

VIII Encontro Nacional de Estudos do Consumo  
IV Encontro Luso-Brasileiro de Estudos do Consumo  
II Encontro Latino-Americano de Estudos do Consumo  
Comida e alimentação na sociedade contemporânea  
9,10 e 11 de novembro de 2016  
Universidade Federal Fluminense em Niterói/RJ

**Mercadores de obrigações: crédito, dádivas e reciprocidade na troca de valores na feira da 25 de Setembro em Belém/PA**

José Maria Ferreira Costa Júnior<sup>1</sup>

Resumo

As feiras livres e mercados populares estão presentes no cenário amazônico desde os primeiros movimentos de implantação da *urbe* colonial sobre a hileia equatorial no Século XVII (MEDEIROS, 2010). A ocupação e a configuração do território de cidades como Belém/Pa ocorreu em paralelo com a formação e multiplicação de praças de comércio sobre seus logradouros. Lugares de diversos fenômenos sociais gerados da simbiose entre suas múltiplas dinâmicas econômicas e as tradições e transformações do gosto culinário local, que se materializam em formas específicas de circulação de mercadorias regionais (WILM, 2012; BORGES, 2013; SILVA, 2016) dependentes de trocas de dádivas (MAUSS, 2003), relações de confiança, reciprocidade e obrigações mútuas (LEACH, 2002). Neste trabalho problematizo as formas e os mecanismos sociais de circulação do pirarucu (*Arapaima gigas*) seco e salgado operados no setor de mercearias (conjunto de equipamentos onde o pirarucu seco e salgado é comercializado) na feira da 25 de Setembro em Belém/Pa, argumentando que esse comércio depende da articulação dos sentidos de seus mercadores com as mercadorias que vendem (LATOURE, 2008). Durante a observação participante, que realizei nessa feira desde fevereiro de 2016, identifiquei três formas de circulação que compreendem: a venda, o presente e a caridade. Assim, aponto que economia e gosto culinário estão imbricados na classificação de objetos e de seus consumidores, determinando, simultaneamente, valores monetários (APPADURAI, 2008) e distinção social. Dessa forma, procuro interpretar os mecanismos de crédito não bancário estabelecidos na circulação do pirarucu nessa feira.

Palavras-chave: Feira da 25 de Setembro, crédito, pirarucu.

<sup>1</sup> Mestrando do Programa de Pós-graduação em Sociologia e Antropologia da UFPA. Bolsista Capes. E-mail: [josefcosta@gmail.com](mailto:josefcosta@gmail.com)

## I. Introdução

As feiras livres urbanas estão presentes no cenário local desde a fundação de Belém no Século XVII, como Medeiros (2010) demonstrou ao relacionar a ocupação e configuração de seu território à formação desses espaços de trabalho e circulação de mercadorias e pessoas. Informações da Secretaria Municipal de Economia de Belém (SECON) de 2015 apontam o funcionamento legalizado de trinta e duas feiras e dezessete mercados populares na cidade, com 4.398 e 1.503 permissionários<sup>1</sup>, respectivamente, indicando a importância ocupacional e econômica que essas instituições assumem na contemporaneidade da Capital paraense, não apenas como lugares de compra e venda de bens de primeira necessidade ou produtos regionais, mas também, como ambientes de intensas relações sociais de aprendizado, formação profissional, reciprocidade, poder, alianças, conflitos, parentesco e amizades, produtoras de identidades, alteridades e sociabilidades particulares, como atestam os trabalhos publicados em Rodrigues et alii. (2014). Há de se mencionar, ainda, os importantes trabalhos de Viviane Vedana (2004 e 2008) sobre as práticas e sociabilidades nas feiras do Rio Grande do Sul, além do livro de Leny Sato (2012) sobre o trabalho e a sociabilidade nas praças de comércio de São Paulo, como referências contemporâneas de um campo de estudo que se constrói na interseção entre as antropologias urbana e econômica e os estudos do consumo e da alimentação.

Nas últimas décadas, as pesquisas e publicações sobre feiras livres urbanas vêm ganhando espaço no campo das ciências sociais no Pará<sup>2</sup>, com abordagens que privilegiam os processos de formação identitária, simbolismos, rituais, linguagens, circulações econômicas, produção de sociabilidades e diferentes práticas sociais. É nesse contexto que tem lugar o fragmento ora apresentado, elaborada no âmbito institucional do curso de Mestrado em Sociologia e Antropologia do PPGSA/UFPA e dos trabalhos do Grupo de Estudos dos Mercados Populares/GEMP-CNPq.

Meu trabalho se dirige para compreensão das formas e razões do crédito não bancário na circulação do pirarucu (*Arapaima gigas*) salgado na feira da 25 de Setembro, relacionando-as com a necessidade de constituição/aquisição e valorização dos sentidos (sobretudo paladar) de seus mercadores. Nessa

---

<sup>1</sup> Permissionário é a classificação com a qual a Prefeitura Municipal de Belém (PMB) designa os indivíduos que recebem, após a submissão a um processo administrativo e cadastro de informações junto ao regulador econômico municipal, SECON, a autorização para explorar comercialmente de um a três equipamentos nas feiras e mercados administrados pelo poder público municipal, em conformidade com o Decreto Municipal Nº 26580/1994. Dessa forma, a quantidade de feirantes, sujeitos que desempenham sistematicamente os trabalhos necessários ao funcionamento das praças de comércio popular, independente da permissão de ocupação e uso de um equipamento, é superior ao de permissionários. Foi observado, durante o trabalho de campo, que a maioria dos permissionários trabalha com mais três feirantes.

<sup>2</sup> As pesquisas “Ver-o-Peso, o cheiro, o gosto, a cor e o som: o mercado de Belém em sentidos e misturas”, realizada entre 2007 e 2008 sob a coordenação da professora Dr<sup>a</sup>. Wilma M. Leitão (FCS/UFPA), “Mercados Populares em Belém: sociabilidades, práticas e identidades ribeirinhas em espaço urbano”, realizada entre 2009 e 20011, e “Mercados interculturais: linguagens, práticas e identidades em contexto Amazônico”, iniciada em 2013, sob a coordenação da professora Dr<sup>a</sup>. Carmem Izabel Rodrigues (PPGSA/UFPA) atestam o quanto o conjunto de fenômenos que constitui essa instituição passou a ser problematizado e estudado nas Ciências Sociais no Pará no início deste Século.

direção, procuro argumentar que esses atores sociais, não são apenas comerciantes, mas influenciadores dos paladares na cidade.

Problematizo como as dívidas produzidas por formas de crédito específicos no comércio daquele peixe salgado, estão ligadas ao reconhecimento de determinados consumidores, valorizados por ratificar, em suas práticas de consumo/escolha, os critérios de gosto e qualidade que os feirantes produzem ao diferenciar valores e preços do pirarucu.

O fim último desta pesquisa, que se constrói simultaneamente ao aprendiz, que a leva a cabo, é contribuir com a produção do conhecimento etnográfico sobre a diversidade cultural, social e econômica das feiras livres urbanas na Amazônia. Para esse propósito proponho, como objetivo geral, compreender como as diferentes formas de crédito operadas na circulação de pirarucu salgado no setor de mercearia da feira da 25 de Setembro estão relacionadas com as classificações das características dessa mercadoria estabelecidas por seus mercadores.

Os objetivos específicos que, devem possibilitar a compreensão pretendida, são: descrever o processo classificatório do pirarucu salgado identificando sua relação com o desenvolvimento dos sentidos de seus mercadores, bem como descrever interpretar as formas de circulação e crédito do pirarucu salgado na feira da 25 de Setembro<sup>3</sup>.

O principal recurso metodológico utilizado foi a observação participante<sup>4</sup> que realizei desde o mês de fevereiro nessa feira nos setores de farinha (fevereiro) e mercearia (de março, abril e junho), além da revisão da literatura produzida sobre feiras livres e mercados populares na Amazônia, teoria e metodologia antropológica, relações entre práticas sociais e formas econômicas regionais, dádivas, obrigações, crédito e dívidas.

A breve comunicação que apresento aborda as formas de crédito e circulação do pirarucu na feira da 25 de Setembro e está dividido em três partes: “Construção do problema”, onde apresento a trajetória de definição do problema e a abordagem da pesquisa; “Comércio, presente e caridade: as formas de circulação do pirarucu na feira da 25 de Setembro”, onde apresento parte da descrição das formas de circulação e crédito observadas nas trocas dessa mercadoria; e, por último, “Pagando *no apuro*: crédito, tempo e confiança no comércio do pirarucu”, onde apresento e discuto uma forma específica de crédito estabelecida entre mercadores de pirarucu.

---

<sup>3</sup> Os demais objetivos específicos são: descrever espacialmente as alterações no espaço físico dessa feira, após a reforma de 2007, decorrentes das relações de parentesco e amizade, e, recuperar a história da criação dessa praça de comércio salientando as razões e condições para sua realização e descrevendo as principais características que apresentava no momento de seu estabelecimento. Neste trabalho não serão tocadas nas questões com as quais estes objetivos estão relacionados.

<sup>4</sup> Trata-se de uma descrição a maneira da proposta por Malinowski (1976), onde serão apresentadas a constituição formal da feira, as representações e regras que vigoram ali e a forma como os mercadores as vivem cotidianamente.

## II. Construção do problema

Cheguei a feira da 25 de Setembro às 6h10 na manhã de 06 de fevereiro de 2016, sábado de carnaval, para iniciar a experiência mais importante de minha pesquisa, trabalhar com feirantes do setor de farinha. Observei que, naquele momento, havia intenso movimento de colonos<sup>5</sup> nos corredores formados pelos boxes contíguos do espaço destinados aos produtos derivados da mandioca. Nos boxes 21, 22 e 23, que tiveram sua estrutura física modificada para constituir um só equipamento, João, sócio com D. Marta<sup>6</sup> no comércio de farinha de mandioca, já estava com os equipamentos livres da lona que os protegeu durante a noite, cercados por várias sacas dessa mercadoria, além de uma farinha de tapioca e vários pacotes pesados de goma (fécula) de mandioca. O vai e vem de pessoas e coisas era embalado por músicas regionais tocadas em uma rádio local que meu interlocutor havia sintonizado em uma caixa de som e que foi desligada, por volta de 7h, quando o movimento de fornecedores foi substituído por uma vai e vem, cada vez mais intenso, de consumidores. Estava diante de uma perspectiva inteiramente nova da feira, podia observá-la de dentro.

As primeiras impressões provocadas, pelo trabalho no comércio de farinha na feira da 25 de Setembro, sobre mim dirigiram meu olhar para tentar compreender a importância atribuída às mercadorias comercializadas, não apenas como objetos que serão trocados por dinheiro, mas como mediadoras de relações com um mundo sensorial reconhecido por experiências treinadas de paladar, tato, visão e olfato. Algo como a ideia de Latour (2008) de aquisição de um corpo como aprendizado do ser afetado, para habitar um mundo sensorial complexo e variado. Essa ideia tomou de assalto minha atenção quando observei o casal de interlocutores provando<sup>7</sup> a farinha que era ofertada por seus fornecedores habituais. Com um punhado de farinha na mão, aos poucos levada à boca, os mercadores avaliavam seu processo produtivo e as condições de cultivo da mandioca, atribuindo uma classificação específica às características encontradas, às quais correspondem um valor de comercialização particular. Essa atividade é restrita à feirantes especificamente habilitados, aqueles que conseguem descrever um conjunto de características da farinha a partir de seu gosto

---

<sup>5</sup> Pequenos produtores rurais, sobretudo agricultores, de Municípios da meso região nordeste paraense (Nova Timboteua, São Miguel do Guamá, Santa Maria, Castanhal), que fornecem, semanalmente, farinha de mandioca (*Manihot sculenta crantz*), farinha de tapioca e pupunha (*Bactris gasipae*), aos feirantes da 25 de Setembro. Os colonos chegam a feira na noite de sexta-feira, geralmente a partir das 20h, em ônibus e caminhões para o comércio do atacado que toma as calçadas do cruzamento da Av. Rômulo Maiorana com a Trav. das Mêrces até as 9h da manhã do sábado.

<sup>6</sup> Nomes fictícios. Feirante do setor de farinha, diretora do sindicato de feirantes de Belém, a quem fui apresentado por Paulírio Araújo (Nanico), seu amigo, açougueiro do mercado do Guamá e vice-presidente do sindicato de açougueiros de Belém. Foi a interlocutora que me aceitou na feira da 25 de Setembro para realização da pesquisa. Primeiro me recebendo para trabalhar em seu box e, em seguida, me apresentado aos outros feirantes com quem trabalhei, diariamente, durante os meses de março a junho, e aos finais de semana de julho e agosto. Foi por sua indicação que conseguir realizar o trabalho de campo no setor mercearias com vendedores de pirarucu salgado. D. Marta faleceu em meados do mês de julho, após três semanas internada no Pronto Socorro Municipal de Belém. Todos os agradecimentos que possa fazer a ela estão aquém da dívida que contraí com essa feirante que é responsável, em parte (pela melhor parte), pela realização desta pesquisa.

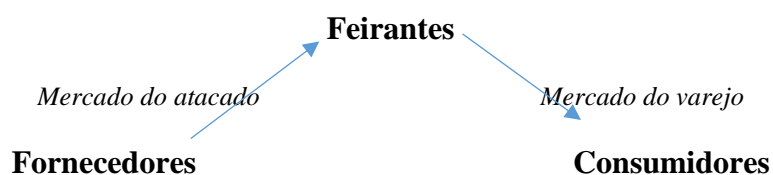
<sup>7</sup> Provar, na prática do feirante é submeter uma mercadoria à avaliação especializada, ao mesmo tempo, que é experimentá-la, testar sua qualidade segundo critérios inscritos no corpo do feirante, paladar, olfato, visão e tato. Dessa forma, provar a farinha é pôr a prova o feirante que tem seu julgamento confirmado ou refutado pelo consumidor final.

e aspecto físico<sup>8</sup>. A importância da relação entre o feirante e a mercadoria comercializada, inicialmente observada no setor de farinha, me fez reformular os problemas e questões com os quais havia iniciado o trabalho, generalizações sobre o comércio na feira, práticas de reciprocidades que não problematizam o papel das mercadorias, entre outras questões presentes nesse campo de pesquisa tiveram parte de seu sentido relativizadas por esse estranhamento.

É nesse pano de fundo que meu trabalho vem se construindo, entre encontros e desencontros com o campo de pesquisa. Para uma breve contextualização, a seguir, apresento uma síntese, sumária, da construção do meu problema de investigação e alguns elementos preliminares da sistematização dos dados etnográficos.

Impus ao papel as primeiras intenções e ideias que deram origem a essa pesquisa, durante o segundo semestre de 2014. Na ocasião participava de um *survey*<sup>9</sup> realizado com permissionários das cinco maiores feiras livres e mercados populares da capital paraense<sup>10</sup> e das reuniões do Grupo de Estudos dos Mercados Populares (GEMP-UFPA)/CNPq, além de andar as voltas com a releitura do *Ensaio sobre a Dívida* de Marcel Mauss (2005). Faço essa referência por considerar que devo o interesse original, reconstruído diversas vezes, para a realização de um estudo sobre as formas e razões do crédito não bancário no comércio do pirarucu em uma praça de comércio de Belém, à impressão, por um lado, que a observação direta e superficial dos atos do trabalho/comércio naqueles lugares me causou, e a leitura, sob a influência da ideia maussiana de circulação de dídivas, das etnografias das feiras e mercados de Belém, por outro.

Pretendia, inicialmente, analisar o funcionamento do *fiado* na feira da 25 de Setembro, e esperava encontrá-lo como forma de crédito não bancário oferecido a alguns clientes como ato generoso confirmador de uma relação de confiança, ou seja, imaginava que essa categoria poderia ser um modelo para a compreensão de um conjunto de relações, fundadas em obrigações recíprocas (LEACH, 2002), estabelecidas entre os diferentes atores sociais das feiras livres em Belém:



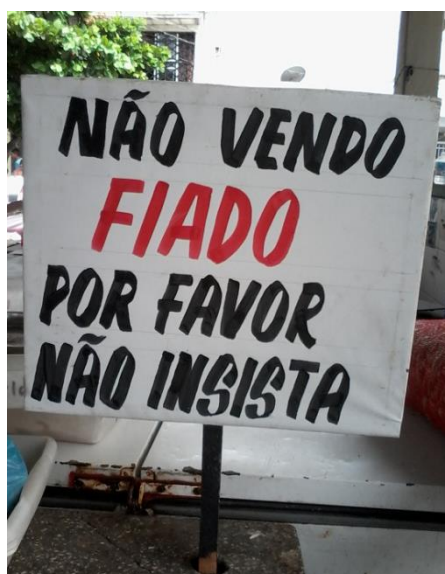
<sup>8</sup> Ainda não é possível, neste momento, descrever todas as características que envolvem esse processo. O levantamento dessas informações está em vias de conclusão.

<sup>9</sup> Levantamento de dados realizado aos sábados pela manhã entre os meses de setembro de 2014 e maio de 2015, no contexto da Pesquisa “Mercados Interculturais: linguagens, práticas e identidades em contexto Amazônico”, coordenada pela prof<sup>a</sup>. Dr<sup>a</sup> Carmem Izabel Rodrigues (PPGSA/IFCH/UFPA), a quem agradeço por me introduzir ao universo dos estudos de mercados populares e por suas constantes e inestimáveis interlocução e incentivo desde meus primeiros passos na pós-graduação.

<sup>10</sup> Na cidade de Belém as cinco praças de comércio mais densamente ocupadas são: o complexo do Ver-O-Peso (1.269 permissionários), complexo de abastecimento do Jurunas (391 permissionários), complexo de Guamá (381 permissionários), Mercado de São Brás (309 permissionários) e Feira da 25 de Setembro (272 permissionários) (SECON, 2015).

O início do trabalho de campo me mostrou que o crédito nas feiras e mercados da cidade se constitui pela imbricação de diferentes fenômenos sociais, simbólicos e econômicos, discutidos a seguir, que não podem ser expressos adequadamente em uma expressão generalizante como o *fiado*, que designa, pejorativamente, uma relação temerária entre feirante e consumidor, e não distingue o cliente valorizado, aquele com quem o mercador procura manter uma relação duradoura, ao contrário, segundo afirma um interlocutor do setor de mercearias “Fregueses antigos não falam fiado!”. As observações do trabalho de campo têm me mostrado que o comércio nas feiras não é singular, ou seja, apresenta características próprias de acordo com aquilo que é comercializado, influenciando inclusive, as maneiras específicas de circulação. Nenhum dos interlocutores dessa pesquisa considera a si mesmo como alguém que adquire mercadorias *fiado* junto a seus fornecedores, ainda que todos com os quais trabalhei realizem os pagamentos de suas compras no *apurado*, ou seja, após comercializá-las aos consumidores finais. Registrei uma das maneiras pelas quais esses comerciantes procuram evitar o inconveniente desse tema na Figura 1, a seguir.

**Figura 1:** Placa “Não vendo fiado por favor não insista”. Setor de camarão, feira da 25 de Setembro, outubro de 2015



Fonte: Acervo do autor 2015.

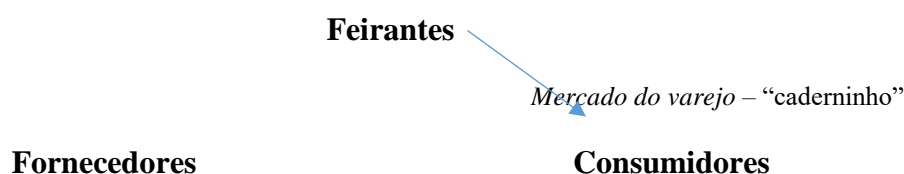
A problematização do crédito, ou da gestão do tempo e da confiança, na circulação de mercadorias em feiras livres já foi tratada nos trabalhos de WILM (2012) e BORGES (2013), ambos, sobre a circulação no complexo de abastecimento do Jurunas. Todavia, não constituíam o problema central das pesquisas

daqueles autores. Naquela feira, frequentada, sobretudo por moradores do bairro onde está localizada<sup>11</sup> e do qual recebe o nome, a espera entre a entrega da mercadoria e seu pagamento estão ligadas as necessidades ou limitações financeiras eventuais dos consumidores e a relação de confiança produzida pelo contato frequente entre feirante e consumidor. Wilm identificou, em sua etnografia a venda a crédito registrada no “caderninho” como mecanismo simultâneo de aumento das vendas e de atendimento da demanda do consumidor. Aquela antropóloga registra que um de seus interlocutores

feirante do setor de roupas, possui um “caderninho” onde cada página representa um cliente, e fala que se não fosse desse jeito não conseguiria vender tudo o que vende, pois sabe que muitos de seus clientes não têm dia certo para pagar, “mas quando e quanto dá eles pagam”.

Nestas situações o tempo é responsável pela afirmação, reconhecimento e confiança na relação vendedor/comprador que, por estarem continuamente em contato, formam relações muito específicas de negociação para venda e compra. (2012, p. 41)

A ênfase, da autora, é dirigida para a relação de confiança e sociabilidade estabelecida entre os atores, escapando de sua análise qualquer problematização acerca das especificidades da mercadoria/objeto comercializada na constituição dessa forma de crédito, o que poderia permitir supor que é possível encontrar essa reciprocidade (LEACH, 2002) na circulação de mercadorias indiferenciadas. Procurarei argumentar, a seguir, que aquilo que é comercializado também influencia nesse tipo de relação.



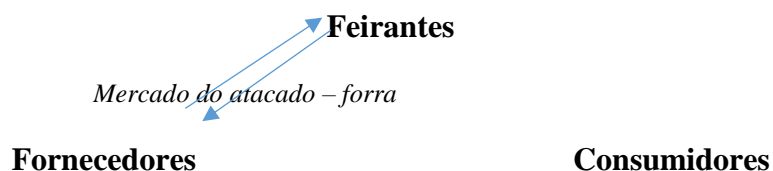
Borges (2013) realizou sua pesquisa em um setor muito específico da feira do Jurunas: o porto do açáí. Entreposto de comercialização do fruto do açáí (*Euterpe oleracea Mart*), produzidos nas ilhas de Belém, naquele bairro, onde aquele autor descreveu a *forra*, prática de solidariedade característica da relação entre e *apanhadores*<sup>12</sup> e *maquineiros*<sup>13</sup> (mercado do atacado), que consiste na redução do preço do fruto *in natura*,

<sup>11</sup> Essa não é uma característica geral nas feiras e mercados de Belém. Wilm (2012) propõe uma classificação das feiras livres em Belém segundo dois tipos específicos: feiras da cidade que, localizadas em áreas de intenso fluxo de pessoas e mercadorias, funcionam como vitrines de grandes mercados de artigos regionais, operando, além da comercialização junto aos habitantes da cidade, a divulgação dos mesmos à turistas que lhes são constantes. O segundo tipo são feiras de bairro, mais integradas ao cotidiano da população de seu entorno, tem um comércio que satisfaz as necessidades diárias de seus consumidores, onde a presença de turistas é quase nula e que organiza o trabalho, principalmente, a partir dos produtos vendidos.

<sup>12</sup> Ribeirinhos que apanham/retiram os caroços do açáí das palmeiras e os transportam para comercialização, no atacado, no Porto de Açáí.

<sup>13</sup> Comerciantes do açáí no varejo na cidade de Belém. Compram o fruto dos *apanhadores* e o processam em máquinas elétricas de despolpamento, para obter o suco do açáí comercializado, em litros, aos consumidores finais.

por parte do fornecedor, face a dificuldade financeira eventual de comprador com quem mantenha um vínculo recíproco de confiança. A *forra* recebida deve ser restituída pelo *maquineiro* ao *apanhador* mediante o pagamento de um valor superior ao praticado em determinada ocasião. A *forra* não é cobrada, é oferecida de maneira generosa e, aparentemente, desinteressada e interfere nos valores praticados por esse comércio a partir de relações sociais de reconhecimento e reciprocidade. A descrição desse antropólogo mostra como a *forra* é parte de um *hábitus* que amalgama as relações daquele comércio, porém, não avança nos possíveis papéis do açáí como mercadoria para sua constituição.



As duas etnografias indicam que práticas comerciais e cálculos econômicos, na feira do Jurunas, são estruturados a partir de relações sociais produtoras de obrigações recíprocas entre sujeitos que se vinculam por necessidades específicas e sociabilidades particulares. Essas análises reforçaram minha intenção de compreender os mecanismos e os motivos capazes de explicar as formas de créditos encontradas na circulação de mercadorias nas feiras, porém, o trabalho de campo que realizei na feira da 25 de Setembro<sup>14</sup>, desde fevereiro de 2016<sup>15</sup>, me fez perceber uma dimensão do comércio nas feiras que não foi evidenciada nos trabalhos anteriores, qual seja, a importância das características das mercadorias na articulação dos sujeitos (LATOUR, 2008).

Assim, cabe questionar como é possível compreender a relação entre feirante e mercadoria? Essa pergunta só tem significado se aceitarmos o pressuposto de que existem duas instâncias distintas e irremediavelmente separadas: sujeito – agente, negociante; e, objeto – inerte, coisa. Assim, o sujeito das feiras livres urbanas é uma instituição social (abstrata) denominada feirante, enquanto seu objeto se pluraliza em uma complexa fauna de demografia tão variada quanto permitam as condições objetivas de seu habitat. A relação singular que, a priori, é possível depreender de um tal encontro seria a de transações comerciais, através das quais os sujeitos estabelecem valores econômicos para cada objeto, a partir do qual operam a mediação de suas relações com outros atores sociais: mormente fornecedores e consumidores.

<sup>14</sup> A feira da antiga avenida 25 de Setembro (desde 2010, Av. Rômulo Maiorana) é a quinta maior feira de Belém em número de permissionários (ver nota 4). Foi inaugurada em 13 de julho de 1970 e ampliada em no início dos anos 1980, atualmente, pode ser classificada como uma feira da cidade, segundo a classificação de Wilm (2012) (ver nota 5). Tem destaque ainda como principal polo de comercialização de farinha de mandioca na cidade.

<sup>15</sup> Procurei realizar uma observação participante, razão pela qual precisei ser aceito para trabalhar na feira diariamente durante os meses de fevereiro, março, abril, maio. Nos meses de junho e julho trabalhei aos sábados e feriados. Apenas no mês de fevereiro trabalhei em um box de farinha de mandioca, no restante do trabalho de campo trabalhei no setor de mercearias em um box de comércio de pirarucu salgado.



Nessa sociologia da relação comercial nas feiras e mercados é reservado ao objeto o papel de mercadoria/bem, uma espécie de mediador da relação entre sujeitos, que se caracterizam por sua habilidade de estabelecer e validar valores pecuniários para circulação dos bens. Quando fui aceito no campo para a observação participante dirigia meu olhar impaciente para essa relação, esperava encontrar a mesma densidade relacional que lia nas etnografias mencionadas acima, porém, cada vez mais percebia a ênfase que os feirantes dirigiam às próprias mercadorias e sua capacidade de distingui-las, não apenas como objetos ou bens de valor, mas como elemento constituidor de seus sentidos e de seu mundo sensorial. Estava diante do processo de aprendizagem do ser feirante (ou da aquisição de corpo necessário para tanto) que se revelou, a minha limitada capacidade de acompanhá-lo, não apenas como a transmissão de um saber classificatório, comercial ou contábil, mas como a constituição/articulação dos corpos de atores sociais pela aquisição de um paladar, tato e visão capazes de fazê-los habitar um mundo sensível amplamente diversificado (LATOURETTE, 2008). A transformação da estrutura física desse sujeito, capaz de diferenciar, por seu paladar, a acidez, o processo e a época de sua produção<sup>16</sup> em um punhado de farinha e a partir daí atribuir-lhe valor comercial, que toma como critérios seu processo produtivo, a época de sua produção e uma concepção de qualidade. Dessa forma, a definição da farinha a ser comercializada se liga primeiro ao atendimento das exigências de qualidade do paladar do avaliador, ou seja, de sua interação com o objeto, que nesse momento abandona sua inércia para mediar, por suas propriedades, a relação entre os atores concretos (fornecedor e feirante).

Passadas três semanas da primeira experiência de trabalho na feira da 25 de Setembro, e da formulação de novas preocupações e perguntas para meu trabalho, retomei o trabalho de campo, apresentado por D. Marta a uma nova interlocutora com quem trabalhei ininterruptamente no restante do período de levantamento de dados: Dona Graça<sup>17</sup>, de 67 anos, natural da cidade de Prainha, da meso-região do Baixo Amazonas, permissionária de cinco equipamentos no setor de mercearias, desde o início dos anos 1990 quando deixou o serviço público municipal, onde comercializa pirarucu salgado, fresco e defumado, piracuí (farinha de acari - *Liposarcus pardalis*), feijão manteiguinha (*Vigna unguiculata* (L.) Walp), aviú (*Sergestidae acetes americanos*), além de charque (carne bovina salgada e dessecada)<sup>18</sup>. Na experiência de trabalho em seus equipamentos encontrei, novamente, a preocupação com a mercadoria em destaque. Mobilizando outras dimensões dos sentidos, diferentes dos da farinha, mas novamente evidenciando a importância da articulação do corpo com a mercadoria para habilitá-lo ao (re)conhecimento imprescindível das características que produzirão a distinção daquela mercadoria em relação às outras. A seguir, apresento uma visão panorâmica da área externa dos equipamentos onde trabalhei com aquela interlocutora.

---

<sup>16</sup> A farinha de mandioca é classificada segundo diferentes critérios imbricados: época da produção (nova X fria); características produtivas (d'água X lavada X biscoito X fina X média); qualidade (torrada X fria/rançosa). Essas marcas distintivas são percebidas, sobretudo, pelo paladar, mas apresentam elementos distinguíveis também pelo tato e visão treinados.

<sup>17</sup> Nome fictício.

<sup>18</sup> O comércio do pirarucu nas feiras livres e mercados populares em Belém não ocupa um espaço exclusivo. Em um levantamento de dados, em fase de conclusão, em todas as praças de comércio da Capital identifiquei que essa mercadoria é oferecida, em outras feiras, em equipamentos que combinam a sua circulação à de camarão salgado, mariscos, peixe fresco, outros peixes secos, fruteiras e mercearias.

**Figura 2:** Visão externa dos boxes 17 a 21 do setor de mercearias na feira da 25



Fonte: Pesquisa de campo, 2016.

Frente a complexidade da circulação do pirarucu optei por limitar minha pesquisa ao comércio dessa mercadoria, o que significa dizer que não dei prosseguimento as observações da circulação de farinha, considerando a necessidade de tempo que sua descrição exigiria.

Diante disso, é necessário apontar que foi apenas quando observei algumas relações concretas no campo que o problema da pesquisa pôde emergir à minha curiosidade, como resultado de um estranhamento do dado empírico e de parte de suas explicações acadêmicas, indicando a necessidade de compreender como as características específicas dos bens comercializados nas feiras (reconhecidas e classificadas por sujeitos sensorialmente habilitados) e sua política de valor<sup>19</sup> (APPADURAI, 2008) estão relacionadas com as formas e razões do crédito oferecidos e recebidos entre fornecedores, feirantes e consumidores.

A partir do pressuposto de que a relação entre feirante e mercadoria, ator e objeto, é um processo de aquisição (aprendizado do ser afetado/efetuados) de um corpo treinado para um mundo sensível amplamente diversificado (LATOURE, op. cit.) sem o qual a circulação de mercadorias nas feiras livres e mercados populares não é possível, uma vez que o valor atribuído aos bens corresponde, em parte, a sua aprovação pelo gosto (e outros sentidos) de seus mercadores, considero relevante compreender em que medida as diferentes formas de circulação presentes na feira se relacionam com a classificação das características dos objetos definidas pelos sentidos dos comerciantes? Com esse problema procuro compreender uma dimensão das razões práticas da política de valor dos objetos na feira, considerando inclusive os mecanismos de crédito envolvidos, ao mesmo tempo em que procuro evitar encontrar os motivos da ação em instituições abstratas.

<sup>19</sup> O antropólogo indiano Arjun Appadurai (2008) argumenta que a troca é a fonte da valoração dos objetos e que, para compreendê-la, devemos “explorar as condições sob as quais objetos econômicos circulam em diferentes *regimes de valor* no tempo e no espaço” (pag. 16). Dessa forma, o valor econômico é constituído em situações sociais específicas onde estão presentes desejo, demanda e sacrifícios, ou seja, resulta de uma política de valor.

Considero que os mercadores da 25 de Setembro não são apenas comerciantes, são também classificadores, formadores de gostos da cidade, enfim atores sociais da produção de sentidos.

Diante dessa problemática, procuro nesse breve texto, apresentar a descrição de algumas formas de circulação do pirarucu salgado na feira da 25 de Setembro, enfatizando os mecanismos e razões do crédito não bancário estabelecidos nesse comércio.

Dessa forma, apresento, no item a seguir, as três maneiras de circulação do pirarucu salgado que observei durante o trabalho de campo e sua relação com as formas de apresentação dessa mercadoria na feira da 25 de Setembro. No terceiro item apresento a dinâmica do pagamento no *apuro* neste comércio à guisa de considerações finais.

### III. Comércio, presente e caridade: as formas de circulação do pirarucu<sup>20</sup> na feira da 25 de Setembro

A partir da observação participante que realizei junto à mercadores de pirarucu salgado na feira da 25 de Setembro foi possível distinguir três formas de circulação que compreendem: a venda (objeto-mercadoria), com pagamento a vista ou a crédito não bancário; o presente (objeto-dádiva); e, a caridade (objeto-dádiva). As maneiras de circulação desses bens são operadas segundo condições específicas de identificação e hierarquia entre sujeitos, que pode ser percebida na classificação e separação diferenciada da mercadoria de acordo com os seus respectivos destinatários. Proponho uma sumarização, a seguir, dos elementos observados em cada caso, enfatizando a ligação entre ação e objeto:

No comércio de pirarucu<sup>21</sup> a cada parte do peixe é atribuído valores, lugares de exposição, formas de embalagem e pagamento específicos, da mesma forma, são oferecidos a consumidores determinados.

---

<sup>20</sup> Pirarucu (do Tupi: “peixe vermelho”) é um peixe da espécie *Arapaima gigas* presente, entre diversas outras, na Bacia Hidrográfica do Rio Amazonas (FIGUEIREDO, 2013). Sua pesca e transporte são regulados pelo Instituto Brasileiro de Meio Ambientes e Recursos Naturais (IBAMA) que proíbe sua captura, comercialização e transporte no Pará entre 1º de dezembro e 31 de maio, período chamado de defeso (IBAMA, 2004). Esse período de interdição configura-se, também, como um dos elementos da política de valor do comércio desse peixe nas feiras de Belém.

<sup>21</sup> A aquisição de pirarucu salgado junto aos fornecedores dos municípios do interior do estado ocorre segundo regras próprias. Não é possível, neste momento, descrever completamente essa prática que envolve confiança, regularidade, crédito mútuo e uma interdição às cobranças explícitas. Esse âmbito da circulação se dá em meio a transações bancárias semanais, um rigoroso controle contábil de ativos, créditos e dívidas, além de observações de formalizações burocráticas periódicas junto a órgãos fiscalizadores do comércio de produtos da fauna.

Os mercadores de pirarucu recebem essa mercadoria de diferentes fornecedores que operam com formas e ritmos próprios de recebimento, porém, há o predomínio do adiantamento de mercadoria paga após sua comercialização no varejo. O que foi denominado por um interlocutor de pagamento “no apuro”.

Apresento a seguir algumas dessas características<sup>22</sup>, seguindo a ordem crescente dos preços de comercialização<sup>23</sup>:

- a) Pontas de pirarucu; variam entre R\$10,00/kg e R\$12,00/kg; podem ser descritos como um conjunto variado de pedaços irregulares, de cor escurecida, com cheiro intenso, com ossos, partes de nadadeiras e caudas. Seus compradores geralmente mencionam usá-los para preparação de caldos ou pratos de carne desfiados. Sua comercialização só foi observada aos sábados e atende principalmente à colonos e cozinheiras da feira, que, não observei, adquirirem outros cortes do peixe. As pontas são colocadas sob o balcão da loja apenas no dia de sua comercialização e não são oferecidas a outros consumidores. Durante a semana são mantidas em um balde plástico no interior do equipamento. Os consumidores escolhem diretamente os pedaços que comprarão e os empilham sobre a balança do box até alcançar o peso desejado. Essas porções de pirarucu são entregues aos consumidores dentro de sacolas plásticas brancas de 5kg. O pagamento é realizado imediatamente ao recebimento da mercadoria ou antecipadamente, na chegada dos colonos à feira, com a retirada da mercadoria no final da manhã. A **Figura 2**, a seguir, mostra as pontas de pirarucu.

**Figura 2:** Pontas de pirarucu



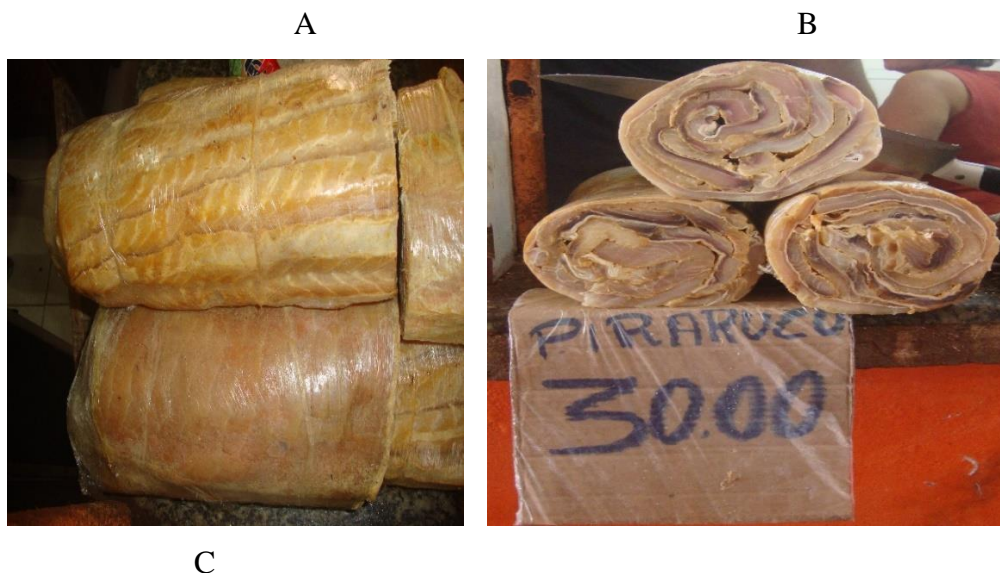
Fonte: Trabalho de campo, 2016

<sup>22</sup> Durante a observação foi possível identificar a existência de um tabu da cobrança direta e ostensiva entre os feirantes, não relacionado exclusivamente a comercialização de suas mercadorias. Empréstimos momentâneos de numerário a um mercador vizinho aguardam a restituição voluntária, ainda que isso signifique atrasar encerramento das atividades ou impeça o depósito imediato a um fornecedor. Por outro lado, credores de cosméticos ou refeições vendidas aos feirantes devem aguardar a manifestações de seus devedores para receber, sob pena de perder esses consumidores caso os exponham ao constrangimento da cobrança pública.

<sup>23</sup> É preciso enfatizar que a descrição apresentada trata exclusivamente do comércio do pirarucu na feira da 25 de Setembro em 2016, não pode ser considerado um modelo para as demais feiras onde essa mercadoria é vendida. As formas de apresentação/corte desse peixe estão sujeitas a transformações históricas que não são acompanhadas simultaneamente por todos os comerciantes. Explico, em outras feiras e mercados há cortes e maneiras de venda diferentes das que observei e descrevo aqui.

b) Pirarucu enrolado: R\$30,00/kg. Círculo acidentado formado por pedaços regulares, porém curtos e estreitos, da manta do pirarucu. Esses pedaços são amarrados e envoltos em plástico filme P.V.C. Apresenta rendimento superior ao das pontas, porém, não é sujeito à “limpeza” (retirada de partes escuras fragmentos de ossos) que os cortes da manta recebem. Geralmente, segundo os comentários que os compradores fazem no momento da escolha da mercadoria, é consumido desfiado, na preparação de bolinhos ou frito. É o primeiro corte/preço apresentado aos clientes que perguntam o valor do peixe, da mesma forma é a única parte do pirarucu que é exposto junto com seu valor no balcão da loja. É um corte frequente entre as casas de pirarucu, porém, observei interlocutores, na 25 de Setembro e em outras feiras, que afirmavam não utilizar essa técnica em razão da baixa qualidade da mercadoria utilizada para sua confecção. O corte, para pesagem, é frontal e preciso, e forma pequenos cilindros, eventualmente abertos, a pedido dos compradores, no momento da pesagem. Tem intensa comercialização, vendido, principalmente, a consumidores não frequentes com pagamento imediato ao recebimento da mercadoria. Não é oferecido a clientes frequentes e conhecidos. É embalado em folhas de papel de embrulho e folhas de jornal e entregue ao consumidor em sacolas plásticas brancas de 3kg ou 5kg dependendo da quantidade comprada. Identifiquei uma variação desse tipo de corte, denominado “dobrado”, porém com as mesmas características, porém, com preço superior: R\$35,00. A **Figura 3**, a seguir, apresenta duas fotografias do pirarucu enrolado (A) e (B) e uma de sua variação, dobrado (C). Todos observados no setor de mercearia da feira da 25 de Setembro.

**Figura 3:** Pirarucu enrolado (A) e (B) e dobrado (C)







Fonte: Trabalho de campo, 2016.

- c) Cortes de manta de pirarucu: variam entre R\$35,00 e R\$38,00/kg. Segundo os interlocutores um pirarucu inteiro, após salgado e pronto para a comercialização, é dividido ao meio formando duas mantas vendidas individualmente, com três regiões distintas: lombo ou dorso, caracterizado por ser mais carnosa e não apresentar pele, ossos ou espinha, quando retirada da manta é chamada de filé do peixe; ventre ou barriga, identificada como “a parte gorda do peixe”; e a área em que é encontrada “pele” sob a uma região carnosa. É utilizado em diferentes pratos de pirarucu. Observei mantas que chegavam a 1,46m de altura, antes do corte, e 0,74m de largura, entre as extremidades mais afastadas. A espessura da carne que verifiquei em campo variava entre 1cm e 2cm. São o principal elemento da exposição dessa mercadoria penduradas por ganchos em barras metálicas nos vãos abertos das lojas, que são tomados por esses pedaços de peixe. Durante o período chuvoso em Belém, eventualmente, algumas mantas apresentam evidências de concentração de umidade que desaparecem no período de calor mais intenso. Seu corte é retilíneo em sentido oeste-leste formando uma faixa retangular a partir da região do pescoço, mais baixa e larga, em direção a cauda. Deve apresentar odor suave e coloração em tons de amarelo, dourado e salmão, no momento da pesagem é “limpo” de partes escuras e fragmentos de ossos. É requerido por fregueses conhecidos e usuais que demonstram, inclusive, alguma habilidade em reconhecer as características do peixe. É vendido diretamente na feira ou entregue a domicílio atendendo a pedidos feitos por telefone, com pagamentos imediatos ao recebimento da mercadoria ou realizado em prazos semanais e quinzenais, para compradores regulares, que inclui donos de restaurantes da cidade. Também é vendido para restaurantes de outros estados, como Brasília e São Paulo, com pagamento recebido entre 15 dias e um mês contados a partir do envio. Sua embalagem é feita com papel de embrulho, folhas de jornais e, eventualmente, plástico filme PVC, antes de ser entregue em sacos plásticos brancos de 3kg ou 5kg. É comum lançar pó de café na sacola para inibir o cheiro do peixe. A **Figura 4**, a seguir, apresenta as mantas de pirarucu em exposição em duas lojas no setor de mercearia.

**Figura 4:** Mantas de pirararucu expostas em lojas do setor de mercearia – feira da 25 de Setembro



Fonte: Trabalho de campo, 2016.

- d) Lombo ou dorso. R\$60,00/kg. Região carnosa do peixe livre de espinhas, “pele” e ossos, retirado em toda sua extensão de uma vez em corte vertical da manta onde se encontra (“tirar o filé”). Deve apresentar coloração salmão ou amarelada e odor suave. É o corte de pirarucu que circula com menos frequência. No momento da pesagem é retirado as partes escuras da carne. Atende, principalmente, fregueses antigos e regulares. Não é exposto e é mais solicitado do que oferecido. Vendido diretamente na feira ou entregue a domicílio seu pagamento é imediato ao recebimento da mercadoria, para a maioria dos compradores, ou realizado até cinco dias após a compra, em caso de consumidores antigos, conhecidos e regulares. Em razão de não permanecer exposto e ser manipulado com menor frequência ainda não foi possível produzir um registro fotográfico deste corte.

As diferentes formas de circulação indicam uma hierarquia no consumo que influencia o reconhecimento do valor que cada parte dessa mercadoria tem no mercado regional. Porém, a circulação dessa mercadoria não se encerra no comércio, é também um presente valioso que revela grande consideração daquele que oferta para quem o recebe. Sobre isso é importante mencionar que não é incomum ouvir dos compradores de pirarucu que o peixe adquirido é um presente a alguém estimado que se quer impressionar. Assim também é com os presentes que partem dos mercadores.

Há de se ter em conta que só observei a circulação de presentes e tive oportunidade de travar breves diálogos sobre esse tema, depois de, aproximadamente, quatro semanas de atividade diárias na feira com duas interlocutoras em uma loja. Tratar de mercadorias (objetos com valores medidos por preço) como presente em uma praça de comércio não é comum, é um fenômeno a que se tem acesso pela observação e não pela representação imediata que os atores fazem dele<sup>24</sup>.

Observei a circulação como um presente em dois momentos específicos os feriados da Semana Santa, final do mês de março, e o Dia das Mães, início do mês de maio, e é a partir dessas experiências que apontarei suas principais características.

O feriado católico da Semana Santa é um dos momentos de intensificação do consumo de pescado em razão da tradição religiosa vedar a carne bovina no domingo de Páscoa. Há uma grande expectativa dos mercadores de pirarucu em relação ao movimento de venda nesse período o que os leva a contratar ajudantes para os dois dias que antecedem a Sexta-Feira Santa. Na loja onde estava trabalhando a ansiedade do feriado se somava à expectativa da chegada (na quarta-feira 23/03) da mercadoria vinda do município de Prainha, na micro região baixo amazonas, no Navio Rodrigues Alves, embarcação tradicional no trânsito dos produtos daquela região para a Capital, e a ameaça de fiscalização da Agência Estadual de Defesa Agropecuária do Estado do Pará (ADEPARA) que atenderia uma denúncia de tráfico de animais silvestres vindo naquele barco. Essa ação implicava o risco da apreensão<sup>25</sup> da mercadoria esperada para o comércio naquele feriado, ou seja, risco era perder a mercadoria e não conseguir trabalhar em um dos melhores períodos de venda do ano. Frente a um tal perigo amigos dos feirantes no Instituto Brasileiro de Meio Ambiente e Recursos Naturais (IBAMA) foram contactados para prestar socorro em caso de necessidade de mediação junto a instituições do Estado. Por outro lado, a lista de valiosos pedidos acumulados ainda na terça-feira aumentava a necessidade de recebimento daquela mercadoria. Que chegou sem alarde ou maiores dificuldades no meio da manhã daquela quarta-feira, a partir do que desencadeou uma intensa atividade de corte, pesagem e embrulhos na loja que se estendeu até o meio da tarde. Ocasão em que tive oportunidade de realizar algumas entregas em bairros próximos da feira e observar que apenas o pacote, nada pequeno, destinado a alguns sujeitos específicos não

---

<sup>24</sup> Semelhante ao que acontece no caso do crédito. Ao perguntar sobre o fiado no início da observação, a uma interlocutora, recebi como resposta: “fiado...., fiado... não tem, mas tem algumas pessoas que levam pra pagar depois, mas não é fiado”.

<sup>25</sup> Em anos anteriores fiscalizações de órgãos oficiais de saúde, Secretaria de Estado de Saúde Pública (SESPA) redundou na apreensão de grande quantidade de Pirarucu na feira da 25 de Setembro.



foi pago imediatamente. No dia seguinte ao informar o êxito das entregas, compreendi que não se tratava de encomendas, mas sim um presente.

Não é qualquer corte de pirarucu que serve como presente, não se oferece pontas ou enrolado a quem se quer impressionar. Aos amigos de horas difíceis, minha interlocutora enviou “um dos melhores pedaços de filé”, pois seu destinatário “só come pirarucu nessas épocas” (de feriado) porque o recebe como generoso e, agradecido, presente. O regalo não é pedido, nem tampouco, é recebido com algum tipo de constrangimento. Não observei qualquer lamento em sua oferta, ao contrário, muita satisfação pelo feito. Dessa observação destaco então as primeiras características dos presentes: oferta generosa e voluntária, não provocada por pedido ou por algum favor imediato; ocorre em momentos especiais (festas e feriados); seleção de corte de peixe valioso e em quantidade considerável; aceite agradecido de quem recebe.

A última forma de circulação que observei e que ajuda a compor o objeto da pesquisa é a caridade. Por caridade estou tratando o atendimento de pedidos diretos, apresentados por pessoas que circulam na feira, sob a justificativa de incapacidade material de aquisição daquela mercadoria. Essas esmolas, diferente dos presentes, não estão circunscritas a momentos de festas ou feriados, porém, também não diárias, tomam lugar, geralmente, aos sábados e são atendidas sem as preocupações que envolvem o comércio e as dádivas. Às pedintes, em sua maioria mulheres idosas, recebem algumas porções de pedaços de pirarucu, que não são pesados, em uma sacola plástica. Observei que os pedidos dirigidos por homens são sempre negados com veemência, sob fortes críticas aos feirantes que os atendem.

Dessa forma, aponto as seguintes características para caridade: atende aos pedidos de pessoas aparentemente impossibilitadas de adquiri-los; tem frequência semanal, geralmente aos sábados; são atendidos com corte de mais baixo valor, os pedaços irregulares, escurecidos e de cheiro intenso; pedidos por mulheres idosas.

#### IV. Pagando no *apuro*: crédito, tempo e confiança no comércio do pirarucu

Os valores atribuídos a cada mercadoria específica podem ser interpretados como resultado de um julgamento dos sujeitos acerca dos objetos particulares, o que implica afirmar que o papel que determinados bens têm em nosso sistema simbólico interferem em sua valoração (APPADURAI, 2008). Todavia, a ideia que reveste a singularidade de um bem desejável depende de um conjunto de qualidades objetivas reconhecíveis por seus especialistas, que indicam a distintividade de seu consumo em seu valor. O desejo por um objeto influencia a conformação de seu valor. Assim, na circulação do pirarucu salgado os conhecimentos de pescadores, atravessadores, feirantes e determinados consumidores são conjugados para o estabelecimento do valor dessa mercadoria no mundo simbólico da culinária da Capital do Pará. Essa política de valor também está relacionada e organiza o crédito estabelecido diretamente entre seus atores. Diante disso, apresento

algumas considerações sobre o pagamento no *apurado*, forma de crédito estabelecido entre fornecedores (atravessadores) de pirarucu e feirantes que consiste no adiantamento de mercadoria no atacado com o respectivo pagamento após sua comercialização no varejo, o seu *apuro*.

Essa operação financeira que liga o comércio do atacado a dinâmica do varejo está presente no comércio de diferentes mercadorias em diversos mercados. O trabalho de Neto, Leitão, Sampaio e Correa (2016) mostra as complexas e rígidas regras de funcionamento do *apurado* no comércio, aparentemente informal, do peixe fresco na Pedra do Ver-O-Peso.

Essa forma de crédito envolve necessidades e confiança que interconecta seus atores sociais. As interlocutoras com quem trabalhei recebem, semanalmente, de 300 a 400 kg de pirarucu de seu fornecedor mais frequente, um atravessador do município de Prainha (Baixo Amazonas/Pa), reconhecido entre os comerciantes dessa mercadoria, por trabalhar com produtos de qualidade elevada. Não é possível as feirantes deixar de receber a remessa de mercadoria, ainda que em momentos de baixa procura, pois a mesma gerou uma dívida do fornecedor para com os pescadores, que deve ser honrada com os pagamentos realizados pelas feirantes. A mercadoria recebida precisa ser comercializada de forma ágil, pois em seis dias é necessário enviar a primeira parcela do pagamento, que não será completamente quitado antes do próximo envio de mercadoria, renovando constantemente a dívida entre fornecedor e feirante. A manutenção desse vínculo perigoso se mostra como condição necessária para esse tipo de comércio e garante, ao mesmo tempo, demanda para parte da produção de pirarucu do interior do Estado, além de pagamentos semanais regulares, e, ao mesmo tempo, o fornecimento de bens de alta qualidade para o mercado de peixe salgado da Capital.

Cabe ressaltar que o reconhecimento entre os sujeitos dessa negociação não depende, exclusivamente, do tempo disponibilizado para o pagamento, mas, sobretudo, do valor atribuído ao tipo de mercadoria que circula entre eles. Assim, o critério para a manutenção do vínculo com um fornecedor não é apenas o tempo para o pagamento, mas, sobretudo a qualidade dos bens comercializados. As convenções de distintividade que os consumidores estabelecem com os mercadores, por meio das características dessa mercadoria é um elemento que reforça as obrigações e a confiança entre fornecedor e feirante, não apenas como atos morais, mas também como estratégias na constituição do valor do pirarucu a partir de características específicas, possíveis de serem reconhecidas e valoradas pelo paladar de sujeitos particulares.

Como parte da prática comercial do pirarucu salgado em Belém, o pagamento no *apuro*, para além da tensão constante que provoca entre seus participantes, indica que a circulação de bens com características específicas, reconhecidas e valorizadas por sujeitos articulados em mundo sensorial diverso (LATOURE, 2008), tem relevância na constituição das obrigações recíprocas que governam a vida econômica em praças de comércio popular e deve ser levada em consideração nas análises que procuram compreender as relações entre dinâmicas socioculturais e o mundo da economia.

## Referências bibliográficas

- APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**. Niterói: EdUFF, 2008.
- BELÉM. Decreto Municipal Nº 26.579 de 14 de Abril de 1994.
- BORGES, Marcos. Do porto à mesa. Etnografia dos fluxos de comercialização, circulação e consumo de açaí no bairro do Jurunas-Belém/Pa. Dissertação de Mestrado, PPGCS-UFPA: Belém. 2013.
- LATOUR, Bruno. Como falar do corpo? A dimensão normativa dos estudos sobre a ciência. In: NUNES, J. e ROQUE, R. **Objectos Impuros: experiências em estudos sobre a cultura**. Porto: Afrontamento, 2008
- LEACH, Edmund. **A diversidade da antropologia**. Lisboa: Edições 70, 2002.
- LEITÃO, Wilma (org.) **Ver-o-Peso: estudos antropológicos no Mercado de Belém Volume II**. Belém: Paka-Tatu, 2016.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do Pacífico Ocidental**. São Paulo: Abril Cultural; 1976.
- MAUSS, Marcel. O ensaio sobre a dádiva. In: \_\_\_\_\_. **Sociologia e Antropologia**. São Paulo: Cosac Naif, 2005 (págs. 185 – 294)
- MEDEIROS, Jorge. **As feiras livres em Belém (PA)**. Dissertação de Mestrado, PPGGEO-UFPA: Belém. 2010.
- RODRIGUES, Carmem et ali. **Mercados populares em Belém: Produção de sociabilidades e identidades em espaço urbano**. Belém: NAEA, 2014.
- SATO, Leny. **Feira Livre**. São Paulo: EDUSP; 2012.
- SECON. **Anuário Estatístico do Município de Belém-2009: Ocupação em feiras e mercados**. Belém. SECON/DFMP: 2010.
- SECON. **Histórico da feira da 25 de Setembro**. Belém. SECON/DFMP: 2016
- SECON. **Dados de feiras e mercados**. Belém. SECON/DFMP: 2015
- VEDANA, V. *Fazer a feira: estudo etnográfico das “artes de fazer” de feirantes e fregueses da Feira livre da Epatur no contexto da paisagem urbana de Porto Alegre*. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social)– Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2004.
- \_\_\_\_\_. *No mercado tem tudo que a boca come: estudo antropológico da duração das práticas cotidianas de mercado de rua no mundo urbano contemporâneo*. Tese (Doutorado em Antropologia Social)– Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2008.
- WILM. Luciana. **Todo dia é feira: estudo sobre a circulação de bens e pessoas no comércio jurunense**. Dissertação de Mestrado, PPGCS-UFPA: Belém. 2012.