorrendo por meio de indicação entre os próprios pares de indivíduos dispostos a participar da entrevista qualitativa. Um intermediário inicial identificou pessoas com o perfil do estudo para suas contribuições (Bockorni *et al.*, 2021). Vinuto (2014) destaca a importância dessa metodologia ao considerar dificuldades de acesso a grupos específicos de pesquisa.

Os dados coletados foram agrupados por categorias, seguindo os objetivos da técnica qualitativa de análise de conteúdo, demonstrando a versatilidade e capacidade do autor em realizar estudos qualitativos (Campos, 2004). As fases de análise seguiram o modelo proposto por Richardson (2008), incluindo pré-análise (definição de recursos), categorização (sistematização e codificação de ideias) e interpretação (fundamentação teórica a partir dos resultados obtidos). Os entrevistados foram codificados com uma sigla composta pela letra “E” (entrevistado), seguida de um número para descrever sua ordem de um a sete.

No mercado de peixe, três comerciantes participaram do estudo, enquanto no “mercadinho”, quatro deles contribuíram para a pesquisa, sendo três vendedores nas calçadas do próprio mercado. As entrevistas foram realizadas nas dependências dos mercados, com duração média de 20 minutos. As respostas foram gravadas e posteriormente transcritas para análise. Após a análise dos dados, as gravações foram excluídas do aparelho telefônico para garantir a confidencialidade, sigilo e preservação da identidade dos participantes, conforme o TCLE.

Resultados e discussão

Categoria 1 – Participação em colônia de pescadores

Nas dependências do mercado do peixe de Imperatriz, há 15 boxes disponíveis para a comercialização de pescado. No entanto, apenas três desses boxes estão ocupados por comerciantes. No mercado “Vicente

Fitz”, a comercialização de produtos é diversificada, envolvendo carne bovina, suína, aves e peixes em 55 boxes. No entanto, apenas um desses boxes é utilizado para a comercialização de pescado.

E1: *“Participo de uma colônia de pescadores e é fundamental para a nossa organização e fortalecimento da categoria”.*

E2: *“Estou vinculada à colônia Z-29”.*

E3: *“A colônia que participo é muito importante para nos unirmos no setor que atuamos”.*

E4: *“Não participo”.*

E5: *“Desconheço algum tipo de colônia na cidade”.*

E6: *“Não sei se existe na cidade”.*

E7: *“Não tenho interesse”.*

Em Imperatriz, essa colônia é denominada de Zona 29 (Z-29), fundada em 30 de dezembro de 1978, com um registro de 300 a 400 pescadores. A Z-29 está vinculada ao Ministério do Meio Ambiente e Recursos Naturais Renováveis (MMA), por meio da Federação Maranhense de Pescadores (FMP), e reconhecida pelo poder público pela Lei Municipal nº. 263/1981 (Silva, 2005).

Justo *et al.*, (2019) afirmam que as colônias servem para instituir saberes e promover a concretização de direitos e acesso à cidadania aos pescadores artesanais. Segundo os autores, essas organizações atuam com representatividade e contribuem para que os seus membros tenham respaldo jurídico e percebam seus direitos com maior agilidade e celeridade.

Sottili *et al.*, (2019) afirmam que a Lei nº 10.779/03, que dispõe sobre a concessão do seguro-defeso, é uma das garantias ao pescador artesanal de receber um salário-mínimo mensal no período em que a pesca esteja restrita devido à piracema (reprodução das espécies). De acordo com Acauan *et al.*, (2018), o Brasil possui uma estimativa de mais de um milhão de indivíduos atuando diretamente na atividade de pesca, sendo a maioria na modalidade artesanal.

Categoria 2 – Comercialização do pescado

Nesta categoria busca-se compreender como esses comerciantes atuam na venda do pescado dado ao local que atuam e nas condições de infraestrutura que são disponibilizadas.

E1: *“Possuo um boxe adequado para as vendas”.*

E2: *“Realizo a venda num local adequado e com condições necessárias para a manutenção da qualidade do peixe”.*

E3: *“Gosto de realizar a venda dos peixes em caixas de isopor na calçada do mercado de forma mais visível e ao alcance dos clientes”.*

E4: *“Tenho um boxe para a venda, mas não é adequado às necessidades”.*

E5: *“O boxe é até interessante, os clientes costumam nos visitar”.*

E6: *“Já tenho alguns clientes fiéis que sempre compram na minha mão”.*

E7: *“Eu vendo tanto no boxe como nas calçadas, vou atrás de onde o cliente está”.*

Culturalmente, no país, os pescadores têm o hábito de comercializar seus produtos em ruas ou feiras livres, a “céu aberto”. Não necessariamente o vendedor é quem realizou a pesca, pois deve-se considerar a figura do atravessador. Esses são indivíduos importantes, que possuem recursos financeiros para investir em equipamentos de armazenagem do produto e negociar diretamente com os pescadores no cais do porto (Silva, 2005).

Santos *et al.*, (2016) afirmam que os mercados são locais essenciais para o desenvolvimento

socioeconômico dos pequenos produtores de pescado e dos próprios pescadores. No entanto, destacam a necessidade de infraestrutura mínima para a manipulação e comercialização adequadas desses produtos.

Silva *et al.*, (2015) esclarecem que a comercialização de pescado exige atenção tanto dos agentes públicos quanto privados, devido à natureza dos alimentos destinados ao consumo humano. Para os autores, feiras livres e mercados públicos devem garantir condições adequadas para o armazenamento do pescado, evitando sua deterioração.

Dados registrados em 2011 indicam que o consumo por pessoa (*per capita*) de peixes era de 11 kg/ano, aumentando para 14,4 kg/ano, em 2015. Este aumento significativo na compra pelos consumidores é observável em comparação com a recomendação da Organização Mundial da Saúde (OMS), que é de 12 kg/ano, destacando o aquecimento do mercado e a necessidade de investimentos em infraestrutura de comercialização (FAO, 2016; BRASIL, 2017).

Categoria 3 – Importância e efeitos da implantação do mercado para as vendas

Com o objetivo de garantir um espaço adequado para a comercialização do pescado e promover o desenvolvimento das atividades da colônia de pescadores na cidade de Imperatriz, foi realizada a reforma das antigas instalações que, na verdade, estavam desativadas e demolidas desde o ano de 2004.

Após 15 anos, por meio de uma política pública do Governo Federal, representado pelo Ministério da Pesca e Aquicultura, e um convênio com o Governo Municipal, o Mercado do Peixe foi inaugurado com novas instalações que incluem 15 boxes, sala de reuniões, auditório, laboratório de informática, cabine para transporte de pessoas com deficiência, salas comerciais e banheiros adaptados para portadores de necessidades especiais (Bastos, 2003).

E1: “Melhorou muito nas vendas com a reforma do mercado do peixe na Beira Rio”.

E2: “Eu acredito que melhorou porque estamos num local que já é considerado o melhor lugar para comprar peixes”.

E3: “Acho que melhorou um pouco, mas poderia ser melhor”.

E4: “Aqui no mercadinho foi importante a chegada do mercado”.

E5: “Para quem mora no centro ou está de passagem por aqui é o lugar ideal para comprar peixe e isso ajuda muito nas vendas”.

E6: “O mercadinho por ter de tudo e mais um pouco por si só já ajuda no fluxo de pessoas para as vendas dos peixes”.

E7: “O mercado é bom, mas acredito que deveria ter reforma constantemente”.

De acordo com os resultados apresentados, percebe-se uma divisão de opiniões quanto aos efeitos causados pela implantação e modernização do mercado na demanda pelos seus produtos.

Observações no local (*in loco*) revelaram uma dificuldade de apropriação do espaço físico pelos comerciantes, já que apenas três dos boxes disponíveis estão ocupados. Isso representa um desafio para o poder público municipal, a colônia de pescadores, revendedores e clientes, tornando essencial tornar o espaço mais atrativo e competitivo em relação a outros meios de venda na cidade.

As vendas podem ser influenciadas por diversos fatores, incluindo a localização do mercado do peixe, os preços estabelecidos, conforme custos e concorrência, e a qualidade do produto conforme as normas de segurança e vigilância em saúde. É fundamental que o manejo e processamento do peixe sigam as normas vigentes de manipulação de alimentos, garantindo não apenas a satisfação do cliente, mas também um produto seguro para consumo (Cribb, 2018).

Com a implantação do mercado do peixe em Imperatriz, esperava-se impulsionar as vendas de pescados através dos 15 boxes disponibilizados aos comerciantes. No entanto, conforme mencionado

na metodologia da pesquisa, apenas três desses boxes são ocupados e utilizados para a comercialização de produtos. Isso reflete-se nas respostas dos entrevistados quando questionados sobre um aumento no número de comerciantes após a entrega da obra na cidade.

E1: *“Não houve aumento na procura pelos produtos, continuou a mesma coisa”.*

E2: *“Com ou sem mercado as pessoas continuam nos procurando”.*

E3: *“Com o mercado as vendas melhoraram um pouco mais”.*

E4: *“Não vejo diferença”.*

E5: *“Permaneceu da mesma forma”.*

E6: *“Acho que melhorou um pouco”.*

E7: *“Está do mesmo jeito, continuamos vendendo sem grandes aumentos”.*

No entanto, observações *in loco* indicam que o aumento mencionado por uma minoria pode ter ocorrido não necessariamente dentro do próprio mercado, mas nas calçadas ao seu redor. A estrutura física do mercado do peixe de Imperatriz proporciona a realização de oficinas, cursos, workshops e outras metodologias de capacitação profissional.

Oferecer essas oportunidades de formação aos comerciantes é crucial não apenas para expandir suas visões além da simples venda, mas também para compreender as ferramentas e estratégias necessárias para alcançar os consumidores. Nesse contexto, os processos formativos sobre o manuseio e gestão do pescado poderiam aprofundar o conhecimento em estratégias de vendas e mercado.

Como afirmado por Silva (2021), caracterizar o público-alvo é essencial para quem está oferecendo um produto no mercado. É através desse estudo que se busca entender as necessidades e desejos dos clientes, identificando para qual segmento da população o produto se destina.

E1: *“Costumo vender tanto para pessoa física como jurídica”.*

E2: *“Aqui eu vendo para qualquer público”.*

E3: *“Eu quero vender o meu produto independente de quem seja”.*

E4: *“Eu vendo mais para pessoa física”.*

E5: *“Vendo para qualquer tipo de pessoas”.*

E6: *“Não escolho o tipo de cliente, quero mesmo é vender”.*

E7: *“Eu só gosto de vender para pessoa física”.*

Os dados revelam uma dificuldade dos comerciantes em caracterizar seus clientes. Analisar as características socioeconômicas do segmento pesqueiro e suas ações enquanto comunidade é essencial para estudar e formular estratégias para uma gestão eficaz (Acauan, 2018).

Compreender a importância socioeconômica desses comerciantes na comercialização do pescado representa um dos grandes desafios para o poder público, especialmente considerando que sua atuação contribui significativamente para a circulação de renda neste segmento de mercado.

Categoria 4 – Orientações e capacitações sobre normas de vigilância sanitária

Esta categoria visa apresentar os resultados sob a ótica dos perigos e doenças que os clientes podem estar suscetíveis ao adquirir o produto desses comerciantes. De acordo com a Agência Nacional de Vigilância Sanitária – ANVISA (2008), a definição de perigo está associada a qualquer agente biológico, químico e físico que de alguma forma podem afetar a integridade e/ou manutenção da saúde por meio de um alimento potencialmente danoso.

E1: *“Possuo licença da vigilância sanitária”.*

E2: *“Tenho o certificado”.*

E3: *“Não possuo certificação, mas continuo atuando”.*

E4: *“Sigo as normas da vigilância”.*

E5: *“Sempre me atento para a qualidade do produto e sigo as normas sanitárias”.*

E6: *“Não ligo muito pra isso”.*

E7: *“Eu garanto um produto de qualidade mesmo sem ter certificação”.*

As Doenças Transmitidas por Alimentos (DTAs) são muito comuns no Brasil, devido ao baixo nível socioeconômico da maior parte da população e ao desconhecimento dos riscos associados ao consumo de produtos mal manipulados.

Os fatores que afetam a qualidade do pescado comercializado incluem armazenagem, manipulação e preparo inadequados, que frequentemente favorecem a contaminação por microrganismos. Entre os locais de comercialização, as feiras livres representam os ambientes mais vulneráveis à qualidade do pescado, uma vez que muitas vezes não dispõem dos equipamentos necessários para refrigeração e manipulação adequada (Silva et al., 2008).

Quando questionados sobre a frequência com que os comerciantes do mercado do peixe recebem instruções sobre as condições sanitárias para o manuseio e comercialização do pescado, os respondentes afirmaram que:

E1: *“De vez em quando recebemos alguma orientação”.*

E2: *“Difícilmente alguém vem aqui nos falar sobre isso”.*

E3: *“A Prefeitura já tentou fazer algumas ações de conscientização”.*

E4: *“Já participei de alguns cursos de manipulação de alimentos”.*

E5: *“Desconheço qualquer atitude da vigilância para nos orientar”.*

E6: *“Uma vez ou outra eles vêm aqui dar algumas orientações”.*

E7: *“Não vejo com frequência isso”.*

Esses dados revelam uma discordância entre os relatos, pois uma minoria afirma ter recebido orientações adequadas de vigilância em saúde, enquanto a maioria relata o contrário, evidenciando uma falha na implementação dessa política local, conforme a ANVISA (2007).

Entre suas atribuições, a ANVISA promove o controle dos alimentos de acordo com as normas sanitárias, estabelecendo regras necessárias e avaliando as condições higiênicas dos produtos durante o processo de manufatura ou manipulação, utilizando recursos tecnológicos e monitorando a qualidade dos alimentos disponíveis no mercado.

Considerando que o poder público alcança a sociedade, comerciantes, pescadores e outros agentes econômicos envolvidos no comércio de pescado em Imperatriz, é evidente a necessidade de avançar além da estrutura física. Nesse sentido, quando questionados sobre a frequência com que participam de programas de capacitação sobre manuseio e gestão do pescado, os entrevistados afirmaram que:

E1: *“Nunca participei de qualificações”.*

E2: *“Teve uma vez no ano passado que participei”.*

E3: *“Isso é muito raro acontecer aqui”.*

E4: *“É complicado porque só aparecem aqui para querer multar ou punir de alguma forma”.*

E5: *“Nunca participei de cursos assim”.*

E6: *“Seria bom se tivesse, mas entra Prefeito e sai Prefeito e nada disso”.*

E7: *“Queria participar, mas infelizmente não tem”.*

De acordo com o MPA (2015), no contexto das políticas públicas de qualificação profissional, o governo federal possui programas de formação continuada para capacitar esses agentes na redução de perdas na qualidade do produto, técnicas específicas de manipulação, gerenciamento de receitas e custos, entre outros objetivos.

Costa e Souza (2012) reiteram a necessidade de capacitar os agentes que manipulam peixes para a venda, destacando que o conhecimento especializado na área contribui significativamente para a redução de desperdícios através de orientações sobre exposição, armazenamento e minimização da geração de resíduos.

Garcez (2022) destaca a importância de promover capacitações com foco em “higiene, manipulação e conservação do pescado”, enfatizando que o manejo inadequado poderia ser evitado com programas de treinamento para os comerciantes de mercados.

Sedrez *et al.*, (2013) afirmam que para que a atividade pesqueira possa gerar emprego, renda e alimentos para os consumidores, é crucial que a gestão pública em todas as esferas do governo realize pesquisas sobre o setor para entender melhor a realidade dos pescadores.

Conhecer a dinâmica de mercado é fundamental para os comerciantes, especialmente para lidar com as adversidades impostas pelo mercado. Nesse contexto, inclui-se a formação do preço, que, conforme Las Casas (2006), é um composto mercadológico que visa quantificar o valor atribuído ao produto, refletindo o esforço daquele que vende e os recursos empregados, como mão-de-obra, custos, fatores sazonais, entre outros.

Categoria 5 – Avaliação das condições físicas do mercado

Para os agentes públicos é importante considerar que o mercado, em seu processo de reforma, ampliação e/ou modernização, é lugar de construção de uma identidade entre os agentes que fazem deste local a sua fonte de renda e a sociedade.

E1: *“Gosto muito de trabalhar aqui”.*

E2: *“O mercado é um bom lugar”.*

E3: *“Aqui no mercado construímos relações com os clientes que se tornam amigos”.*

E4: *“Estar no mercado é muito bom pra ser reconhecido”.*

E5: *“O mercado é regular, só precisa melhor mais um pouco com reformas constantes”.*

E6: *“Gosto de trabalhar no mercado, mas, pode melhorar”.*

E7: *“Aqui precisa de um olhar do poder público pra que a gente possa trabalhar dignamente”.*

Segundo Vidal (2015), os mercados são parte integrante da identidade sociocultural, representando a vitalidade da vida urbana da população local. Esses espaços demonstram capacidade de reinvenção e resistência às mudanças físicas ao longo do tempo, mantendo-se como referências nas localidades onde estão situados, mesmo diante das transformações físicas, políticas e econômicas que ocorrem ao longo dos anos, conforme destacado pelo autor.

Categoria 6 – Empreendedorismo e meios de gestão comercial

Além das condições físicas e dos mecanismos de qualidade dos produtos, é oportuno discutir a formalização desta atividade econômica para esses vendedores. Sobre este aspecto, os entrevistados foram questionados quanto à legalização de sua atividade e responderam que:

E1: *“Sou informal não tenho CNPJ”.*

E2: *“Prefiro trabalhar na informalidade”.*

E3: *“Não tenho interesse em me formalizar”.*

E4: *“Sou microempreendedor individual”.*

E5: *“Nunca vi necessidade de me formalizar”.*

E6: *“Ser formalizado é ruim, o que ganhamos boa parte vira imposto”.*

E7: *“Não sei das vantagens de ser microempreendedor”.*

Telles et al. (2016) esclarecem que ainda é pouco conhecido ou raramente abordado em pesquisas científicas os fatores que levam um indivíduo a buscar a formalização de sua atividade. No entanto, para aqueles que permanecem na informalidade, características como fatores financeiros, qualidade de vida e jornada de trabalho são determinantes nessa decisão.

Campanha (2018) menciona que uma das limitações para os pescadores se formalizarem é sua condição de produtor rural, onde é necessário escolher entre manter esse registro ou se enquadrar como Microempreendedor Individual (MEI). Apesar dessa restrição, o enquadramento de pescadores e comerciantes como MEI Rural facilita a obtenção de diversos benefícios para ambos.

Dornelas (2005) afirma que o empreendedorismo envolve principalmente a capacidade de agregar recursos humanos aos processos para transformar ideias em oportunidades através de sinergia. Para Escarlante (2010), um empreendedor possui essencialmente a capacidade de identificar oportunidades e direcionar seus esforços para ações inovadoras que inspirem, renovem e liderem pessoas.

A Lei Complementar nº 123/2006 foi criada no Brasil para unificar os impostos municipais, estaduais e federais, conhecida como Simples Nacional, destinada a Microempresas (ME) e Empresas de Pequeno Porte (EPP). No entanto, inicialmente não contemplava trabalhadores autônomos nem incentivava a formalização dos empreendedores individuais.

Em 2008, foi promulgada a Lei Complementar nº 128/2008, que criou a figura do Microempreendedor Individual (MEI), proporcionando vantagens como redução da carga tributária, facilidade na abertura do Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas (CNPJ), acesso aos direitos previdenciários, emissão de nota fiscal, acesso a crédito e financiamento bancário, entre outros.

Quanto ao financiamento bancário, os entrevistados foram questionados se já utilizaram ou utilizam recursos de terceiros para investir na atividade comercial, e responderam que:

E1: *“Nunca busquei dinheiro no banco para a minha atividade”.*

E2: *“Acho que buscar dinheiro num banco já é sinal de que as coisas estão ruins”.*

E3: *“Evito sempre buscar dinheiro em banco”.*

E4: *“Já fiz empréstimo bancário para ajudar no negócio”.*

E5: *“Graças à Deus nunca busquei dinheiro em banco”.*

E6: *“Por enquanto não preciso, mas um dia, quem sabe”.*

E7: *“Não sabia que poderia buscar dinheiro para ajudar na minha atividade”.*

Pilz (2017) afirma que o MEI pode ter acesso a inúmeros benefícios que são propostos pela própria legislação, a exemplo disso têm-se o acesso a instituições financeiras, o registro formal como pessoa jurídica, acesso a empréstimos e demais serviços propostos pelos bancos, agências de fomento, dentre outros.

Dessa forma, considerando o acesso ao crédito é possível perceber que os comerciantes do mercado municipal de Imperatriz, por serem em sua grande maioria trabalhadores informais, podem desconhecer deste benefício concedido pela Lei n. 128/2008 ao MEI, isso se agrava quando considera-se que a venda do pescado sofre alterações ao longo do ano, seja por fatores sazonais quanto à pesca em si – período da

piracema, por exemplo – como pela demanda dos consumidores.

No que tange a benefícios, os entrevistados foram questionados quanto ao recebimento de recursos por garantias previdenciárias ou bolsa família os entrevistados afirmaram que:

E1: *“Não sei de quais benefícios posso ter como comerciante”.*

E2: *“Como eu sou informal tenho medo de procurar algo e me impedirem de trabalhar”.*

E3: *“Nunca recebi benefícios”.*

E4: *“Como sou MEI sei que tenho vantagens nos direitos da previdência”.*

E5: *“Não sei dos meus direitos”.*

E6: *“Não me formalizei por isso sei que não tenho direito a nada”.*

E7: *“Como não pago imposto não tenho direitos”.*

De acordo com o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas - SEBRAE (2022), muitos trabalhadores informais desconhecem os direitos assegurados para os MEI's, o que os limita à formalização. Entre os benefícios da previdência social, destacam-se o auxílio-doença, aposentadoria por invalidez, auxílio reclusão, salário maternidade e aposentadoria por idade, que são acessíveis tanto para o empresário quanto para os funcionários contratados.

Sob esse aspecto das garantias para o MEI, a Resolução nº 94/2011, que dispõe sobre o Regimento Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições, menciona no art. 96 que “O MEI poderá contratar um único empregado que receba exclusivamente um salário mínimo [...]”. Isso significa que é possível criar empregos através da atividade comercial do MEI.

Quanto à necessidade de contratação de funcionários após a ampliação e reforma do mercado do peixe de Imperatriz, os entrevistados foram questionados e afirmaram que:

E1: *“Trabalho sozinho e isso já basta”.*

E2: *“Eu gosto de trabalhar sozinho e já sei como funciona tudo aqui”.*

E3: *“Não preciso de ajuda”*

E4: *“Pretendo contratar alguém, principalmente se for próxima a mim”.*

E5: *“Acho desnecessário isso”.*

E6: *“Ainda não precisei contratar alguém”.*

E7: *“Meu trabalho, eu dou conta”.*

Outro fator importante a ser analisado consiste na transmissão geracional do trabalho entre pais comerciantes e seus filhos. Além de serem amparados pela legislação do MEI na contratação conforme a Consolidação das Leis do Trabalho – CLT, garantindo o salário mínimo e o recolhimento da previdência social, cabe destacar o interesse (ou desinteresse) das gerações na continuidade da atividade familiar.

E1: *“Ninguém da família me ajuda”.*

E2: *“Não tenho ajuda”.*

E3: *“Às vezes, meus filhos me ajudam, mas não é sempre”.*

E4: *“Meus filhos não têm interesse”.*

E5: *“Às vezes, algum familiar vem e me ajuda, mas não é sempre”.*

E6: *“Infelizmente, não tenho o interesse dos filhos pela atividade”.*

E7: *“Meu filho não me ajuda e não demonstra vontade para isso”.*

Nas palavras de Santos (2016), a pesca artesanal é uma atividade que requer baixo investimento

de recursos e possibilita ao pescador um trabalho com maior flexibilidade, podendo ser exercida concomitantemente com outras atividades. Portanto, para os comerciantes, é um grande desafio transformar essa atividade em um legado geracional e despertar o interesse das famílias em perpetuar o negócio.

Considerações finais

O estudo buscou compreender a realidade dos comerciantes que ocupam o Mercado do Peixe de Imperatriz, evidenciando os fatores que influenciam em seus resultados de vendas e o suporte necessário para garantir a comercialização do produto. Os dados coletados indicam que esses comerciantes estão organizados em uma colônia, o que contribui para a garantia da venda do produto e facilita a obtenção das espécies a serem comercializadas.

Antes da construção das instalações físicas do mercado, eram comuns práticas impróprias para a venda do produto, como condições sanitárias inadequadas, resultando em riscos de contaminação em caixas de isopor e nas calçadas da Avenida Beira Rio, um cartão postal da cidade e principal local de comércio de pescado. No entanto, mesmo após a implementação da estrutura física para comercialização, apenas 20% dos boxes estão ocupados, e os comerciantes desconhecem se o uso do local tem contribuído para o aumento nas vendas.

Os comerciantes reconhecem a importância das instalações, mas têm dificuldade em caracterizar seu público-alvo e utilizar instrumentos para melhorar a divulgação do mercado e de seus produtos. Recebem apoio do governo municipal para capacitação e orientação no manuseio do produto, mas muitos ainda permanecem como trabalhadores informais, sem interesse na formalização da atividade através do Microempreendedor Individual (MEI), o que poderia proporcionar benefícios como a contratação de até um colaborador ou acesso a financiamentos para a melhoria ou expansão do negócio.

Culturalmente, os comerciantes enfrentam dificuldades em manter o comércio do pescado como fonte de renda primária, recorrendo frequentemente a auxílios financeiros do governo através de programas sociais. Além disso, a participação das gerações mais jovens na atividade é limitada, indicando uma possível falta de continuidade no comércio iniciado por seus antecessores.

Os entrevistados representam a totalidade da ocupação dos boxes e foram acessíveis para participar da pesquisa em novembro de 2022. Considera-se que o Mercado do Peixe de Imperatriz possui uma estrutura adequada para a manipulação e comercialização do pescado, com espaços bem definidos e amplos tanto para comerciantes quanto para consumidores.

No entanto, muitas áreas dentro das dependências do mercado, como auditório e laboratório de informática, não estão sendo plenamente utilizadas para capacitação durante períodos específicos, como o seguro defeso, quando os pescadores têm mais disponibilidade de tempo. A gestão pública precisa implementar programas de incentivo à qualificação contínua, abordando temas como responsabilidade ambiental e melhoria do manejo do produto, para melhorar a prática da pesca e do comércio local.

Os comerciantes também carecem de programas que os incentivem a migrar do trabalho informal para o formal, através de iniciativas como o Microempreendedor Individual, necessitando de orientação sobre os benefícios e melhorias na gestão que podem ser alcançadas com essa formalização. É evidente que apenas a estrutura física adequada não é suficiente para garantir o sucesso da atividade; é fundamental uma colaboração mais estreita entre poder público, colônia de pescadores e outros agentes envolvidos na cadeia produtiva da pesca.

Conflito de interesse

Os autores declaram não haver conflitos de interesse de nenhuma natureza.

Referências

ACAUAN, R. C.; BRANCO, J. O.; TEIXEIRA, B.; RODRIGUES FILHO, J. L.; POLETTE, M. **A pesca artesanal no município de Pena (SC):** uma releitura do contexto socioeconômico da atividade e da capacidade adaptativa do setor. *Desenvolv. Meio Ambiente*, v. 49, p. 150-166, dezembro 2018

AGÊNCIA NACIONAL DE ÁGUAS (Brasil). **Disponibilidade e demandas de recursos hídricos no Brasil.** Brasília: ANA, 2005.

AGÊNCIA NACIONAL DE VIGILÂNCIA SANITÁRIA (Brasil). **Perspectiva sobre a análise de risco na segurança dos alimentos:** curso de sensibilização. Rio de Janeiro: Área de Vigilância Sanitária, Prevenção e Controle de Doenças - OPAS/OMS, 2008. 160 p. Disponível em: <https://iris.paho.org/handle/10665.2/34152>. Acesso em: mar. 2023.

BRASIL. **Vigilância Sanitária:** alimentos, medicamentos, produtos e serviços de interesse à saúde. IDEC: 2007.

BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. **Programa oferece 20 mil vagas para cursos de pesca e aquicultura.** 2015. Disponível em: <https://www.seafoodbrasil.com.br/programa-oferece-20-mil-vagas-para-cursos-de-pesca-e-aquicultura>. Acesso em: 31 mar. 2023.

BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. Departamento de Ordenamento e Desenvolvimento da Pesca. Brasília, 2023.

BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. **Consumo e tipos de peixes no Brasil.** 2018. Disponível em: <https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/mpa/rede-do-pescado/consumo-e-tipos-de-peixes-no-brasil#:~:text=No%20Brasil%2C%20o%20consumo%20de,Oliveira%3B%20Ramos%2C%202016>). Acesso em: 08 jul. 2023.

BRASIL. Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. *Portaria n. 185, de 13 de maio de 1997. Regulamento Técnico de Identidade e Qualidade de Peixe Fresco (Inteiro e Eviscerado).* Brasília (DF), 1997.

BRASIL. **Programa pesca e aquicultura (PPA),** 2010. Disponível em: <http://www.mpa.gov.br/mpa/seap/conape/doc_reunioes/2011/PPA%20Caracteriza%C3%A7%C3%A3o%20Aquicultura%20e%20Pesca%20> Acesso em: fev. 2023.

BRASIL. *Portaria n. 471, de 26 de dezembro de 1973.* Aprova o estatuto para as colônias de pescadores. Brasília: Ministério da Agricultura, 1973.

BRASIL. Resolução CGSN n. 94, de 29 de novembro de 2011. *Regime Especial Unificado de Arrecadação de Tributos e Contribuições.* Brasília (DF), 2011.

BRASIL. **Economia e Emprego.** Disponível em: <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/20344054/producao-de-peixes-no-brasil-cresce-com-apoio-de-pesquisas-da-embrapa>>. Acesso em 20 abr 2023.

BOCKORNI, B. R. S.; GOMES, A. F. **A amostragem em snowball (bola de neve) em uma pesquisa qualitativa no campo da administração.** *Revista de Ciências Empresariais da UNIPAR, Umuarama*, v. 22, n. 1, p. 105-117, jan./jun. 2021.

CAMPANHA, L. J.; LORENZO, H. C. de. **A formalização de empreendedores rurais:** potencialidades da lei do MEI. Disponível em: https://www.uniara.com.br/legado/nupedor/nupedor_2018/1B/6_Lucas_Campanha.pdf. Acesso em: 22 abr. 2023.

CAMPOS, C. J. G. **Método de análise de conteúdo:** ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde. *Revista Brasileira de Enfermagem*, Brasília (DF), v. 57, n. 5, p. 611-614, set./out. 2004.

CARDOSO, M. R. G.; OLIVEIRA, G. S. de; GHELLI, K. G. M. **Análise de conteúdo:** uma metodologia da pesquisa qualitativa. *Cadernos da Fucamp*, v.20, n.43, p.98-111/2021.

COSTA, S. R.; SOUZA, P. A. R. **O impacto dos resíduos de pescado:** o caso da “feira do bagaço” no município de Parintins no Amazonas. *DELOS: Desarrollo Local Sostenible*, v. 5, n. 14, p. 25, 2012.

CRIBB, A. Y. *et al.* **Manual técnico de manipulação e conservação de pescado.** Brasília, DF: Embrapa, 2018.

CUNHA, D. C.; SOUZA, J. H. R. de; CASSOL, G. Z.; MACIEL, R. da S.; SILVA, L. K. S. da. **Comercialização e consumo de pescado na região metropolitana de Cuiabá-MT:** percepção da qualidade, formas de apresentação dos produtos e destino dos resíduos. *Brazilian Journal of Food Research*, Campo Mourão, v. 12, n. 1, p. 26-44, jan./mar. 2021.

DORNELAS, J. C. A. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 2. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2005.

- EMBRAPA. **PESCA E AQUICULTURA**. 2023. Disponível em: <https://www.embrapa.br/tema-pesca-e-aquicultura/nota-tecnica>. Acesso em: 21 abr. 2023.
- FAO, Food and Agricultural Organization of the United Nations. **The state of world fisheries and aquaculture 2016**. Rome: FAO, 2016.
- FEITOSA, A. C.; GRAÇA, J. C. P. da; DANTAS, S. C. M. **Território e territorialidades no triângulo oeste maranhense**. *Ciência Geográfica*, Bauru, v. XXV, n. 4, p. 1-xx, jan./dez. 2021.
- FILHO, J. D. S.; SCORVO, C. D. F.; DONADELLI, A. **Novas formas de comercialização ampliam retornos a produtores**. *Visão agrícola*, n. 11, dez. 2012.
- FILHO; M. X. P.; et al. **O mercado de peixes da piscicultura no Brasil: estudo do segmento de supermercados**. Palmas, TO: Embrapa Pesca e Aquicultura, 2020.
- FRANCO, D. **Colônia de pescadores Z-I de Macapá-AP** (Uma experiência de associativismo). Macapá: ASTER/PESCART, 1978.
- GARCEZ, J. R. et. al. **Identificação das espécies, condições higiênicos-sanitárias e qualidade do pescado comercializado em um município amazônico distante dos grandes centros urbanos**. *Research, Society and Development*, v. 11, n. 11, e384111133780, 2022.
- IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Atualização dos recortes territoriais amplia Região Metropolitana do Sudoeste Maranhense**. AGENCIA IBGE NOTÍCIAS. 2021.
- IMESC. **Enciclopédia dos Municípios Maranhenses: região de desenvolvimento do Tocantins maranhense**. São Luís, IMESC, 2021.
- JULIO, I. G. **REDES DE COMERCIALIZAÇÃO DE PEIXES IN NATURA NAS FEIRAS LIVRES MUNICIPAIS DE PALMAS - TO**. 2015. 104 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Ciências do Ambiente, Universidade Federal do Tocantins, Palmas, 2015.
- JUSTO, F. S.; SOTTILI, L. A.; ESSY, D. B. **Contribuições da Educação Ambiental para o fortalecimento das Colônias de Pesca Z1 e Z2 para atuarem na mediação entre os órgãos governamentais e os pescadores artesanais**. *RELACult*. v. 05, ed. especial, abr., 2019, artigo nº 1342. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.23899/relacult.v5i4.1342>. Acesso em: 22, abr, 2023.
- LAS CASAS, A. L. **Marketing: conceitos, exercícios, casos**. 7 ed. 2. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006. 392p.
- MACEDO, A. R. G. *et al.* **Análise das Condições Higiênico-Sanitárias na Venda de Pescado “in natura” no Mercado de Peixe no Município de Castanhal-Pará, Brasil**. **3º Congresso Internacional de Tecnologias Para O Meio Ambiente**, Bento Gonçalves, p. 01-08, abr. 2012.
- MARANHÃO (NUGEO). **Bacias hidrográficas: subsídios para o planejamento e a gestão territorial**. Universidade Estadual do Maranhão/Núcleo Geoambiental, São Luís: UEMA, 2011.
- PEIXES de cultivo: **R\$ 8 bi com a venda de 841 mil toneladas em 2021**. Disponível em: <https://monitormercantil.com.br/peixes-de-cultivo-r-8-bi-com-a-venda-de-841-mil-toneladas-em-2021/>. Acesso em: fev. 2023.
- PILZ, S. E. **Microempreendedor Individual: uma análise no município de mato leitão**. (Monografia). Universidade do Vale do Taquari. Lajeado, 2017.
- REIS, H. **Mercado do Peixe segue sem funcionar em Imperatriz**. Disponível em: <https://www.correioma.com.br/noticia/1619/mercado-do-peixe-segue-sem-funcionar-em-imperatriz>. Acesso em: 13 dez. 2021.
- RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social: Métodos e Técnicas**. 4.ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- SANTOS, E. ALVARENGA, F. NOGUEIRA, S. RIBEIRO, I. **Avaliação das Condições Higiênico-Sanitárias no comércio de Pescados em um Mercado de Peixe**. v. 18 N°3. p 151- 157. 2016.
- SANTOS, M. do C. F.; SANTOS, C. F. dos; BRANCO, J. O.; BARBIERI, E. **Caracterização da pesca e dos pescadores artesanais de camarões penaeidae em salina no município de Macau – Rio Grande do Norte**. *Boletim do Instituto de Pesca*, São Paulo, v. 42, n. 2, p. 465-478, 2016.
- SEBRAE. Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas. **Quais são os benefícios previdenciários do MEI?**. 17. Out. 2022. Disponível em: <https://www.sebrae-sc.com.br/blog/beneficios-previdenciarios-do-mei> Acesso em: mar. 2023.

SEDREZ, M. C.; SANTOS, C. F. dos; MARENZI, R. C.; SEDREZ, S. T.; BARBIERI, E.; BRANCO, J. O. **Caracterização socioeconômica da pesca artesanal do camarão sete-barbas em Porto Belo – SC.** *Boletim do Instituto de Pesca*, São Paulo, v. 39, n. 3, p. 311-322, 2013.

SILVA, A. P. da. **Pesca artesanal brasileira.** Aspectos conceituais, históricos, institucionais e prospectivos/ Adriano Prysthon da Silva – Palmas: Embrapa Pesca e Aquicultura, 2014.

SILVA, A. E. de P. da. **A organização social da colônia de pescadores de Imperatriz Zona 29 (CPI Z-29).** 2005. 99 f. Dissertação (Doutorado) - Curso de Planejamento do Desenvolvimento, Universidade Federal do Pará, Belém, 2005.

SILVA, D. da. **O que é público-alvo.** 18. Jan. 2021. Web Content & SEO Associate. Disponível em: <<https://www.zendesk.com.br/blog/o-que-e-publico-alvo/>> Acesso em: mar. 2023.

SILVA-JÚNIOR, A. C. S.; SILVA, A. S. S.; BRITO, T. P.; FERREIRA, L. R. **Ocorrência de Staphylococcus coagulase positiva e coliformes termotolerantes em Jaraqui, Semaprochilodus brama (Valenciennes, 1850) comercializado na Feira do Pescado, Macapá-AP.** *Biota Amazônia*, v. 5, n. 1, p. 32-36. 2015.

SILVA, M. L. da; MATTE, G. R.; MATTE, M. H. **Aspectos sanitários da comercialização de pescado em feiras livres da cidade de São Paulo, SP/Brasil.** *Revista do Instituto Adolfo Lutz*, v. 67, n. 3, p. 208-214, 2008.

SOTTILI, L. A.; JUSTO, F. da S. **A fragilização das colônias de pesca e o acesso à seguridade social:** apontamentos sobre a lei nº 13.846/19. Disponível em: <https://repositorio.furg.br/bitstream/handle/1/8865/A%20FRAGILIZA%C3%87%C3%83O%20DAS%20COL%C3%94NIAS%20DE%20PESCA%20E%20O%20ACESSO%20%C3%80%20SEGURIDADE%20SOCIAL.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 22 abr. 2023.

SRH/MMA. **Ecorregiões aquáticas do Brasil.** Brasília: Ministério do Meio Ambiente / Secretaria de Recursos Hídricos. 2005.

TEIXEIRA, S. K. da C. A.; ABREU, S. K. da C.; CARNEIRO, B. L. V.; MARQUES, I. L. da R.; MELO, I. L.; de VASCONCELOS, G. L.; GIRÃO, M. V. D. **Avaliação higiênico-sanitária do comércio de peixes antes, durante e após a semana santa no estado do Ceará.** *Revista Eletrônica Acervo Saúde*, v.12, n. 12, p. e5479, 2020. <https://doi.org/10.25248/reas.e5479.2020>

TELLES, R. et al. **Formalidade ou informalidade:** análise sobre os fatores presente na decisão do microempreendedor brasileiro. *Revista Alcance*, vol. 23, núm. 2. Universidade do Vale do Itajaí: 2016.

UEMA, Universidade Estadual do Maranhão. Centro de Ciências Agrárias. Núcleo Geoambiental. **Bacias hidrográficas e climatologia no Maranhão.** São Luís, 2016.

VIDAL, C. C. P. **Os mercados públicos e a História da cidade:** Belém no final do século XIX e início do século XX. In: LEITÃO, Wilma Marques (org). *Ver-o-Peso: Estudos antropológicos no mercado de Belém. Volume II.* Belém: Paka-Tatu, 2015. p. 17-37

VINUTO, Juliana. **A amostragem em bola de neve na pesquisa qualitativa:** um debate em aberto. *Temáticas*, Campinas, v. 22, n. 44, p. 203-220, 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/16320788/A_Amostragem_em_Bola_de_Neve_na_pesquisa_qualitativa_um_debate_em_aberto. Acesso em: 21 out. 2023.