



## **Caracterização do perfil dos consumidores de carne de sol comercializada no município de Areia - PB**

*Characterization of the profile of consumers of sun - dried beef marketed in the municipality of Areia - PB*

**PESSOA, Rosa Maria dos Santos.** UFPB/CCHSA. E-mail: rosapessoa@gmail.com

**GOIS, Glayciane Costa.** Univasf/CPGCVS - E-mail: glayciane\_gois@yahoo.com.br

**COSTA, Dinah Correia da Cunha Castro.** UFPBE- E-mail: dinahcastro@gmail.com

**SILVA, Anderson Antonio Ferreira da.** UFPB - E-mail: andersometeorologia@gmail.com

**SILVA, Carlos Alberto Pereira da.** UFPB -E-mail: allberufpb@hotmail.com

**SANTOS, Regiane Nascimento.** Univasf/Ciência Animal - E-mail: nascimento\_regiane@hotmail.com

**SILVA, Ana Paula Ribeiro.** Univasf/Ciência Animal - E-mail: anapaula.agro.pnz@gmail.com

### **RESUMO**

Objetivou-se conhecer o perfil do consumidor de carne de sol na cidade de Areia - PB. Foram aplicados 75 questionários abordando: idade, sexo, escolaridade, rendimento familiar, frequência e ocasião de consumo, características apreciadas, local de compra, motivo e parâmetros utilizados durante a compra, procedência da carne e satisfação. A maioria dos entrevistados foram do sexo masculino (52%), com idade entre 21-30 anos (50,67%), ensino superior incompleto (40%) e rendimento mensal de até R\$ 1.000,00 (50,67%). O consumo ocorre duas vezes na semana (54%), sendo no almoço (58,67%), jantar (30,67%) ou como aperitivo (10,66%). Maciez (42,67%) e suculência (46,67%) são as características apreciadas durante o consumo. A compra é realizada em supermercados (44%), devido ao preço (33,33%) e a higiene do local (30,67%), sendo verificadas a gordura (30,67%) e a cor da carne (30,67%). A procedência da não é conhecida pelos entrevistados (66,67%) e estes apresentam-se satisfeitos com a qualidade da carne consumida (80%). O consumo expressivo da carne de sol demonstra que hábitos culturais determinam o comportamento do consumidor.

**Palavras-chave:** demanda por alimentos, mercado consumidor, produtos de origem animal.

### **ABSTRACT**

The objective was to know the profile of the consumer of sun meat in the city of Areia - PB. 75 questionnaires were applied: age, sex, schooling, family income, frequency and occasion of consumption, characteristics appreciated, place of purchase, reason and parameters used during the purchase, meat origin and satisfaction. Most of the interviewees were male (52%), aged between 21-30 years (50.67%), incomplete higher education (40%) and monthly income of up to R\$ 1,000.00 (50.67%). Consumption occurs twice a week (54%), being at lunch (58.67%), dinner (30.67%) or as an appetizer (10.66%). Softness (42.67%) and succulence (46.67%) are the characteristics appreciated during consumption. The purchase is made in supermarkets (44%), due to the price (33.33%) and the hygiene of the place (30.67%), being verified the fat (30.67%) and meat color (30.67%). The origin of the meat is not known by the interviewees (66.67%) and they are satisfied with the quality of the meat consumed (80%). The expressive consumption of the meat of the sun demonstrates that cultural habits determine the behavior of the consumer.

**Keywords:** consumer market, demand for food, product of animal origin.



## Introdução

A carne de sol é um produto cárneo levemente salgado, tradicional da região Nordeste, com ampla aceitação no Brasil, constituindo-se em importante atividade econômica para o país. Esse produto surgiu como uma alternativa para utilização do excedente de produção de carne bovina, ou em alguns casos, caprina e ovina, ante as dificuldades encontradas para a sua conservação por refrigeração, associadas ao baixo nível econômico da população. Devido a estas dificuldades, optava-se pelo processo de salga e desidratação, uma vez que as condições climáticas e a disponibilidade de sal marinho no Nordeste brasileiro são bastante favoráveis a essa prática (Pignata et al., 2010).

O sabor característico e a facilidade de preparo popularizaram a carne - de - sol. O processo da conservação da carne de sol consiste em um procedimento artesanal, baseado na salga e exposição da carne ao ar livre ou ambiente ventilado, resultando em um produto semi desidratado com características peculiares (Gurgel et al., 2014). Geralmente este produto cárneo não é elaborado grande escala e não sofre ação da inspeção veterinária. Desta forma, implica na falta de condições adequadas no que se refere aos aspectos higiênicos-sanitários. A comercialização e distribuição são feitas em feiras livres, mercados municipais, armazéns, supermercados e açougues. O produto é exposto, na maioria das vezes pendurado nos balcões ou disposto em bandejas (Amaral et al., 2012).

Vários são os fatores que interferem no comportamento de compra e que afetam a escolha do consumidor por determinado produto ou marca. Fatores culturais, sociais, familiares, econômicos e psicológicos agem em conjunto de forma que se torne complexa a identificação do fator preponderante em uma decisão de compra. O conhecimento do perfil dos consumidores é importante, pois permite orientar o trabalho de produção, direcionar o processo de comercialização, além de demonstrar a importância desse segmento de consumo no mercado regional (Pessoa et al., 2018).

Cardoso (2015) direciona a qualidade para o consumidor em diversos itens como: o preço do produto, suas características específicas, seu processo de fabricação e até mesmo aspectos gerais que o envolvem, como sua marca. Qualidade do produto se refere a síntese de muitos atributos que determinam o grau e a satisfação do cliente, podendo ser avaliada por meio de um conjunto de características e parâmetros, específicos a cada caso, que são intrínsecos ou estão associados ao produto. Fica claro que o verdadeiro critério de boa qualidade é a preferência do consumidor. Como as demandas e expectativas dos consumidores estão sempre mudando, a solução é definir e atualizar constantemente as especificações.

As diferentes percepções dos consumidores sobre a qualidade do produto sejam elas qualitativas ou quantitativas, demonstram a necessidade de maior profundidade de investigações científicas sobre a percepção no consumo de carne de sol no Brasil. Desse modo, objetivou-se conhecer o perfil do consumidor de carne de sol na cidade de Areia - PB.

## Material e métodos

O trabalho foi realizado na cidade de Areia - Paraíba, por meio da aplicação de questionários, durante o mês de março de 2018. Foi realizada uma pesquisa estilo "Survey", a qual é utilizada para



a obtenção de informações por intermédio de uma entrevista com os participantes, onde são feitas perguntas acerca do tema que se está estudando por meio da aplicação de um questionário estruturado para obter uma padronização do processo de coleta de dados (Francisco et al., 2007).

Inicialmente foi elaborado um questionário de múltipla escolha composto de 12 perguntas, onde foram abordados vários aspectos do consumo de carne-de-sol, tais como: idade, sexo, escolaridade, rendimento familiar, frequência e ocasião de consumo, características apreciadas na carne, local de compra, motivo e parâmetros utilizados durante a compra, procedência da carne e satisfação.

O questionário foi aplicado por entrevistadores experientes, que abordavam os consumidores em portas de supermercado, açougue, feiras livres e repartições públicas. No total foram realizadas 75 entrevistas completas.

**Quadro 1.** Questionário utilizado na pesquisa do perfil do consumidor de carne-de-sol em Areia - PB.

<b>Entrevistador:</b> _____	<b>Data de coleta de dados:</b> _____
<b>Sexo:</b> ( ) Masculino ( ) Feminino <b>Idade:</b> ____	
<b>Idade:</b> ( ) 18-20 anos ( ) 21-30 anos ( ) 31-40 anos ( ) Acima de 40 anos	
<b>E escolaridade:</b> ( ) Ensino Fundamental ( ) Ensino Médio ( ) Ensino Superior incompleto	
( ) Ensino Superior	
<b>Renda mensal:</b> ( ) Até R\$1.000 ( ) R\$1.001 a R\$5.000 ( ) R\$5.001 a R\$10.000	
( ) Acima de R\$10.000	
<b>Frequência de consumo:</b> ( ) 1x por semana ( ) 2x por semana ( ) 1x por mês ( ) 2x por mês	
( ) Não consome	
<b>Ocasão de consumo:</b> ( ) Café ( ) Almoço ( ) Jantar ( ) Apertivo	
<b>Características apreciadas:</b> ( ) Aroma ( ) Maciez ( ) Suculência	
<b>Local de compra:</b> ( ) Supermercado ( ) Mercado público ( ) Açougue ( ) Feira livre	
<b>Motivos de escolha do Local:</b> ( ) Preço ( ) Praticidade ( ) Higiene do local ( )	
<b>Atendimento</b>	
<b>Parâmetros observados na compra:</b> ( ) Cor ( ) Preço ( ) Carne refrigerada ( )	
<b>Embalagem</b>	
( ) Carne magra ( ) Gordura	
<b>Conhece a procedência da carne:</b> ( ) Sim ( ) Não	
<b>Nível de satisfação:</b> ( ) Satisfeito ( ) Indiferente ( ) Insatisfeito	

Fonte: Pesquisa direta.

Não foram abordadas crianças nem adolescentes. As entrevistas aconteceram em dias alternados da semana. A abordagem deste trabalho foi puramente quantitativa, com o intuito de mostrar em números a existência de um fato, a proporção em que ele ocorre, na nossa sociedade. Para tabulação dos dados, foi feito o uso de uma planilha eletrônica do Excel (2010), sendo os resultados expressos em porcentagens.

## Resultados e discussão

Os questionários foram respondidos pelos consumidores e a partir deles houve a contagem dos depoimentos, classificando-se as respostas e entrelaçando-se os resultados de forma a atender o



objetivo do trabalho. As respostas do questionário foram tabuladas e analisadas. As entrevistas foram realizadas nos diversos pontos de venda de carne do município, que ofereciam o produto regularmente (Albuquerque et al., 2017).

Os resultados apresentados na tabela 1 mostram que a maioria dos entrevistados é do sexo masculino (52%), com idade entre 21-30 anos (50,67%). Os resultados para escolaridade apontam maior participação de pessoas com ensino superior incompleto (40%), em detrimento do ensino médio (32%), nível superior (21,33%) e ensino fundamental (6,67%). O rendimento familiar apontado foi até 01 salário mínimo (50,67%), fato este que pode estar diretamente relacionado ao nível de instrução descrito.

Kirinus et al., (2013) aponta que a variável cultural é de grande influência no consumo de bens alimentícios. Neste contexto, o nível de renda, urbanização e composição familiar são de grande importância para determinar o consumo de carne de sol. Além disso, o aumento na renda e nível de escolaridade eleva a probabilidade de consumo e despesa domiciliar com o produto cárneo.

Pesquisas que abordam o comportamento do consumidor fazem uso das informações referentes à produção, abastecimento e dados sobre as compras dos alimentos para identificar hábitos alimentares. O interesse das pesquisas de comportamento do consumidor recai sobre a análise empírica de como ocorre o processo de compra e quais são os fatores que afetam os consumidores. Desta maneira busca-se conhecer os gostos, preferências, hábitos e atitudes dos consumidores, para que se possam apontar tendências e perspectivas em relação ao comportamento de consumo (Albuquerque et al., 2017).

O valor comercial de um produto está baseado no grau de aceitabilidade pelos consumidores e a avaliação da qualidade da carne de sol, baseada na impressão global do consumidor deriva do consumo da carne de sol de bovinos e da carne de charque, bastante difundidos nos mercados de várias localidades. Atributos como aparência, aroma, odor e sabor, textura entre outros fatores, exercem domínio sobre a resposta do que é entendido como bom ou ruim (Coutinho, 2011).

No presente estudo, foi verificado que o consumo ocorre principalmente duas vezes na semana (54%), sendo no almoço (58,67%), jantar (30,67%) ou como aperitivo (10,66%). Essa alta frequência de consumo se deve ao fato deste produto ser muito popular no Nordeste brasileiro, uma vez que para o preparo da carne de sol só é necessária uma rápida dessalga, resultado em um produto de aroma e gosto agradáveis (Amaral et al., 2012).

De acordo com Gouvêa & Gouvêa, (2007), a carne de sol pode ser preparada de formas variadas e aceita muitas combinações, além disso, é um alimento presente tanto na mesa do trabalhador humilde como nos melhores restaurantes do Brasil, podendo ser preparada frita, assada, na brasa e com vários acompanhamentos: o pirão de leite, o pirão de aipim, o aipim cozido ou frito, farofa de mandioca, o feijão tropeiro e manteiga de garrafa, variando de acordo com os hábitos alimentar da região. O sabor e a textura são bastante apreciados.

**Tabela 1.** Preferência dos consumidores de carne de sol no município de Areia - PB

<b>Perfil do consumidor</b>	<b>Total inquiridos n = 75 %=100</b>	<b>Perfil do consumidor</b>	<b>Total inquiridos n = 75 %=100</b>
<b>Sexo</b>		<b>Características Apreciadas</b>	
Masculino	52,00	Aroma	10,67
Feminino	48,00	Maciez	42,67
<b>Idade</b>		Suculência	46,67
18-20 anos	26,67	<b>Local de compra</b>	
21-30 anos	50,67	Supermercado	44,00
31-40 anos	13,33	Mercado público	21,33
Acima de 40 anos	9,33	Açougue	17,33
<b>Escolaridade</b>		Feira livre	17,33
Fundamental	6,67	<b>Motivo de escolher o local</b>	
Médio	32,00	Preço	33,33
Superior incompleto	40,00	Praticidade	22,67
Superior	21,33	Higiene do local	30,67
<b>Renda mensal</b>		Atendimento	13,33
Até R\$1.000	50,67	<b>Parâmetros observados na compra</b>	
R\$1.001 a R\$5.000	44,00	Cor	17,33
R\$5.001 a R\$10.000	4,00	Preço	22,67
Acima de R\$10.000	1,33	Carne refrigerada	5,33
<b>Frequência de consumo</b>		Embalagem	4,00
1x por semana	17,33	Carne magra	30,67
2x por semana	54,00	Gordura	20,00
1x por mês	14,00	<b>Conhece a procedência da carne</b>	
2x por mês	9,33	Sim	33,33
Não consome	5,33	Não	66,67
<b>Ocasião do consumo</b>		<b>Nível de satisfação</b>	
Café	0	Satisfeito	80,00
Almoço	58,67	Indiferente	20,00
Jantar	30,67	Insatisfeito	0,00
Aperitivo	10,67		

Fonte: Pesquisa direta.

Dias et al., (2015) verificaram que os consumidores que possuem uma baixa frequência de consumo de carne foram identificados como pessoas que buscam uma alimentação mais saudável quando existe grande preocupação com a forma física. Maciez (42,67%) e suculência (46,67%) são as características mais apreciadas durante o consumo. Segundo Ferreira et al., (2018), maciez é tida como a facilidade com que a carne se deixa mastigar, e está associada a sensações que são percebidas pelo consumidor no momento da mastigação que são: a facilidade de penetração com os dentes, a resistência que oferece a carne à ruptura ao longo da mastigação e a que se refere à sensação de resíduo na boca.

A suculência da carne pode apresentar-se em duas formas de sensação: inicialmente de umidade ao começar a mastigação, pela rápida liberação de suco causada pela liberação do soro e pelo efeito estimulante da gordura sobre o fluxo salivar. Esta última é responsável pela sensação final



de secura nas carnes de animais jovens sem ou com pouca gordura. A carne de boa qualidade é mais succulenta devida, em parte, ao conteúdo de gordura intramuscular (Monte et al., 2012).

Em relação ao local onde os consumidores de carne de sol compram as carnes tem-se que a compra é realizada principalmente em supermercados (44%). Isto se deve ao fato de que os consumidores acreditam que o controle de qualidade, a higienização, as boas práticas e o armazenamento das carnes são mais eficientes, quando estas são comercializadas em supermercados. De acordo com

Kirinus et al., (2013), a comodidade e a praticidade oferecidas pelos supermercados são atributos valorizados pelos consumidores de carne de sol; os autores ainda citam que a proximidade da residência é uma qualidade bastante valorizada.

O preço (33,33%) e a higiene do local (30,67%) foram considerados pelos entrevistados como os principais motivos para a compra da carne de sol em supermercados, sendo observados durante a compra, pouca gordura presente na carne (30,67%). Dias et al., (2015) revelaram que os consumidores avaliam a carne através da combinação intrínseca (sabor, cor e aparência geral) e extrínsecos (preço, data de validade, etiquetas ou certificações e marcas), sendo que a maioria dos consumidores considera a carne magra como o tipo mais saudável. Gois et al., (2016), o teor de gordura da carne, aliado aos padrões da vida moderna (estresse e sedentarismo), está sendo associado a distúrbios na saúde humana, como obesidade, hipertensão e problemas cardíacos. Lima Júnior et al. (2011) afirmaram que a composição lipídica da carne vem sendo frequentemente associado com saúde, uma vez que é a principal fonte de colesterol e ácidos graxos saturados.

A cor foi considerada o segundo parâmetro observado durante a compra da carne de sol (30,67%). Segundo Lima Júnior et al., (2011) a cor da carne influencia na aquisição do produto nas gôndolas dos mercados e é o principal parâmetro utilizado no julgamento de compra do consumidor. A cor vermelha, característica da carne bovina, tem relação com as fibras musculares, com o pigmento mioglobina e a hemoglobina presente no sangue. Essas proteínas, quando associadas ao ferro, reagem na presença do oxigênio, provocando alteração na cor da carne, como a carne PSE (Pálida, Flácida e Exsudativa) e a DFD (Escura, Firme e Seca). A carne PSE ocorre devido a problemas de estresse no momento do abate que eleva o teor de lactato, reduzindo o pH que, juntamente com a temperatura alta do músculo, provocam uma maior liberação de exsudatos pela carne, tornando-a flácida e com coloração amena, enquanto a carne DFD está relacionada com problemas de estresse prolongado sofrido pelo animal antes do abate, cessando as reservas de glicogênio, o que impede a queda do pH, e consequentemente aumenta a retenção de água músculo, o que o torna fibroso e mais escuro devido à menor refração da luz e maior ação enzimática, com gasto de oxigênio (Passeti et al., 2016).

Um grande número de consumidores não sabe a procedência da carne que consomem (66,67%) e apresentam-se satisfeitos com a qualidade da carne consumida (80%). Segundo Lusk e Briggeman (2009), os valores de segurança, nutrição, sabor e preço estão entre os mais importantes para os consumidores, enquanto os valores de tradição, e de origem são considerados menos importante.

Por não existir um padrão de identidade e qualidade da carne de sol, nem portarias específicas definindo instalações e seu processo de elaboração, não há estatística oficial agregada à fabricação da carne de sol no país e a técnica de elaboração varia de região para região, resultando no mercado atual produtos com variação nos teores de cloreto de sódio e atividade água, assim como



características diferentes quanto ao aspecto, sabor, cor e tempo de conservação, havendo a necessidade de se estabelecer parâmetros legais, tanto microbiológicos como físico-químicos, que ofereçam segurança ao consumidor (Ramos et al., 2007).

## Conclusões

O consumo expressivo da carne de sol demonstra que hábitos culturais determinam o comportamento do consumidor. O consumidor considera os atributos: presença de gordura, o preço e a cor como melhores indicadores da qualidade da carne, sendo os principais aspectos observados ao efetuar a compra. E não se preocupa em conhecer a procedência da carne que irá consumir.

## Referências

ALBUQUERQUE, I.R.R.; GOIS, G.C.; CAMPOS, F.S.; SILVA, T.S.; MATIAS, A.G.S. Pesquisa de mercado: **Hábitos de compra e consumo de carne em Senhor do Bonfim - Bahia**. Nutritime Rev. Eletrônica. 14: 5024-5029, 2017.

AMARAL, D.S.; CARDOSO, D.S.G.; PESSOA, T.; MOURA NETO, L.G. **Perfil dos consumidores da carne de sol comercializada nos municípios de em Caicó e Currais Novos - RN**. Acta Vet. Bras., 6:302-311, 2012.

CARDOSO, A.C.R. **Caracterização do perfil de consumidores de carne de frango**. 79 f. 2015, Dissertação (Mestrado em Medicina Veterinária) - Universidade Estadual Paulista, Araçatuba, 2015.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 1999

COUTINHO, J.P. **Produção e caracterização da carne de sol da carne de caprinos da raça Anglo Nubiana elaborada com diferentes teores de cloreto de sódio**. 63 f. 2011, Dissertação (Mestrado em Engenharia de Alimentos) - Universidade Estadual do Sudoeste da Bahia, Itapetinga, 2011.

DIAS, L.D.B.; ISERNHAGEN, L.; BRUMATTI, R.C.; FARIA, F.J.C.; FRANCO, G.L.; KIEFER, C.; ÍTAVO, C.C.B.F. **Estudo sobre o padrão de consumo da carne bovina na cidade de Campo Grande, MS, Brasil**. B. Indústr. Anim., 72:148-154, 2015.

FERREIRA, J.M.S.; GOIS, G.C.; PESSOA, R.M.S.; SILVA, A.A.F.; LIMA, C.A.B.; CAMPOS, F.S.; VICENTE, S.L.A.; MATIAS, A.G.S.; NOGUEIRA, G.H.M.S.M.F.; SANTOS, R.N. **Características de carcaça e qualidade da carne de caprinos de diferentes genótipos**. Pubvet, 12:1-12, 2018.

FRANCISCO, D.C.; NASCIMENTO, V.P.; LOGUERCIO, A.P.; CAMARGO, L. **Caracterização do consumidor de carne de frango da cidade de Porto Alegre**. Ci. Rural, 37:253-258, 2007.



GOIS, G.C.; LAURENTINO, A.B.; SILVA, E.G.; AMÉLIA DE MACEDO, A. **Composição de ácidos graxos na carne ovina.** Nutritime Rev. Eletrônica, 13:4806-4814, 2016.

GOUVÊA, J. A. G. GOUVÊA, A. A. L. **Dossiê técnico: tecnologia de fabricação da carne de sol. Rede de Tecnologia da Bahia - RETEC/BA.** 2007, 26p.

GURGEL, T.E.P.; BANDEIRA, M.G.L.; ABRANTES, M.R.; SOUSA, E.S.; SILVESTRE, K.S.; SAKAMOTO, S.M.; SILVA, J.B.A. **Avaliação da qualidade da carne-de-sol produzida artesanalmente.** Rev. Inst. Adolfo Lutz. 73:208-221, 2014.

KIRINUS, J.K.; FRUET, A.P.B.; KLINGER, A.C.K.; DÖRR, A.C.; NÖRNBERG, J.L. **Relação entre faixas de renda e o perfil dos consumidores de carne bovina da região sul do Brasil.** Rev. Monografia Amb. - REMOA. 12:2776 - 2784, 2013.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura** / Pierre Lévy; tradução de Carlos Irineu da Costa. 2ª ed. São Paulo: Editora 34, 1999.

LIMA JÚNIOR, D.M.; RANGEL, A.H.N.; URBANO, S.A.; MACIEL, M.V.; AMARO, L.P.A. **Alguns aspectos qualitativos da carne bovina: Uma revisão.** Acta Vet. Bras., 5:351-358, 2011.

LUSK, J.L.; BRIGGEMAN, B.C. **Food Values.** Am. J. Agricult. Econom., 9:184-196, 2009.

MONTE, A.L.S.; GONSALVES, H.R.O.; VILLARROEL, A.B.S.; DAMACENO, M.N.; CAVALCANTE, A.B.D. **Qualidade da carne de caprinos e ovinos: uma revisão.** ACSA - Agropec. Cient. Semi-Árido, 8:11-17, 2012.

PASSETTI, R.A.C.; TORRECILHAS, J.A.; ORNAGHI, M.G.; MOTTIN, C.; GUERRERO, A. **Determinação da coloração e a disposição de compra pelos consumidores da carne bovina.** Pubvet, 10:179-189, 2016.

PESSOA, R.M.S.; GOIS, G.C.; SILVA, A.A.F.; CAMPOS, F.S.; LIMA, C.A.B. **Perfil dos consumidores de leite e derivados lácteos do município de Olho D'água - Paraíba.** Nutritime Rev. Eletrônica, 15:8142-8146, 2018.

PIGNATA, M.C.; VIANA, P.T.; COVRE, L.; PIGNATA, M.C.; LACERDA, E.C.Q.; RECH, J.L. **Avaliação físico-química e microbiológica na determinação da qualidade da carne de sol.** Pubvet, 4: 1-21, 2010.

RAMOS, A.L.S.; RAMOS, E.M.; VIANA, E.J.; ALMEIDA, D.S.; VERAS, D.V.S.; OLIVEIRA, C.P.; FERNANDES, S.A.A. **Avaliação das condições higiênicas na produção e comercialização da carne de sol na região de Itapetinga-BA.** Rev. Hig. Alim. 21:371-374, 2007.



PESSOA, R. M. S.; GOIS, G. C.; COSTA, D. C. C.; SILVA, A. A. F.; SILVA, C. A. P.; SANTOS, R. N.; SILVA, A. P. R. (2018)  
Caracterização do perfil dos consumidores de carne de sol comercializada no município de Areia - PB

SIMÕES, Isabella de Araújo Garcia. **A Sociedade em Rede e a Cibercultura: dialogando com o pensamento de Manuel Castells e de Pierre Lévy na era das novas tecnologias de comunicação.** 2009. Disponível em: <[http://www.insite.pro.br/2009/Maio/sociedade\\_ciberespa%C3%A7o\\_Isabella.p df](http://www.insite.pro.br/2009/Maio/sociedade_ciberespa%C3%A7o_Isabella.pdf)>. Acesso em: 15 de julho de 2018.