

Mangaba na mesa

consumidores, hábitos e tendências no Nordeste



***Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária
Embrapa Amazônia Oriental
Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento***

DOCUMENTOS 479

Mangaba na mesa consumidores, hábitos e tendências no Nordeste

*Dalva Maria da Mota
Josué Francisco da Silva Júnior
Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues
Heribert Schmitz
Marcos Aurélio Santos Silva
Alanne Cristine Moura da Silva*

***Embrapa Amazônia Oriental
Belém, PA
2023***

Disponível no endereço eletrônico:
<https://www.embrapa.br/amazonia-oriental/publicacoes>

Embrapa Amazônia Oriental
Tv. Dr. Enéas Pinheiro, s/n
CEP 66095-903, Belém, PA
Fone: (91) 3204-1000
www.embrapa.br
www.embrapa.br/fale-conosco/sac

Comitê Local de Publicação

Presidente
Bruno Giovany de Maria

Secretária-Executiva
Narjara de Fátima Galiza da Silva Pastana

Secretária
Luciana Serra da Silva Mota

Membros
Alexandre Mehl Lunz, Andréa Liliane Pereira da Silva, Anna Christina Monteiro Roffé Borges, Gladys Beatriz Martinez, Laura Figueiredo Abreu, Patricia de Paula Ledoux Ruy de Souza, Vítor Trindade Lôbo, Walnice Maria Oliveira do Nascimento

Supervisão editorial e revisão de texto
Narjara de Fátima Galiza da Silva Pastana

Normalização bibliográfica
Luiza de Marillac P Braga Gonçalves

Projeto gráfico da coleção
Carlos Eduardo Felice Barbeiro

Tratamento de fotografias e editoração eletrônica
Vítor Trindade Lôbo

Foto da capa:
Heribert Schmitz

1ª edição
Publicação digital (PDF): 2023

Todos os direitos reservados.

A reprodução não autorizada desta publicação, no todo ou em parte, constitui violação dos direitos autorais (Lei nº 9.610).

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Embrapa Amazônia Oriental

Mangaba na mesa: consumidores, hábitos e tendências no Nordeste / Dalva Maria da Mota... [et al.].— Belém, PA : Embrapa Amazônia Oriental, 2023.
47 p. ; il. (Documentos / Embrapa Amazônia Oriental, ISSN 1983-0513; 479).

1. Mangaba. 2. *Hancornia speciosa* Gomes. 3. Nordeste. 4. Geografia. I. Mota, Dalva Maria da. II. Embrapa Amazônia Oriental. III. Série.

CDD 634.609813

Luiza de Marillac P Braga Gonçalves (CRB 2-495)

© Embrapa, 2023

Autores

Dalva Maria da Mota

Socióloga, doutora em Sociologia Rural, pesquisadora da Embrapa Amazônia Oriental, Belém, PA

Josué Francisco da Silva Júnior

Engenheiro-agrônomo, mestre em Ciências Agrárias/
Fruticultura Tropical, pesquisador da Embrapa Tabuleiros
Costeiros, Recife, PE

Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues

Bacharel em Comunicação Social, mestra em
Agroecossistemas, analista da Embrapa Tabuleiros Costeiros,
Aracaju, SE

Heribert Schmitz

Sociólogo, doutor em Sociologia Rural, professor da
Universidade Federal do Pará, Belém, PA

Marcos Aurélio Santos Silva

Cientista da Computação, doutor em Computação, pesquisador
da Embrapa Tabuleiros Costeiros, Aracaju, SE

Alanne Cristine Moura da Silva

Estudante de graduação da Universidade Federal Rural da
Amazônia, bolsista PIBIC/CNPq/Embrapa, Belém, PA

Agradecimentos

A todas as pessoas que participaram da concepção e realização da pesquisa, especialmente aquelas que atenderam ao convite para preencher os formulários em tempos tão difíceis e de tantas dores provocadas pela covid-19.

Ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), pelo financiamento parcial da pesquisa.

Apresentação

O presente documento é uma iniciativa de socialização de resultados de pesquisa sobre o uso alimentar do fruto da mangabeira, espécie nativa das restingas, dos tabuleiros costeiros e dos cerrados brasileiros, no contexto de intensificação da valorização dos produtos da sociobiodiversidade.

Considerando a importância das frutas nativas na pauta de alimentação nas diferentes regiões do Brasil, o tema é relevante e original porque caracteriza consumidores e seus hábitos e tendências de consumo de um fruto apreciado em todo o Nordeste.

A publicação privilegia o uso de frutos que são oriundos do trabalho de inúmeros grupos de extrativistas e agricultores familiares que, no exercício das suas práticas, contribuem para a manutenção de uma paisagem ecologicamente diversa.

O estudo foi realizado no âmbito do projeto Sustentabilidade dos Sistemas de Produção Cultivada em Territórios dos Tabuleiros Costeiros e Baixada Litorânea da Região Nordeste (Sismangaba), coordenado pela Embrapa Tabuleiros Costeiros, em parceria com a Empresa de Desenvolvimento Agropecuário de Sergipe (Emdagro), a Empresa Paraibana de Pesquisa, Extensão Rural e Regularização Fundiária (Empaer), a Empresa de Pesquisa Agropecuária do Rio Grande do Norte (Emparn) e a Universidade Federal do Pará (UFPA).

Esperamos que a publicação contribua com todos aqueles que se dedicam ao estudo do consumo de frutos da sociobiodiversidade, assim como aos que trabalham na formulação e execução de políticas públicas.

Walkymario de Paulo Lemos

Chefe-Geral da Embrapa Amazônia Oriental

Sumário

Introdução	11
Metodologia	12
Mangabeiras: entre a valorização e as ameaças	15
Consumidores, consumo da mangaba, seus derivados e mercado	20
Perfil dos consumidores	22
Consumo individual e familiar	26
A mangaba, suas qualidades e preferências	30
Produtos na mesa: prevalece e tradição	37
Sugestões dos consumidores para ampliar o consumo da mangaba e dos seus produtos	40
O consumo da fruta	40
O consumo dos produtos	41
Considerações finais: tendências e sugestões	43
Referências	45

Introdução

O documento trata do consumo da mangaba em Sergipe, Paraíba e Rio Grande do Norte, onde a mangabeira (*Hancornia speciosa* Gomes) é expressão da paisagem e da cultura alimentar. Os seus frutos embelezam barracas nas margens das estradas e nas feiras, os carrinhos de mão dos vendedores de frutas pelas ruas, as gôndolas dos supermercados e animam diálogos.

Associada a determinadas épocas, “tempo de safra” e lugares “praieiros”, a mangaba e os seus tradicionais ou recentes derivados seduzem consumidores em casa, nas lanchonetes e nos restaurantes, acionando memórias e reivindicando identidades, para além da alimentação. Silva e Castro (2017, p. 299) reforçam essa afirmação, ao concluir que:

[...] o universo da alimentação transcende o caráter fisiológico, e assume múltiplos significados no campo social, como traços determinantes da cultura alimentar, incorporando os saberes, os hábitos, as práticas alimentares e as interações entre grupos sociais em diferentes contextos históricos.

No Nordeste, as plantas nativas estão intimamente relacionadas às suas áreas de ocorrência natural e, além disso, constituem expressão da relação entre alimentos e cultura, associados ao afeto com a região. Tais classificações fazem com que frutas como o umbu (*Spondias tuberosa* Arruda Câmara) e o licuri [*Syagrus coronata* (Mart.) Becc.] sejam associadas aos sertanejos do Semiárido; o cajá (*Spondias mombin* L.) aos habitantes da Zona da Mata; o bacuri (*Platonia insignis* Mart.) às populações do Meio-Norte e da Amazônia e a mangaba ao litoral, para citar algumas.

Como já registrado, a alimentação humana é um ato social e cultural que envolve escolhas, símbolos e classificações que organizam as diversas visões de mundo no tempo e no espaço (Menasche et al., 2012, p. 8).

A mangaba tem o significado do seu nome indígena – “coisa boa de comer” – relacionado ao seu sabor, por isso, o fruto é o principal interesse, exceto no período das grandes guerras, quando o látex se destacou (Mota; Silva Júnior, 2017). Tida como fruta abundante, não possuía o valor comercial de hoje,

mas seu uso para doces, compotas, conservas e refrescos é relatado desde o século XVII, em diferentes regiões do País. Era ofertada nas feiras brasileiras no início do século XX. No entanto, foi Gilberto Freyre quem descreveu sua importância para a culinária nordestina (Freyre, 2007), inclusive na fabricação de sorvete nos anos de 1930.

Nos últimos anos, a procura por alimentos e produtos chamados “verdes” ou “ecológicos”, relacionados à sociobiodiversidade e produzidos de forma sustentável, ricos em nutrientes e antioxidantes e de sabor e aroma diferenciados, tem valorizado as frutas brasileiras em diferentes mercados e espaços. Não apenas as frutas in natura, mas sucos, néctares e mixes; doces, geleias e barras de cereais; sorvetes e *sorbets*; bebidas lácteas e iogurtes com blends; pratos gourmet com frutas nativas têm cada vez mais estado presentes no dia a dia de brasileiros e estrangeiros (Souza et al., 2021). Firma-se, assim, a relação entre agrobiodiversidade, nutrição e saúde (Ramos, 2019).

Nesta publicação, privilegamos o perfil dos consumidores, indicadores de hábitos e tendências de consumo da mangaba a partir de pesquisa em Sergipe, Paraíba e Rio Grande do Norte, estados nos quais a fruta é apreciada e consumida em diferentes formatos. A escolha do tema apoia-se no argumento de que “a compreensão da questão do consumo de alimentos é essencial para analisar como formas de produção e consumo diferenciadas vêm sendo construídas e se mantendo ao longo do tempo” (Cassol; Schneider, 2015, p. 168).

A publicação está composta por seis partes que tratam do método de pesquisa, da planta, do perfil dos consumidores, das sugestões de consumo, das tendências e referências.

Metodologia

O estudo contou com abordagens qualitativa e quantitativa para explicitar compreensões e quantificações relativas ao consumo e aos consumidores de mangaba. Revisão de literatura e levantamento de dados secundários sobre os temas centrais foram realizados objetivando compreender a problemática

a partir do debate recente e dos números concernentes ao volume de frutos comercializados e consumidos.

A área de pesquisa foram os estados de Sergipe, Rio Grande do Norte e Paraíba, selecionados por figurarem entre os maiores fornecedores de mangaba para os demais estados do Nordeste do Brasil, e por serem relevantes no mercado de consumo do fruto e dos seus derivados. Nos três estados, os frutos são predominantemente oriundos do extrativismo, mas evidenciaram-se diversas iniciativas de cultivo, cujos produtores buscam informações quanto ao consumo para orientar as suas estratégias vindouras.

A pesquisa foi realizada no decorrer do ano de 2021. Para o levantamento de dados primários, foram realizadas entrevistas online em decorrência da pandemia da covid-19, causada pelo coronavírus (SARS-CoV-2). Para o envio dos formulários, definimos critérios para garantir diversidade entre os respondentes, quais sejam: gênero, escolaridade, lugar de residência e idade. Cada membro da equipe do projeto nos três estados assumiu responsabilidades quanto ao envio dos formulários para as suas redes de contato, devidamente acompanhado de uma nota explicativa sobre a pesquisa. Para a complementação dos dados, foi realizada uma pesquisa de campo em 2022 em Sergipe, Paraíba e Rio Grande do Norte.

O formulário continha questões fechadas e abertas agrupadas em seis temas: i) identificação do entrevistado; ii) residência e família; iii) consumo individual e familiar da mangaba; iv) a mangabeira e a mangaba; v) compra da mangaba (fruto); vi) produtos da mangaba; e vii) novos desafios de consumo.

Um total de 329 pessoas preencheu o formulário, entre as quais 39% são do sexo masculino e 61% do sexo feminino, 61% residem em Sergipe, 22% no Rio Grande do Norte e 17% na Paraíba. A maioria reside em municípios da Zona da Mata e do litoral dos respectivos estados, com ênfase nas regiões metropolitanas das três capitais estaduais. Porém, participaram também entrevistados de alguns municípios do Agreste e do Sertão (Figura 1). Os seus perfis serão detalhados na abordagem sobre os consumidores.

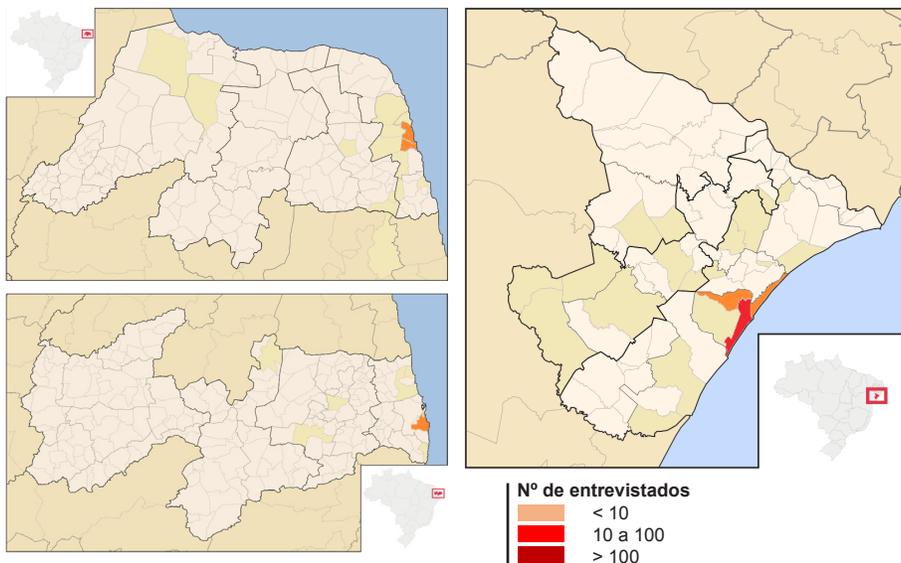


Figura 1. Número de entrevistados por município nos estados do Rio Grande do Norte, Paraíba e Sergipe, 2021.

Mapa: Wikimedia Commons (2022), infográfico: Josué Francisco da Silva Júnior

Os dados oriundos dos formulários compuseram uma base e foram dispostos em planilhas e gráficos para facilitar a análise que considerou a totalidade das respostas.

Para a determinação dos perfis dos respondentes, foram analisadas 15 variáveis relativas ao perfil dos consumidores. As variáveis idade e quantidade de pessoas na residência foram categorizadas, sendo estabelecidas as classes “Menor que 25 anos”, “Maior que 25 e menor que 45 anos” e “Maior que 45 anos” para a variável idade, e “Quantidade de pessoas menor que 3”, “Quantidade de pessoas igual a 3” e “Quantidade de pessoas maior que 3” para a variável quantidade de pessoas na residência. Foram excluídas por excesso de classes as variáveis profissão, setor da economia, lazer, município, local, vínculo, religião e instituição. As variáveis membro de associação, instituição e clube foram excluídas porque apresentam frequência igual ou maior que 70% para uma única classe.

Assim, foram consideradas as seguintes variáveis: idade (categorizada), quantidade de pessoas na residência, estado, estado civil, escolaridade e

renda/vínculo. No entanto, após as análises, as variáveis quantidade de pessoas que residem na casa, escolaridade e renda/vínculo não ajudaram a diferenciar os consumidores, tendo sido eliminadas do processo final de agrupamento.

O agrupamento foi realizado por meio do algoritmo hierárquico aglomerativo, usando-se a distância de Gower (Gower, 1971) como medida de similaridade, e a definição do número de grupos *k* foi realizada com o auxílio do método do cotovelo e do índice Silhouette (Rousseeuw, 1987). As análises foram realizadas no ambiente R versão 4.1.2, por meio dos pacotes *cluster* versão 2.1.2 (Maechler et al., 2022) e *fpc* versão 2.2-9 (Hennig, 2020).

Mesmo com todos os cuidados para garantir a diversidade de participantes, a pesquisa online é um desafio porque eles já são previamente selecionados pelo acesso ao equipamento e domínio da tecnologia. Não obstante, a originalidade do tema e o número de respondentes proporcionarão subsídios a futuros estudos em condições de interação face a face.

Para a interpretação dos dados, utilizamos como principais referências estudos sobre frutas nativas, perfil de consumidores, indicadores de hábitos de consumo¹, alimentação e cultura e tendências de alimentação.

Mangabeiras: entre a valorização e as ameaças

A mangabeira (Figura 2) é uma importante espécie nativa dos biomas Cerrado, Caatinga, Mata Atlântica e Amazônia, utilizada por comunidades tradicionais de extrativistas como fonte de alimento e renda em associação com outras atividades. O aumento da procura por alimentos saudáveis e por matéria-prima da sociobiodiversidade para consumo in natura e processamento tem valorizado sobremaneira os produtos oriundos do extrativismo, dos quais a mangaba (Figura 3) se destaca. Em contraste, as áreas nativas têm sido crescentemente devastadas para atividades como carcinicultura, agricultura,

¹ A questão dos hábitos alimentares, noção empregada por alguns autores e as práticas de consumo de acordo com outros autores devem ser entendidas no conjunto de práticas dos diferentes grupos sociais, com o cuidado de não particularizá-los e isolá-los dos determinantes de ordem socioeconômica e de natureza ideológica que modulam a própria produção, a distribuição e o consumo em nossa sociedade, comportando especificidades e heterogeneidades conforme realiza-se concretamente o modo de produção capitalista (Canesqui, 1988).

pecuária e construção de infraestrutura turística e imobiliária, entre outros fins (Mota et al., 2011; Rodrigues et al., 2017; Silva Júnior et al., 2018).

Foto: Josué Francisco da Silva Júnior



Figura 2. Árvore adulta de mangabeira.

Foto: Josué Francisco da Silva Júnior



Figura 3. Mangaba colhida em estágio “de vez”.

Extrativistas e agricultores familiares frequentemente apontam a devastação das áreas nativas porque vivenciam as suas consequências, como a redução da biodiversidade, a diminuição da oferta de alimentos e o aparecimento de problemas fitossanitários, entre outros. A maioria dos consumidores não tem relação direta com o recurso e, mesmo assim, está informada quanto ao tema. Nesta pesquisa, nos estados de Sergipe, Paraíba e Rio Grande do Norte, 58% dos entrevistados afirmaram que as mangabeiras nos seus municípios de residência estão diminuindo, 29% das pessoas não souberam informar, 10% acreditam que não há alteração e 2% acreditam que ocorreu um aumento nas mangabeiras. As razões apontadas não diferem daquelas que temos indicado ao longo das duas últimas décadas nos nossos estudos, mas surpreende a transformação das plantas após o corte em lenha. A Figura 4 mostra os números relativos às razões de diminuição das plantas.

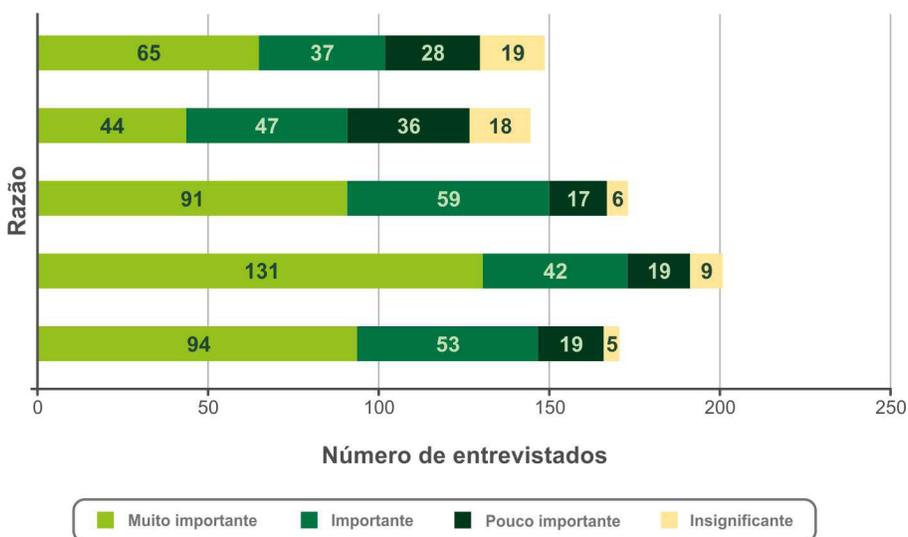


Figura 4. Razão da diminuição das mangabeiras, para os entrevistados, 2021.

Para aqueles que indicaram o aumento de áreas, 57% creditam-no ao cultivo em propriedades e 43% ao replantio em áreas nativas. O cultivo em propriedades pode ser visto nas iniciativas crescentes de plantio nos três estados, com destaque para Sergipe. Quanto ao replantio, são apontadas as práticas tradicionais de extrativistas e agricultores em áreas privadas. Mesmo

assim, uma das entrevistadas sugeriu que “a realização de campanhas com distribuição de mudas de mangabeiras pode iniciar a ampliação da popularidade dessa fruta” entre os consumidores (I. V. M, 42 anos, servidor, Paraíba).

Em todos os casos, as consequências incidem na expropriação de grupos sociais que tradicionalmente manejaram e conservaram os recursos naturais, como analisado por Mota et al. (2017). Contraditoriamente, o processo de expropriação é paralelo à onda de valorização dos produtos da biodiversidade, intensificação do consumo e aquecimento do debate e do apoio a ações em torno da bioeconomia, o que tem, consequentemente, favorecido a domesticação das espécies por aqueles que possuem terra.

A Figura 5 registra o aumento da produção a partir de uma série histórica do IBGE (2019). Ressaltamos que, embora não exista a especificação dos produtos advindos do extrativismo e do cultivo, nossas experiências de campo e dados preliminares do projeto Sismangaba² mostram que mais de 90% provêm da coleta. Portanto, o consumo, nos seus diferentes formatos, é de um produto dos extrativistas.

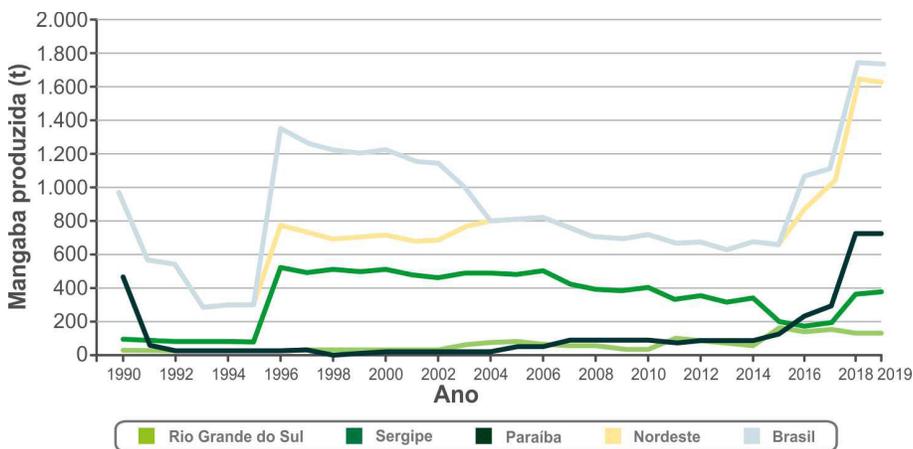


Figura 5. Quantidade de mangaba produzida no Brasil, Nordeste, Rio Grande do Norte, Paraíba e Sergipe, no período de 1990 a 2019.

Fonte: IBGE (2019).

² Projeto Sustentabilidade dos Sistemas de Produção Cultivada em Territórios dos Tabuleiros Costeiros e Baixada Litorânea da Região Nordeste (Sismangaba).

Mesmo diante dos relatos de desmatamentos de áreas naturais de ocorrência de mangabeiras em favorecimento de outras atividades econômicas, de acordo com IBGE (2019), a quantidade de frutos produzida na região Nordeste, responsável por 93% da produção nacional, em 2019, aumentou 264% no período de 2015 a 2019. Embora esses dados não diferenciem a mangaba que tem origem no cultivo daquela oriunda do extrativismo, estima-se que a maior parte é proveniente da atividade extrativista, praticada por membros de comunidades tradicionais.

A produção de mangaba tem se mostrado variável nos três estados considerados nesta pesquisa. Entre 1995 e 1996, a produção de Sergipe era de 83 t e passou para 546 t; a Paraíba, após não registrar quantidades produzidas entre 1998 e 2004, apresentou aumentos graduais a partir de 2005, até mais que dobrar a produção de 304 t, em 2017, para 733 t, em 2018; já a quantidade de frutos produzida no Rio Grande Norte se manteve estável até 2014, quando passou de 71 t para 176 t em 2015 (IBGE, 2019).

Nas últimas décadas, agricultores têm investido no cultivo não apenas em Sergipe e Paraíba, mas também no Rio Grande do Norte, Bahia, Alagoas, Goiás e Tocantins conforme relatado por agricultores³ e registrado em estudos (Vieira et al., 2017; Silva Júnior et al., 2018).

Segundo Rodrigues et al. (2021), com o apoio da Empresa Paraibana de Pesquisa, Extensão Rural e Regularização Fundiária (Empaer) e da Empresa de Pesquisa Agropecuária do Rio Grande do Norte (Emparn), também foram ampliadas áreas de cultivo no Rio Grande do Norte. A Empresa Estadual de Pesquisa Agropecuária da Paraíba (Emepa/PB) e a Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural da Paraíba (Emater/PB), ambas atualmente Empaer, em 2014 e 2019, respectivamente, doaram mudas de mangabeira, sobretudo para o Assentamento Camucim, no município de Pitimbu, PB, que, de acordo com entrevistados, já se prepara para a organização de uma cooperativa.

A experiência da Cooperativa Agrícola Mista de Colonização Jardim Ltda., no município de Japarutuba, SE, que incrementou, a partir de 1999, mais de

³ Informação fornecida pelo Sr. Amaro Laranjeira, viveirista do município de Tamandaré, PE, e pelo Sr. Raimundo de Deus Farias Leite (Dida), presidente do Instituto Mangaba, Goianorte, TO, em 18 de agosto de 2022.

100 ha de mangabeira ao sistema produtivo da mangaba, contribuiu para o aumento das áreas cultivadas no estado e, conseqüentemente, da produção. A partir dos anos 2000, as catadoras de mangaba de Sergipe ganharam visibilidade nacional, mas as áreas de coleta diminuíram ou tiveram seu acesso proibido a essa população denominada tradicional. Uma mudança de cenário a partir de 2017, constatada por Silva Júnior et al. (2020), no qual os proprietários de terra passaram a formar parceria com as catadoras de mangaba para coleta nas suas áreas, pode ter contribuído para o aumento de produção nos últimos anos.

Consumidores, consumo da mangaba, seus derivados e mercado

O consumo da mangaba como alimento pelos povos indígenas no Brasil pré-colombiano foi descrito por viajantes e cronistas europeus desde o século XVI (Mota et al., 2011). Nas últimas décadas, registros importantes têm sido feitos sobre as formas de uso, consumo e comercialização da fruta em diversos estados brasileiros, particularmente em Sergipe e Pernambuco (Silva Júnior et al., 2017, 2018).

Mesmo que a mangaba persista como um fruto associado ao verão litorâneo, há ampla oferta de seus derivados na forma de picolés e sorvetes, cujo processamento em grande escala foi iniciado pelas indústrias Maguary nos anos 1970, e de polpa congelada, a partir da década de 1980 (Mota et al., 2011). A industrialização foi a possibilidade de oferta durante todo o ano pelo prolongamento da vida de prateleira dos produtos, cuja consequência é a desarticulação entre tempo, consumo, tradição e lugar. Mas essa articulação persiste e se estabelece como um forte movimento de valorização de sistemas alimentares locais, em cadeias curtas de produção e comercialização. Essas cadeias são caracterizadas pela proximidade física de extensão e percurso entre os produtores primários e os destinatários finais dos alimentos, em contraposição aos circuitos longos formados por cadeias industriais de abastecimento que distanciam e separam cada vez mais esses atores entre si (Cassol; Schneider, 2015, p. 150).

Nas nossas pesquisas, registramos inúmeras experiências de processamento artesanal da mangaba, como compotas e licores no Cerrado, sorvetes e picolés

desde o Pará até a Bahia, passas em Pernambuco, geleias na Bahia, entre outros (Figura 6) que só recentemente usufruíram de apoio de política pública específica para oferta de produtos diferenciados e carregados de novidade, incrementando a tradição (Mota et al., 2011). Assim, o processamento artesanal de doces, licores, bolos, geleias, trufas, balas, etc. ganha novos mercados nas mãos de extrativistas de Sergipe e expressa a ruptura com a sazonalidade e a possibilidade de maior disponibilidade dos produtos.



Fotos: Josué Francisco da Silva Júnior

Figura 6. Produtos oriundos de processamento artesanal da mangaba.

Estudos sobre consumidores e consumo têm despontado em diferentes contextos mediante o desafio de compreensão das suas características para ampliar as possibilidades de atendimento às suas preferências e às expectativas da sociedade (Bouttes et al., 2019). Fatores comportamentais e estilos de vida se tornam indicadores importantes. No Brasil, o debate começa a ganhar impulso. Concordamos com Cassol e Schneider (2015, p. 168) que “a compreensão da questão do consumo de alimentos é essencial para analisar como formas de produção e consumo diferenciados vêm sendo construídos e se mantendo ao longo do tempo”.

Perfil dos consumidores

Análises sobre o comportamento dos consumidores e as tendências alimentares são mais recentes, especialmente sob uma perspectiva sociológica (Schubert; Schneider, 2016).

Estudos sobre o perfil dos consumidores de produtos da biodiversidade apontam uma grande variação. Entre as pessoas que responderam ao nosso convite para o preenchimento da pesquisa online, 61% são mulheres e 39% são homens que residem nas sedes de municípios (86%), em povoados (11%) e em estabelecimentos rurais (3%) (Figura 7).

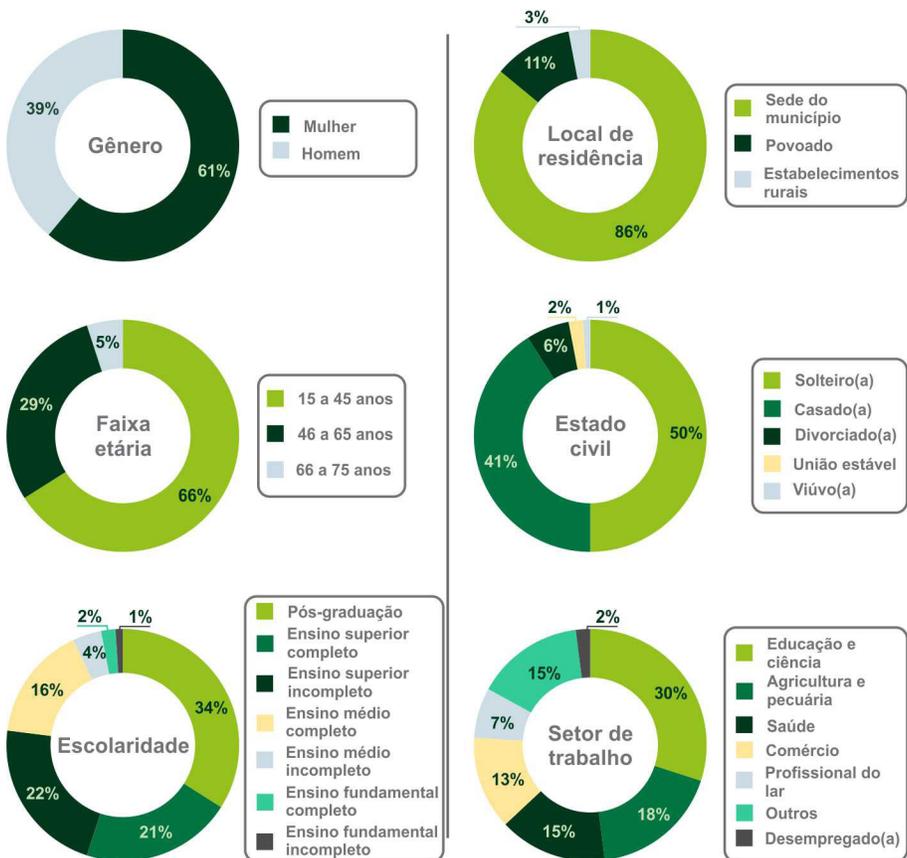


Figura 7. Perfil dos consumidores de mangaba, com relação ao gênero, local de residência, faixa etária, estado civil, grau de escolaridade e setor de trabalho, 2021.

No conjunto, 66% estão na faixa de idade de 15 a 35 anos, ou seja, adultos jovens, enquanto 29% entre 46 e 65 anos e 5% entre 66 e 75 anos. Interpretamos que a menor frequência está mais associada à limitação quanto ao manuseio de uma entrevista online.

Em se tratando do estado civil, 50% são pessoas solteiras, 41% são casadas, 6% divorciadas, 2% em união estável e 1% viúvas. Quanto à escolaridade, 34% cursaram pós-graduação, 21% têm ensino superior completo, 22% têm ensino superior incompleto, 16% com ensino médio completo, 4% com ensino médio incompleto, 2% com ensino fundamental completo e 1% com ensino fundamental incompleto.

A vida profissional dos entrevistados é composta por uma diversidade de ocupações nos diferentes setores da economia, com a predominância de pessoas empregadas em 91% dos casos. A área predominante para 30% foi educação e ciência, seguido de 18% para agricultura e pecuária, 15% para saúde, 13% para comércio e 7% para profissional do lar. Outras ocupações também foram mencionadas: construção, meio ambiente, indústria, transporte, bancos e mineração que tiveram, respectivamente, 4%, 4%, 3%, 2%, 1% e 1%, cada. Os desempregados foram 2%.

Em geral, os entrevistados pertencem a pequenos grupos domésticos, ou seja, aqueles que residem sob o mesmo teto. Assim, 29% pertencem a um grupo com somente duas pessoas, 25% a três residentes, 28% a quatro, 12% a cinco e 6% a mais de cinco (Figura 8).

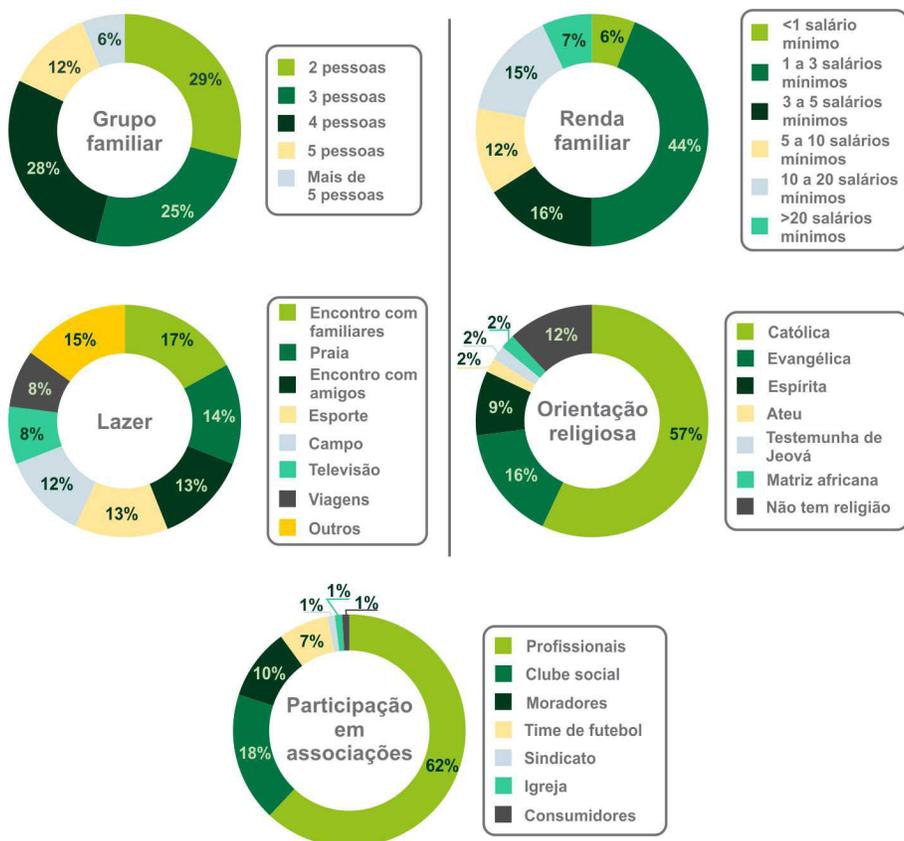


Figura 8. Perfil do consumidor de mangaba, com relação ao tamanho do grupo familiar, renda familiar, lazer, orientação religiosa e participação em associações, 2021.

A renda familiar é menor do que um salário mínimo⁴ para 6% dos entrevistados, de um a três salários mínimos para 44%, de três a cinco para 16%, de cinco a dez para 12%, de dez a 20 para 15%, maior do que 20 salários para 7%. Mesmo que 45% dos entrevistados tenha renda de até três mínimos, é um grupo com renda bem acima da média nordestina e brasileira que é de R\$ 1.554,00 e R\$ 2.213,00, respectivamente, de acordo com o Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio (PNAD) (IBGE, 2020).

⁴ Salário mínimo no Brasil em maio de 2022 é de R\$1.212,00.

Entre os consumidores, o lazer é bastante diversificado, com destaque para encontro com familiares (17%), praia (14%), encontro com amigos (13%), esportes (13%), campo (12%), televisão (8%) e viagens (8%). Também foram mencionados música (6%), cozinha (4%), andar na rua (3%), dançar (1%) e shopping center (1%).

A orientação religiosa, por sua vez, é católica para 57%, evangélica para 16%, espírita para 9% e ateu, testemunha de Jeová e matriz africana para 2% cada. Do total, 12% afirmaram não ter religião. Já a participação em associações predomina naquelas com fins profissionais para 62%, clube social para 18%, associação de moradores para 10% e time de futebol para 7%. Por fim, sindicato, igreja e associação de consumidores contam com 1% cada.

Nos dados sobre os perfis dos consumidores, chama a atenção que as mulheres foram as que mais responderam. Estudos mostram que elas são mais interessadas na compra de frutas e legumes dos que os homens, além de serem mais atenciosas quanto à qualidade dos produtos (Berno; Silva, 2020). No geral, foram adultos jovens e com maior escolaridade que responderam. As autoras citadas afirmam que “[...] o grau de instrução pode interferir no tipo de produto consumido, uma vez que hábito de consumir frutas pode ser formado espontaneamente, ou pelo acesso a informações sobre as quais a instrução pode ter influência” (Berno; Silva, 2020, p. 5).

A análise de agrupamentos nos permite dividir o conjunto dos entrevistados em cinco grupos estatisticamente distintos a partir de três variáveis, conforme a Figura 9. Os grupos 1 e 2 se diferenciam dos demais pelo estado, ou seja, o grupo 1 concentra os consumidores da Paraíba, o segundo grupo, os consumidores do Rio Grande do Norte, e os consumidores de Sergipe se encontram nos demais grupos (3 a 5). No grupo 3 concentram-se os sergipanos entre 25 e 45 anos, no grupo 4 os sergipanos maiores de 45 anos e no grupo 5 os sergipanos solteiros e menores de 25 anos. O número de consumidores em cada um dos cinco grupos pode ser visualizado na Figura 10.

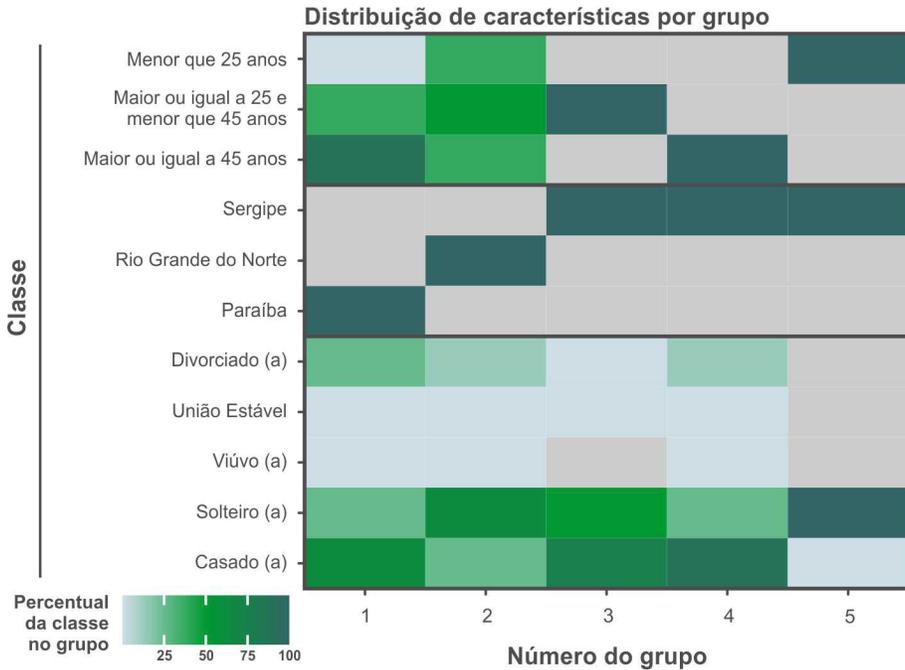


Figura 9. Características de cada um dos cinco grupos de consumidores de mangaba a partir do número de ocorrência de cada classe, 2021.

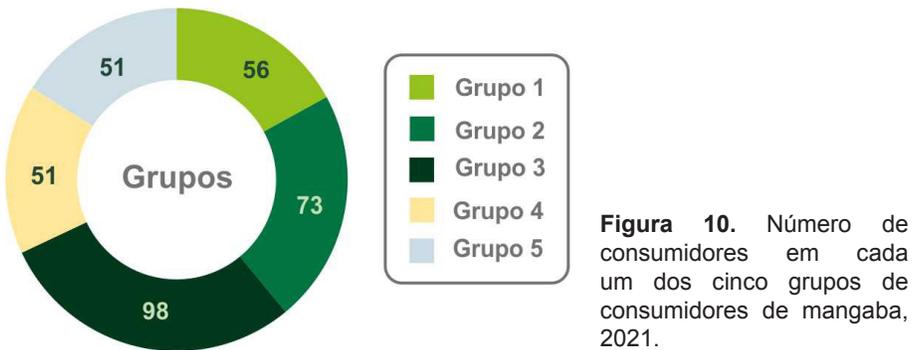


Figura 10. Número de consumidores em cada um dos cinco grupos de consumidores de mangaba, 2021.

Consumo individual e familiar

Qualquer que seja o tamanho do grupo doméstico, 75% dos entrevistados iniciaram o consumo da mangaba em casa, 14% na casa de familiares, 9% em sorveteria e restaurante e 2% na casa de amigos. O início do consumo foi na infância para 80%, na juventude para 12% e na vida adulta para 8%. Quando segmentamos

a informação para os três estados, Sergipe e Rio Grande do Norte ultrapassam 80%, enquanto a Paraíba tem mais de 60%, o que permite afirmar que se trata de um hábito de consumo bastante influenciado pela família. Somente 13% dos entrevistados iniciaram o consumo por meio do acesso à informação quanto às qualidades do fruto (Figura 11). Estudo mostra “[...] que a família influencia no número de refeições das crianças, no consumo de frutas, verduras, guloseimas e na prática de atividade física, assim como, no aprendizado sobre alimentação saudável” (Piassetzki et al., 2020, p. 13).



Figura 11. Consumo familiar de mangaba em relação ao momento, frequência de compra, razões de dificuldade, tendência, local de início, fase de início, público que mais consome e formas, 2021.

Para 51% dos entrevistados, a maior apreciação da mangaba é por adultos, para 47% é apreciada por todas as pessoas independentemente da idade. Em menor proporção, 1% afirma que é mais apreciada por jovens e 1% por crianças. Tem destaque o estado de Sergipe, com 55% dos entrevistados indicando a apreciação por todos e nos demais mais associada aos adultos.

Em se tratando das formas do consumo de mangaba no cotidiano, 70% preferem o suco, 19% o sorvete e o picolé (em suas mais diferentes formas e denominações), 8% o fruto ao natural e 3% as sobremesas (mousse é frequentemente indicada) (Figura 12). Interessante observar que no Rio Grande do Norte e na Paraíba há predominância do consumo do suco, enquanto em Sergipe tem maior diversificação, provavelmente influenciado por uma política pública que incentivou o processamento artesanal (Figura 13). Às indicações somam-se o momento de consumo, em que 79% degustam durante o almoço, 14% no lanche da tarde, 4% no lanche da manhã, 2% no café da manhã e 1% durante o jantar. Não há grande variação entre os três estados.

Fotos: Heribert Schmitz (A) e Josué Francisco da Silva Júnior (B, C e D).



Figura 12. Principais produtos da mangaba: suco a partir da fruta in natura (A); polpa congelada (B); sorvete (C); picolé (D).



Fotos: Josué Francisco da Silva Júnior

Figura 13. Produtos do processamento artesanal de mangaba elaborados pelas catadoras de mangaba de Sergipe: cocada (A); bolinho (B); biscoito (C); tortinha (D).

A frequência de compra é mensal para 28%, semanal para 17% e quinzenal para 13%. Os demais a compram mais esporadicamente, sendo semestral para 24% e anual para 18%. Chama a atenção a frequência de compra de 42% dos entrevistados que a consomem mais esporadicamente. As razões para tal são associadas às dificuldades para a mangaba ser consumida, que, para 64% dos entrevistados, é a sua sazonalidade que influencia para não ser encontrada in natura durante o ano. Nesse sentido, destaca-se a Paraíba, onde consta maior escassez. Um entrevistado afirmou que “sendo o estado da Paraíba o campeão de cultivo da mangaba, é muito pobre a oferta da fruta na capital” (G.M.B.C., 52 anos, funcionária pública, Paraíba).

Para 14%, o preço é um limite porque é considerada cara, especialmente em Sergipe. Para 13%, a dificuldade no preparo em decorrência do látex, popularmente chamado de “leite” ou “cola”, com a nítida evidência de que em Sergipe a dificuldade é contornada. Esse fato deve-se ao uso de frutos sem que a sua completa maturação seja atingida. Para 9%, a sua perecibilidade,

que dificulta armazenar por longos períodos. Em todos os casos, as respostas privilegiam a mangaba in natura. Mesmo assim, 56% dos entrevistados afirmam que a tendência do consumo de mangaba é se manter, 31% afirmam que aumentará e 13% que irá diminuir. Chama a atenção que entrevistados do Rio Grande do Norte demonstram maior tendência de diminuição do consumo do que os demais.

Em síntese, o início do consumo da mangaba é um evento familiar cujo aprendizado se concentra na infância e tem no suco feito diretamente do fruto a maior preferência.

A mangaba, suas qualidades e preferências

A mangaba está intimamente relacionada à paisagem cultural do litoral do Nordeste, expressada na arte como a música, a poesia, a pintura; na toponímia de várias localidades e acidentes geográficos; e nas festas da mangaba do Norte, Centro-Oeste e Nordeste.

As representações que os entrevistados têm quanto ao fruto, em 73% dos casos, remetem ao seu sabor como o maior apelo, 14% à tradição de consumo em época de férias e de veraneio e 13% à alimentação saudável e aos aspectos nutricionais no contexto de intensificação da tendência de cuidados com o corpo e a saúde a partir do consumo de produtos selecionados e naturais (Figura 14). Não há variação significativa entre os entrevistados dos três estados. Constatamos que as respostas mesclam distintos valores que remetem ao sabor, à tradição e à saúde e que não diferem entre os três estados.



Figura 14. Representações dos consumidores de mangaba quanto ao apelo que a fruta desperta e sua origem, 2022.

Para 33% dos entrevistados, as mangabas que consomem são de plantas nativas que nascem espontaneamente nas áreas de tabuleiros e restinga. Para 23%, são de plantas nativas e cultivadas, 22% de plantas cultivadas por agricultores e 22% não sabem a origem. Não há disparidade entre os três estados, excetuando os entrevistados do Rio Grande do Norte, que atribuem à mangaba cultivada uma grande importância, sem que realmente o estado tenha quantidade de plantios significativos.

A origem do fruto não se mostrou importante porque 80% dos entrevistados nos três estados afirmam não saber se é de plantas nativas ou cultivadas. Para 11% não há diferença e 9% responderam que há diferença entre os dois tipos. Mesmo assim, chamou a atenção os entrevistados afirmarem que o cultivo ocorre com certa frequência mesmo que os dados secundários não sejam precisos e nem mostrem tal fato.

Claramente associada ao verão nordestino, 76% dos entrevistados responderam que há relação entre a qualidade, a beleza e o sabor do fruto e a época da safra, mais especificamente, identificam diferenças no sabor e na aparência a depender do mês. Consideram a mangaba na época da maior safra, que se dá no verão, como mais saborosa e mais bonita (Figura 15). Diferentemente, 24% responderam que não identificam nenhuma relação. As respostas são bastante próximas nos três estados.



Foto: Josué Francisco da Silva Júnior

Figura 15. Mangaba colhida na safra de verão do Nordeste.

Tema central e expressão de diferentes preferências entre consumidores é se a mangaba é “de vez” ou “de capota” e “de caída” ou “de queda”, denominações relacionadas à colheita/coleta somente utilizadas nos lugares tradicionais de consumo, carregadas de sentidos que vão além do momento da colheita/coleta porque implicam em aparência, sabor, perecibilidade e preço. A primeira, “de vez”, é referente ao estado anterior à maturação total, quando o fruto ainda está no galho e pronta para ser consumida somente em 2 ou 3 dias, após um processo de “abafamento” ou “encapotamento” (termos locais para o processo de amadurecimento pós-colheita) em diferentes modos. Já a segunda, “de caída”, se refere ao fruto que caiu naturalmente, sem intervenção, pronto para ser consumido, mais sensível ao manuseio. Por isso mesmo, mais cuidadosamente manipulado e mais caro.

Em se tratando da compra do fruto ou da polpa congelada da mangaba, 38% preferem o fruto “de caída”, 27% optam pela polpa, 21% não diferenciam mangaba “de caída” e “de vez” e 14% preferem a “de vez” (Figura 16). Entre os entrevistados, 60% creditam diferenças importantes entre as duas. Nos detalhes, 25% deles explicitam que a principal diferença é que a mangaba “de vez” é menos doce e tem mais látex com 22% e para 19% é menos perecível, mesmo que 9% considerem a mangaba “de vez” mais doce e 9% mais perecível. Os demais se dividiram entre outras características, como: 7% para menos látex, 5% para o menor tamanho e 4% para o maior. Uma consumidora completa: “amo a mangaba de caída, mas como ela é muito perecível, o melhor investimento é a venda da fruta congelada. Assim, mais pessoas poderão ter acesso” (R. M., 43 anos, advogada, Sergipe).

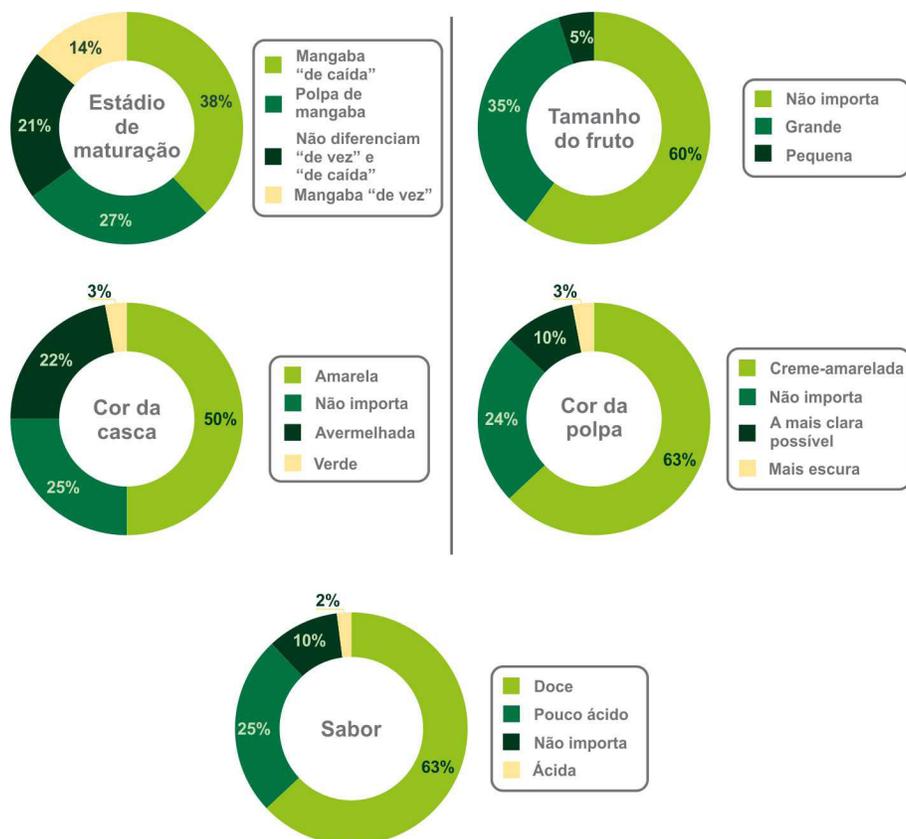


Figura 16. Preferência de estádios de maturação dos frutos, polpa congelada e atributos sensoriais pelos consumidores de mangaba para aquisição da fruta, 2021.

Em se tratando especificamente do fruto, 60% dos entrevistados afirmaram não se importar com o tamanho da mangaba para o uso doméstico, especialmente em Sergipe e Rio Grande do Norte, os da Paraíba são um pouco mais exigentes e preferem as grandes. Assim, 35% responderam que o tamanho ideal é grande e apenas 5% responderam que a mangaba ideal é pequena. Curiosamente, os vendedores interpretam que, esteticamente, as mangaba grandes atraem consumidores e na apresentação que fazem as privilegiam nas feiras e barracas da margem de estrada (Figura 17).

Foto: Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues



Figura 17. Comercialização de mangaba selecionada por tamanho em feira livre.

Ainda na trilha da aparência dos frutos, existem diferentes apreciações quanto às suas cores. Para 50% dos entrevistados, a cor ideal da casca da mangaba é amarela, 25% a cor da casca não importa, 22% preferem quando tem casca avermelhada e, por fim, apenas 3% preferem mangaba com a cor verde. Têm destaque os consumidores de Sergipe, com maior aceitação na variedade de cores, e os do Rio Grande do Norte, preferindo as amareladas. Deve-se registrar que a cor do fruto reflete também na cor da polpa congelada e no suco, sendo mais atraente aqueles produtos que apresentam a cor creme.

A diversidade de preferências quanto ao tamanho e à cor se revela também quanto à cor da polpa, com 63% preferindo aquelas de cor creme, 24% afirmando não se importar, 10% preferindo a mais clara possível e somente 3% optando pela mais escura. Curiosamente, os entrevistados de Sergipe e Paraíba preferem mais fortemente as amareladas e os do Rio Grande do Norte são mais indiferentes. Enfim, os entrevistados lidam bem com a diversidade e a apreciam, condição que se revela também para o sabor, uma vez que a mangaba considerada doce é a preferência de 63% dos entrevistados. Já 25% preferem aqueles frutos um pouco ácidos, 10% atestam que o sabor não importa e somente 2% preferem a mangaba ácida.

As preferências são diversas quanto à qualidade dos frutos no que concerne ao tamanho, cor da casca e polpa, sabor e maturação, revelando o consumo de um fruto que não obedece padronização. Pelo contrário, as preferências

expressam um rico padrão cultural e ecológico pela origem predominante do extrativismo, portanto da riqueza da biodiversidade, que não é uma fábrica.

Dos entrevistados, 45% afirmaram que o preço não é importante, 28% acreditam que a mangaba é mais cara que outras frutas e 27% que o preço ideal seria mais barato (Figura 18). A indiferença quanto ao preço se explica tanto pela faixa de renda dos entrevistados quanto pela preferência por uma alimentação saudável. Para os demais, entretanto, o comparativo e o preço ideal provavelmente sofrem influência da curta janela de oferta do fruto. Para 77% dos consumidores de mangaba, o preço varia de acordo com a época do ano, 15% acreditam que é imprevisível e 8% acreditam que continua o mesmo preço, e os consumidores entrevistados do Rio Grande do Norte atestam maior imprevisibilidade.

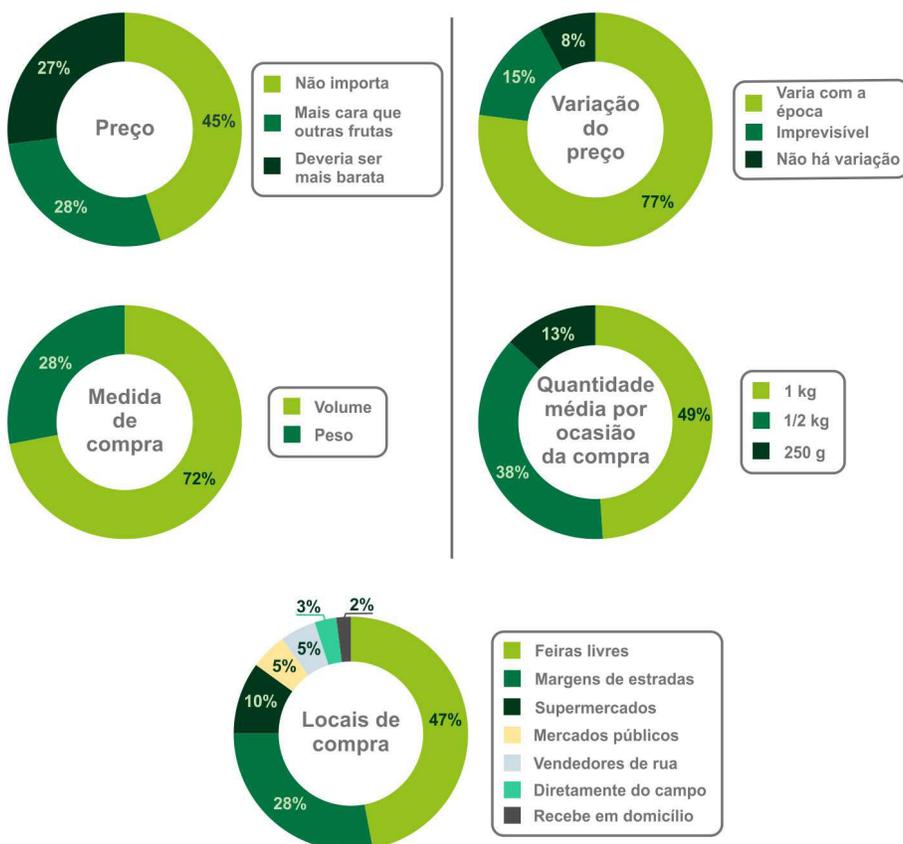


Figura 18. Preços, quantidades e locais de compra de mangaba, 2021.

Dentre os entrevistados, 72% informaram que compram mangaba por volume e apenas 28% por peso. Referente à quantidade de compra, há estimativa de que 49% compram até 1 kg mangaba, 38% compram 500 g e, por fim, 13% compram 250 g.

Os locais de compra do fruto da mangaba para 47% são as feiras livres, para 28% são as margens de estrada, 10% são os supermercados, 5% os mercados públicos, 5% são os vendedores de rua, 3% compra diretamente no campo e 2% recebe em domicílio (Figura 19). Chama a atenção a diversidade de lugares com a importância dos supermercados na Paraíba e no Rio Grande do Norte. Há particularidades quanto aos locais, considerando que, em pesquisa recente, Oliveira Junior et al. (2021) indicaram os supermercados como os principais lugares de vendas de frutas nativas associado à expansão das suas cadeias desde a década de 1960, com a diminuição de canais de distribuição de alimentos, como feiras e lojas tradicionais.

Fotos: Josué Francisco da Silva Júnior (A e B);
Raquel Fernandes de Araújo Rodrigues (C e D).



Figura 19. Locais de venda de mangaba: margem da estrada (A); feira livre (B); supermercado (C); mercado público (D).

Os lugares de compra mostram opções do consumidor que “[...] envolvem opções políticas, culturais, identitárias, gostos, renda, acesso aos espaços, acesso às informações, etc.” (Schubert; Schneider, 2016, p. 375).

Produtos na mesa: prevalece a tradição

Há uma década, já havíamos chamado a atenção para um aumento substancial do uso de frutas frescas e processadas, entre as quais, a mangaba para sucos, além de sorvetes, sobremesas e drinques (Mota et al., 2011). A tendência se manteve, muito embora a diversificação tenha se intensificado somente em Sergipe, como parte de uma ação pública de apoio a um grupo organizado de extrativistas de mangaba. Ali, receitas foram criadas, capacitações realizadas, fabriquetas montadas e um novo circuito de comercialização colocou produtos no mercado por meio de feiras e eventos similares.

Para além das feiras, há venda também para turistas em um dos lugares de produção que se situa na margem de uma estrada rota de turismo para o litoral sul sergipano. Silva e Castro (2017) contribuem com o debate chamando a atenção para a atividade turística como valorização das práticas tradicionais e elementos de distinção na cozinha regional. As autoras destacam tanto a transformação da tradição alimentar em atrativo como novo arranjo dos hábitos alimentares locais, diante da presença do “outro”. Para o caso em análise, destacamos que, nos nossos estudos no início dos anos 2000, não identificamos processamento da mangaba para além das polpas em Sergipe. Por isso, não se tratam de práticas tradicionais, mas de novidades que foram criadas com recursos públicos especialmente para mulheres extrativistas, as catadoras de mangaba, terem opção de renda em Sergipe (Rodrigues et al., 2015). Mesmo assim, uma entrevistada de Sergipe afirmou que “a visibilização dos produtos ainda é bem tímida, ainda necessita uma melhor organização para o beneficiamento destes” (M.M.R.L. 57 anos, aposentada, Sergipe).

Para além da geração de renda e de novidades, analistas trazem outras interpretações quanto à construção social dos alimentos e afirmam que:

Entretanto, as espécies nativas são revalorizadas pelo turismo e pelos setores sociais que visam consumir produtos não massificados, com sabor natural, verdadeiro, sem aditivos químicos e com forte marca cultural revestida de excepcionalidade, tradição e exotismo.” (Alvarez; Sammartino, 2012, p. 188).

Não obstante o sucesso e a contundência da iniciativa no estado de Sergipe, constatamos que os entrevistados indicam que o suco segue como o derivado mais apreciado por 70%, que deram nota 10 na avaliação de 0 a 10 (Figura 20). Os 30% restantes se dividem entre picolé e sorvete (19%), o fruto ao natural (8%) e as sobremesas (3%). Sergipe registra a maior diversidade de produtos, seguido da Paraíba, enquanto o Rio Grande do Norte mostra concentração em suco, sorvete e picolé, embora um restaurante de Natal possua um Festival da Mangaba, com uma grande diversidade de receitas exclusivas a partir do uso da fruta.

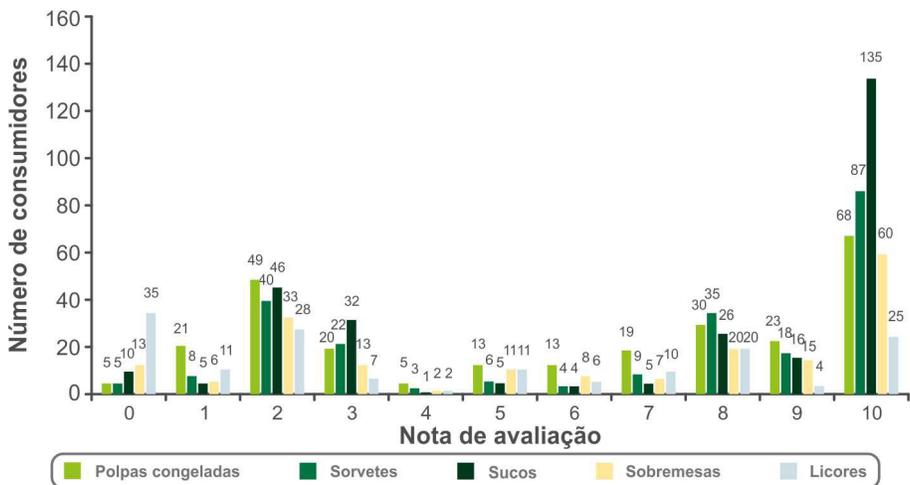


Figura 20. Avaliação da qualidade dos produtos de mangaba, 2021.

Em se tratando da frequência de compra dos produtos, a Figura 21 nos oferece um quadro geral que mostra que diária, semanal e quizenalmente as pessoas apontaram o suco como o produto mais frequentemente consumido nesses intervalos, com 43%, 73% e 64%, respectivamente. Já o sorvete é o mais consumido semestral e anualmente. Associamos os dois tipos de consumo a eventos domésticos e públicos, respectivamente. Nos estados que compõem a amostra, é usual que as sorveterias sejam identificadas pela

qualidade do processamento das frutas nativas. Aliás, é um dos diferenciais nos novos apelos de consumo.

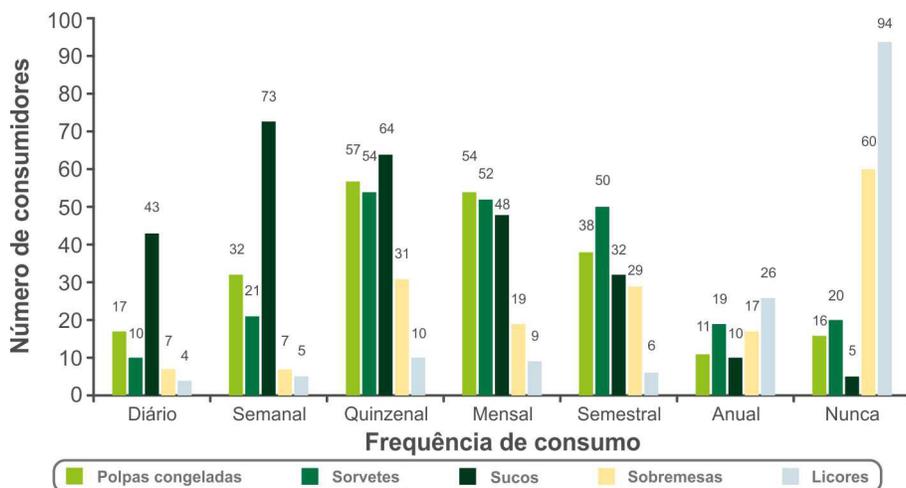


Figura 21. Frequência de consumo de produtos de mangaba, 2021.

Em se tratando da qualidade gustativa dos produtos, 58% dos entrevistados indicam o sabor da mangaba, 16% destacam o teor de açúcar, 16% a particularidade do sabor da mangaba quando comparada com outros frutos disponíveis e 10% consideram a aparência. Importante destacar que um dos desafios para os produtos é a conservação do sabor sob condições de cozimento, daí os produtos mais apreciados serem aqueles que mantêm a fruta sem cozimento.

Dentre os produtos que consomem, 30% dos entrevistados sugerem que devem manter a diferença de outros produtos que há no mercado, 28% relata preocupações quanto ao teor de açúcar, 22% quanto à aparência e 20% quanto à manutenção do sabor do fruto.

Quanto aos locais de compra dos produtos mais frequentes, 26% indicam o supermercado, 20% as feiras livres, 17% a sorveteria, 10% as estradas, 9% as lanchonetes, 7% o mercado público, 5% a rua, 4% recebem a domicílio (plataformas digitais) e, por fim, 2% no local de processamento. A diversidade de locais de compra atesta um dinamismo que envolve diferentes atores e que proporciona possibilidades distintas aos compradores. É realmente um componente central na vida gastronômica da região estudada.

Sugestões dos consumidores para ampliar o consumo da mangaba e dos seus produtos

Em se tratando de sugestões para o aumento do consumo da mangaba e dos seus produtos, chama a atenção a indicação da falta de divulgação tanto da fruta quanto dos seus produtos, ratificando que se trata de um consumo localizado regionalmente. Um entrevistado de Sergipe comentou:

Acho que um dos maiores problemas para o consumo do fruto é manter a constância da oferta e preços. Além disso, devem ser estabelecidas técnicas de processamento para manter a qualidade do fruto por mais tempo para que ele possa ser oferecido para mais regiões (C.R.M., 32 anos, professor, Sergipe).

O consumo da fruta

As sugestões dos entrevistados para a ampliação do consumo da fruta podem ser vistas na Figura 22. Merece destaque a questão da divulgação, mas também o preço e o reconhecimento de que a produção deve ser incentivada com a respectiva melhoria da qualidade dos frutos.

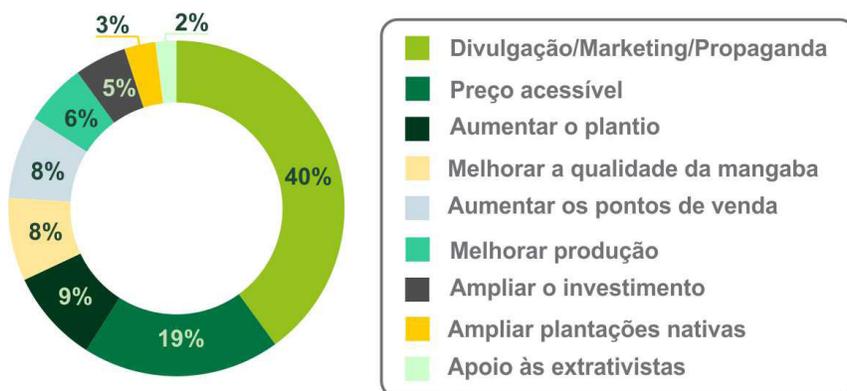


Figura 22. Sugestões dos entrevistados para ampliação do consumo da fruta, 2021.

As sugestões elencadas não diferem daquelas indicadas por Oliveira Junior et al. (2021) sobre os entraves para o maior consumo das frutas nativas no Brasil, quais sejam: divulgação, incentivo à produção, pesquisas e incentivo ao consumo.

O consumo dos produtos

Apesar de muitos restaurantes, lanchonetes e sorveterias das capitais litorâneas do Nordeste servirem produtos da mangaba em seus cardápios, não há uma valorização da mangaba como matéria-prima chave nesses estabelecimentos.

No geral, os produtos da mangaba circulam em canais de comercialização limitados e os entrevistados não indicam consumi-los com frequência, mesmo que nossas pesquisas atestem desperdício importante no campo. A mangaba é comercializada predominantemente in natura e sem agregação de valor.

A considerar a experiência das catadoras de mangaba em Sergipe, os produtos atendem demanda da merenda escolar via Programa Nacional de Alimentação Escolar (PNAE) e aos truristas em feiras e locais acessíveis de venda.

As sugestões dos entrevistados coincidem fortemente quanto à necessidade de maior divulgação da mangaba e dos seus produtos (Figura 21). Recentemente, Souza et al. (2021) chamaram a atenção para o fato de que frutas exóticas de grande apelo comercial e disponibilização recente têm, cada vez mais, tomado o lugar das frutas nativas como parte do hábito alimentar da população brasileira, a exemplo de kiwi (*Actinidia deliciosa* Liang & Ferguson), lichia (*Litchi chinensis* Sonn.), atemoia (*Annona x atemoya* Mabb.) e mangostão (*Garcinia mangostana* L.).

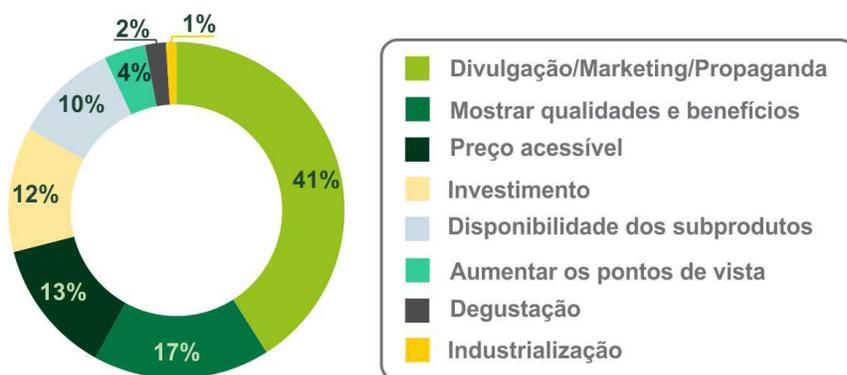


Figura 23. Sugestões dos entrevistados para ampliação do consumo dos produtos da mangaba, 2021.

Em estudo realizado no Brasil sobre o tema, Oliveira Júnior et al. (2021, p. 12) afirmam que:

Os entrevistados possuem consciência da relevância das espécies nativas, compreendem os entraves presentes para a inserção das frutas no mercado e demonstram interesses em consumir frutas nativas, caso fossem encontradas com mais frequência e quantidade.

A estratégia de divulgação da mangaba em seus diferentes formatos repercutirá para diferentes atores, principalmente, para aqueles que atuam nos mercados locais, constituídos por extrativistas e agricultores familiares, com forte participação de mulheres.

Como afirmou Aquino (2018), em análise sobre as frutas no Vale do Açu, no Rio Grande do Norte, mas que pode ser extrapolado para a mangaba:

Uma política bem planejada de apoio à agroindústria processadora (de micro, pequeno e médio porte), assim como a inserção permanente de nossas frutas nos cardápios de todas as escolas públicas da região, proporcionaria um poderoso incentivo à atividade.

O autor destaca que tais iniciativas incentivariam mais empregos e renda no meio rural e, o que é mais importante, pessoas com menos problemas de saúde em decorrência de hábitos alimentares mais saudáveis mediante uma dieta mais saudável e sustentável.

Considerações finais: tendências e sugestões

Considerada a Rainha dos Tabuleiros, a mangabeira exerce influência real nos consumidores por meio do seu fruto, reconhecido pela singularidade do seu sabor, associado ao território por aqueles que a consomem tradicionalmente e portadora de sabor ímpar para os que buscam novas vivências gastronômicas. O turismo e os consumidores afiliados ao consumo saudável e de produtos com “marca cultural revestida de excepcionalidade, tradição e exotismo” (Alvarez; Sammartino, 2012, p. 188), exercem papel central na sua difusão.

Mesmo assim, o seu consumo em maior escala é verificado apenas no litoral da região Nordeste, com tendência de ampliação do espectro de consumidores de outras regiões e turistas que a experimentam nas sorveterias de frutas nativas, nas feiras temáticas e em restaurantes que investem no uso de ingredientes com apelo territorial.

Em se tratando da formação do consumidor de mangaba, a aquisição do hábito se dá na família, na fase da infância. Com a tendência de realização de refeições em espaços diferentes pelos membros das famílias, a propensão é de diminuição da influência da mesma na formação do hábito. Estratégias devem ser desenvolvidas para alcançar novos lugares de consumo, como creches, escolas e espaços onde são praticados esportes associados à alimentação saudável.

O principal momento de consumo da mangaba é durante o almoço e no lanche da tarde. A forma preferida de consumo é o suco, embora já exista uma diversidade importante de produtos, mas nem sempre acessíveis. A tendência é de persistência do suco e do sorvete tanto pela disponibilidade ao longo do ano, quanto pela manutenção do sabor do fruto. Os produtos que atraem pela novidade e possibilidade de transporte necessitam de maior divulgação e apoio para se estabelecerem no mercado, conservando o sabor do fruto.

Considerando as diferentes faixas etárias, constatamos que a maior apreciação da fruta se dá por adultos. A tendência deve continuar, mas iniciativas devem ser buscadas para tornar o consumo mais atrativo para crianças e jovens, que são mais influenciáveis e atraídos por produtos industrializados, altamente processados, com sabores artificiais e ricos em conservantes e

outras substâncias nocivas à saúde, conforme aponta o Estudo Nacional de Alimentação e Nutrição Infantil (Alimentação..., 2021).

Como outras frutas nativas no Nordeste do Brasil, o contato direto entre vendedor e comprador predomina, especialmente em feiras livres e mercados públicos, barracas de margens de estradas e vendedores de rua. Somente 10% das vendas ocorrem nos supermercados. Mesmo assim, há uma tendência de intensificação da venda da mangaba a preços mais elevados nas gôndolas de grandes cadeias de supermercados em capitais como Recife, Natal, João Pessoa e Aracaju, para atender um público urbano que não frequenta feiras livres, mas não abre mão de alimentos naturais regionais ou tradicionais.

Constatamos que existem dois tipos de avaliação da maturação da mangaba, associado à maior tradição de consumo. Os consumidores que tradicionalmente a consomem diferenciam a mangaba “de caída” ou “de queda” das colhidas “de vez”. Aqueles que a consomem casualmente, não distinguem. Com o aumento da domesticação, a tendência é a indistinção, mas persistirá a exigência pela originalidade do sabor do fruto, em alguns casos, criticado.

Tradicionalmente, o tempo de consumo da mangaba era demarcado pela sazonalidade, mas a disponibilidade de polpa congelada no decorrer do ano provocou redefinições. Entretanto, críticas se evidenciam quanto ao sabor e uso de conservantes, em alguns casos. De todo modo, a tendência é de aumento do consumo de mangaba por meio de produtos em novos mercados, especialmente a polpa congelada e o sorvete, que suportam maior período de armazenamento ou maior tempo de prateleira.

Ao contrário do aumento do consumo, a quantidade de mangabeiras tem diminuído, sobretudo nas proximidades dos grandes centros urbanos e regiões metropolitanas, o que obriga a busca pela fruta em outros municípios distantes e outros estados, que também já abastecem os seus próprios clientes (vendedores, atravessadores, comerciantes, consumidores). A tendência é de aumento do número de áreas cultivadas que poderão contribuir para o abastecimento de regiões consumidoras que não produzem mais a mangaba.

Mesmo que haja desbalanço entre a demanda da fruta e áreas produtoras próximas, persiste o desperdício no auge da safra e o clamor por iniciativas de processamento porque a mangaba quase não é consumida in natura, pelas suas características de delicadeza, perecibilidade e presença de látex, mas no formato suco e demais produtos. Como afirmou uma entrevistada: “A fruta é excelente, nutritiva porém frágil o que dificulta a higiene mais elaborada sem que reste gosto residual com o rompimento da casca” (D. C., 47 anos, dentista, Sergipe). Assim, a estratégia de processamento é indispensável para ampliar o consumo.

Para além do processamento, a inclusão da culinária derivada da mangaba e o trabalho de catadoras de mangaba e agricultores familiares como protagonistas têm grande potencial para o estabelecimento de rotas turísticas com incentivo para o aumento do consumo e para a geração de emprego e renda, alcançando o público de outros estados brasileiros.

Referências

- ALIMENTAÇÃO Infantil I: prevalência de indicadores de alimentação de crianças menores de 5 anos. In: ESTUDO Nacional da Alimentação e Nutrição Infantil ENANI – 2019. Rio de Janeiro, 2021. 135 p. Disponível em: <https://enani.nutricao.ufrj.br/index.php/relatorios/>. Acesso em: 8 abr. 2022.
- ALVAREZ, M.; SAMMARTINO, G. Os alimentos entre a reivindicação identitária e a reexotização da diversidade cultural: o caso da Quebrada de Humahuaca (Argentina). In: MENASCHE, R.; ALVAREZ, M.; COLLAÇO, J. (org.). **Dimensões socioculturais da alimentação: diálogos latino-americanos**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012. p. 179-194.
- AQUINO, J. R. de. O potencial subaproveitado das frutas do Vale do Açu. **Jornal Mossoroense**, 4 abr. 2018. Disponível em: <https://www.omossoroense.com.br/o-potencial-subaproveitado-das-frutas-do-vale-do-acu-joacir-rufino/>. Acesso em: 4 abr. 2018.
- BERNO, N. D.; SILVA, P. V. da. Perfil de consumidor de frutas e hortaliças durante a quarentena (Pandemia COVID-19). **Revista Iberoamericana de Tecnología Postcosecha**, v. 21, n. 1, p. 1-16, 2020.
- BOUTTES, M.; DARNHOFER, I.; MARTIN, G. Converting to organic farming as a way to enhance adaptive capacity. **Organic Agriculture**, v. 9, n. 2, p. 235-247, 2019.
- CANESQUI, A. M. Antropologia e alimentação. **Revista de Saúde Pública**, v. 22, n. 3, p. 207-216, 1988.
- CASSOL, A.; SCHNEIDER, S. Produção e consumo de alimentos: novas redes e atores. **Lua Nova**, v. 95, p. 143-177, 2015.

FREYRE, G. **Açúcar**: uma sociologia do doce, com receitas de bolos e doces do Nordeste do Brasil. 5. ed. São Paulo: Global, 2007. 270 p.

GOWER, J. C. A general coefficient of similarity and some of its properties. **Biometrics**, v. 27, n. 4, p. 857-874, 1971.

HENNIG, C. **fpc**: Flexible Procedures for Clustering. Version 2.2-9. 2020. Disponível em: <https://cran.r-project.org/web/packages/fpc/>. Acesso em: 10 maio 2022.

IBGE. Sistema IBGE de Recuperação Automática. Banco de Dados Agregados Produção da Extração Vegetal e da Silvicultura (PEVS). **Tabela 289**. Rio de Janeiro, 2019.

IBGE. Sistema IBGE de Recuperação Automática. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. **Pesquisa Nacional por Amostras de Domicílio (PNAD)** - 2020. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/2511-np-pnad-continua/17270-pnad-continua.html?edicao=32275&t=resultados>. Acesso em: 8 abr. 2022.

MAECHLER, M.; ROUSSEEUW, P. J.; STRUYT, A.; HUBERT, M.; HORNİK, K. **Cluster**: Cluster Analysis Basics and Extensions. 2022. Disponível em: <https://cran.r-project.org/web/packages/cluster/>. Acesso em: 10 maio 2022.

MAPAS da Paraíba. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page. Acesso em: 31 mar. 2022.

MAPAS de Sergipe. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page. Acesso em: 31 mar. 2022.

MAPAS do Rio Grande do Norte. Disponível em: https://commons.wikimedia.org/wiki/Main_Page. Acesso em: 31 mar. 2022.

MENASCHE, R.; ALVAREZ, M. COLLAÇO, J. (org.). **Dimensões socioculturais da alimentação**: diálogos latino-americanos. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2012.

MOTA, D. M.; da; SILVA JUNIOR, J. F. da; SCHMITZ, H.; RODRIGUES, R. F. de A. (ed.). **A mangabeira, as catadoras, o extrativismo**. Belém, PA: Embrapa Amazônia Oriental; Aracaju: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2011. 297 p.



MOTA, D. M.; SILVA JÚNIOR, J. F. da. Látex e frutos: (des)usos da mangabeira no Brasil. In: MENEZES, S. de S. M.; CRUZ, F. T. da (org.). **Estreitando o diálogo entre alimentos, tradição, cultura e consumo**. São Cristóvão: Editora da UFS, 2017. p. 79-91.

OLIVEIRA JUNIOR, M. A. de; DOCEMA, M. L.; SILVA, M. S. C. da; SOUZA, M. W. R. de. Perfil do consumo e conhecimento sobre fruteiras nativas e exóticas. **Research, Society and Development**, v. 10, n. 13, e579101321377, 2021.

PIASETZKI, C. T. da R.; BOFF, E. T. de O.; BATTISTI, I. D. E. Influência da Família na Formação dos Hábitos Alimentares e Estilos de Vida na Infância. **Revista Contexto & Saúde**, v. 20, n. 41, p. 13-24, 2020. Edição extra.

RAMOS, M. O. **Cadeias agroalimentares sob o enfoque da soberania e segurança alimentar e nutricional**: uma construção a partir do estudo de cadeias de frutas nativas da Mata Atlântica. 2019. 285 f. Tese (Doutorado em Desenvolvimento Rural) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre. Disponível em: <https://lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/197590/001098431.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acesso em: 18 abr. 2022.

RODRIGUES, R. F. de A.; MOTA, D. M. da; SILVA JÚNIOR, J. F. da; VIEIRA, D. L. M.; PEREIRA, E. O.; BRITO, J. V. dos S.; JESUS, N. S. de. **As catadoras de mangaba: em defesa dos seus modos de vida**. Aracaju, SE: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2015. 55 p. (Embrapa Tabuleiros Costeiros. Documentos, 192).



RODRIGUES, R. F. de A.; SILVA JÚNIOR, J. F. da; MOTA, D. M. da; PEREIRA, E. O.; SCHMITZ, H. **Mapa do extrativismo da mangaba em Sergipe: situação atual e perspectivas**. Brasília, DF: Embrapa, 2017. 55 p.



RODRIGUES, R. F. de A.; SILVA JÚNIOR, J. F. da; MOTA, D. M. da; SCHMITZ, H.; SILVA, M. A. S.; MENINO, I. B.; ARAÚJO, I. A. de; FERREIRA, E. G.; GUERRA, A. G. **Prospecção de pesquisa e inovação em sistemas de produção de mangaba cultivada**. Aracaju: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2021. 245 p. (Embrapa Tabuleiros Costeiros. Documentos, 55).



ROUSSEEUW, P. J. Silhouettes: a graphical aid to the interpretation and validation of cluster analysis. **Journal of Computational and Applied Mathematics**, v. 20, p. 53-65, 1987.

SCHMITZ, H.; MOTA, D. M. da; SILVA JUNIOR, A.; OLIVEIRA, E. P. de. Expropriação e trabalho de mulheres extrativistas em Sergipe. **Revista de Ciências Sociais, Política & Trabalho**, v. 1, n. 45, 2017. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/index.php/politicaetrabalho/article/view/30442>. Acesso em: 18 fev. 2022.

SCHUBERT, M.; SCHNEIDER, S. Construção social de mercados e as tendências de consumo: o caso do Pavilhão da Agricultura Familiar da EXPOINTER (RS). **Ciências Sociais Unisinos**, v. 52, n. 3, p. 373-382, 2016.

SILVA, I. S.; CASTRO, E. R. de. Dimensões sociais das práticas alimentares e da sociobiodiversidade como expressão amazônica. In: CASTRO, E. R. de (org.). **Territórios em transformação na Amazônia** - saberes, rupturas e resistências Belém, PA: NAEA, 2017. p. 299-326.

SILVA JUNIOR, J. F. da; MOTA, D. M. da; SCHMITZ, H.; RODRIGUES, R. F. de A. Mangabeira: uma espécie historicamente pernambucana. **Arrudea: a revista do Jardim Botânico do Recife**, v. 3, p. 2-22, 2017.

SILVA JÚNIOR, J. F. da; MOTA, D. M. da; RODRIGUES, R. F. de A.; SCHMITZ, H.; GOMES, D. L. **Importância da tecnologia social "Estratégias para o empoderamento de mulheres catadoras de mangaba em Sergipe"**. Aracaju: Embrapa Tabuleiros Costeiros, 2020. 37 p. (Embrapa Tabuleiros Costeiros. Documentos, 238).



SILVA JUNIOR, J. F. da; RODRIGUES, R. F. de A.; MOTA, D. M. da; SCHMITZ, H.; WEBBER, D. C.; CASTRO, M. F. de. **Áreas remanescentes e extrativismo da mangaba no Estado de Pernambuco**. Brasília, DF: Embrapa; Recife: IPA, 2018. 94 p.



SOUZA, F. V. D.; SILVA JÚNIOR, J. F. da; PÁDUA, J. G. O uso popular das frutas nativas: uma tradição ameaçada. In: SILVA JÚNIOR, J. F. da; SOUZA, F. V. D.; PÁDUA, J. G. (ed.). **A Arca de Noé das frutas nativas brasileiras**. Brasília, DF: Embrapa, 2021. p. 32-39.



VIEIRA, M. C.; SOUZA, E. R. B.; PAULA, M. S. P.; NAVES, R. V.; SILVA, G. D. Mangabeira (*Hancornia speciosa* Gomes): uma frutífera promissora do Brasil. **Scientific Electronic Archives**, v. 10, n. 2, p. 45-55, Apr. 2017.



Amazônia Oriental

Apoio:



MINISTÉRIO DA
AGRICULTURA, PECUÁRIA
E ABASTECIMENTO



CGPE 017945