

SOCIOECONOMIA, COTIDIANO E CANAIS DE COMERCIALIZAÇÃO EM UMA FEIRA LIVRE NA AMAZÔNIA ORIENTAL

Socioeconomics, day to day and channels of commercialization in a open markets at Eastern Amazônia

Thyago Miranda Gonçalves
Universidade Federal do Pará - UFPA

Ana Cláudia Caldeira Tavares-Martins
Universidade do Estado do Pará - UEPA

Informações do artigo

Recebido em 19/05/2021

Aceito em 14/11/2021

doi: <https://doi.org/10.25247/2447-861X.2021.n253.p388-404>



Esta obra está licenciada com uma Licença [Creative Commons Atribuição 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Como ser citado (modelo ABNT)

GONÇALVES, Thyago Miranda; TAVARES-MARTINS, Ana Cláudia Caldeira. Socioeconomia, cotidiano e canais de comercialização em uma feira livre na Amazônia Oriental. **Cadernos do CEAS: Revista Crítica de Humanidades**. Salvador/Recife, v. 46, n. 253, p. 388-404, maio/ago. 2021. DOI: <https://doi.org/10.25247/2447-861X.2021.n253.p388-404>

Resumo

As feiras livres desenvolveram uma importância que transcende o aspecto financeiro que normalmente apresentam, adquirindo uma importância social e cultural devido à diversidade de classes que esses ambientes reúnem. O trabalho teve como objetivo verificar o perfil socioeconômico dos feirantes que comercializam plantas, o cotidiano e os canais de comercialização em uma feira livre na Amazônia. O estudo foi realizado no município de Abaetetuba, que fica a 60 km da capital Belém. Para coleta de dados foi utilizado um estudo etnográfico bem como entrevistas dialogadas direcionadas por questionários semiestruturados. O fluxo de mercadorias e classificação dos feirantes foi analisado através da proposta de canais de comercialização. O gênero masculino apresentou-se superior (62,7%), em detrimento ao feminino (37,3%), sendo que a variação etária foi de 21 a 82 anos para homens e 24 a 65 anos para mulheres. Foram identificados 4 tipos de feirantes, onde eles se diferenciam quanto à origem do produto comercializado, ao local de residência e à presença ou ausência de intermediários. Na feira foram identificados dois tipos de canais de comercialização, o direto e o semidireto, ambos ocorrendo com diferentes tipos de feirantes. A feira de Abaetetuba tornou-se um ecótono de encontro, troca de mercadorias e propagação de saberes, assim, as feiras livres são de salutar importância para a manutenção da cultura local.

Palavras-chave: Sociobiodiversidade. Cultura. Feirantes. Abaetetuba. Extrativismo.

Abstract

The open markets developed an important that transcends the financial aspect that normally presents, acquiring an social and cultural importance due the diversity in stratum that those environments combine. The goal of this paper was to verify the socioeconomic profile of the marketer that trade plants, the everyday and the trade channel in an open market in Amazon. The study was carried out in the city of Abaetetuba, located 60 km from Belém, the capital of state of Pará. For data collection, an ethnographic study was used as well as dialog interviews conducted by semi-structured questionnaires. The flow of goods and classification of the marketers were analyzed through the proposal of marketing channels. The male gender presented higher (62.7%), in detriment to the female (37.3%), and the age range was 21 to 82 years for men and 24 to 65 years for women. Four types of marketers were identified, where they differentiate themselves as to the origin of the marketed product, the place of residence and the presence or absence of intermediaries. At the fair were identified two types of marketing channels, the direct and semi-direct, both occurring with different types of marketers. The fair of Abaetetuba has become an ecotone of encounter, exchange of goods and propagation of knowledge, thus the free fairs are of salutar importance for the maintenance of the local culture.

Keywords: Sociobiodiversity. Culture. Marketer. Abaetetuba. Extractivism.

Introdução

As feiras livres (SAHA *et al.*, 2015) ou mercados tradicionais (LIU *et al.*, 2014), são, principalmente, locais de permuta comercial, onde um recorte da biodiversidade de uma região também pode ser observado (ROCHA *et al.*, 2013). Além disso, aspectos socioculturais também fazem parte do cotidiano dos feirantes, haja vista que os saberes, as crenças e outras peculiaridades de uma região também são expostos (MOREL *et al.*, 2015).

Conceitualmente, as feiras são locais e/ou atividades presentes em lugares públicos em que as pessoas, diariamente ou em determinados dias e épocas, comercializam e exibem seus produtos (BUSTAMANTE; DURÃES, 2015). Também é uma instituição econômica, uma prática social, sendo constituída de uma notória dimensão biológica (AZEVEDO; QUEIROZ, 2013).

As feiras adquiriram uma relevante importância no aspecto comercial, especialmente na contribuição das mesmas na composição das rendas familiares (PAULINO *et al.*, 2017; ARAUJO, 2012). Não obstante, extrapolam seu papel econômico e tornam-se lugares para socializar, onde os diferentes agentes sociais de variadas classes econômicas estão diretamente envolvidos com a dinâmica dos mercados (COSTA; DANTAS, 2016; BITU *et al.*, 2015).

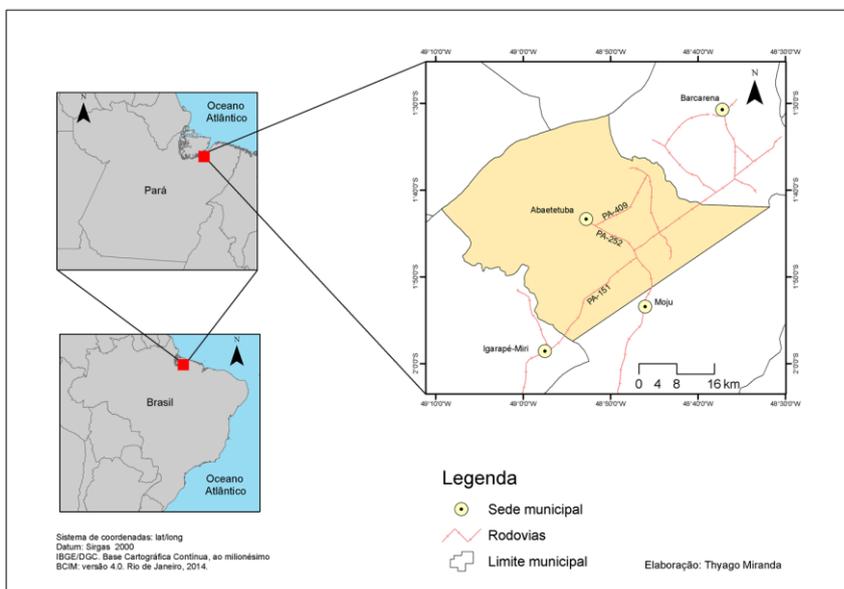
Poucas informações existem a respeito da importância das feiras, o cotidiano das pessoas que compõem esses ambientes e os fatores que estreitam o relacionamento entre a feira e os consumidores (BRANDÃO *et al.*, 2015). Haja vista que, muitas vezes, essas práticas são complexas, não podendo ser percebidas sem que se mergulhe em sua realidade, vivenciando, juntamente a esses indivíduos, o seu modo de fazer cotidiano (GOUVÊA; ICHIKAWA, 2015).

As feiras livres na Amazônia já foram alvo de pesquisas sobre seus recursos etnobiológicos (LEÃO *et al.*, 2007; LIMA *et al.*, 2011; OLIVEIRA *et al.*, 2016), aspectos socioculturais (BINSZTOK, 2008; BARROS, 2009; MOTA *et al.*, 2013). No caso da região do Baixo Tocantins, a feira livre de Abaetetuba constitui um recorte dos sistemas de produção e comercialização de todo o município e arredores, o que possibilita a compreensão das relações sociais, comerciais e biológicas.

Diante do contexto supracitado, o trabalho tem por objetivo verificar o perfil socioeconômico dos feirantes que comercializam plantas, seu cotidiano e os canais de comercialização presentes na dinâmica da feira de livre de Abaetetuba, Pará.

No município de Abaetetuba (Figura 1), distante 60 km da capital Belém, com área de 1.611 km², onde a fonte de renda gira em torno do comércio, a agricultura, a pecuária e o extrativismo, a estimativa populacional é de 150.431 habitantes, com uma densidade demográfica de 87,61 hab./km² (IBGE, 2016).

Figura 1: Mapa de localização do município de Abaetetuba, Pará.



O município é distribuído em duas regiões, a continental e a insular, esta última na convergência do rio Tocantins com o rio Pará, estuário do Rio Amazonas. A faixa continental possui duas porções: a sede, que compreende a zona urbana onde habita o maior contingente populacional distribuído nos bairros, e a zona rural, faixa que compreende as áreas de remanescentes florestais tanto de Terra Firme (região das estradas) quanto de Várzea (região das ilhas).

A localização da feira fica às margens do rio Maratauíra, local que serve de fluxo para o escoamento de recursos naturais para os comerciantes, produtores e atravessadores das diferentes regiões do município.

Para a seleção dos informantes foi adotada uma amostragem não probabilística, desse modo, foram entrevistados todos os feirantes que comercializam plantas e se dispuseram a participar do estudo (ALBUQUERQUE *et al.*, 2010a). Foram realizadas entrevistas dialogadas, conduzidas por questionários semiestruturados, com 51 feirantes, onde as questões versavam sobre a origem desses comerciantes, outras fontes de renda além da feira, escolaridade e tempo de atuação (ALBUQUERQUE *et al.*, 2010b).

Para análise de fluxos de produtos na feira e classificação dos feirantes utilizou-se a proposta dos Canais de Comercialização (MARTINHAGO *et al.*, 2013), onde se leva em consideração todo processo de negociação que ocorre desde a colheita até a chegada ao consumidor final. Para tanto, foram identificados os atores sociais envolvidos no processo e suas respectivas formas de obtenção e venda de seus produtos. Foram analisados o perfil socioeconômico, o cotidiano e as relações comerciais estabelecidas na feira livre.¹

Os canais de comercialização podem ser de três tipos: A. Diretos: caracterizado pelo contato e venda direta entre produtor e consumidor, B. Semidireto: definido pela aparição de um intermediário entre o produtor e o consumidor, sendo o intermediário responsável pela comercialização e C. Indiretos: onde se tem a presença de mais de um intermediário entre o produtor e o consumidor final.

Análise dos dados

A feira é realizada todos os dias, iniciando às 5:00 h e finalizando às 14:00 h. Reúne uma variedade de produtos para comercialização como carnes brancas e vermelhas, mariscos, animais silvestres e vegetais de todas as categorias de uso.

A feira funciona como via de escoamento, além de atender todos os estratos do município, pessoas da sede, da terra firme e das ilhas, tornando mais diversa a sua composição. Oliveira *et al.*, (2013) afirma que essa diversidade na composição das feiras faz com que haja uma simbiose cultural entre o rural e o urbano, evidenciando as características de ambos os locais.

¹Os dados da pesquisa foram tabulados, através do programa Microsoft Office Excel 2010, bem como a confecção dos gráficos e tabelas presentes nesse trabalho.

A organização dos produtos visa atrair os clientes, levando em consideração a qualidade dos vegetais em relação a cores, odores, sabores e texturas. Nesse sentido, Martinhago *et al.*, (2013) ressalta que a relação dos feirantes com sua clientela faz com que o abastecimento seja adaptado aos hábitos e primazias do consumidor. Observou-se, na feira, que a relação cultural entre consumidor e feirante ocorre devido ao tempo de convívio e às preferências já conhecidas.

Nos dias de segunda e quinta, os feirantes que adquirem produtos da CEASA recebem novas mercadorias para a reposição de seu estoque. No caso dos comerciantes da terra firme, a maioria produz seu próprio recurso, fazem essa reposição quase que diariamente, bem como os comerciantes que advêm das ilhas.

A renovação dos produtos é necessária para uma inovação, ou seja, os feirantes estão sempre atualizados para produzir ou adquirir os recursos que, naquele momento, agradaria, ao consumidor ou estariam com mais disponibilidade. Essa variação, através da preferência e disponibilidade, é conhecida como variação estacional, sendo que esta é regida pela variação cíclica das estações do ano (ALI; MENELAU, 2014).

A sociobiodiversidade da feira de Abaetetuba também segue as variações climáticas da região amazônica, haja vista que algumas espécies são comercializadas apenas em suas safras e se tornam espécies características de certos períodos do ano.

A feira apresenta duas organizações em seu zoneamento: a primária, ligada aos principais mercados da feira, o mercado de peixe e de carne além da região central; a segunda tem relação com os vegetais que são comercializados. Normalmente a disposição de barracas na feira é condicionada pelas personalidades, questões afetivas e econômicas, além da relação com os outros pontos da feira (PEREIRA; ALENCAR, 2016).

Anexo ao “mercado de peixe” são comercializadas espécies vegetais que vão realizar o tempero dele, como caruru (*Amaranthus viridis* L.), cheiro verde (*Petroselinum crispum* (Mill.) Fuss.) e Chicória (*Cichorium intybus* L.).

Na “região central” localizam-se, principalmente, os lanches, utilidades e vestuário, mas, majoritariamente, nessa região, estão localizados os comerciantes de frutas, como mamão (*Carica papaya* L.), abacate (*Persea americana* Mill.) e castanha do Pará (*Bertholletia excelsa* Bonpl.), sendo uma localização estratégica para captar consumidores que transitem

entre o mercado de peixe e carne, como pode ser observado na fala de um feirante: "O freguês que vai comprar uma carne passa por aqui e aproveita para levar logo uma fruta" (Feirante 1).

O espaço do "mercado de carne" é cercado por legumes como couve (*Brassica oleraceae* L.), cenoura (*Daucus carota* L.), e verduras como alface (*Lactuca sativa* L.) e cebolinha (*Allium fistulosum* L.). Observa-se uma estratégia de organização que reúne itens alimentícios complementares, a qual eleva as possibilidades de venda, traduzindo uma dinâmica econômica que reflete uma culturalidade própria. Nesse sentido, Minnaert (2008) relata que a organização espacial das feiras é a essência de cada uma e, quando alterada, modifica a dinâmica diária, podendo afetar diretamente a economia do local.

Na feira há várias formas de agir e falar, diversificando os aspectos socioculturais e agindo como *marketing*, pois alguns comerciantes possuem diferencial, seja em suas mercadorias ou no modo como chamam a atenção para seus produtos. Tal fato faz com que exista uma predileção dos consumidores pelos produtos de um determinado comerciante, fazendo com que o feirante sinta sua mercadoria valorizada e especial em relação às outras (PAULINO *et al.*, 2017).

Esses espaços também são marcados pelos encontros, conversas, vendas e compras de produtos da sociobiodiversidade, bem como simbolizam as tradições e conhecimentos das diversas origens presentes na feira. Fonseca *et al.*, (2011) relata que esta heterogeneidade cultural e social está ligada às várias classes sociais, origens e modos que compõem os mercados. Essa relação cultural que a feira de Abaetetuba simboliza pode ser vista na fala do entrevistado: "A feira é a festa da sociedade, aqui podemos ser motivo de chacota ou podemos tirar sarro de alguém, há pessoas que não vêm à feira apenas para comprar" (Feirante 12).

Para alguns feirantes, a função econômica da feira pode estar ameaçada por alguns fatores, como o desenvolvimento urbano que, concomitantemente, faz com que os supermercados cresçam e atraiam seus fregueses. Além disso, a falta de estrutura das feiras também faz com que os consumidores prefiram os supermercados (BRANDÃO *et al.*, 2015; SATO, 2007). Essa preocupação pode ser vista na seguinte fala do feirante: "As pessoas preferem comprar lá no supermercado por ser mais perto do que vim na 'beira'" (Feirante 12).

Mascarenhas e Dolzani (2008) ressaltam que os supermercados ameaçam as feiras não apenas na questão econômica, mas também na esfera espacial, devido ao apreço cultural do espaço das feiras. Com isso, os supermercados tentam comprar a área da feira para implantação de seus novos pontos de venda e, assim, passar a utilizar essa estíma em favor de si.

As feiras livres buscam uma maior flexibilidade quanto à inovação de produtos e ao modo de organização do trabalho, para continuar presente como forma comercial no espaço urbano. Assim, elas se adequam às novas tendências econômicas e culturais da sociedade contemporânea. "Mesmo com a cidade crescendo, o número de feirantes também cresce, então não tem como a feira acabar" (Feirante 20).

Outra ameaça relatada na feira foi o fato de que, com o passar do tempo, o número de comerciantes vem aumentando, acirrando a concorrência por clientes, o que causa temor em vendedores em relação à sua permanência na feira. E é nesse sentido que Santos (2014) afirma que esse aumento está relacionado ao desemprego de grande parcela da população, que, historicamente, teve pouco ou nenhum acesso à educação.

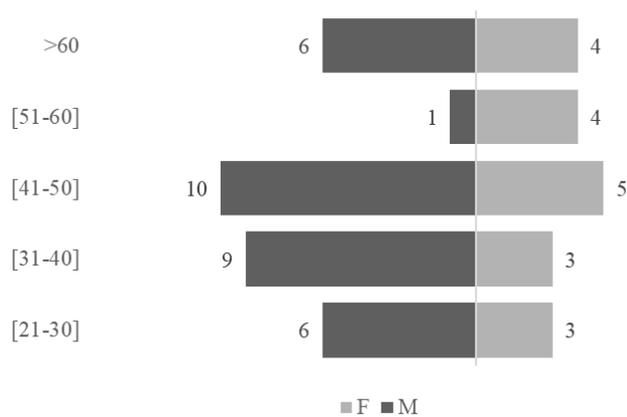
O sentimento de ameaça não é uma unanimidade entre os feirantes, pois os mais antigos sempre relataram, em suas entrevistas, que, devido ao apego cultural que a feira tem para as pessoas, ela nunca acabará. Segundo os mais velhos, ainda existem pessoas que confiam em um produto da ilha/estrada, com o tratamento dado ao cliente pelos feirantes, tal situação pode ser vista nas falas dos interlocutores: "Ainda há aqueles que foram acostumados a vir comprar na 'beira'" (Feirante 30).

Uma das formas de fidelizar os consumidores também é uma das características das feiras, o tratamento dos feirantes para com seu público, ou seja, as relações dos atores que formam esses ambientes (SOUZA, 2016).

Aspectos socioeconômicos

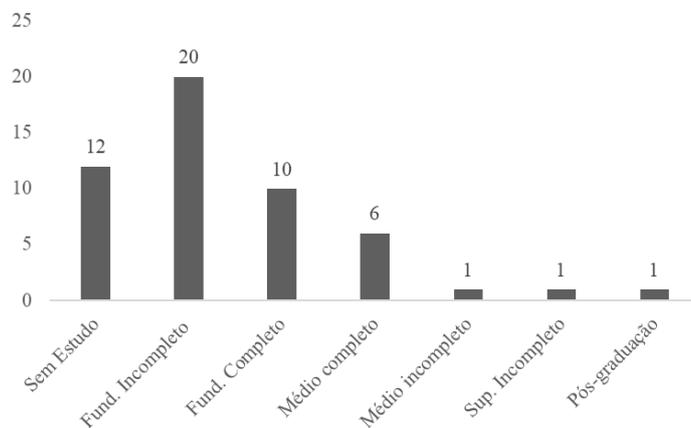
No que tange ao perfil socioeconômico dos feirantes, homens predominam com 62,7%; a idade dos feirantes está no intervalo de 21 e 82 anos, sendo a média de idade dos entrevistados de 45 anos (Figura 2).

Figura 2: Faixa etária por gênero dos feirantes.



Quanto à escolaridade dos comerciantes, ca. 23,5% consideram-se analfabetos, aqueles com fundamental incompleto somaram 39,2% dos informantes (Figura 2). Com isso, percebe-se que, entre os feirantes, a maioria apresentou os níveis mais basais de ensino.

Figura 2: Escolaridade dos feirantes.



A baixa escolaridade pode estar relacionada com dois fatores: a procura prematura por agregar renda à sua família e, assim, abandonando os estudos por falta de oportunidade para estudar nas localidades de origem dos feirantes.

O fato de a feira não requisitar altos níveis de instrução formal torna esse ambiente uma fonte de renda para aqueles que não estudaram, porém, uma das principais necessidades para o trabalho na feira está relacionada com o conhecimento da natureza (SILVA *et al.*, 2014; SCHULTZ *et al.*, 2017). Em contrapartida, registrou-se um feirante com

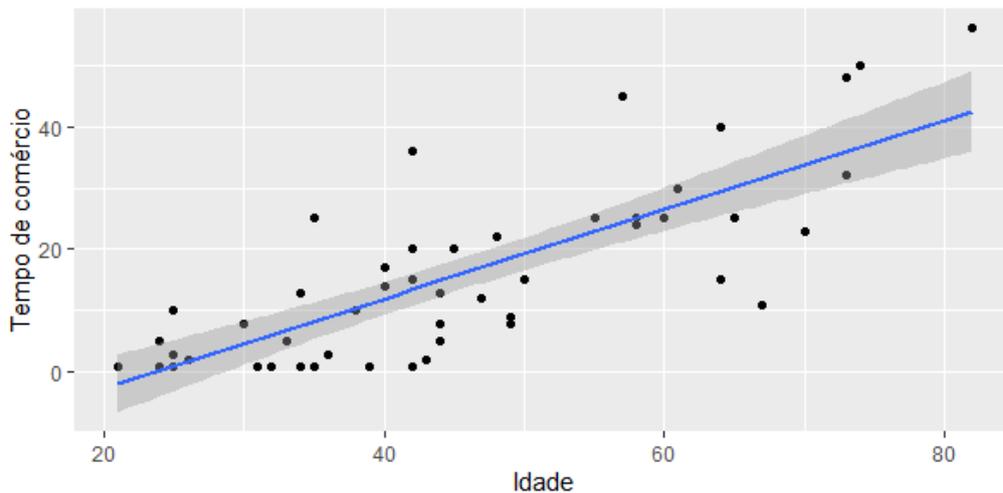
pós-graduação, que desenvolve a atividade de professor em períodos intervalares, mas, sempre que não está dando aula, opta por estar na feira, como pode ser visto na fala do informante: “Quando não tô dando aula que é minha primeira fonte de renda, fico aqui (na feira), tiro um dinheirinho extra e acabo, de vez em quando, batendo um bom papo” (Feirante 13).

Mais da metade (54,9%) dos feirantes são auxiliados nas atividades da feira, sendo que os filhos são os ajudantes mais frequentes. Em 35,3% dos casos, além da ajuda de um filho, a figura da esposa se faz presente para o auxílio nas bancas. Para gerar renda para uma terceira pessoa, alguns feirantes (9,8%) contratam outro assistente, normalmente responsável pelo trabalho mais braçal, nas atividades do comércio, tais como o carregamento de cestas com produtos, a montagem da barraca e, em alguns casos, a entrega de mercadorias.

O teste correlação de Spearman² indicou uma correlação forte ($R_s=0,75$) e estatisticamente significativa ($p<0,05$) e linear (Figura 3) entre tempo de atividade na feira e idade dos feirantes. Os feirantes mais antigos trabalham há mais de 30 anos (16,7%), percebe-se que o tempo na feira também potencializa a forma de relação entre consumidores e vendedores e, assim, agregando relações sociais e afetivas. Nobre *et al.* (2014) afirmam que longos tempos de atividade nas feiras aumentam mais ainda as relações culturais desses ambientes.

²Fez-se a opção por um teste de correlação (Spearman) pelo fato de os dados não apresentarem normalidade e foi para verificar se existe alguma relação entre tempo de atividade como feirante e idade. O teste foi realizado no programa R (DEVELOPMENT CORE TEAM, 2018).

Figura 3: Correlação entre idade e tempo de comércio.



Há feirantes que trabalham entre 11 e 15 anos (18,8%), esse dado expressa que houve um recente crescimento no número de feirante, mostrando que a feira se tornou uma importante fonte de aquisição de renda. Todavia, esse alto número de novos vendedores implica a percepção sobre a diminuição das vendas, pois 62,7% (n=32) relataram que as vendas diminuiriam, sendo o crescente número de novos feirantes a principal causa.

Porém, a maioria (27,1%) dos feirantes estão na feira há um período mais curto, entre 1 e 5 anos. As feiras são importantes agregadores de renda, pois, em vista da situação econômica, as famílias recorrem às feiras para garantir a subsistência (NOBRE *et al.*, 2014).

Quanto à destinação dos resíduos gerados pelos feirantes, a maioria (59%) deles reaproveita os rejeitos para alimentação animal ou adubo, assim, sujando e poluindo menos o ambiente de trabalho. Souza (2016) relata que é muito comum o reaproveitamento dos resíduos, principalmente aqueles de origem vegetal, para outros fins que não o descarte.

Canais de comercialização

Através da convivência, na rotina da feira, depreendeu-se que existiam quatro diferentes tipos de feirantes, todos em relação à origem do recurso vegetal comercializado, oriundos de produção própria ou de outros (Tabela 1).

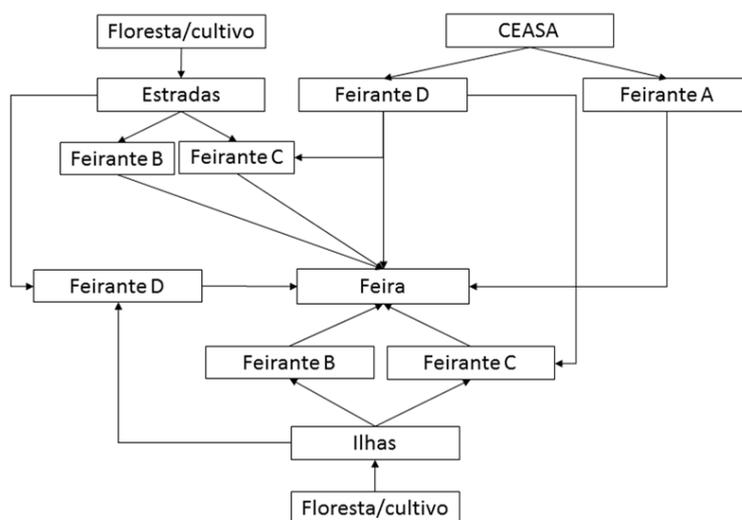
Essa característica de diferentes tipos de feirantes também é encontrada nos trabalhos de Queiroz (2015), em uma feira do Rio Grande do Norte, e Ribeiro *et al.*, (2016) em Minas Gerais, onde, em ambas há a presença dos intermediários e de feirantes que comercializam tanto recurso de suas propriedades quanto da produção de terceiros.

Tabela 1 – Tabela com os tipos e características dos feirantes da feira livre de Abaetetuba, Pará.

Tipos de feirante	Origem dos recursos	Local de residência	Origem da Produção	Intermediário
Feirante A	CEASA	Zona urbana	Terceiros	Presença
Feirante B	Cultivo/extrativismo	Zona rural	Própria	Ausência
Feirante C	Cultivo/extrativismo + CEASA	Zona rural	Própria	Presença
Feirante D	Cultivo/extrativismo + CEASA	Zona urbana	Terceiros	Ausência

Ao verificar-se as categorias, observou-se que os recursos comercializados na feira são provenientes tanto da zona rural quanto da CEASA, e estes seguem em um fluxo de distribuição definido pelas pessoas e seus respectivos modos de subsistência agroextrativistas ou não. O fluxo de comercialização envolvendo todos os atores identificados na dinâmica da feira livre de Abaetetuba pode ser observado na figura 4.

Figura 4: Distribuição dos recursos vegetais comercializados na feira de Abaetetuba, Pará.



Os feirantes A totalizam 45%, devido à ausência de espaços urbanos para o cultivo acabam comprando os produtos da CEASA. Pereira *et al.*, (2017) relatam que a urbanização

intensifica a ocupação do solo urbano e diminui espaços para cultivo, tornando cada vez mais importante o papel da feira livre no abastecimento dos centros urbanos. Estas também fornecem 50% de produtos alimentícios para a população brasileira (LIMA *et al.*, 2012).

Os feirantes B e C perfazem 51%, estes cultivam seus próprios recursos vegetais para comercialização, além de complementarem a renda com espécies da CEASA (caso dos feirantes C). Na Amazônia, a agricultura familiar torna-se muito importante na captação de renda das famílias, que sobrevivem apenas do uso da terra e dos recursos oferecido pelo meio circundante (SANTOS; MITJA 2012).

Os feirantes D reúnem 4%; esses apenas vendem produtos da zona rural do município, porém nada produzidos por eles mesmos, além de venderem produtos para os próprios feirantes, ou seja, são os intermediários propriamente ditos. Palmeira (2014), afirma que as feiras são ambientes singulares, fora do normal, todavia, quando se fala em feira livre, a única regra é a presença de intermediários ou agentes de trocas.

Os canais de comercialização presentes neste estudo foram diretos e semidiretos, onde os feirantes A e D comercializam de forma semidireta, enquanto os feirantes B e C vendem de maneira direta (Figura 4).

A comercialização de forma direta é a principal via para os produtores da agricultura familiar (Feirantes B e C). Espécies como o cheiro verde (*Petroselinum crispum* (Mill.) Fuss.) e jambú (*Spilanthes sativa* L.) são comercializadas sem a presença de um atravessador, ou seja, diretamente de seus produtores. Assim, eliminam o intermediário no processo, obtendo melhores preços para a venda (PADUÁ-GOMES *et al.*, 2016). Isso pode ser evidenciado na fala do feirante 6: "prefiro vender eu mesmo, para poder saber o preço e o lucro".

Quanto ao canal semidireto os feirantes A e D, os intermediários, além de trazerem para a feira os produtos, também assumem a função de comercialização tanto para feirantes quanto para consumidores. Como ocorre no caso da comercialização do açaí (*Euterpe oleraceae* Mart.) e miriti (*Mauritia flexuosa* L.f.), todavia, esses produtores não comercializam nas feiras, ficando essa função a cargo do atravessador.

Os intermediários são importantes para a diminuição da perda no processo da comercialização, mas também são responsáveis pela grande diferença de preço entre a compra e a revenda (GUERRA *et al.*, 2017).

Considerações finais

A feira de Abaetetuba apresenta uma organização própria totalmente voltada para a relação da flora comercializada com os recursos da fauna, o que torna estratégica, na comercialização, a localização das barracas e dos feirantes.

O caráter humano presente nas feiras é uma das formas de perceber os povos que compõem esses ambientes de comércio, as expressões de um povo e o manejo do ambiente onde vivem.

Os diferentes tipos de feirantes também são uma das características da feira de Abaetetuba, todos esses tipos são diferenciados através da origem de seus recursos e, por isso, também há uma variação nos canais de comercialização usados na feira.

Por fim, a pesquisa confirma a assertiva de que a feira de Abaetetuba possui significado relevante para a agricultura familiar. Afinal, mais da metade dos feirantes (51%) cultivam e comercializam seus próprios recursos vegetais, ainda que a eles adicionem produtos adquiridos no CEASA. Portanto, feira livre e agricultura familiar constituem-se em importante associação e fonte de renda para os que sobrevivem do uso da terra e dos recursos oferecidos pelo meio ambiente amazônico.

Referências

ALBUQUERQUE U. P. de; LUCENA R. F. P. de; LINS-NETO E. de F. Seleção dos participantes da pesquisa. *In*: ALBUQUERQUE, U. P. de, LUCENA, R. F. P. de; ALENCAR, N. L. (orgs.) **Métodos e técnicas na pesquisa etnobiológica e etnoecológica**, Recife, NUPPEA: 2010. p. 23-37.

ALBUQUERQUE, U. P. de, LUCENA R. F. P. de; ALENCAR, N. L. Métodos e técnicas para a coleta de dados etnobiológicos. *In*: ALBUQUERQUE, U. P. de, LUCENA, R. F. P. de; ALENCAR, N. L. (orgs.) **Métodos e técnicas na pesquisa etnobiológica e etnoecológica**, Recife, NUPPEA: 2010. p. 41-66.

ALI, V. P. M.; MENELAU, A. S. Formação de preços nas principais feiras livres associadas aos mercados públicos do Recife. **Revista Científico**, Fortaleza, v. 14, n. 27, p. 83-94, jan./jun., 2015

ARAÚJO, G. Aspectos sociais do cotidiano das feiras livres: um estudo etnográfico em território português e em solo brasileiro. **Maringá Management**, v. 9, n. 2, p. 49-64, 2012.

AZEVEDO, F. F. de; QUEIROZ, T. A. N. de. As feiras livres e suas (contra) racionalidades: periodização e tendências a partir de Natal-RN-Brasil. **Bibliow: revista bibliográfica de geografia y ciencias sociales**, v. 18, n. 1009, p. sn, 2013.

BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Beira de Abaetetuba no Pará. **Ciências Sociais Unisinos**, v. 45, n. 2, p. 152-161, maio/ago. 2009.

BINSZTOK, J. Transformações sócioespaciais da agricultura familiar na Amazônia. **Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales**, Barcelona, v. 12, n. 270, p. sn, ago. 2008.

BITU, V. de C. N.; MATIAS, E. F. F.; LIMA, W. P. de; PORTELO, A. da C.; COUTINHO, H. D. M.; MENEZES, I. R. A. Ethnopharmacological study of plants sold for therapeutic purposes in public markets in Northeast Brazil. **Journal of ethnopharmacology**, v. 172, p. 265-272, ago. 2015.

BRANDÃO, A. A.; COSTA, C. A.; GALIZONI, F. M.; CAVALCANTE, T. F. M.; NEVES, Á. C. Perfil socioeconômico dos consumidores de hortaliças em feiras livres na microrregião de Januária. **Horticultura Brasileira**, Vitoria da Conquista, v. 33, n. 1, p. 119-124, jan./mar. 2015.

BUSTAMANTE, P. C.; DURÃES, P. G. D. O impacto da feira livre do bairro Major Prates da cidade de montes claros na renda dos feirantes. **Revista Desenvolvimento Social**, v. 1, n. 14, p. 107-128, 2015.

CHIZZOTTI, A. **Pesquisa em ciências humanas e sociais**. S.P. Cortez, 1991.

COSTA, M. R. da; DANTAS, D. M. dos. Feiras livres: dinâmicas espaciais e relações de consumo. **Geosaberes**, Fortaleza, v. 6, n. 3, p. 653-665, Fev. 2016.

FONSECA, S. F. da; SANTOS, D. C. dos; SANTOS, D. P. dos. Feira livre de buritizeiro – MG: uma abordagem socioeconômica. **Revista de Geografia**, v. 28, n. 3, p. 81-92, 2011.

GOUVÊA, J. B.; ICHIKAWA, E. Y. Alienação e resistência: um estudo sobre o cotidiano cooperativo em uma feira de pequenos produtores do oeste do Paraná. **Revista Gestão & Conexões**, v. 4, n. 1, p. 68-90, 2015.

GUERRA, A. M. N. de M.; COSTA, A. C. M.; AZEVEDO, F. J. B.; TAVARES, P. R. F.; VIEIRA, T. S.; MEDEIROS, A. C. de. Avaliação das principais causas de perdas pós-colheita de hortaliças comercializadas em Santarém, Pará. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, Pombal, v. 12, n. 1, p. 34-40, jan./mar. 2017.

IBGE, **Abaetetuba**. Disponível em:

<https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pa/abaetetuba/panorama>. Acesso em: 23/09/2016.

LEÃO, R. B. A.; FERREIRA, M. R. C.; JARDIM, M. A. G. Levantamento de plantas de uso terapêutico no município de Santa Bárbara do Pará, Estado do Pará, Brasil. **Revista Brasileira de Farmácia**, v. 88, n. 1, p. 21-25, 2007.

LIMA, J. S.; AMARAL, R. F. do; BRITO, A. V. da C.; LIMA, P. V. P. S. de; MAYORGA, R. D. Caracterização do comércio da CEASA-Ceará. **Perspectiva on line: Ciências humanas & sociais aplicadas**, Campos dos Goytacazes, v. 4, n. 2, p. 1-11, 2012.

- LIMA, P. G. C.; COELHO-FERREIRA, M.; OLIVEIRA, R. Plantas medicinais em feiras e mercados públicos do Distrito Florestal Sustentável da BR-163, estado do Pará, Brasil. **Acta Botanica Brasilica**, v. 25, n. 2, p. 422-434, 2011.
- LIU, B.; LIU, Y.; CAO, W.; ZHANG, S.; LIU, Z.; NI, Y.; LI, F. Ethnobotany of Medicinal Aroids in Xishuangbanna, Yunnan Province, China. **AROIDEANA**, v. 37, n. 2, p. 69-78, 2014.
- MARTINHAGO, D. Z.; REI, R. P.; PEREIRA, C. M. M. de A. Potencial e estrutura de mercado no município de Cruzília, MG: viabilidade de implantação de feira livre. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 15, n. 3, p. 345-358, 2013.
- MASCARENHAS, G.; DOLZANI, M. C. S. Feira livre: Territorialidade popular e cultura na metrópole contemporânea. **Ateliê Geográfico**, v. 2, n. 2, p. 72-87, 2008.
- MINNAERT, A. C. de S. T. A feira livre sob um olhar etnográfico. In: FREITAS, MCS, FONTES GAV, OLIVEIRA N. **Escritas e narrativas sobre alimentação e cultura**. Salvador: EDUFBA, 2008, p. 129-48.
- MOREL, A. P. S.; REZENDE, L. T.; TANURE, P. T.; FERREIRA, C. de A.; SETTE, R. de S. Comportamento Do Consumidor Das Feiras Livres: Um Estudo Em Um Município De Minas Gerais. **Revista FSA (Faculdade Santo Agostinho)**, Teresina, v. 12, n. 4, p. 14-31, jul./ago. 2015.
- MOTA, J. B.; PINHEIRO, K. B. S.; VIDEIRA, M. N. Análise do cumprimento do período de defeso nas principais feiras livres do município de Macapá, Amapá. **Biota**, Macapá, v. 3, n. 2, p. 58-67, 2013.
- NOBRE, C. E.; BELO, C.; SILVA, E. F. da. A feira-livre como herança algodoeira em união dos palmares-alagoas e sua constituição na atualidade como circuito inferior. **Caminhos de Geografia**, Uberlândia, v. 15, n. 49, p. 27-40, mar. 2014.
- OLIVEIRA, A. A. de, FERRARI, J. L.; RANGEL, O. J. P.; OLIVEIRA, A. de F. M. de. Feira municipal do produtor rural "Antonio Alves Victor de Assis", Alegre, ES: Alternativa de renda para a agricultura familiar. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v. 8, n. 1, p. 161-169, 2013.
- OLIVEIRA, D. M.; NOVAES, B. C. B.; LUCENA, V. B.; SOUZA, T. S.; BARROS, N. C. L.; DIAS, S. S.; SILVA, D. L. da; CORREA, R. da S. Perfil parasitológico do cheiro verde comercializado em feiras livres de Imperatriz-MA. **Biota Amazônia**, Macapá, v. 6, n. 2, p. 123-126, 2016.
- PADUA-GOMES, J. B.; GOMES, E. P.; PADOVAN, M. P. Desafios da comercialização de produtos orgânicos oriundos da agricultura familiar no estado de mato grosso do sul. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v. 12, n. 1, p. 132-156, jan./abr. 2016.
- PALMEIRA, M. Feira e mudança econômica. **VIBRANT-Vibrant Virtual Brazilian Anthropology**, v. 11, n. 1, p. 324-360, 2014.

PAULINO, E. J.; DIAS, J. V. L.; MURTA, N. M. G.; MORAIS, H. A.; PIRES, H. H. R. Feira livre de Couto de Magalhães de Minas, no alto Vale do Jequitinhonha, Minas Gerais: a percepção dos feirantes e consumidores. **Revista Desenvolvimento**, v. 1, n. 20, p. 83-94, 2017.

PEREIRA, L. A. G.; CARNEIRO, M. de F. B.; OLIVEIRA, I. M. de. Espacialização da agricultura urbana na cidade de Montes Claros, Minas Gerais, Brasil. **Revista Desenvolvimento Social**, v. 1, n. 21, p. 143-156, 2017.

PEREIRA, M. P.; ALENCAR, C. M. M. de. Feira livre de São Felipe-BA: expressões de transformações e resistências à urbanização. **Revista Rural & Urbano**, Recife, v. 1, n. 1, p. 58-66, 2016.

QUEIROZ, T. A. N. de. As centrais de abastecimento alimentar: agentes mistos dos circuitos da economia urbana. **Sociedade e Território**, Natal, v. 27, n. 1, p. 157-177, jan./jun. 2015.

RIBEIRO, E. M.; ARAÚJO, D. P.; GALIZONI, F. M.; AYRES, E. B.; SILVESTRE, L. H.; FREITAS, C. da S. As feiras livres do Jequitinhonha: feirantes, consumidores e comércio urbano no semi-árido mineiro. **Cadernos do CEAS: Revista crítica de humanidades**, v. 228, p. 1-16, 2016.

ROCHA, F. A. G.; ARAÚJO, L. S. G.; LIMA, T. G. D.; SILVA, E. R.; SILVA, P. A.; GUNDIM, M. K. M.; ARAÚJO, M. F. F.; COSTA, N. D. L. Características do comércio informal de plantas medicinais no município de Lagoa Nova/RN. **HOLOS**, Natal, v. 5, sn, p. 264-281, 2013.

R Development Core Team R: A Language and Environment for Statistical Computing R Foundation for Statistical Computing (2018).

SAHA, M. R.; RA, R.; KAR, P.; SEN, A.; SARKER, D. de. Ethnobotany, traditional knowledge and socioeconomic importance of native drink among the Oraon tribe of Malda district in India. **Journal of Intercultural Ethnopharmacology**, v. 4, n. 1, p. 34-39, jan./mar. 2015.

SANTOS, A. M. dos; MITJA, D. Agricultura familiar e desenvolvimento local: os desafios para a sustentabilidade econômico-ecológica na comunidade de Palmares II, Parauapebas, PA. **Interações**, Campo Grande, v. 13, n. 1, p. 39-48, jan./jun. 2012.

SANTOS, J. G. dos. Perspectivas do trabalho na atualidade e relevância da feira livre na cidade – o caso da feira de gêneros alimentícios de casa amarela-Recife/PE. **Revista Movimentos Sociais e Dinâmicas Espaciais**, Recife, v. 3, n. 2, p. 164-183, 2014.

SATO, L. Processos cotidianos de organização do trabalho na feira livre. **Revista Psicologia & Sociedade**, v. 19, n. 1, p. 95-102, 2007.

SHULTZ, G.; SOUZA, M. de; JANDREY, W. F. Motivações e acesso aos canais de comercialização pelos agricultores familiares que atuam com produção orgânica na Região da Serra Gaúcha. **Redes**, Santa Cruz do Sul, v. 22, n. 3, p. 273-291, set./dez. 2017.

SILVA, G. G.; CHEUNG, T. L.; VILPOUX, O. F.; SANCHES, F. T. Capital social e cooperação na agricultura familiar: uma análise comparativa entre os estados de Mato Grosso do Sul e

Santa Catarina. **Organizações Rurais & Agroindustriais**, Lavras, v. 16, n. 2, p. 153-166, 2014.

SOUZA, M. N. C. Considerações sobre a dádiva e sociabilidades: incursões na feira-livre. **Educação, Tecnologia e Cultura - E.T.C.**, n. 9, p. 61-75, 2016.

Detalhes dos autores

Thyago Miranda Gonçalves

Mestrado em Ciências Ambientais pela UEPA. Atualmente é doutorando em Biodiversidade e Biotecnologia pela Rede Bionorte em parceria com a Universidade Federal do Pará. Membro do Laboratório de Monitoramento e Conservação Ambiental da UEPA. Membro do Conselho Regional de Biologia da 6ª região (CRbio), atua com pesquisas nas áreas de caracterização de ecossistemas e da biodiversidade amazônica, etnobotânica, diagnóstico socioambiental e estudos com ensino de biologia. Experiência com consultoria técnica em análises de estudos de monitoramento de bioindicadores em áreas impactadas. E-mail: thyagomiran@hotmail.com.

Ana Cláudia Caldeira Tavares-Martins

Doutorado em Botânica pelo Instituto de Pesquisa Jardim Botânico do Rio de Janeiro (2009). Atualmente é professora Adjunto IV do departamento de Ciências Naturais, professora permanente do Programa de Pós-graduação em Ciências Ambientais (PPGCA) da Universidade do Estado do Pará e pesquisadora colaboradora do Programa de Pós-Graduação da Rede de Biodiversidade e Biotecnologia da Amazônia Legal (Bionorte). Coordena o Laboratório de Monitoramento e Conservação Ambiental (LMCA/PPGCA/UEPA). Tem experiência na área de Ciências Ambientais com ênfase em estudos interdisciplinares em botânica envolvendo florística, ecologia, etnobotânica, ensino de botânica, educação ambiental e percepção ambiental. E-mail: tavaresmartins7@gmail.com.