ReGeo
ISSN: 2177-3246

PERFIL DO CONSUMIDOR DE CARNE DE SOL COMERCIALIZADA NO MUNICÍPIO DE MARABÁ-PA

CONSUMER PROFILE OF SUN-DRIED BEEF MARKETED IN THE MUNICIPALITY OF MARABÁ, PARÁ, BRAZIL

PERFIL DEL CONSUMIDOR DE CARNE DE SOL COMERCIALIZADA EN EL MUNICIPIO DE MARABÁ, PARÁ, BRASIL

https://doi.org/10.56238/revgeov17n8-157

Data de submissão: 14/07/2026 **Data de publicação:** 14/08/2026

Daniele Ferreira Oliveira
Graduanda em Tecnologia de Alimentos
Instituição: Universidade do Estado do Pará (UEPA)
E-mail: daniele.foliveira@aluno.uepa.br
Orcid: https://orcid.org/0009-0002-4752-9609

Eloana Samara Campelo Mendes
Graduanda em Tecnologia de Alimentos
Instituição: Universidade do Estado do Pará (UEPA)
E-mail: eloanascmendes@aluno.uepa.br
Orcid: https://orcid.org/0009-0005-8239-326X

Milene Ferreira Peixoto Costa
Graduada em Tecnologia em gastronomia
Instituição: Universidade do Estado do Pará (UEPA)
E-mail: costaferreiramilene@gmail.com
Orcid: https://orcid.org/0009-0006-7547-7534

Vitória Nazaré Costa Seixas
Doutora em Ciência e Tecnologia de Alimentos
Instituição: Universidade do Estado do Pará (UEPA)
E-mail: vitoria.seixas@uepa.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0003-0716-3876

Rosemary Maria Pimentel Coutinho
Doutora em Ciência e Tecnologia de Alimentos
Instituição: Instituto Federal do Pará (IFPA)
E-mail: rosemary.coutinho@ifpa.edu.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-3444-1248

Elzelis Muller da Silva
Doutora em Engenharia de Recursos Naturais
Instituição: Universidade do Estado do Pará (UEPA)
E-mail: elzelis@uepa.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0001-6778-520X

ReGeo
ISSN: 2177-3246

Thiago Nicolau Magalhães de Souza Conte
Doutor em Engenharia Elétrica
Instituição: Universidade do Estado do Pará (UEPA)
E-mail: thiagonconte@uepa.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-1288-366X

Patrícia Danielle Lima de Lima
Doutora em Genética e Biologia Molecular
Instituição: Universidade do Estado do Pará (UEPA)
E-mail: patricia.lima@uepa.br
Orcid: https://orcid.org/0000-0002-1068-2813

RESUMO
O estudo sobre o perfil do consumidor de carne de sol em Marabá-PA evidencia a relevância cultural e econômica desse produto tradicional na região amazônica. O objetivo foi identificar hábitos de compra, consumo e percepção de qualidade e segurança alimentar. A pesquisa, de caráter observacional e transversal, envolveu 131 participantes maiores de 18 anos, por meio de questionário estruturado aplicado online. Os resultados mostraram que 54% consomem carne de sol raramente, enquanto 24% mantêm consumo regular de duas a três vezes ao mês. Açougues foram apontados como principal local de aquisição (84%), e a aparência destacou-se como fator decisivo na compra (61,1%). O sabor foi o principal motivo de consumo (74%), seguido por hábito familiar e tradição cultural. A maioria considera o produto seguro quando adquirido em locais de confiança, embora haja preocupações com higiene e padronização. Conclui-se que a valorização da carne de sol depende da adoção de boas práticas sanitárias e da preservação da identidade cultural regional.

Palavras-chave: Segurança Alimentar. Qualidade Sensorial. Tradição Cultural. Padronização.

ABSTRACT
The study on the consumer profile of carne de sol in Marabá-PA highlights the cultural and economic relevance of this traditional product in the Amazon region. The objective was to identify purchasing habits, consumption patterns, and perception of quality and food safety. The research, observational and cross-sectional in nature, involved 131 participants over 18 years of age, through a structured questionnaire applied online. The results showed that 54% consume carne de sol rarely, while 24% maintain regular consumption of two to three times a month. Butcher shops were identified as the main place of purchase (84%), and appearance stood out as a decisive factor in purchasing (61.1%). Flavor was the main reason for consumption (74%), followed by family habit and cultural tradition. The majority consider the product safe when acquired in trusted places, although there are concerns about hygiene and standardization. It is concluded that the valorization of carne de sol depends on the adoption of good sanitary practices and the preservation of regional cultural identity.

Keywords: Food Safety. Sensory Quality. Cultural Tradition. Standardization.

RESUMEN
El estudio sobre el perfil del consumidor de carne de sol en Marabá-PA evidencia la relevancia cultural y económica de este producto tradicional en la región amazónica. El objetivo fue identificar hábitos de compra, consumo y percepción de calidad y seguridad alimentaria. La investigación, de carácter observacional y transversal, involucró 131 participantes mayores de 18 años, por medio de cuestionario estructurado aplicado en línea. Los resultados mostraron que el 54% consume carne de sol raramente,

mientras que el 24% mantiene consumo regular de dos a tres veces al mes. Las carnicerías fueron señaladas como principal lugar de adquisición (84%), y la apariencia se destacó como factor decisivo en la compra (61,1%). El sabor fue el principal motivo de consumo (74%), seguido por hábito familiar y tradición cultural. La mayoría considera el producto seguro cuando se adquiere en lugares de confianza, aunque hay preocupaciones con higiene y estandarización. Se concluye que la valorización de la carne de sol depende de la adopción de buenas prácticas sanitarias y de la preservación de la identidad cultural regional.

Palabras clave: Seguridad Alimentaria. Calidad Sensorial. Tradición Cultural. Estandarización.

1 INTRODUÇÃO

O consumo de carne bovina ocupa posição de destaque na alimentação da população brasileira, especialmente nas regiões Norte e Nordeste. Entre os produtos cárneos tradicionais, a carne de sol destaca-se por sua ampla aceitação e forte vínculo cultural, sendo comercializada principalmente em feiras livres, mercados municipais e estabelecimentos varejistas. Os hábitos de consumo desse alimento são influenciados por fatores culturais, disponibilidade regional e preferências sensoriais, que variam conforme o contexto socioeconômico dos consumidores (Silva *et al*., 2022; Oliveira *et al*., 2023).

O estudo do perfil do consumidor constitui uma importante ferramenta para compreender padrões de compra, frequência de consumo e critérios de escolha dos alimentos. No caso dos produtos cárneos, variáveis como renda, escolaridade, idade e percepção de qualidade exercem influência significativa sobre o comportamento de compra. Além disso, atributos como sabor, textura, aparência e procedência são frequentemente valorizados pelos consumidores, contribuindo para a preferência e fidelização ao produto (Costa *et al.,* 2024; Mendes *et al*., 2025).

Na Amazônia, a carne de sol possui relevante importância econômica e cultural, contribuindo para a geração de renda e para a preservação de práticas tradicionais de processamento de carnes. Com a expansão do mercado consumidor em municípios como Marabá, torna-se necessário compreender melhor as preferências e expectativas dos consumidores. Estudos recentes indicam que a valorização de alimentos tradicionais amazônicos está associada ao fortalecimento da identidade cultural e da economia regional (Santos *et al*., 2023; Almeida *et al*., 2024).

Nesse contexto, conhecer o perfil dos consumidores de carne de sol comercializada em Marabá-PA é fundamental para subsidiar estratégias de comercialização e valorização do produto. Além disso, essas informações podem contribuir para ações voltadas à melhoria da qualidade, ao fortalecimento da segurança alimentar e ao desenvolvimento do setor produtivo local. Assim, este estudo teve como objetivo avaliar o perfil do consumidor de carne de sol comercializada no município de Marabá-PA, identificando suas principais características e padrões de consumo.

2 MATERIAL E MÉTODOS

2.1 DELINEAMENTO DO ESTUDO

Trata-se de um estudo observacional, transversal, de abordagem quantitativa e qualitativa, conduzido no município de Marabá, estado do Pará, Brasil, com o objetivo de caracterizar o perfil dos consumidores de carne de sol e avaliar hábitos de compra, consumo, percepção de qualidade e segurança do produto comercializado na região. A combinação de métodos quantitativos e qualitativos

permitiu a obtenção de informações complementares, abrangendo tanto a mensuração de variáveis objetivas quanto a compreensão das percepções e opiniões dos participantes.

2.2 POPULAÇÃO E AMOSTRA

A população-alvo foi composta por consumidores de carne de sol residentes em Marabá-PA. Participaram do estudo 131 indivíduos, selecionados por amostragem não probabilística por conveniência. Foram incluídos participantes de ambos os sexos, com idade igual ou superior a 18 anos e residentes no município ou em sua área de influência. Indivíduos menores de idade ou que não residiam na região foram excluídos da pesquisa.

2.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Os dados foram obtidos por meio de um questionário estruturado elaborado especificamente para esta pesquisa e disponibilizado na plataforma *Google Forms*®. O instrumento continha nove questões fechadas relacionadas às características sociodemográficas, frequência de consumo, locais de aquisição, critérios de escolha do produto, percepção de qualidade e segurança da carne de sol, bem como uma questão aberta destinada à obtenção de informações qualitativas sobre tradição, qualidade e sugestões de melhoria na comercialização do produto. Antes da aplicação, o questionário foi revisado pelos pesquisadores quanto à clareza e adequação das perguntas ao objetivo do estudo.

2.4 PROCEDIMENTOS DE COLETA

A coleta de dados foi realizada de forma remota, mediante divulgação do link eletrônico do questionário em meios digitais acessíveis à população local. A participação ocorreu de maneira voluntária, sem qualquer tipo de remuneração. Antes do preenchimento, os participantes tiveram acesso ao Termo de Consentimento Livre e Esclarecido eletrônico, contendo informações sobre os objetivos da pesquisa, anonimato, confidencialidade dos dados e liberdade para desistir da participação a qualquer momento, sem prejuízo de qualquer natureza. Apenas os indivíduos que manifestaram concordância com o termo tiveram acesso ao questionário.

2.5 VARIÁVEIS ANALISADAS

As variáveis investigadas incluíram sexo, faixa etária, frequência de consumo de carne de sol, local de compra, fatores que influenciam a decisão de compra, motivos de consumo, critérios utilizados para avaliação do produto no momento da aquisição, percepção de segurança do alimento, opinião sobre a eficácia do preparo doméstico na redução de riscos de contaminação e ocorrência de problemas

relacionados ao consumo do produto. As respostas da questão aberta foram utilizadas para análise qualitativa complementar.

2.6 ANÁLISE DOS DADOS

Os dados quantitativos foram exportados da plataforma Google Forms® e organizados em planilha eletrônica para posterior tratamento estatístico. Realizou-se análise descritiva, com cálculo de frequências absolutas e relativas (%) para as variáveis categóricas. Os resultados foram apresentados por meio de tabelas e gráficos, visando facilitar a interpretação dos padrões de consumo e comportamento dos participantes.

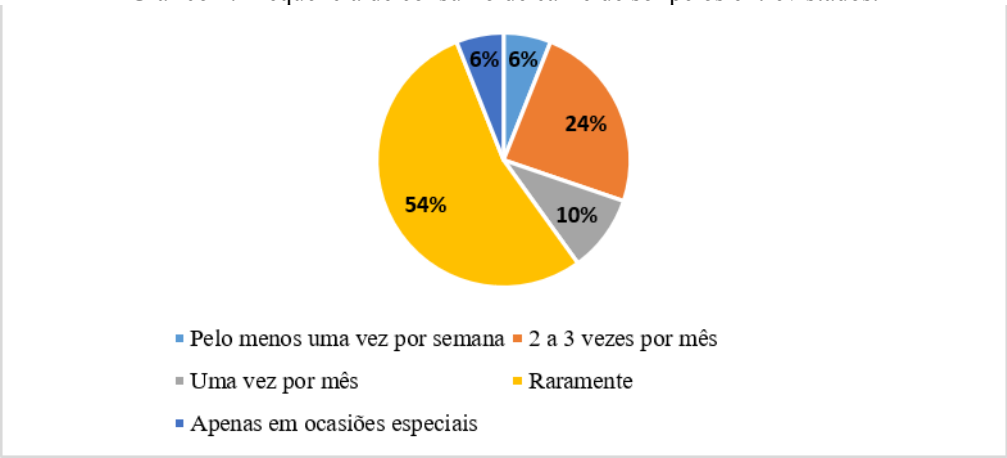
As respostas qualitativas foram submetidas à análise de conteúdo temática, sendo identificadas categorias relacionadas à qualidade sensorial, condições higiênico-sanitárias, segurança do alimento, padronização do produto, valorização cultural e sugestões de melhoria na comercialização da carne de sol. Os depoimentos considerados mais representativos foram selecionados para ilustrar a percepção dos consumidores.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 CONSUMO DE CARNE DE SOL

De acordo com os dados obtidos nesta pesquisa sobre o perfil do consumidor de carne de sol no município de Marabá-PA, observou-se que 54% dos 131 participantes afirmaram consumir carne de sol raramente. Esse resultado indica que, embora o produto seja tradicional e amplamente conhecido na região, seu consumo não ocorre com elevada frequência entre a maioria dos entrevistados. Além disso, 24% dos participantes relataram consumir carne de sol de duas a três vezes por mês, demonstrando que uma parcela significativa da população ainda mantém o hábito de consumir esse produto regularmente. Os resultados podem ser observados no Gráfico 1.

Gráfico 1. Frequência de consumo de carne de sol pelos entrevistados.



Fonte: Elaborado pelos autores

Ao comparar os resultados deste estudo com os encontrados por Amaral *et al.* (2012), observa-se uma diferença na frequência de consumo da carne de sol entre os municípios avaliados. Enquanto no presente estudo, realizado em Marabá-PA, 54% dos entrevistados afirmaram consumir carne de sol raramente e apenas 24% relataram consumir o produto de duas a três vezes por mês, Amaral *et al.* (2012) verificaram que 60% dos consumidores de Caicó-RN e 47% dos consumidores de Currais Novos-RN consumiam carne de sol mais de três vezes por semana. Essa diferença pode estar relacionada aos hábitos alimentares e às características culturais de cada região, uma vez que a carne de sol possui forte tradição de consumo no estado do Rio Grande do Norte.

Essa divergência pode estar relacionada a fatores socioculturais, econômicos e aos hábitos alimentares característicos de cada região. Nesse sentido, destaca-se que a carne de sol possui forte tradição de consumo no estado do Rio Grande do Norte, estando amplamente presente na culinária local e sendo reconhecida por sua relevância cultural e econômica. Assim, as diferenças observadas entres os estudos reforçam a influência do contexto regional nos padrões de consumo desse alimento, sugerindo que fatores culturais exercem papel importante na frequência com que a carne de sol é consumida pelos consumidores.

3.2 LOCAL DE AQUISIÇÃO

Em relação aos locais de aquisição do respectivo produto, observou-se que os açougues constituem o principal canal de compra entre os entrevistados. De acordo com os dados apresentados no Gráfico 2, 84% dos participantes afirmaram adquirir a carne de sol nesses estabelecimentos, enquanto 32,8% relataram realizar a compra em supermercados. Esses resultados evidenciam a predominância dos açougues na comercialização desse produto no município estudado.

Os resultados deste estudo diferem dos encontrados por Santos *et al*. (2018) em relação ao local de aquisição da carne de sol. Enquanto Santos *et al*. (2018), observaram que 44% dos consumidores realizavam a compra em supermercados e apenas 17,33% em açougues, no presente estudo os açougues foram apontados como o principal local de compra, seguidos pelos supermercados. A diferença pode estar relacionada às características do comércio local e às preferências dos consumidores, indicando que, em Marabá-PA, os açougues desempenham papel mais relevante na comercialização da carne de sol.

Essa diferença pode estar relacionada às características do comércio local e às preferências dos consumidores, indicando que, em Marabá-PA, os açougues desempenham papel mais relevante na comercialização da carne de sol, o que pode estar relacionado à maior proximidade com o consumidor, à percepção de frescor do produto e á tradição de compra nesses estabelecimentos.

3.3 DECISÃO DE COMPRA

Em relação aos fatores que influenciam a decisão de compra do respectivo produto, observou-se que a aparência foi o atributo mais valorizado pelos consumidores, sendo apontada por 61,1% dos entrevistados. Em seguida, destacam-se o preço (38,9%) e a tradição ou costume de consumo (32,8%). Esses resultados evidenciam que os consumidores atribuem grande importância às características visuais da carne de sol no momento da compra, sem desconsiderar aspectos econômicos e culturais que também influenciam suas escolhas.

Ao comparar os resultados deste estudo com os de Pessoa *et al*. (2018), realizados em Areia-PB, observam-se diferenças metodológicas entre as pesquisas. Ainda assim, verifica-se que os aspectos visuais se mantêm relevantes em ambos os estudos. No estudo de Pessoa *et al.* (2018), destacaram-se os atributos carne magra (30,67%), gordura (20,0%) e cor (17,33%), enquanto, no presente estudo, a aparência foi apontada como o principal fator de escolha (61,1%). Além disso, o preço mostrou-se relevante em ambas as pesquisas, sendo citado por 38,9% dos entrevistados neste estudo e por 22,67% dos consumidores avaliados por Pessoa *et al*. Dessa forma, tais resultados indicam que fatores visuais e econômicos exercem influência significativa no processo de decisão de compra da carne de sol.

3.4 CONSUMO DE CARNE DE SOL

Quanto aos motivos que levam os consumidores a consumir carne de sol, verificou-se que o principal fator apontado pelos entrevistados foi o sabor e o gosto pessoal, mencionado por 74% dos participantes. Em seguida, destacaram-se o hábito familiar (38,2%), o fato de ser um produto tradicional da cultura regional (27,5%) e a praticidade no preparo (22,1%). Por outro lado, apenas 5,3%

dos entrevistados indicaram o preço mais acessível em comparação a outras carnes como motivo de consumo. Esses resultados evidenciam que fatores relacionados à preferência pessoal, aos hábitos familiares e à valorização da cultura regional exercem maior influência sobre o consumo da carne de sol do que aspectos econômicos.

Ao serem questionados sobre o que costumam verificar no momento da compra da carne de sol, os consumidores relataram observar principalmente a cor da carne (82,4%) e o odor (70,2%). Esses fatores estão diretamente relacionados à percepção da qualidade e frescor do produto, sendo características sensoriais amplamente pelos utilizadas pelos consumidores para identificar possíveis alterações no alimento.

Nesse contexto, Gomes (2007) destaca que um alimento seguro para o consumo deve manter suas propriedades nutricionais preservadas, além de apresentar características sensoriais adequadas e atender aos padrões sanitários estabelecidos. Dessa forma, os resultados observados nesta pesquisa indicam que os consumidores utilizam principalmente atributos como cor e odor como indicadores de qualidade e segurança da carne de sol no momento da compra.

Além desses aspectos, foram citados outros critérios de verificação, como a presença de elevada umidade ou líquido (43,5%), data de validade (39,7%) e aspecto da embalagem (34,4%), indicado que parte dos consumidores também considera fatores associados e à segurança do alimento durante a aquisição. No entanto, verificou-se que 9,2% dos participantes afirmaram não observar esses aspectos, o que sugere que uma parcela dos consumidores ainda não adota critérios básicos de avaliação da qualidade e segurança do produto no momento da compra.

3.5 PERCEPÇÃO DOS CONSUMIDORES

Em relação à percepção dos consumidores sobre a segurança da carne de sol, observou-se que a maioria dos participantes (65,6%) considera o produto seguro para consumo quando adquirido em locais de confiança. Esse resultado demostra que os consumidores relacionam a qualidade e a segurança da carne principalmente ao estabelecimento onde realiza a compra, valorizando a procedência e a confiabilidade do local de comercialização.

Por outro lado, 9,2% dos entrevistados consideram a carne de sol pouco segura, associando seu consumo a possíveis riscos à saúde, o que pode refletir preocupações relacionadas às condições de produção, armazenamento ou comercialização do produto. Apenas 5,3% dos participantes classificaram a carne de sol como muito segura para consumo, enquanto 19,8% afirmaram não saber opinar sobre essa questão. De modo geral, observa-se uma percepção, predominantemente, positiva em relação à segurança do produto, embora uma parcela dos consumidores ainda apresente dúvidas quanto

à sua inocuidade, evidenciando a importância das condições higiênico-sanitárias ao longo da cadeia de comercialização.

Ao comparar os resultados desta pesquisa com os obtidos por Fanalli (2018), observa-se à produção, comercialização e consumo de carnes, contribuindo para a promoção da segurança dos alimentos e da saúde pública.

3.6 RISCOS DE CONTAMINAÇÃO DA CARNE DE SOL

Em relação à percepção dos consumidores sobre a capacidade do preparo caseiro no eliminar os riscos de contaminação da carne de sol, verificou-se que 55% dos participantes acreditam que o preparo doméstico reduz ou elimina esses riscos na maioria dos casos, enquanto 13% afirmaram que ele os elimina totalmente. Em contrapartida, 24,4% dos entrevistados consideram que os riscos ainda permanecem, mesmo após o preparo, e 7,6% não souberam responder.

Os resultados indicam que parte dos consumidores associa práticas como a lavagem e cozimento à redução dos riscos de contaminação. Entretanto, observa-se que ainda existe uma parcela dos entrevistados que reconhece que tais procedimentos podem não ser suficiente para eliminar completamente possíveis perigos relacionados à qualidade higiênico-sanitário do produto. Dessa forma, evidencia-se a necessidade de ampliar as ações de educação sanitária e de orientação ao consumidor, visando promover maior conhecimento sobre as medidas adequadas de manipulação e preparo seguro dos alimentos.

Observou-se que 65,6% dos participantes afirmaram ter apresentado ou conhecido alguém que tenha apresentado problemas relacionados ao consumo da carne de sol. Por outro lado 5,3%, relataram conhecer alguém que já enfrentou algum problema associado ao consumo desse produto, enquanto 3,8% afirmaram já ter vivenciado essa situação. Além disso, 29,8% dos entrevistados não souberam ou não se lembraram de casos relacionados.

Esses resultados indicam que, embora a maioria dos consumidores não relate experiências negativas associadas ao consumo da carne de sol, ainda existe uma parcela que possui conhecimento de possíveis ocorrências adversas. Tal constatação reforça a importância da adoção de medidas higiênico-sanitárias adequadas durante as etapas de produção, armazenamento e comercialização, a fim de garantir e a segurança do produto oferecido ao consumidor.

Ao final da pesquisa, foi realizada uma pergunta qualitativa aos consumidores: *"Você gostaria de acrescentar algo sobre o consumo, a qualidade ou a tradição da carne de sol em Marabá? Há algo que você acha importante que os produtores ou comerciantes melhorassem?"*. A partir das respostas obtidas, foram selecionados os depoimentos que mais contribuíram para a compreensão da percepção

dos consumidores sobre o produto. Um dos entrevistados destacou a importância dos cuidados higiênico-sanitários durante a exposição e comercialização da carne de sol:

> "A carne de sol em Marabá é algo muito procurado pelo meu saber empírico. Porém, alguns comerciantes e açougueiros não têm o devido cuidado ao expor a carne ao sol, permitindo a entrada de moscas na estufa, o que pode ocasionar a deposição de larvas. Assim, quando o consumidor compra o produto, podem ocorrer problemas de saúde. Por isso, deve-se ter cuidado ao escolher onde comprar e sempre observar as condições de exposição."

O relato evidencia a preocupação do consumidor com a qualidade sanitária da carne de sol e a qualidade higiênico-sanitária do produto e aumentar o risco de contaminação, reforçando a necessidade da adoção de medidas corretivas e de boas práticas de fabricação ao longo do processo produtivo.

Além disso, outro entrevistado sugeriu melhorias nos equipamentos utilizados durante o processo de secagem, conforme descrito a seguir:

> "Ao invés de usar recipientes compostos por redes cheias de furos, que permitem a passagem de poeira e outros microrganismos, os produtores deveriam utilizar recipientes de vidro no processo de secagem da carne. É mais seguro e mais saudável."

Essa sugestão reforça a preocupação dos consumidores com a segurança dos alimentos e evidencia a necessidade de investimentos em estruturas e equipamentos mais adequados, capazes de proporcionar melhores condições de higiene, qualidade e conservação do produto. Tais aspectos são considerados importantes pelos consumidores e podem contribuir para a valorização da carne de sol produzida em Marabá.

Entretanto, as preocupações dos entrevistados não se restringem apenas às condições higiênico-sanitárias, mas também abrangem aspectos relacionados à qualidade do produto. Neste sentido, um dos consumidores destacou a importância da padronização e da valorização da tradição local ao afirmar:

> *"Manter um padrão de qualidade mais uniforme, principalmente em relação ao teor de sal e à maciez da carne. Investir em melhores condições de higiene e conservação durante o preparo e a comercialização. Destacar mais a origem e o processo artesanal da carne de sol, valorizando a tradição local. Oferecer informações claras ao consumidor sobre o modo de preparo e armazenamento. Incentivar a divulgação da carne de sol como patrimônio gastronômico regional, fortalecendo o turismo e a economia local."*

A fala demonstra que, além da preocupação com a segurança do alimento, os consumidores valorizam características sensoriais, como maciez e teor de sal, bem como a preservação da identidade cultural associada à carne de sol. A variabilidade dessas características pode estar relacionada à

ausência de uma legislação específica que estabeleça padrões de identidade e qualidade para esse produto.

Conforme descrito por Ishihara *et al.* (2017), produtos comercializados como carne de sol podem apresentar grande variação nos teores de sal e umidade, principalmente em razão do caráter artesanal de sua produção e da falta de padronização dos processos produtivos.

Além disso, um entrevistado relatou situações que demonstram preocupação com as condições de produção e comercialização do produto. Um dos consumidores afirmou:

> *"...uma vez vi um vídeo de um açougue aqui em Marabá que a higiene com a carne de sol é péssima, ela coloca a carne no quintal do açougue em lugar não adequado."*

Esse relato evidencia que os consumidores estão atentos às práticas adotadas pelos estabelecimentos e reconhecem que condições inadequadas de manipulação, armazenamento e exposição podem comprometer a qualidade e a segurança da carne de sol. Da mesma forma, outro entrevistado ressaltou a importância da avaliação das condições do produto antes da compra ao declarar:

> "A carne de sol, assim como qualquer outra carne, precisa ser avaliada pela data de validade, textura da carne e onde está sendo comprada, para evitar risco de se contaminar com alguma doença."

Essa percepção reforça os resultados obtidos na pergunta 6, na qual 65,6% dos consumidores consideraram a carne de sol segura quando adquirida em estabelecimentos de confiança. Os depoimentos demonstram que a percepção de segurança está diretamente relacionada às condições de higiene, conservação e procedência do produto. Por outro lado, os relatos sobre exposição inadequada da carne e falhas sanitárias ajudam a explicar a preocupação dos consumidores que consideram o produto pouco seguro ou que não souberam opinar sobre sua segurança.

Dessa maneira, a integração dos dados quantitativos e qualitativos demonstra que, embora exista uma percepção predominantemente positiva em relação à segurança da carne de sol em Marabá, a confiança dos consumidores está diretamente condicionada às condições higiênico-sanitárias observadas durante a produção, a manipulação e a comercialização do produto. Assim, torna-se fundamental a adoção de boas práticas de fabricação e de medidas de controle sanitário que assegurem a qualidade e a inocuidade da carne de sol, contribuindo para a proteção da saúde do consumidor e para a valorização desse importante produto regional.

4 CONCLUSÃO

O perfil dos consumidores de carne de sol em Marabá-PA revela a coexistência entre práticas tradicionais e a necessidade de modernização da cadeia produtiva. A percepção dos entrevistados evidencia que atributos como padronização, qualidade sensorial e segurança higiênico-sanitária são determinantes para a consolidação do produto como alimento identitário e confiável. Nesse sentido, torna-se essencial a adoção de parâmetros técnicos e regulatórios que reduzam a variabilidade decorrente da produção artesanal e fortaleçam a confiança do consumidor.

Dessa forma, o presente estudo contribui para o conhecimento do mercado consumidor local e fornece subsídios para o desenvolvimento de estratégias de valorização da carne de sol, promoção da segurança alimentar e fortalecimento da economia regional, podendo orientar futuras pesquisas e políticas públicas direcionadas aos produtos cárneos tradicionais amazônicos.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, J. P. et al. Valorização de alimentos tradicionais amazônicos e identidade cultural no sudeste do Pará. *Revista Amazônica de Desenvolvimento Regional*, Belém, v. 10, n. 2, p. 45-58, 2024.

AMARAL, D. S. et al. Perfil dos consumidores da carne de sol comercializada nos municípios de Caicó e Currais Novos. *Acta Veterinaria Brasilica*, v. 6, n. 4, p. 302-311, 2012.

COSTA, M. F. P. et al. Comportamento do consumidor de produtos cárneos regionais no Brasil: fatores de escolha e percepção de qualidade. *Brazilian Journal of Food Technology*, Campinas, v. 27, e2023045, 2024.

FANALLI, S. L. Perfil de consumo e percepção dos consumidores de carne: consequências sobre a saúde pública. *Revista Científica Eletrônica de Medicina Veterinária*, Garça, ano XV, n. 31, jul. 2018.

GOMES, J. C. Legislação de alimentos e bebidas. Viçosa: UFV, 2007.

ISHIHARA, Y. M. et al. Maturação natural de carne-de-sol. *Boletim do Centro de Pesquisa de Processamento de Alimentos*, Curitiba, v. 35, n. 1, p. 1-14, 2017.

MENDES, E. S. C. et al. Perfil sociodemográfico e hábitos de consumo de carnes em municípios da Amazônia oriental. *Revista Brasileira de Ciências Agrárias*, Recife, v. 20, n. 1, p. 1-10, 2025.

OLIVEIRA, D. F. et al. Hábitos alimentares e consumo de carnes tradicionais em regiões amazônicas. *Revista de Nutrição e Saúde Pública*, São Paulo, v. 16, n. 3, p. 210-221, 2023.

PESSOA, R. M. S. et al. Caracterização do perfil dos consumidores de carne de sol comercializada no município de Areia – PB. *Revista Semiárido De Visu*, v. 7, n. 1, p. 15-23, 2018

SANTOS, R. M. et al. Produtos alimentícios tradicionais e desenvolvimento regional na Amazônia brasileira. *Interações*, Campo Grande, v. 24, n. 4, p. 987-1001, 2023.

SILVA, A. L. et al. Determinantes do consumo de carne bovina no Brasil: aspectos culturais e socioeconômicos. *Ciência Rural*, Santa Maria, v. 52, n. 7, e20210543, 2022.