

**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA
FARROUPILHA
CAMPUS SÃO BORJA**

CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM GASTRONOMIA

RAPHAEL MAIQUEL RIBEIRO RICKES

**RIO GRANDE NO PRATO: UM ESTUDO DO CONSUMO DE PEIXE NO
RESTAURANTE ESTÂNCIA DO CHEFF DE RIO GRANDE (RS)**

**Componentes do projeto de pesquisa
apresentados como requisito parcial
para aprovação na disciplina de TCC I,
do Curso Superior de Tecnologia em
Gastronomia, do Instituto Federal
Farroupilha – Campus São Borja.**

Orientador(a): Prof^a Ma. Aline Prestes Roque

**SÃO BORJA
2023**

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E
TECNOLOGIA FARROUPILHA – CAMPUS SÃO BORJA

O (a) orientador (a), Professor (a) Ma. Aline Prestes Roque e o aluno (a) Raphael Maiquel Ribeiro Rickes, abaixo assinados, certificam-se do teor do Artigo produzido na disciplina de TCC I, do Curso Superior de Tecnologia em Gastronomia, do Instituto Federal Farroupilha.

Como requisito parcial para aprovação na disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso I.



Raphael Maiquel Ribeiro Rickes



Professor (a): Ma. Aline Prestes Roque

RIO GRANDE NO PRATO: UM ESTUDO DO CONSUMO DE PEIXE NO RESTAURANTE ESTÂNCIA DO CHEFF DE RIO GRANDE (RS)

RESUMO: Neste artigo tratamos de um estudo de caso sobre o consumo de filé de peixe frito no Restaurante Estância do Cheff. O restaurante fica na cidade do Rio Grande, Litoral Sul do estado do Rio Grande do Sul. O estado é conhecido pelo alto consumo de carne vermelha, mas por ser uma cidade litorânea optamos por analisar qual a demanda de consumo de peixe no Restaurante Estância do Cheff, que serve filé de peixe frito diariamente em seu cardápio. Para isso utilizamos análise bibliográfica e documental de entrada e saída de filés de peixes nos meses de junho de 2022 a maio de 2023. Analisamos se houve uma variação mensal de acordo com estações do ano, safra de pescados, festas religiosas e ações de marketing do restaurante. Concluímos que tais fatores podem influenciar no consumo de filé de peixe frito pelos clientes do restaurante.

Palavras-chave: Alimentação. Peixe. Pescada. Restaurante. Rio Grande.

INTRODUÇÃO

A cidade do Rio Grande, localizada no extremo sul do estado do Rio Grande do Sul, tem cerca de 212.818 mil habitantes, conforme o último Censo do IBGE (2021), possui a pesca artesanal, como uma das formas de cultura e subsistência da sua população. O município também é conhecido pela atividade de indústrias pesqueiras e é banhado pela Lagoa dos Patos e Oceano Atlântico. Durante longos anos, tradicionalmente, Rio Grande realizou a Festa do Mar, servindo diversos pratos à base de frutos do mar, e a anchova assada, prato típico da região.

Em 2023, a cidade do Rio Grande teve a 1ª edição do Festimar, uma atração nos mesmos formatos da Festa do Mar, realizada em data que culminou com a Semana Santa, valorizando a culinária típica local. Durante dez dias de atração, foram comercializadas cerca de oito toneladas de anchovas (FESTIMAR, 2023).

De acordo com o Guia Para Entender a Lei da Pesca do Rio Grande do Sul (2021), o Estuário da Lagoa dos Patos é a região do estado do Rio Grande do Sul que possui a maior concentração de trabalhadores e trabalhadoras da atividade pesqueira. Conforme aponta o documento, para a safra de 2020/2021, havia o registro de 2.264 pescadores e pescadoras com a licença ambiental para realizar a captura no estuário da Lagoa dos Patos (GUIA, 2021).

Segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), o consumo de peixe deve ocorrer de forma harmônica e de no mínimo, 250 gramas semanais, divididas em duas

refeições, por pessoa. O Ministério da Agricultura e Pecuária aponta que o consumo de peixes pela população brasileira é de 9kg/habitante/ano, enquanto a recomendação da OMS é de 12kg/hab/ano (BRASIL, 2023). Já no estado do Rio Grande do Sul, Ferreira et al., (2018), referenciam que o Governo Federal, apresenta o consumo de peixe de 2kg/hab/ano¹.

No entanto, apesar de ser observada a tradição pesqueira e a cultura do peixe, inserida na rotina das pessoas, não foram encontrados estudos² que analisem e observem a demanda de consumo de peixe em restaurante de buffet na cidade de Rio Grande, dada a sua peculiaridade e característica pesqueira.

Além disso, conforme aponta o Ministério da Agricultura e Pecuária, a aquicultura, pode auxiliar na execução de Metas Mundiais da Organização Mundial da Saúde (OMS) no combate à má nutrição até 2030. E ainda, por meio dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), no combate à fome, garantia da segurança alimentar e melhoria da nutrição da população (BRASIL,2023).

Optamos por estudar o restaurante Estância do Cheff, localizado na cidade do Rio Grande, devido às características apresentadas. Como serve o filé de peixe (pescada)³ frito todos os dias do ano no restaurante, tanto no buffet, como em pratos à la carte ou na entrega, por ser localizado em bairro próximo ao centro da cidade e de uma escola, e por possuir frequentadores de um público em geral, composto por famílias, trabalhadores, crianças, adolescentes, jovens, adultos e idosos.

Para tanto, compreendeu-se, quais os períodos de estações do ano, de maior ou menor incidência de consumo de peixe no restaurante. Foi importante observar se fatores internos e/ou externos interferiram na demanda e predominância do consumo de peixe no restaurante.

Foi feita uma análise documental com base em entrada (compra do insumo) e saída (consumo no restaurante) de filé de peixe. Para isso foi fornecido pelo restaurante os dados de compra e consumo de filé de peixe no período de junho de 2022 até maio de 2023.

Neste artigo elencamos o trabalho nas seguintes seções: a história do Restaurante Estância do Cheff; alimentação e cultura alimentar; o consumo de peixe

¹ Os autores pesquisaram o dado no site gov.br em 2013. O referido link não está mais disponível para consulta.

² Foram utilizados os mecanismos de buscas de pesquisas da CAPES.

³ O Restaurante serve diariamente filé de pescada, conforme publicado nos cardápios em suas redes sociais.

no estado do Rio Grande do Sul e na cidade do Rio Grande; hábitos alimentares e consumo de peixe no Brasil e no mundo, metodologia, resultados e discussão e considerações finais.

ALIMENTAÇÃO E CULTURA ALIMENTAR

A alimentação ultrapassa as circunstâncias de uma necessidade básica humana. Não se trata somente um comportamento biológico, a alimentação pode significar, também, um aspecto cultural e social, conforme descreve Carneiro: “[...] além de uma necessidade biológica, é um complexo sistema simbólico de significados sociais, sexuais, políticos, religiosos, éticos, estéticos, etc” (CARNEIRO, 2003, p. 1).

A alimentação está também associada com a organização de uma sociedade. Para Poulain (2004, p. 19) a alimentação tem uma função estruturante da organização social de um grupo humano. Para Montanari (2018, p. 15-16):

Comida é cultura quando produzida, porque o homem não utiliza apenas o que encontra na natureza [...], mas ambiciona também criar a própria comida [...]. Comida é cultura quando preparada, porque, uma vez adquiridos os produtos-base da sua alimentação, o homem os transforma mediante o uso do fogo e de uma elaborada tecnologia que se exprime nas práticas da cozinha. Comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, [...] na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto às dimensões econômicas e nutricionais do gesto quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste.

Neste contexto, a alimentação constitui-se em diversos sentidos ao longo da vida. Por isso, compreendendo a alimentação, não somente como instrumento para a satisfação de necessidades fisiológicas, é possível considerar todos os aspectos de cultura, hábitos, memória afetiva e decisões que envolvem a alimentação. Não se trata apenas do ato de ingerir e satisfazer-se nutricionalmente. Afinal, alimentação também envolve escolhas e decisões que inevitavelmente estão relacionadas ao modo de vida de cada indivíduo.

De acordo com Dasso (1999), a aceitabilidade do alimento está ligada ao perfil de quem consome, ou seja, aos hábitos, padrões culturais, entre outros fatores. Para Contreras (2011), a escolha da ingestão de alimentos está ligada ao gosto, ao que faz bem, ou seja, aquilo que é atrativo. Segundo o autor, essa decisão é permeada também pelas condições possibilitadas no orçamento e as características da pessoa, de forma que perpassa por aspectos culturais.

Comemos aquilo que nos faz bem, ingerimos alimentos que são atrativos para os nossos sentidos e nos proporcionam prazer, enchemos a cesta de compras de produtos que estão no mercado, e na feira, e nos são permitidos por nosso orçamento, servimos ou nos são servidas refeições de acordo com nossas características: se somos homens ou mulheres, crianças ou adultos, pobres ou ricos. E escolhemos ou recusamos alimentos com base em nossas experiências diárias e em nossas ideias dietéticas, religiosas ou filosóficas (CONTRERAS, 2011, p. 16).

HÁBITOS ALIMENTARES E CONSUMO DE PEIXE NO BRASIL E NO MUNDO

No Brasil, desde o início da década de 90, há uma preocupação crescente com a questão de hábitos saudáveis, esporte e saúde, sendo priorizados hábitos alimentares associados a esta nova postura. Dessa forma, surge uma atenção maior ao consumo de pescado, impulsionando esta proteína de origem animal à mesa do brasileiro e ressaltando suas vantagens à saúde humana (SILVEIRA et al., 2012).

Conforme o Ministério da Agricultura e Pecuária (2023), o Brasil destaca-se por ser um grande produtor de peixe, além de possuir variedade em espécies de água doce ou salgada. Segundo dados da Organizações das Nações Unidas para a Alimentação e a Agricultura, em relatório apresentado pela *Food and Agriculture Organization* (FAO), a taxa de crescimento da população mundial é de 1,1% (FAO, 2021). Dessa forma, a ONU projeta que o mundo deverá alcançar 8,5 bilhões de habitantes em 2030 (FAO,2021). Diante do aumento da população mundial e a evidente necessidade e busca por alternativas de alimentação cada vez mais sustentáveis e saudáveis, o peixe pode ser uma das opções a ser incluída e consumida em maior quantidade pelas pessoas.

Os pesquisadores Silva; Inoue; Rodrigues (2021), por exemplo, citam que há evidências de efeitos benéficos do consumo de peixe em relação a doenças coronárias, derrame, degeneração macular relacionada à idade e saúde mental. Ainda segundo os mesmos pesquisadores, também há estudos que comprovam os benefícios do consumo de pescados, durante a gestação e na infância, para o desenvolvimento do cérebro das crianças.

Explicitando os benefícios e nutrientes presentes no peixe, Silva; Inoue; Rodrigues (2021) demonstram que o peixe fornece proteínas de alto valor, e também uma ampla gama de micronutrientes essenciais, incluindo várias vitaminas (D, A e B), minerais (incluindo cálcio, iodo, zinco, ferro e selênio) e ácidos graxos ômega-3 poliinsaturados (ácido docosaenoico - DHA - e ácido eicosapentaenoico - EPA).

O Ministério da Agricultura e Pecuária aponta que o consumo de peixes pela população brasileira é de 9kg/habitante/ano, enquanto a recomendação da OMS é de 12kg/hab/ano (BRASIL, 2023).

Silva; Inoue; Rodrigues (2021) descrevem que apesar do consumo per capita de peixe no Brasil ser considerado baixo, a ingestão mesmo em pequenas quantidades pode possuir um impacto nutricional positivo, porque este consumo, aumenta o fornecimento de aminoácidos essenciais, gorduras e micronutrientes que são escassos em dietas baseadas em vegetais. De acordo com as evidências científicas, é possível diagnosticar que o peixe quando consumido conforme a recomendação nutricional para cada indivíduo pode representar um aspecto benéfico para a saúde da população.

Conforme o Boletim Periódico, da Embrapa Pesca e Aquicultura (Palmas-TO) em parceria com a Associação Brasileira da Piscicultura (PeixeBR), Araujo; Rocha; Filho (2022), os autores indicam que no ano de 2021, o Brasil exportou 78% de peixes a mais que em 2020. Segundo o relatório, foram U\$ 20,7 milhões contra U\$ 11,7 milhões em 2020. O documento aponta, em quantidade, que os números foram 9,9 mil toneladas em 2021 e 6,7 mil toneladas no ano anterior; demonstrando um crescimento de 49%.

A Food Ingredients Brasil (2009) destaca que nos Estados Unidos e na Europa, por exemplo, o comércio de peixes está ligado ao produto congelado. Conforme a Food Ingredients Brasil (2009), a carne de peixe apresenta a mesma proporção de proteínas que as carnes bovinas, suínas e de aves. Mas, segundo a Food Ingredients Brasil (2009), a carne de peixe, possui uma carne de qualidade superior, por apresentar menor quantidade de proteínas de baixa qualidade, quando comparada às demais carnes.

Lopes; Oliveira; Ramos (2016), atribuem que as pessoas preferem adquirir o filé de peixe, mesmo sendo a alternativa mais cara, pela facilidade no preparo. Minozzo (2010) referem-se aos consumidores atuais, para os autores, estão cada vez mais exigindo qualidade e inocuidade dos produtos alimentícios que adquirem e buscam informações. A preocupação em consumir alimentos mais saudáveis, perpassa os hábitos alimentares, pois o consumidor busca nos alimentos baixos teores de gordura, livres de colesterol e produzidos sem o uso de produtos químicos, isso tem contribuído para um incremento na demanda do consumo de pescado.

Minozzo (2010) argumenta que na nova pirâmide alimentar o peixe ganhou destaque, tornando-se fundamental a sua introdução de consumo para a alimentação mundial. No entanto, Gonçalves (2011) atribui que o nível do perfil socioeconômico das pessoas está diretamente relacionado a capacidade de suprir as necessidades nutricionais. Para o autor, uma parte considerável da população sofre de deficiência nutricional em decorrência da alimentação com baixos níveis de proteína de boa qualidade.

De acordo com Raimundo (2014), as pessoas têm recorrido a alimentação como instrumento de prevenção ou tratamento de doenças, a fim de possibilitar melhor qualidade de vida e longevidade. Raimundo (2014) também cita que foi após serem observadas as vantagens e valores nutritivos dos pescados, especialmente em relação aos ácidos graxos poliinsaturados, ou seja, as gorduras saudáveis, que ele passou a receber mais atenção. Demonstrando assim, a importância da preocupação com a saúde associada às pesquisas e interesse pelo consumo.

Raimundo (2014) descreve que o peixe é ingrediente de preparo para diversas refeições, podendo ser utilizado fresco, seco ou enlatado. Em relação às preparações, a autora explica que na maioria das receitas, a substituição de peixes pode ocorrer, desde que haja o mesmo teor de gordura. Podendo substituir peixes frescos por opções congeladas ou enlatadas, por exemplo.

Carvalho; Oliveira e Fonseca (2017), argumentam que o pescado no contexto nacional, não carrega apenas a atividade de geração de renda para as famílias, mas carrega também, questões de tecido social, associando o peixe, às questões culturais e hábitos da região.

A gastronomia brasileira é repleta de diversidades, possuindo particularidades nas regiões e ligadas à cultura de cada povo. Zaneti (2012) faz referência a gastronomia brasileira como um prato cheio de histórias. Para a autora, o que confere ao Brasil o título da cozinha mais miscigenada é justamente o rompimento de barreiras tanto nacionais quanto internacionais. E estando presente na gastronomia brasileira aos aspectos econômicos, políticos que ultrapassaram essas barreiras. A autora sugere fatores que fazem parte do cenário brasileiro e interferem na gastronomia desta população, contribuindo para a sua singularidade. Como por exemplo, a biodiversidade, o Brasil é formado por seis biomas Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pampa e Pantanal e essa característica está presente na alimentação

brasileira, uma vez que a alimentação proveniente de cada região carrega as suas particularidades. Já que cada região possui uma diversidade própria (ZANETI, 2012).

CONSUMO DE PEIXE NO ESTADO DO RIO GRANDE DO SUL E NA CIDADE DO RIO GRANDE

No estado do Rio Grande do Sul, Ferreira et al., (2018), referenciam que o Governo Federal, apresenta o consumo de peixe de 2kg/hab/ano⁴. O estado é conhecido pelo alto consumo de carne vermelha, em preparações típicas como o churrasco.

Com relação ao consumo de pescados no município do Rio Grande (RS), Silveira et al., (2012) realizaram uma análise de distribuição de frequência da amostra que permitiu identificar que 64,3% dos moradores de Rio Grande consomem com alguma frequência. O estudo observou também uma frequência de rejeição para o consumo de 35,7% dos entrevistados, os quais afirmaram jamais consumir em suas refeições.

Outro dado relevante da pesquisa são os motivos de consumir pescado, os mesmos autores destacam que, entre os principais motivos associados ao consumo: 18,48% aspectos relacionados ao gosto pelo sabor da carne, 17,52% ao benefício à saúde e importância nutricional que o consumo proporciona, e 11,30% ao hábito de consumo na família, representando a preferência dos entrevistados, que afirmaram consumir com certa frequência, no município do Rio Grande (SILVEIRA et al., 2012).

A HISTÓRIA DO RESTAURANTE ESTÂNCIA DO CHEFF

O restaurante Estância do Cheff⁵, inaugurado em 10/03/2014, o restaurante teve a iniciativa de três amigos que buscavam oferecer uma refeição de qualidade, farta e com uma identidade fundamentalmente gaúcha. A tradição gaúcha é estampada na logomarca do estabelecimento que possui a porteira aberta para receber os clientes e três janelas que simbolizam o número de sócios desde o

⁴ Os autores pesquisaram o dado no site gov.br em 2013. O referido link não está mais disponível para consulta.

⁵ <https://www.riograndetem.com.br/estancia-do-cheff-o-aconchego-do-sabor-e-cultura-gaucha/>
Acesso em: 22 jun. 2023.

princípio. Atualmente, o restaurante está sob o comando de Vinícius Godinho, e os demais parceiros, realizam outros projetos.

Uma das propostas do restaurante, segundo o proprietário, é oferecer refeições em porções generosas e ter opções variadas, mesmo que a pessoa queira consumir o prato do dia que é a alternativa mais acessível.

O estabelecimento Estância do Cheff possui uma identidade tipicamente gaúcha. O local é espaçoso, com capacidade para 120 pessoas, possui um salão com mesas e cadeiras em madeira. Ao fazer a sua refeição, os clientes observam um pouco sobre a essência gaúcha, pintada à mão em tons coloridos e em proporções realistas.

METODOLOGIA

Utilizamos como técnicas de coleta de dados: revisão da bibliografia para detalhar e expandir os níveis de estudo do problema, bem como para constatar os dados coletados pelas diferentes técnicas; pesquisa documental (FLICK, 2009).

Em primeiro lugar, obtivemos os dados secundários, por meio da pesquisa bibliográfica e documental. A pesquisa bibliográfica norteou a construção dos instrumentos de coleta de dados, a partir da estruturação de categorias analíticas. Posteriormente, contribuiu para lançar luz sobre os dados obtidos através da análise dos mesmos, permitindo a atribuição significados aos dados apreendidos (DELAURIERS; KÉRISIT, 2008).

Realizamos um estudo de caso, onde propusemos uma análise da demanda de peixes a partir do consumo no restaurante Estância do Cheff no período de junho de 2022 a maio de 2023. Para Yin (2010, p. 39), o estudo de caso é uma investigação empírica que investiga um fenômeno contemporâneo em profundidade e em seu contexto de vida real, especialmente quando os limites entre o fenômeno e o contexto não são claramente evidentes.

O restaurante Estância do Cheff forneceu os dados de volume de quantidade de compra e de venda de peixe, durante o recorte no intervalo de um ano. Também consultamos o cardápio do restaurante, através de suas redes sociais, onde é publicado diariamente. A partir dos dados obtidos, através do estabelecimento. Fizemos uma análise documental para averiguar se ocorre maior ou menor incidência de consumo de peixes, em determinados meses do ano. A pesquisa documental é

entendida aqui como aquela que prevalece de materiais que ainda não receberam um tratamento analítico, ou que podem ser reconstituídos de acordo com os objetivos da pesquisa (GIL, 2011).

A documentação enviada pelo restaurante subsidiou a pesquisa. A partir dos documentos detalhados de aquisição de peixe em cada mês e ano e a informação sobre o volume de consumo do peixe, averiguamos como ocorreu o consumo de peixe no restaurante Estância do Cheff.

Observamos, se existem fatores externos e/ou internos que podem vir a interferir no aumento ou redução na demanda de consumo. Como por exemplo, considerando fatores externos: i) os meses de celebrações onde o peixe é protagonista; ii) festividades religiosas e a abertura de safra, e considerando fatores internos: ii) a oferta, promoção ou ações de iniciativa do próprio restaurante que podem tornar o peixe um prato mais atraente ou não.

A partir da perspectiva metodológica de Yin, buscamos desenvolver a investigação, conforme os dados quantitativos coletados, e observamos se existe sazonalidade na relação de consumo do peixe. A pesquisa foi focada, na tentativa de compreender se há fatores que importam e determinam, um período ou hábito de consumo de peixes no restaurante Estância do Cheff, em maior ou menor quantidade.

Para embasamento da pesquisa, analisamos os períodos dos meses do ano, observando também, as principais atividades e festas promovidas na cidade. Levando-se em consideração, por exemplo, as festividades religiosas, como a Quaresma.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Nesta seção são apresentados os dados que foram fornecidos pelo Restaurante Estância do Cheff, quantidade de entrada e saída de filé de peixe com recorte de 12 meses (junho/2022 a maio/2023). Observamos que no período citado, um total de 600kg de filé de peixe passou pelo estabelecimento. Esse número nos sugeriu uma média de consumo de 50kg de filé de peixe frito por mês.

Ao analisar a demanda mensal do produto, podemos observar que na maioria dos meses analisados, houve um consumo de filé de peixe frito, maior que 50kg mensal, entretanto, em fevereiro houve uma queda no consumo, chegando a 25kg.

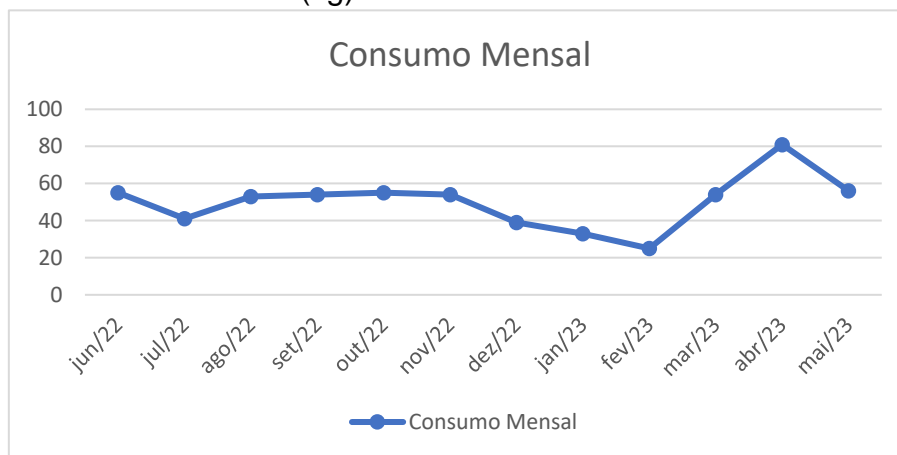
Em abril houve um pico no consumo, chegando a 81kg. Os dados podem ser observados no Quadro 1 e Gráfico 1.

Quadro 1: Consumo Mensal (kg)

Mês/Ano	Consumo (kg)
Junho/2022	55
Julho/2022	41
Agosto/2022	53
Setembro/2022	54
Outubro/2022	55
Novembro/2022	54
Dezembro/2022	39
Janeiro/2023	33
Fevereiro/2023	25
Março/2023	54
Abril/2023	81
Mai/2023	56

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Gráfico 1: Consumo Mensal (kg)



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Conforme demonstrado no Quadro 1, em junho de 2022 houve um consumo de 55kg. Já em julho de 2022 o consumo caiu para 41kg. Conforme relatado pelo proprietário do estabelecimento, Julho é mês de férias escolares e, devido ao público do restaurante ser formado também por pessoas da comunidade escolar, o movimento de público, neste período, tende a reduzir e, conseqüentemente, impacta na queda do consumo de filé de peixe frito.

De agosto de 2022 até novembro de 2022 o consumo foi entre 53kg e 55 kg. Dezembro também é marcado por férias escolares e recessos nas empresas e instituições, em razão das festividades de Natal e Ano Novo, e o consumo em dezembro de 2022 foi de 39kg. Em janeiro de 2023, ainda em férias escolares, o consumo foi de 33 kg. Fevereiro é um mês marcado pela abertura da safra do camarão e a maior oferta de carne de siri, o que pode explicar a queda para 25kg em fevereiro de 2023. Março de 2023 o consumo foi de 54kg. Abril é um mês marcado pela Semana Santa e o consumo chegou a 81kg em abril de 2023. E em maio de 2023 o consumo foi de 56kg.

A data de Sexta-Feira Santa é o único feriado que o restaurante mantém o funcionamento. E, segundo relato do proprietário, isso ocorre devido aos seguintes fatores: pedidos dos clientes para que funcione nesta data, a possibilidade de atender a demanda de preparo de frutos do mar e a especialidade do restaurante. Na Sexta-Feira Santa, em 07 de abril de 2023, o restaurante informou que preparou um cardápio especial, com opções diferenciadas para a data. Incluindo entrega de kit's de peixe e frutos do mar, conforme Imagem 1.

Imagem 1: Kit de Peixe e Frutos do Mar Sexta-Feira Santa Restaurante Estância do Cheff

ESTÂNCIA DO CHEFF
RESTAURANTE

KIT
ESPECIAL DE
SEXTA-FEIRA SANTA 07/04

Das 11h15 às 14h

KIT INTEIRO
R\$ **120,00**
Serve de 6 a 8
pessoas, em média

MINI KIT
R\$ **85,00**
Serve de 3 a 4
pessoas, em média

ITENS DO KIT

- ARROZ
- MASSA ALHO E ÓLEO
- SALADA VERDE
- SALADA DE MAIONESE
- BATATA FRITA
- CAMARÃO À MILANESA
- FILÉ DE PEIXE À MILANESA
OU BOLINHO DE PEIXE
- PASTEL DE QUEIJO
- PASTEL FOLHEADO
DE CAMARÃO
- SOBREMESA CORTESIA

Tele-entrega
(53)3201-0131
General Abreu, 31
Cidade Nova

Fonte: Redes Sociais Restaurante Estância do Cheff

Nesta mesma data o buffet contou com diversas opções de frutos do mar e pratos com peixe, além de arroz, feijão massa, batata frita, ovos, queijos, frutas, legumes, saladas e carnes de rês e frango ilustrado na Imagem 2.

Imagem 2: Cardápio Buffet Sexta-Feira Santa Restaurante Estância do Cheff



CARDÁPIO BUFFET
SEXTA-FEIRA SANTA

Desde 2014
ESTÂNCIA DO CHEFF
RESTAURANTE

ESPETINHO DE CAMARÃO GRELHADO

- ARROZ
- ARROZ INTEGRAL
- MASSA ALHO E ÓLEO
- FEIJÃO
- MASSA COM MOLHO DE ATUM
- FILÉ DE PEIXE À MILANESA
- BOLINHO DE PEIXE
- BATATA FRITA
- PURÊ DE BATATA
- TAINHA RECHEADA
- ENSOPADO DE PEIXE
- CASQUINHA DE SIRI
- PASTEL DE QUEIJO
- CAMARÃO ALHO E ÓLEO
- OVOS FRITOS
- PASTEL FOLHEADO DE CAMARÃO
- CHAPA:
- ESPETINHO CAMARÃO GRELHADO
- PIMENTÃO RECHEADO
- QUEIJO COALHO
- QUEIJO COALHO DOCE DE LEITE
- BIFE DE RÊS GRELHADO
- FRANGO GRELHADO
- ABACAXI COM CANELA
- CEBOLA

07/04 **BUFFET LIVRE**
39,90
POR PESSOA

BUFFET KG
64,90

TAMBÉM TEMOS PRATO DO DIA
ESPECIAL, PORÇÕES, KIT E À LA MINUTAS
CONSULTE AS OPÇÕES

SOBREMESA CORTESIA

VENHA ALMOÇAR COM A GENTE!
RUA GENERAL ABREU, 31 - CIDADE NOVA
DAS 11H15 ÀS 14H TELE-ENTREGA 3201-0131

Fonte: Redes Sociais Restaurante Estância do Cheff

Na Sexta-Feira Santa o restaurante contou também com opções de pratos a lá carte observado nas Imagens 3 e 4.

Imagem 3: Cardápio A lá Minutas Especial Sexta-Feira Santa Restaurante Estância do Cheff

Temos buffet livre e por kg

OPÇÕES DE À LA MINUTAS

À LA MINUTAS
ESPECIAL DE
SEXTA-FEIRA SANTA 07/04

Das 11h15 às 14h

Desde 2014

ESTÂNCIA DO CHEFF
RESTAURANTE

FILÉ DE PEIXE À MILANESA R\$ 22,00

BOLINHO DE PEIXE R\$ 22,00

CAMARÃO À MILANESA R\$ 28,00

Todas as à la minutas acompanham: arroz, feijão, fritas, salada e ovo frito.

Tele-entrega
(53)3201-0131
General Abreu, 31
Cidade Nova

Fonte: Redes Sociais Restaurante Estância do Cheff

Imagem 4: Cardápio Especial do Dia Sexta-Feira Santa Restaurante Estância do Cheff

MARMITA
Especial do dia
SEXTA-FEIRA SANTA 07/04

ARROZ
FEIJÃO R\$ 22,00

MASSA ALHO E ÓLEO
FILÉ DE PEIXE À MILANESA
PASTEL DE QUEIJO
PURÊ
SALADA
SOBREMESA CORTESIA

ESTÂNCIA DO CHEFF
RESTAURANTE

TEMOS ENTREGA!

(53)3201-0131 11h15 às 14h
RUA GENERAL ABREU, 31 - CIDADE NOVA

Fonte: Redes Sociais Restaurante Estância do Cheff

Quando analisamos as estações do ano, considerando inverno de julho a setembro, primavera de outubro a dezembro, verão de janeiro a março e outono de abril a junho, observamos que no inverno e primavera houve um consumo igual, no

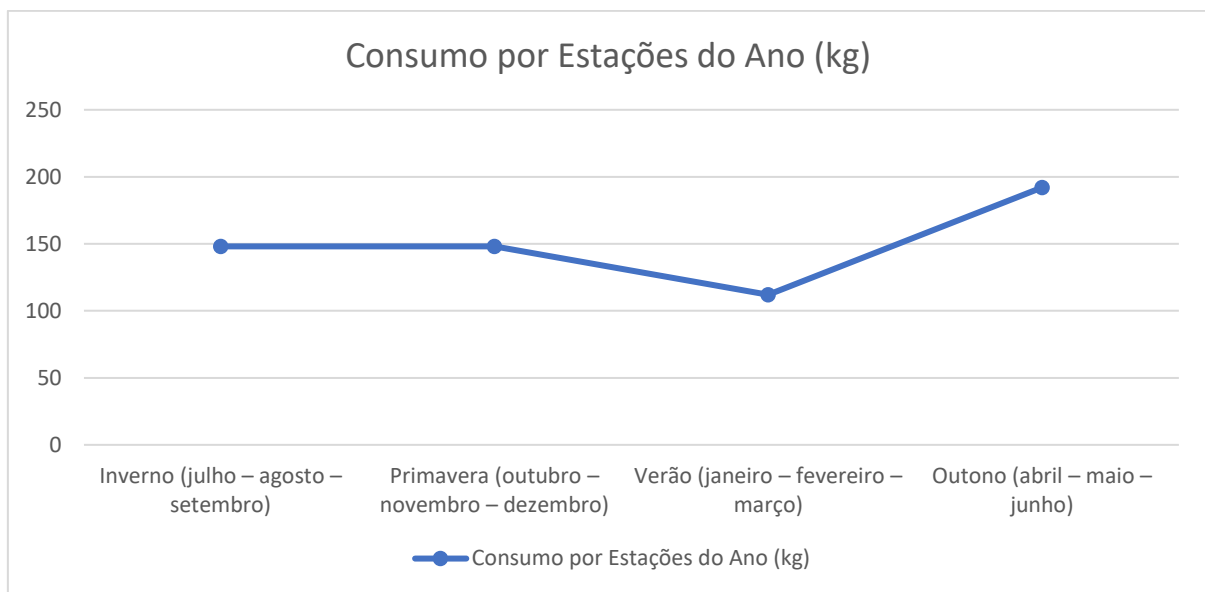
verão houve uma queda no consumo e o outono é a estação com maior consumo impulsionado pelo consumo de abril, conforme a Quadro 1. Os dados podem ser observados na Quadro 2 e Gráfico 2.

Quadro 2: Consumo por Estações do Ano (kg)

Estação do Ano	Consumo (kg)
Inverno (julho – agosto – setembro)	148
Primavera (outubro – novembro – dezembro)	148
Verão (janeiro – fevereiro – março)	112
Outono (abril – maio – junho)	192

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Gráfico 2: Consumo por Estações do Ano (kg)



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Ferreira et al., (2018), evidenciaram no estudo dos entrevistados da sua pesquisa, que as estações do ano podem influenciar o consumo de pescado na região Sul do Brasil. Circunstância que podemos constatar também através do estudo do consumo de pescado no restaurante Estância do Cheff. Uma vez que, o período de maior consumo, é no outono, seguido do inverno e primavera com a mesma quantidade. E, posteriormente, o verão com menor incidência de consumo. Conforme os dados obtidos pelo próprio estabelecimento, as razões para a maior incidência no período de abril, maio e junho, devem-se ao período de Semana Santa, onde a

escolha por pescados tende a aumentar em detrimento de outras opções de alimentos.

Segundo Baldisserotto (2009, p 293) “a venda de peixes concentra-se no período que antecede à Páscoa”, na Quaresma, que é a festividade religiosa dos católicos. Conforme apresenta a definição do site “Canção Nova” (2023), a Quaresma é festa mais importante do calendário litúrgico cristão, onde os católicos realizam a preparação para a Páscoa e fazem o jejum, deixando de consumir a carne por quarenta dias antes da Páscoa.

Outro fator apontado pelo proprietário como relevante para o aumento do consumo do filé de peixe no estabelecimento no período de Semana Santa, refere-se a intensa divulgação do cardápio especial nas redes sociais do restaurante, sendo elas: Facebook e Instagram. O restaurante possui uma empresa responsável pelo serviço de marketing digital – que é a única forma de publicidade externa do restaurante. Segundo o responsável, em constante comunicação, a equipe que administra as redes sociais e o restaurante, buscam, no período que antecede a Semana Santa, de forma conjunta, ampliar a publicidade, para que de forma antecipada, o público-alvo do estabelecimento possa ter conhecimento sobre os pratos especiais do dia e façam seus pedidos.

De acordo com o dono do restaurante, antes mesmo da Sexta-Feira Santa, ele costuma receber dezenas de pedidos, de pratos, porções e kit's, antecipados para que sejam retirados ou entregues no feriado. Ele atribuiu a motivação dos clientes, o desejo de garantir com antecedência, ao resultado consequência da publicidade e também, porque as pessoas manifestam receio de não conseguir garantir a refeição especial na data, haja vista, que diversos estabelecimentos não abrem no dia de Sexta-Feira Santa. Para Torres (2010, p.7):

O marketing digital está se tornando cada dia mais importante para os negócios e para as empresas. Não por uma questão de tecnologia, mas uma mudança no comportamento do consumidor, que está utilizando cada vez mais a Internet como meio de comunicação, informação, relacionamento e entretenimento. Nesse sentido, Marketing Digital permite as empresas o contato com este novo tipo de consumidor presente no mundo digital.

A análise com base documental do restaurante Estância do Cheff confirma que durante o mês de abril, no período que contempla a Quaresma, o consumo de filé de peixe frito, foi superior se comparado aos demais meses.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com base no estudo analisado, observamos que existe um padrão de consumo de filé de peixe que se mantém constante no restaurante Estância do Cheff. Constatamos que o período que ocorre a Quaresma, e onde houve um impulsionamento no marketing do restaurante, aumentou o consumo do filé de peixe no estabelecimento. Já em fevereiro, quando ocorre a abertura da safra de camarão, ocorreu uma baixa no consumo de filé de peixe no estabelecimento. Uma das hipóteses era que poderia ocorrer um aumento no consumo do filé de peixe, justamente por conta da abertura da safra do camarão, que poderia contribuir para esse aumento. Mas o resultado foi justamente ao contrário. Além disso, notamos que em época de férias escolares e de empresas, especialmente no verão, o consumo de filé de peixe também reduziu no restaurante. Demonstrando assim, a partir dos dados obtidos que o consumo de peixe pode ser influenciado por fatores externos.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, C.; ROCHA, H.; FILHO, M. **Informativo Comércio Exterior da Piscicultura. 2022.** Disponível em: <<https://ainfo.cnptia.embrapa.br/digital/bitstream/item/230491/1/InfComExpPisci-08.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2023.

BALDISSEROTTO, B. **Piscicultura continental no Rio Grande do Sul: situação atual, problemas e perspectivas para o futuro.** Ciência Rural, Santa Maria, v. 1, n. 39, p.291-299, fev. 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-84782009000100051>. Acesso em: 14 abr. 2023.

BRASIL. Ministério da Pesca e Aquicultura. **Consumo e tipos de peixes no Brasil.** 2023. Disponível em: <<https://www.gov.br/agricultura/pt-br/assuntos/mpa/rede-do-pescado/consumo-e-tipos-de-peixes-no-brasil>>. Acesso em: 12 abr. 2023.

CANÇÃO NOVA. **Qual é a origem e o sentido da quaresma.** Disponível em: <<https://formacao.cancaonova.com/liturgia/tempo-liturgico/quaresma/qual-e-origem-e-o-sentido-da-quaresma/>> Acesso em: 12 abr. 2023.

CAPPELLARI, T. Estância do Cheff – O aconchego do sabor e cultura gaúcha. **RIO GRANDE TEM**, Rio Grande, 03 jun.2021. Disponível em: <<https://www.riograndetem.com.br/estancia-do-cheff-o-aconchego-do-sabor-e-cultura-gaucha/>> Acesso em: 12 jun. 2023.

CARNEIRO, H. **Comida e sociedade: uma história da alimentação**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

CARVALHO, N. F.; OLIVEIRA, M. L. R.; FONSECA, B. C. **De pescadores artesanais a piscicultores: a mudança nos meios de vida entre os pescadores atingidos pela construção da Usina Hidrelétrica do Funil**. Revista Extensão Rural, Santa Maria, v.24, n. 1, p.79-99, 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufsm.br/extensaorural/article/view/12411>> Acesso em: 09 abr.2023.

CONTRERAS, J.; GRACIA, M. **Alimentação, sociedade e cultura**. Rio de Janeiro: Fiocruz; 2011. 496 p.

DASSO, I. **Qué ponemos em juego al degustar un alimento? La Alimentación Latinoamericana**, v.33, n.229, p.34-36, 1999.

DESLAURIES, J-P; KÉRISIT, M. **O delineamento da pesquisa qualitativa**. In: POUPART, Jean et al. A pesquisa qualitativa: enfoques epistemológicos e metodológicos. Tradução: Ana Cristina Nasser. Petrópolis: Vozes, 2008.

FAO (FOOD AND AGRICULTURE ORGANIZATION). **Conflitos e crises levam a aumento de 20 milhões de pessoas com fome em 2020**: Food and Agriculture Organization, 2021. Disponível em: <<https://www.fao.org/brasil/noticias/detail-events/es/c/1401186/>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

FERREIRA, M.R.A.; DA LUZ, E.I.; MACEDO, L.D.; Carbonera, N. **Influência das estações do ano no consumo de pescado na Região Sul do Brasil**. X Simpósio de Alimentos Universidade de Passo Fundo, Passo Fundo, 2018. Disponível em: <https://www.upf.br/_uploads/Conteudo/simposio-sial-anais/2018/ciencia/c-55.pdf>. Acesso em: 09 abr. 2023.

FESTIMAR. **Festival do Mar**. 2023. Disponível em: <<https://www.festimar.com.br>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

FLICK, U. **Métodos de Pesquisa: Introdução à Pesquisa Qualitativa**. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2009.

FÓRUM da Lagoa dos Patos, Universidade Federal do Rio Grande – FURG, Laboratório Interdisciplinar MARéSS. Disponível em: <https://maress.furg.br/images/PRODUCOES/Lei_da_Pesca_2021_-_Web.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2023.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Editora Atlas, 2011.

GONÇALVES, A. A. **Tecnologia do Pescado: Ciência, Tecnologia, Inovação e Legislação**. São Paulo: Atheneu, p.235-236-246-247, 2011.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades e Estados** Disponível em: <<https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados/rs/rio-grande.html>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

LOPES, I.G.; OLIVEIRA, R.G. de; RAMOS, F.M. **Perfil do consumo de peixes pela população brasileira**. Biota Amazônia, Macapá, v. 6, n. 2, p.62-65, abr. 2016. Disponível em: <<https://periodicos.unifap.br/index.php/biota/article/view/1929>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

MINOZZO, M.G.I.; HARACEMIV, S.M.C.I.I.; WASZCZVNSKYJ, N.I.I.I. **Perfil dos Consumidores de Pescado nas Cidades de São Paulo (SP), Toledo (PR) e Curitiba (PR) no Brasil**. 2010. Disponível em: < www.spcna.br > Acesso em: 16 abril. 2023.

MONTANARI, M. **Comida como Cultura**. São Paulo: Senac, 2008.

POULAIN, J. P. **Sociologias da Alimentação**. Florianópolis: Editora UFSC, 2004.

PROPRIEDADES nutricionais das proteínas do peixe. Revista Food Ingredients Brasil. nº 8, 2009. Disponível em: <<https://revista-fi.com/edicoes/8/fib-edicao-8>>. Acesso em: 10 abr. 2023.

RAIMUNDO, M.G.M. (Org.). **Pescados: saúde e nutrição**. São Paulo: Coordenadoria de Desenvolvimento dos Agronegócios, 2014.

SILVA, T.; INOUE, L.; RODRIGUES, L. Embrapa. 2021. **Você sempre come peixe ou só na Semana Santa?** Disponível em <<https://www.embrapa.br/busca-de-noticias/-/noticia/64834452/artigo---voce-sempre-come-peixe-ou-so-na-semana-santa>> Acesso em: 12 abr 2023.

SILVEIRA, L.S.; ABDALLAH, P.R.; HELLEBRANDT, L.; BARBOSA, M.N.; FEIJÓ, F.T. **Análise socioeconômica do perfil dos consumidores de pescado no município de Rio Grande**. SINERGIA, Rio Grande, v.16, n.1, p. 9-19, 2012.

TORRES, Cláudio. **Marketing na Internet para Pequenas Empresas: Dicas para posicionar o seu negócio e conquistar novos clientes na Internet.**, 2010. 54 p. Disponível em: <https://www.faneesp.edu.br/site/documentos/Marketing_Internet.pdf> Acesso em: 10 jun.2023

YIN, R. K. **Estudo de caso: planejamento e métodos**. 4. ed. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ZANETI, T. B. **Das panelas das nossas avós aos restaurantes de Alta Gastronomia: os processos sociais de valorização de produtos agroalimentares tradicionais**. 182 f. Mestrado em Agronegócios. Universidade de Brasília. Brasília/DF, 2012.