



Relatório do Software Anti-plágio CopySpider

Para mais detalhes sobre o CopySpider, acesse: <https://copyspider.com.br>

Instruções

Este relatório apresenta na próxima página uma tabela na qual cada linha associa o conteúdo do arquivo de entrada com um documento encontrado na internet (para "Busca em arquivos da internet") ou do arquivo de entrada com outro arquivo em seu computador (para "Pesquisa em arquivos locais"). A quantidade de termos comuns representa um fator utilizado no cálculo de Similaridade dos arquivos sendo comparados. Quanto maior a quantidade de termos comuns, maior a similaridade entre os arquivos. É importante destacar que o limite de 3% representa uma estatística de semelhança e não um "índice de plágio". Por exemplo, documentos que citam de forma direta (transcrição) outros documentos, podem ter uma similaridade maior do que 3% e ainda assim não podem ser caracterizados como plágio. Há sempre a necessidade do avaliador fazer uma análise para decidir se as semelhanças encontradas caracterizam ou não o problema de plágio ou mesmo de erro de formatação ou adequação às normas de referências bibliográficas. Para cada par de arquivos, apresenta-se uma comparação dos termos semelhantes, os quais aparecem em vermelho.

Veja também:

[Analisando o resultado do CopySpider](#)

[Qual o percentual aceitável para ser considerado plágio?](#)



Versão do CopySpider: 2.1.1

Relatório gerado por: victor_mirandaleao@yahoo.com.br

Modo: web / normal

Arquivos	Termos comuns	Similaridade
11588-41581-1-RV.docx X https://www.companhiadasletras.com.br/sala_professor/docs/Companhia_na_Educacao-Catalogo_de_e-books.xlsx	168	0,09
11588-41581-1-RV.docx X https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2019/01/29/pneumonia-tem-como-sintomas-febre-tosse-e-dificuldade-para-respirar.htm	7	0,08
11588-41581-1-RV.docx X https://en.wikipedia.org/wiki/Flour	6	0,05
11588-41581-1-RV.docx X https://www.countryliving.com/food-drinks/a30720270/flour-types	3	0,04
11588-41581-1-RV.docx X https://www.fordham.edu/download/downloads/id/1957/psyc_examamplepdf.pdf	2	0,02
11588-41581-1-RV.docx X https://www.transparencymarketresearch.com/cassava-flour-market.html	1	0,01
11588-41581-1-RV.docx X https://www.worldbank.org/en/news/feature/2016/03/28/yes-culture-matters-for-economic-development	0	0,00
11588-41581-1-RV.docx X https://www.symptomfind.com/beauty-wellness/home-remedies-for-a-dry-scalp?utm_content=params%3Ao%3D740013%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex	0	0,00
11588-41581-1-RV.docx X https://cuidadospelavida.com.br/saude-e-tratamento/asma-e-bronquite/fibrose-pulmonar-como-funciona-o-tratamento-para-doenca	0	0,00
11588-41581-1-RV.docx X http://www.google.com.br/url?esrc=s	0	0,00

Arquivos com problema de download

https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/X6G48YN9xtddvFdDmBc94hh/%3Flang%3Dpt%26format%3Dpdf	Não foi possível baixar o arquivo. É recomendável baixar o arquivo manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos). - Erro: Parece que o documento foi removido do site ou nunca existiu. HTTP response code: 404 - https://www.scielo.br/j/jbpneu/a/X6G48YN9xtddvFdDmBc94hh/%3Flang%3Dpt%26format%3Dpdf
https://www.questionsanswered.net/article/causes-dry-mouth?utm_content=params%3Ao%3D740012%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex	Não foi possível baixar o arquivo. É recomendável baixar o arquivo manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos). - 30

Arquivos com problema de conversão

https://www.foodnetwork.com/recipes/packages/baking-guide/flour-101-guide-to-different-types-and-uses	Não foi possível converter o arquivo. É recomendável converter o arquivo para texto manualmente e realizar a análise em conluio (Um contra todos).
---	--



=====

Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Arquivo 2: https://www.companhiadasletras.com.br/sala_professor/docs/Companhia_na_Educacao-Catalogo_de_e-books.xlsx (165937 termos)

Termos comuns: 168

Similaridade: 0,09%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento

https://www.companhiadasletras.com.br/sala_professor/docs/Companhia_na_Educacao-Catalogo_de_e-books.xlsx (165937 termos)

=====

111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver-o-Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver-o-Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO

TRADICIONAL

RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade **no uso e** aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, **assim como de** moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, **juntamente com o** milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas **as sociedades contemporâneas** e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de ?Papa Xibé? aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito **das memórias de** cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de ?civilização da mandioca?, que enfatiza a trajetória e difusão da planta **na América do Sul**, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica se seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o ?Pão dos Trópicos?, nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o **estabelecimento de um** modelo que priorizava à comercialização de manufaturas



(SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a ?farinha? se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como ?produtos da terra?, pois são manufaturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 ? 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi, quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais,

medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como **peça-chave na** economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro **contato com os** comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar **o padrão de** comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende **e de quem** compra, **assim como o** simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e **análise de dados**

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos **da manhã e** tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram **fundamentais para o** estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar **os tipos de** farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. **A ordem de** citação dos tipos e subtipos foi ranqueada **de modo que** o primeiro tipo citado é tido como **a mais importante** dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo **como o mais importante**. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores **de que o tipo é a mais importante**. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com a preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso **quais seriam os tipos de** farinhas mais valorizados pelos comerciantes. **Os valores do** ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, **de modo que os valores** mais próximos as 1



apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas **da Silva da Universidade do Estado do Pará** com o intuito **de criar um** acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box **de sua mãe**, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira **por mais de 20 anos**. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, **com a chegada dos** distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, **não é só** tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite **a criação de** vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai **a figura do** proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com **o nome do** ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam **a necessidade de** cuidar **da casa dos** filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e **que não se** aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo **isso não é** suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo **de pessoas**. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode

ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante **por meio da** peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens **do autor**

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, **que é mais** adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do **padrão de qualidade** (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) **e o de** Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subt. comum, visto que esta foi citada como **a mais importante por todos os** entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais **na cidade de** Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado **em conversas com** clientes, que **em sua maioria** buscavam pela farinha Tip. d?água subt. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subt. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e **por todos os** vendedores está intrinsecamente **voltada para a** demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização **da cultura**, **que** promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento **das técnicas de** cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional **que se faz presente** nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. **A erosão dos** valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, **em especial do** cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que **os tipos de** maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir



, com exceção da farinha Tip. d'água sbtp. comum, que **de acordo com** os registros orais **das conversas com os** feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.

Quando questionados sobre qual era **o tipo de** farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como **a mais importante** pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café **e por isso** tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, **há também uma** outra classe de clientes **que tem como** preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades **no estado do** Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O **estudo sobre a produção de** farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará **como um dos** produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados **em função da** de sua proximidade da capital, junto a facilidade **de acesso para** a compra.

Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina **passou a se** especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado **da feira do** Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, **bem como a** importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com



deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, **a maior parte** da farinha da feira (75%) chega por atravessadores, **que se tornaram** alternativa viável para os feirantes, **que não tem** disponibilidade de **tempo e recursos para viajar até** os produtores? **Aqui é muito** bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é **dois dias de serviço** perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de **contato com os** produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram **a existência de** diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, **de modo que** a arrecadação **de cada um** é distinta e **o valor da** saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto **da falta de** investimentos no setor como fator **que impossibilita a** maximização de uma produção **em larga escala** que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento **da importância de** suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém **a falta de** apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial? **Há mais de 10 que ele** vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos)? Tem pessoas que vem aqui que falam? Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau **de confiança e** proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É **um tipo de** fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar **os tipos de** farinha? Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque **aos olhos do** consumidor, **e muitas vezes com** apelo promocional; já as mais conhecidas **e de grande** demanda ficam atrás? Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem **que tem; a** farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a



setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato do Ver- o -Peso **um espaço de** referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro **por conta da** festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de **outras partes do país, mas** principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores **de uma boa** farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre **do ano, por se tratar de um** produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, **uma vez que** estas pessoas perdem força de comercialização quando **se deparam com** atravessadores, falta de recursos e apoio de **mão de obra** para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, **como as de** sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado **ao que é** produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico **em detrimento do** ciclo da natureza **e de seus** ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor **não tem conhecimento** do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que **um tipo de** farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, **uma vez que** são responsáveis **pela maior parte** da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. **De certo modo** essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando **as particularidades de** cada tipo de farinha com sua consequente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores **a partir da** circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar **à luz dos** relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.



- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. **Rio de Janeiro**, 1989.
- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. *Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense*. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. **de J. M.**; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>> Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T . Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: **um espaço de** trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária **da Amazônia: o caso das** agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CAÑETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto **de Filosofia e** Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. **A aventura** das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. **A arte de** fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores **da Feira do** Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.

- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. Revista Baiana de Saúde Pública, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set. 2014.
- SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3
- SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>. Acesso em 11 de junho de 2022.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>. Acesso em 08 de outubro de 2016.
- SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p. 147-171, jan-abr., 2005.
- SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.
- SILVA, G. C da. **Importância da** citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.
- SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.
- SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré **na cidade de** Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.
- SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanas. **Rio de Janeiro:** Bertrand Brasil, 2002.
- SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.
- VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar **no vale do** rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====

Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Arquivo 2: <https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2019/01/29/pneumonia-tem-como-sintomas-febre-tosse-e-dificuldade-para-respirar.htm> (2987 termos)

Termos comuns: 7

Similaridade: 0,08%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento

<https://www.uol.com.br/vivabem/noticias/redacao/2019/01/29/pneumonia-tem-como-sintomas-febre-tosse-e-dificuldade-para-respirar.htm> (2987 termos)

=====

111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver- o -Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver -o- Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the. Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO



TRADICIONAL

RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica de seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas



(SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a ?farinha? se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como ?produtos da terra?, pois são manufaturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 ? 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi , quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar **os tipos de** farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais,

medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar **os tipos de** farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como a mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é a mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com a preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam **os tipos de** farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos as 1



apontam uma maior importância **do tipo de** farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por **mais de 20 anos**. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com o nome do ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode

ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subt. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subt. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subt. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que **os tipos de** maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir



, com exceção da farinha Tip. d'água sbtp. comum, que **de acordo com** os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.

Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com



deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a



setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua conseqüente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.

- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.
- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. *Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense*. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>> Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T. Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CAÑETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L.; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.

- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. Revista Baiana de Saúde Pública, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set. 2014.
- SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3
- SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>. Acesso em 11 de junho de 2022.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>. Acesso em 08 de outubro de 2016.
- SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p. 147-171, jan-abr., 2005.
- SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.
- SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.
- SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.
- SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.
- SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.
- VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====

Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Arquivo 2: [https://en.wikipedia.org/wiki/Flour \(5415 termos\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Flour)

Termos comuns: 6

Similaridade: 0,05%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento [https://en.wikipedia.org/wiki/Flour \(5415 termos\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Flour)

=====

111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA **FLOUR AT THE** VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver- o -Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver -o- Peso fair, three **types of flour** were identified (water, dry and tapioca), 12 **varieties of flour and** three by-products (crueira, carimã and gum), with the. Flour of d'água var. the maximum value of importance. **It is a flour** that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO TRADICIONAL



RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas as sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica se seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas (SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a "farinha" se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região



nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como "produtos da terra", pois são manufacturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 e 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi, quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais, medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros



comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como o mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é o mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com as preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos a 1 apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de



granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com o nome do ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subtp. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subtp. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subtp. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir , com exceção da farinha Tip. d?água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.

Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas.

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por



atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato



do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua conseqüente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.
- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.



- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. *Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense*. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). *Análise mensal, Mandioca*, abril de 2019. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>>; Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. *Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha*. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T . *Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia*. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CANETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. *As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana*. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. *A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses*. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. *Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.
- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. *Revista Baiana de Saúde Pública*, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set.

2014.

SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3

SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: < <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>>. Acesso em 11 de junho de 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>>. Acesso em 08 de outubro de 2016.

SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p . 147-171, jan-abr., 2005.

SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.

SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.

SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.

SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.

SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.

VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====

Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Arquivo 2: <https://www.countryliving.com/food-drinks/a30720270/flour-types> (1602 termos)

Termos comuns: 3

Similaridade: 0,04%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento <https://www.countryliving.com/food-drinks/a30720270/flour-types> (1602 termos)

=====

111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver- o -Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver -o- Peso fair, three **types of flour** were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties **of flour and** three by-products (crueira, carimã and gum), with the. Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite **because of its** expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO TRADICIONAL



RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratamentos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica se seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas (SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a "farinha" se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região

nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como "produtos da terra", pois são manufacturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 e 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi, quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais, medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros

comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como o mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é o mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com as preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos a 1 apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de

granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com o nome do ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subtp. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subtp. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subtp. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir , com exceção da farinha Tip. d?água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.



Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas.

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por



atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato



do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua conseqüente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.
- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.



- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. *Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense*. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). *Análise mensal, Mandioca*, abril de 2019. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>> Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. *Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha*. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T . *Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia*. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CANETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. *As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana*. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. *A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses*. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. *Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica*. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.
- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. *Revista Baiana de Saúde Pública*, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set.



2014.

SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3

SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: < <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>>. Acesso em 11 de junho de 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>>. Acesso em 08 de outubro de 2016.

SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p . 147-171, jan-abr., 2005.

SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.

SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.

SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.

SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.

SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.

VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====
Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Arquivo 2: https://www.fordham.edu/download/downloads/id/1957/psyc_examplepdf.pdf (1997 termos)

Termos comuns: 2

Similaridade: 0,02%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento

https://www.fordham.edu/download/downloads/id/1957/psyc_examplepdf.pdf (1997 termos)

=====
111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed **to investigate the** types of cassava flour marketed at the Ver- o -Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver -o- Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the. Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers **because it is** traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO TRADICIONAL



RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratamentos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica se seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas (SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a "farinha" se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região



nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como "produtos da terra", pois são manufacturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 e 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi, quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais, medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros

comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como a mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é a mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com a preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos a 1 apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de



granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com o nome do ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subtp. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subtp. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subtp. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir , com exceção da farinha Tip. d?água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.

Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas.

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipauba, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por



atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato



do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua conseqüente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.
- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.



- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>>; Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T . Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CANETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.
- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. *Revista Baiana de Saúde Pública*, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set.

2014.

SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3

SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: < <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>>. Acesso em 11 de junho de 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>>. Acesso em 08 de outubro de 2016.

SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p . 147-171, jan-abr., 2005.

SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.

SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.

SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.

SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.

SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.

VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====
Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Arquivo 2: <https://www.transparencymarketresearch.com/cassava-flour-market.html> (1159 termos)

Termos comuns: 1

Similaridade: 0,01%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento

<https://www.transparencymarketresearch.com/cassava-flour-market.html> (1159 termos)

=====
111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver-o-Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver-o-Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO TRADICIONAL



RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratamentos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica se seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas (SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a "farinha" se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região

nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como "produtos da terra", pois são manufacturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 e 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi, quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais, medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros

comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como o mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é o mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com as preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos a 1 apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de



granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com o nome do ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subtp. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subtp. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subtp. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir , com exceção da farinha Tip. d?água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.



Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas.

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por



atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato

do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua conseqüente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.
- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.



- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera*, Centro Científico Conhecer, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>>; Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T . Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CANETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.
- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. *Revista Baiana de Saúde Pública*, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set.

2014.

SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3

SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: < <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>>. Acesso em 11 de junho de 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>>. Acesso em 08 de outubro de 2016.

SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p . 147-171, jan-abr., 2005.

SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.

SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.

SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.

SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.

SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.

VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====

Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Arquivo 2: <https://www.worldbank.org/en/news/feature/2016/03/28/yes-culture-matters-for-economic-development> (2051 termos)

Termos comuns: 0

Similaridade: 0,00%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento

<https://www.worldbank.org/en/news/feature/2016/03/28/yes-culture-matters-for-economic-development> (2051 termos)

=====

111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver- o -Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver -o- Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the. Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO



TRADICIONAL

RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica de seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas

(SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a ?farinha? se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como ?produtos da terra?, pois são manufaturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 ? 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi , quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais,

medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como o mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é o mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com a preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos as 1



apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: "Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda?" (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os "funcionários". Os boxes são de madeira e identificados com o nome do "dono" e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como "braçal" e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento "SESAN" faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode

ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subt. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subt. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subt. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir



, com exceção da farinha Tip. d'água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.

Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas.

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com



deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a

setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua consequente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.



- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.
- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>; Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T. Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CAÑETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L.; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.



- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. Revista Baiana de Saúde Pública, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set. 2014.
- SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3
- SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>. Acesso em 11 de junho de 2022.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>. Acesso em 08 de outubro de 2016.
- SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p. 147-171, jan-abr., 2005.
- SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.
- SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.
- SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.
- SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.
- SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.
- VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====

Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Arquivo 2: https://www.symptomfind.com/beauty-wellness/home-remedies-for-a-dry-scalp?utm_content=params%3Ao%3D740013%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex (821 termos)

Termos comuns: 0

Similaridade: 0,00%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento https://www.symptomfind.com/beauty-wellness/home-remedies-for-a-dry-scalp?utm_content=params%3Ao%3D740013%26ad%3DdirN%26qo%3DserpIndex (821 termos)

=====

111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver- o -Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver -o- Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the. Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO



TRADICIONAL

RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica de seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas

(SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a ?farinha? se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como ?produtos da terra?, pois são manufaturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 ? 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi , quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais,

medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como o mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é o mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com as preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos as 1



apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: "Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda?" (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os "funcionários". Os boxes são de madeira e identificados com o nome do "dono" e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como "braçal" e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento "SESAN" faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode

ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subt. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subt. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subt. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir



, com exceção da farinha Tip. d'água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.

Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com



deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a

setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua consequente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.



- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.
- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: <https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>; Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T. Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CañETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L.; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.

- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. *Revista Baiana de Saúde Pública*, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set. 2014.
- SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3
- SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>. Acesso em 11 de junho de 2022.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>. Acesso em 08 de outubro de 2016.
- SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. *Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais*, v.1(1), p. 147-171, jan-abr., 2005.
- SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.
- SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.
- SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. *Floresta e Ambiente*, v. 20(4), p. 500-509. 2013.
- SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. *Revista turismo - visão e ação*, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.
- SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. *Novos Cadernos NAEA*, v.18(3), p. 199-222, 2015.
- VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas*, v.7(2), p



=====
Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Arquivo 2: <https://cuidadospelavida.com.br/saude-e-tratamento/asma-e-bronquite/fibrose-pulmonar-como-funciona-o-tratamento-para-doenca> (99 termos)

Termos comuns: 0

Similaridade: 0,00%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx](#) (5451 termos)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento <https://cuidadospelavida.com.br/saude-e-tratamento/asma-e-bronquite/fibrose-pulmonar-como-funciona-o-tratamento-para-doenca> (99 termos)

=====
111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver-o-Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver-o-Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO TRADICIONAL



RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crujeira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratamentos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica se seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas (SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a "farinha" se

destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupí¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como "produtos da terra", pois são manufaturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 e 2020.

[2: Tucupí: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupí, quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais, medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais

polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como a mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é a mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com a preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos a 1 apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.



Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com o nome do ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos

(selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulação e torração diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variação no sabor, quando é adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que é mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleção dos grãos e eliminação de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torração, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e coloração).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo índice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informações das entrevistas

O índice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subt. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integração com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois é a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentação do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subt. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subt. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalização da cultura, que promove uma reordenação de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produção da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produção da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relações estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produção, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas. É evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir , com exceção da farinha Tip. d?água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas

com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.

Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas.

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014). Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com deslocamento (CARDOSO et al., 2001).



Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).



O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua conseqüente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.
- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.



- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.
- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: &t;https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca&t; Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T . Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CAÑETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.
- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de

- mandioca comercializada em feira livre. Revista Baiana de Saúde Pública, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set. 2014.
- SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3
- SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: < <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>>;. Acesso em 11 de junho de 2022.
- SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>>;. Acesso em 08 de outubro de 2016.
- SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p . 147-171, jan-abr., 2005.
- SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.
- SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.
- SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.
- SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.
- SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.
- SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.
- VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p



=====

Arquivo 1: [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Arquivo 2: <http://www.google.com.br/url?esrc=s> (27 termos)

Termos comuns: 0

Similaridade: 0,00%

O texto abaixo é o conteúdo do documento [11588-41581-1-RV.docx \(5451 termos\)](#)

Os termos em vermelho foram encontrados no documento <http://www.google.com.br/url?esrc=s> (27 termos)

=====

111

FARINHA DE MANDIOCA NA FEIRA DO VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA E SABERES TRADICIONAIS

RESUMO: A farinha de mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é um alimento de referência histórica e produto de inestimável valor cultural e econômico na região amazônica. Objetivou-se investigar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando a historicidade, socioeconomia e expressão biocultural. A coleta de dados incluiu observação participante, entrevistas e consulta à obras especializadas. Na feira do Ver-o-Peso foram identificadas três tipologias de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 variedades de farinha e três subprodutos (crueira, carimã e goma), tendo a Farinha tip. d'água var. comum o valor máximo de importância. Trata-se de uma farinha de forte apelo econômico, sendo a preferida dos vendedores por significar venda garantida e, pelos consumidores, por ser tradicionalmente acompanhamento obrigatório das refeições. Cada tipologia expressou concepções individuais, resultado de um laborioso processo de produção, venda e consumo, que transitam entre o campo econômico e o biocultural.

PALAVRAS-CHAVE: Patrimônio, Tipologias de Farinha, Amazônia.

CASSAVA FLOUR AT THE VER-O-PESO FAIR: SOCIOECONOMIC AND TRADITIONAL KNOWLEDGE

Abstract: Manioc flour (*Manihot esculenta* Crantz) is a food of historical reference and an invaluable cultural and economic product in the Amazon region. This study aimed to investigate the types of cassava flour marketed at the Ver-o-Peso fair (Belém, Pará), evaluating the associated socioeconomic and cultural aspects. At the Ver-o-Peso fair, three types of flour were identified (water, dry and tapioca), 12 varieties of flour and three by-products (crueira, carimã and gum), with the Flour of d'água var. the maximum value of importance. It is a flour that integrates the economic and cultural aspects, being the sellers' favorite because of its expressive market demand, and by consumers because it is traditionally mandatory accompaniment to meals. The typologies expressed individual values, the result of a laborious process of production, sale and consumption that transited between the economic and the cultural field.

KEYWORDS: Patrimony, Flour Typologies, Amazon.

HARINA DE MANDIOCA EM LA FERIA VER-O-PESO: SOCIOECONOMIA Y CONOCIMIENTO TRADICIONAL



RESUMEN: La harina de yuca (*Manihot esculenta* Crantz) es un alimento de referencia histórica y un producto de inestimable valor cultural y económico en la región amazónica. El objetivo fue investigar los tipos de harina de yuca vendidos en la feria Ver-o-Peso (Belém, Pará), considerando la historicidad, expresión socioeconómica y biocultural. La recolección de datos incluyó observación participante, entrevistas y consulta de trabajos especializados. En la feria Ver-o-Peso se identificaron tres tipos de harina (agua, seca y tapioca), 12 variedades de harina y tres subproductos (crueira, carimã y chicle), con la harina punta agua var. común el valor máximo de importancia. Es una harina con un fuerte atractivo económico, siendo la preferida por los vendedores porque significa ventas garantizadas y por los consumidores, porque tradicionalmente es un acompañamiento obligatorio de las comidas. Cada tipología expresa conceptos individuales, resultado de un laborioso proceso de producción, venta y consumo, que se mueven entre los campos económico y biocultural.

PALABRAS CLAVES: Patrimonio, Tipologías de Harina, Amazonia.

Agroecossistemas, v. xx, n. x, p. xx ? xx, xxxx, ISSN online 2318-0188

INTRODUÇÃO

A mandioca (*Manihot esculenta* Crantz) é uma raiz tuberosa de grande versatilidade no uso e aproveitamento alimentício, que se soma a rusticidade de cultivo, com poucas exigências nutricionais (para o solo) e de tratamentos culturais (MUNDIM, 2014). Tais características possibilitam que a espécie e suas variedades sejam de ampla propagação, constituindo a base alimentar de populações tradicionais indígenas, ribeirinhas, quilombolas e de pequenos agricultores, assim como de moradores das áreas periurbanas e urbanas no Brasil (FUKUDA et al., 2006; DUARTE; PASA, 2016).

Muito antes da chegada dos europeus no continente americano a mandioca, juntamente com o milho (*Zea mays* L.), piquiá (*Caryocar villosum* (Aubl.) Pers.) e abóbora (*Cucurbita máxima* Duch), já era cultivada por populações locais que a exaltavam como alimento indispensável de suas dietas. As práticas alimentícias destes povos com a mandioca foram substancialmente transmitidas às sociedades contemporâneas e se expressaram fortemente por meio do consumo da farinha de mesa. A forte identidade desse produto, principalmente na região Norte do Brasil, resultou na denominação de "Papa Xibé" aos moradores de Belém do Pará, pelo consumo diário desta mistura (ALBUQUERQUE, 1996).

[1: Papa ? comedor; xibé - farinha com água; povo comedor de farinha com água.]

O trânsito das memórias de cultivo e consumo da mandioca foi nomeado pela antropóloga Jane Beltrão de "civilização da mandioca", que enfatiza a trajetória e difusão da planta na América do Sul, sendo possível identificar a Amazônia Central como lugar mais provável para a origem geográfica se seu cultivo (SCHAAN, 2010). Em função dessa popularidade é conhecida como o "Pão dos Trópicos", nome dado pelos europeus quando chegaram à América, sendo referenciada por estes em documentos enviados a corte (FERRÃO, 2005; APOLINÁRIO, 2019).

Na capital Belém, a mercantilização das produções do campesinato levou a outra organização político-econômica, com o estabelecimento de um modelo que priorizava à comercialização de manufaturas (SOUZA, 2002). Esse período foi marcado pelo declínio da produção agropecuária e a "farinha" se destaca pelo protagonismo comercial, alimentício e cultural, na província do Grão Pará, e na região



nordeste. As porções de farinha de mandioca assumiram o papel de moedas de troca em negociações, inclusive de escravos (SILVA, 2013). Ainda no século XXI, ela preserva o status de referência comercial e política na Amazônia brasileira, especialmente no Pará, onde é vendida em vários estabelecimentos integrados a um amplo sistema de negociação (LOBATO; RAVENA-CAÑETE, 2015) e trocas culturais (BOURDIEU, 1989).

Localizada no centro histórico de Belém, a feira livre do Ver-o-Peso é um grande polo de sua venda. Trata-se de um espaço de fluxo intenso de pessoas e saberes associados à biodiversidade e subprodutos, apresentando o que há de mais plural da cultura paraense (SILVA et al., 2010). Nesse local transitam heranças culturais indígenas, agrícolas e comerciais envolvidos na construção social que dinamiza a economia local (BARROS, 2009; SOUZA; PIRAUX, 2015).

A farinha que abastece o Ver-o-Peso advém da agricultura familiar, assim como os subprodutos, tucupi¹, a goma¹ e a maniva (VELTHEM; KATZ 2012). Alimentos dessa natureza foram denominados por Cruz (2019) como "produtos da terra", pois são manufacturados localmente a partir de processos que alcançam a dimensão ambiental, social e econômica. Dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE (2021) apontam para o estado do Pará como maior produtor brasileiro de mandioca entre os anos de 2019 e 2020.

[2: Tucupi: Líquido parcialmente fermentado proveniente da manipueira (água de constituição da raiz, misturada às águas de lavagem delas, gerada no momento da prensagem da massa ralada para a confecção da farinha de mesa. No Estado do Pará, este resíduo recebe a denominação regional de tucupi, quando é originada de raízes de mandioca de polpa amarela, e de manipueira, quando é extraída de raízes de polpa branca). Goma: Amido sedimentado na decantação da manipueira. Maniva: Parte aérea da mandioca constituída pelas hastes principais, galhos e folhas.]

A indústria da farinha integra uma ampla rede estabelecida entre produtor/natureza-comércio/trânsito-consumo/tradição, na qual estão inseridos o agricultor/produtor, atravessador, vendedor e o consumidor final. O produtor pode estar em um patamar de escala comercial e/ou industrial; ou desenvolvendo sistemas de conhecimentos no âmbito de uma agricultura mais endógena, com influências étnicas que são mantenedoras dos roçados de subsistência, com venda do excedente (CARDOSO et al., 2001). O resultado dessas influências manifesta-se num vasto repertório de características botânicas, ecológicas e de manejo da planta/produto (aspecto das raízes, sabor, textura e coloração das farinhas) para a obtenção dos numerosos cultivares tão frequentes no campesinato amazônico (VELTHEM; KATZ, 2012).

As economias de mercado vigente com os produtos da sociobiodiversidade trazem à tona realidades desafiadoras com os recursos naturais, como as mudanças climáticas que alteram os calendários as paisagens e seus componentes, as sazonalidades; modificam o manejo, e fragilizam a continuidade do trabalho nos roçados com a transmissão de saberes. Nesse sentido, a pesquisa objetivou identificar os tipos de farinha de mandioca comercializados na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará, considerando o valor sociocultural e econômico como resultado dos trânsitos temporais deste recurso para os centros urbanos.

MATERIAL E MÉTODOS

Área de estudo

Localizado as margens da baía do Guajará, o complexo do Ver-o-Peso abriga uma das maiores feiras livres da América Latina. Milhares de pessoas a visitam semanalmente em busca de plantas, animais, medicamentos, artesanatos e alimentos típicos da região (MEDEIROS, 2010). Ele é um dos principais polos de redistribuição de farinhas de mandioca vindas do interior do estado para Belém e outros centros



comerciais da região metropolitana (CARDOSO et al., 2001). Em 2001 (Decreto nº 39.326/2001), as farinhas passaram a ser vendidas em um setor próprio no mercado, criando convergência positiva de procura e valorização do produto como peça-chave na economia local (Figura 1).

Figura 1. O setor das farinhas na feira do Ver-o-Peso, Belém, Pará.

Fonte: Imagem do autor

Autorizações e seleção dos interlocutores

Visitas preliminares ao setor de farinhas objetivaram: I. estabelecer o primeiro contato com os comerciantes e criar vínculos no ambiente da pesquisa; II. solicitar autorização da liderança do setor para iniciar a pesquisa; III. observar outros parâmetros de interesse da investigação (estrutura local, número de vendedores, rotina de trabalho, práticas cotidianas dos comerciantes, tipos de farinhas, dentre outros). De um total de 21 feirantes do setor, apenas 13 concordaram em participar do estudo e o cronograma de trabalho na feira respeitou rigorosamente o agendamento estabelecido por cada vendedor visando a mínima interferência na rotina de venda.

O estudo foi interpretado numa perspectiva quali-quantitativa, visando avaliar o padrão de comercialização do produto na feira relacionando à cultura local, de quem vende e de quem compra, assim como o simbolismo deste mercado que abriga um produto de herança histórica. Levou-se em conta as experiências dos envolvidos e as gerações que sucedem e herdaram o trabalho com a farinha, e se articulam em estratégias de venda.

Coleta e análise de dados

Os dados foram coletados em visitas semanais alternadas entre os períodos da manhã e tarde, onde realizou-se observação não participante e foram aplicados formulários semiestruturados (ALBUQUERQUE et al., 2019) elaborados com 21 perguntas que versaram sobre o perfil socioeconômico, tipos e características das farinhas, comercialização, origem e deslocamento do produto. As vivências no setor foram fundamentais para o estabelecimento de vínculos e proximidade com ambiente da feira para a continuidade do estudo.

Para complementar a abordagem qualitativa foi empregada a Lista Livre (BREWER, 2002), na qual o participante foi convidado a citar os tipos de farinha comercializadas em seu boxe, seguindo uma ordenação decrescente de importância. A ordem de citação dos tipos e subtipos foi ranqueada de modo que o primeiro tipo citado é tido como a mais importante dentro do domínio explorado (Tipos de farinha comercializadas na feira).

Com os dados da lista livre foram calculados a importância relativa dos tipos de farinha, por meio Índice de Valor de Importância (IVI) (BYG; BALSLEV, 2001), que indica a proporção de vendedores que citaram um tipo como o mais importante. Quanto mais próximo esse valor for de um, maior consenso entre os vendedores de que o tipo é a mais importante. Dessa forma foi possível avaliar qual farinha é mais valorizada pelos vendedores para a comercialização e relacioná-la com a preferências dos consumidores. Em seguida, por meio do Índice de Saliência de Smith (ISC) buscou-se avaliar quantitativamente o consenso cultural, ou seja, dentro do universo de farinhas comercializadas na feira do Ver-o-Peso quais seriam os tipos de farinhas mais valorizados pelos comerciantes. Os valores do ISC foram calculados com o programa Anthropac 4.0 (Borgatti, 1996) e tabelados, de modo que os valores mais próximos a 1 apontam uma maior importância do tipo de farinha no universo amostral.

Os tipos (Tip.) e subtipos (sbtp.) de farinhas foram definidas pelos feirantes conforme as características de



granulação e textura; coloração e modo de preparo. Amostras das farinhas foram adquiridas na feira para incorporação na Coleção Biocultural do herbário MFS - Profa. Dra. Marlene Freitas da Silva da Universidade do Estado do Pará com o intuito de criar um acervo de tipos em sua coleção biocultural, onde receberam número de voucher e etiqueta informativa com nome da espécie, família botânica, nome da Tip./sbtp., uso, doador e ano de incorporação.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

O setor de venda das farinhas

No setor de farinhas trabalham 21 vendedores que gerenciam 38 boxes, cujo a idade varia entre 33 e 73 anos, sendo a média de 48 anos. O mais antigo vendedor (D.F.B. 72 anos) está na feira há 50 anos, já teve seu próprio roçado e produziu farinha de forma artesanal. A mais nova (R.V.C. 38 anos) trabalha na feira há dois anos e herdou o box de sua mãe, uma antiga vendedora de farinha que trabalhou na feira por mais de 20 anos. Estas pessoas convivem e cumprem rotinas que se iniciam na madrugada, com a chegada dos distribuidores e se estendem para o horário comercial que funciona regularmente entre 8:00h e 19:00h.

A forma como cada um vende seu produto se configura como um aspecto peculiar da cultura da farinha e isso foi avaliado como um aprendizado de tradição: ?Meu irmão me passou o macete, vinha para cá desde moleque, não é só tu vender, tem que ter o macete de compra e venda? (R.G. dos D.S. 39 anos). Além disso, a cooperação e a solidariedade entre os feirantes na ocasião das vendas, com trocas e empréstimos para não perder o cliente, são traços da fidelidade e respeito estabelecidos como regras que priorizam a boa relação de cumplicidade, sustentada por regras de convivência bem estabelecidas, e pelo tempo de trabalho que permite a criação de vínculos emocionais (BARROS, 2009).

O setor das farinhas é um ambiente predominantemente masculino (64%) em que sobressai a figura do proprietário do box e/ou familiares e, excepcionalmente, os ?funcionários?. Os boxes são de madeira e identificados com o nome do ?dono? e a numeração de registro do espaço. A pouca representatividade feminina está atrelada à dificuldade para execução de determinadas tarefas que exigem muita força física, como carregamento e organização das sacas, ou os horários de trabalho da madrugada, pois as mulheres relatam a necessidade de cuidar da casa dos filhos. Na interpretação de Rocha et al. (2010) há um padrão que classifica o trabalho masculino como ?braçal? e que não se aplica à pessoa do sexo feminino.

[3: Pessoa que recebe uma quantia em dinheiro para auxiliar na venda das farinhas.]

A infraestrutura do local, segurança e higienização são problemas graves, permanentes e motivos de queixas por alguns vendedores e fregueses. A limpeza das mãos e objetos de trabalho é feita com água das torneiras localizadas fora do setor de farinhas e armazenadas em baldes. A Secretaria de Saneamento ? SESAN faz a coleta diária de lixo e limpeza do local, contudo isso não é suficiente frente a rotatividade de mercadorias e fluxo de pessoas. A proximidade de lixo de diversos tipos (resíduos orgânicos e inorgânicos), trânsito de carros, ônibus e pessoas; além da presença de pragas urbanas como ratos, baratas etc., comprometem os padrões sanitários mínimos exigidos.

Os tipos de farinha e seus subtipos

Na feira do Ver-o-Peso foram identificados: três tipos de farinha (d'água, seca e tapioca), 12 subtipos e três outros subprodutos da mandioca (crueira, carimã e goma) (Figura 2). Associada a cada tipo tem-se os subtipos, para a Tip. seca tem-se os subtipos branca (raiz branca), amarela (raiz amarela ou corada com açafraão) e misturada (combinação de branca e amarela). A Farinha seca branca e amarela também pode ser classificada nos subtipos fina, média e grossa (Quadro 1), determinada pelo tamanho dos grãos (selecionado pelo fornecedor ou pelo feirante por meio da peneiração).

Figura 2. Tipos e subtipos de farinha comercializadas na feira do Ver- o -Peso. A ? Tip. d?água sbtp. comum; B ? Tip. seca sbtp. amarela fina; C ? Tip. Tapioca sbtp. grossa; D ? Tip. seca sbtp. branca fina (Suruí); E ? Box de farinha.

Fonte: Imagens do autor

A farinha de tapioca (Figura 2 - D) pode ter granulaco e torraco diferenciada, com grãos grossos ou finos, torrada ou mais macia, respectivamente; e variao no sabor, quando  adicionado leite de coco no preparo, passando a ser classificada como farinha de tapioca com coco, que  mais adocicada. A Tip. d ?água sbtp. lavada difere da Var. comum por passar pela seleo dos gros e eliminao de impurezas geradas no próprio processo produtivo como pedaços lenhosos da raiz de mandioca ou grãos fora do padrão de qualidade (grossos, escuros, disforme) definido pelo vendedor como um produto saboroso (torraco, corânica, consistência) e esteticamente atrativo (frescor e colorao).

Quadro 1. Tipos de farinha de mandioca na feira do Ver- o -Peso com seus respectivos subtipos, características descritivas, e respectivo ndice de saliência cultural para cada subtipo.

Fonte: Elaborado pelo autor. Informaoes das entrevistas

O ndice de Valor de Importância (IV) e o de Saliência Cultural apresentaram valor máximo (1) para a farinha Tip. d?água subtp. comum, visto que esta foi citada como a mais importante por todos os entrevistados na lista livre. Esse dado reflete a sua integrao com os aspectos econômicos e culturais na cidade de Belém, pois  a preferida dos vendedores pela grande demanda de mercado, por ser um elemento crucial da alimentao do belenense. Fato esse que atestado em conversas com clientes, que em sua maioria buscavam pela farinha Tip. d?água subtp. Comum.

O valor máximo de Saliência Cultural para a farinha Tip. d?água subtp. comum significou o domínio cultural dos vendedores, mas este está fortemente atrelado ao poder de venda. A preferência por este tipo, e por todos os vendedores está intrinsecamente voltada para a demanda do mercado com vistas ao lucro garantido. Na racionalizao da cultura, que promove uma reordenao de valores, o apelo comercial se sobrepõe e ressignifica o valor simbólico/patrimonial do produto na feira.

Verificou-se que os conhecimentos sobre o plantio e a produo da farinha, que perpassa pelo conhecimento das técnicas de cultivo e produo da mandioca, não são do domínio cultural da maioria dos vendedores, pois estes recebem o produto pronto. Em contrapartida, o trabalho na feira tem forte expressão tradicional que se faz presente nas relaoes estabelecidas entre vendedores e clientes, na rotina da feira e na preferência dos fregueses por um determinado subtipo de farinha. A erosão dos valores simbólicos e culturais dos produtos advindo dos recursos vegetais desde sua origem, em especial do cultivo e da produo, foi discutida por Shanley e Rosa (2005) como uma tendência na dinâmica de manejo das culturas, ficando tais repertórios restritos a memórias das comunidades agricultoras e, quando alcança o espaço urbano, esses valores são ressignificados.

A Saliência Cultural mostrou valores elevados para os subtipos Tip. d?água sbtp. comum (1), Tip. seca sbtp. amarela fina (0, 438), Tip. seca sbtp. branca fina (0, 392) e Tip. tapioca sbtp. grossa (0,204) (Quadro 1). As que apresentaram valor igual a zero não foram citadas.  evidente que os tipos de maior presença no domínio cultural são os de maior engajamento comercial, como será apresentado no parágrafo a seguir , com exceo da farinha Tip. d?água sbtp. comum, que de acordo com os registros orais das conversas com os feirantes foi perceptível um apreço para além do aspecto comercial.



Quando questionados sobre qual era o tipo de farinha mais vendida, a Tip. tapioca sbtp. grossa, Tip. d'água sbtp. comum, Tip. Seca sbtp. amarela fina e a goma foram predominantes. O Tip. Tapioca apesar de não ser citada como a mais importante pelos vendedores, na lista livre, é uma farinha que complementa sobremesas, é consumida com o açaí, café e por isso tem expressiva procura. Essa questão é clara visto que, além da clientela que consome farinha para uso pessoal com a nítida preferência pela farinha d'água, há também uma outra classe de clientes que tem como preferência de aquisição a farinha de tapioca e as farinhas secas finas, que são muito utilizadas em acompanhamentos de pratos em restaurantes e vendas.

Origem, deslocamento e socio economia do produto

As farinhas que abastecem o setor no Ver-o-Peso provêm de roçados existentes em 16 localidades no estado do Pará: Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal, Acará, Bragança, Moju, Bujaru, Sta. Izabel, São Sebastião, Genipaua, Irituia, São Domingos do Capim, Vigia, Colares, e região das ilhas. Americano, Sta. Maria do Pará, Castanhal e Acará são as principais fornecedoras, e estes lugares costumam disponibilizar às feiras e comércios locais as tipologias farinha d'água, seca e tapioca (Figura 3).

Figura 3. Localidades mais representativas para o fornecimento de farinha e tipologias, na feira do Ver-o-Peso. Bragança = Brag.

Fonte: Elaborado pelo autor.

Os dados agropecuários do estado do Pará (SEDAP, 2021) indicam o município de Acará e Santa Maria do Pará como grandes fornecedores de farinha de mandioca do estado, contudo, dados obtidos do SEDAP de 2021 atestam que o Acará vem mantendo o status de maior produtor desde 2010. O estudo sobre a produção de farinha realizado pelo SEBRAE (2008) apontou o Acará como um dos produtores de mandioca de melhor qualidade em nível nacional, sendo considerado especialista nos tipos d'água e seca. Mesmo assim, ele perde espaço para os municípios de Americano e Castanhal por serem os mais procurados em função da de sua proximidade da capital, junto a facilidade de acesso para a compra. Grande parte da farinha encontrada no Ver-o-Peso advém do nordeste paraense, de localidades próximas a capital Belém. Estes lugares, podem sazonalmente ter sua produção reduzida, por motivos de trato culturais e fitopatologias, não conseguindo atender as demandas de mercado, como é o caso da popular farinha de Bragança, reconhecida pela excelência de qualidade e sabor, atreladas a dimensão cultural. Desde 2009 a produção bragantina passou a se especializar apenas no beneficiamento da farinha, desencadeando a diminuição das áreas de plantio, e da conseqüente dependência do plantio de outras localidades como da região sudeste do país para atender a demanda (BEZERRA, 2014).

Quando a demanda não é atendida pelos fornecedores do estado é habitual a importação de farinha de mandioca de outros estados como o Paraná. É importante ressaltar que o mercado da feira do Ver-o-Peso considera a farinha de mesa dessas localidades como inferior, principalmente devido ao sabor e textura, pouco apreciados pelos consumidores da feira.

O deslocamento da farinha de localidades do interior do estado, bem como a importação de outros estados como o Paraná impacta o valor final do produto. Dependendo da distância percorrida, seja por barco, caminhão, ônibus ou carro fretado, há alteração considerável no preço final. A divisão dos custos do frete pelos comerciantes é corriqueiramente proposta como alternativa para a redução das despesas com deslocamento (CARDOSO et al., 2001).

Com tantos obstáculos nesse fluxo de circulação, a maior parte da farinha da feira (75%) chega por



atravessadores, que se tornaram alternativa viável para os feirantes, que não tem disponibilidade de tempo e recursos para viajar até os produtores ?Aqui é muito bom você ter um atravessador aqui, quando você trabalha com muita farinha. [...] é dois dias de serviço perdidos praticamente para ir no interior comprar [...]? (D.F.B. 72 anos). Nesse caso, o atravessador é um facilitador/mantenedor desta rede de contato com os produtores (SILVA, 2011).

A cadeia socioeconômica obtida com a venda da farinha gera circulação de divisas financeiras entre os atores sociais envolvidos: produtor, atravessador, vendedor. Dados publicados pela Companhia Nacional de Abastecimento ? CONAB (2019) apontaram que a saca de 50 kg na região Norte/Nordeste tem um preço nominal para o produtor de aproximadamente 114,13 reais, e pode ter um custo de atacado aproximado para os vendedores de até 160 reais. Silva et al. (2013) ressaltaram a existência de diferenças na arrecadação visto que o atravessador (elemento chave da cadeia) atua como controlador e influencia diretamente no valor final do produto, de modo que a arrecadação de cada um é distinta e o valor da saca pode variar.

A produção de farinha no Pará convive com tensões que polarizam e contrastam o perfil de produção industrial/mecanizada nas regiões sul e sudeste e a produção artesanal/solidária predominante nas regiões Norte e Nordeste do estado. Esta situação foi discutida por Araújo e Arruda Junior (2013) e Souza e Piraux (2015) como fruto da falta de investimentos no setor como fator que impossibilita a maximização de uma produção em larga escala que atenda um mercado maior e exigente. Pinto (2010) considerou que o pequeno produtor não tem discernimento da importância de suas práticas agrícolas artesanais para o mercado, porém a falta de apoio socio econômico de setores públicos e privados impedem o seu avanço na cadeia produtiva.

Dinâmica de venda e concepções mercadológicas

O trânsito de mercadorias e comércio com a farinha cria e fortalece relações de amizade entre os trabalhadores desse setor comercial. As inter-relações ali presentes promovem trocas de experiências, receitas, e abertura para negociação entre os próprios feirantes.

A venda de farinha retratou também outra particularidade observada entre vendedor e consumidor, que extrapolam o ato comercial ?Há mais de 10 que ele vem aqui comprar farinha, é meu amigo? (D.F.B. 72 anos) ?Tem pessoas que vem aqui que falam ?Ah cadê teu pai?, É porquê a minha mãe comprava com teu pai, minha avó comprava com teu pai e diz que é pra mim vir comprar também, as vezes a pessoa até já até faleceu, e assim vai passando? (M.K.B da S. 36 anos).

A comunicação na comercialização interpõe espontaneamente uma rede de solidariedade, saberes e experiências pelo qual se firma certo grau de confiança e proximidade entre vendedor e cliente (GODOY; DOS ANJOS, 2007). É um tipo de fidelização construída quando a compra ocorre conforme o carisma e a boa oratória do feirante (OLIVEIRA; SANTOS, 2014). É comum convidar o consumidor a provar os tipos de farinha ?Aqui freguês! Da boa! Prove aqui!?. Para Lima et al. (2015) a degustação é um ato empreendedor e um ótimo recurso de marketing, para atrair o cliente.

Os vendedores organizam as farinhas nos boxes conforme suas preferências de venda. Para alguns as de menor procura devem ficar em destaque aos olhos do consumidor, e muitas vezes com apelo promocional ; já as mais conhecidas e de grande demanda ficam atrás ?Eu coloco as farinhas secas na frente para saberem que tem; a farinha d'água fica atrás porque todo mundo sabe que tem? (T.B.S 39 anos). Em estudo realizado em um setor diferente, mas também em feira, os erveiros igualmente adotam a setorização de produtos para atrair o consumidor (CARMO et al., 2015).

O calendário de festas e feriados locais também têm impacto direto nas vendas, especialmente pelo fato



do Ver- o -Peso um espaço de referência cultural. Os meses promissores são junho, outubro, novembro e dezembro. Destes, há um destaque para outubro por conta da festa religiosa do Círio de Nazaré, que atrai turistas de outras partes do país, mas principalmente os moradores do interior do estado que são apreciadores de uma boa farinha (SILVA et al., 2014). Outro fator apontado por Lobato e Ravena-Cañete (2015) que tem impacto direto sobre as vendas é a safra do açaí que ocorre no segundo semestre do ano, por se tratar de um produto consumido quase que obrigatoriamente acompanhado da farinha.

CONCLUSÃO

O fortalecimento da cadeia produtiva nacional da farinha, principalmente a das microeconomias agrícolas precisa estar vinculado à oferta de novas oportunidades de mercado para o trabalhador do campo, com vistas a sua autonomia e sobrevivência. Isto se torna fundamental, uma vez que estas pessoas perdem força de comercialização quando se deparam com atravessadores, falta de recursos e apoio de mão de obra para alcançar as grandes metrópoles.

A venda da farinha de mandioca no Ver- o -Peso funciona como um centro integrador de culturas de produção, que converge tanto aquelas produzidas artesanalmente, com sua bagagem histórica e simbólica, como as de sistemas mecanizados e oriundas de outros estados como o Paraná. A grande pressão do mercado das farinhas (a macrocomercialização) tem se voltado ao que é produzido mais rapidamente, que segue o tempo mercadológico em detrimento do ciclo da natureza e de seus ritmos. Isso fica evidente quando o próprio vendedor não tem conhecimento do processo produtivo do produto que vende, ou seja, mesmo que um tipo de farinha apresente grandes expressões bioculturais atreladas ao plantio, a colheita, a tradição familiar e seja de qualidade, como farinha d'água, isto assume um papel secundário diante dos aspectos comerciais.

O investimento na agricultura familiar é fundamental na valoração dos trabalhadores de pequena escala, uma vez que são responsáveis pela maior parte da mandioca produzida no estado. Políticas de amparo ao pequeno produtor, bem como fornecimento de recursos e suporte técnico são necessários para que a produção e o produto final (farinha) alcancem excelência. De certo modo essas ações contribuem para uma maior homogeneização do domínio cultural na feira valorizando as particularidades de cada tipo de farinha com sua conseqüente valorização no aspecto cultural.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, M de. A mandioca na Amazônia. Ministério do interior. Superintendência de Desenvolvimento da Amazônia ? SUDAM. 1996, Belém, PA.
- ALBUQUERQUE, U. P. de; LUCENA, R. F. P. de; CUNHA, L. V. F. C. da (Orgs.). Métodos e Técnicas na Pesquisa Etnobiológica e Etnoecológica. Recife, PE. NUPPEA (Coleção Estudos e Avanços), 2019.
- APOLINÁRIO, J. R. Sabores, saberes e o ?pão dos trópicos?: contatos interétnicos entre indígenas e colonizadores a partir da circulação e uso da mandioca. Patrimônio e Memória, v. 15 (1), p. 28-46, 2019.
- ARAÚJO, R. M de; ARRUDA JUNIOR S. Cultura da mandioca: estudo de caso no agreste potiguar à luz dos relacionamentos inter atores. Holos, v.6, 2013.
- BARROS, F. B. Sociabilidade, cultura e biodiversidade na Feira de no Pará. Ciências Sociais Unisinos, v. 45 (2), 2009.
- BEZERRA, F. de A. P. Declínio da produção de mandioca: os impactos econômicos no município de Santa Izabel, estado do Pará. Agroecossistemas, v. 6(1), p. 17-41, 2014.
- BORGATTI, S. P. ANTHROPAC 4.0 Reference manual. Natick: Analytic Technologies. 1992.
- BOURDIEU P. O poder simbólico. trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro, 1989.



- BREWER, C.A. Evaluation of methods for classifying epidemiological data on choropleth maps in series. *Annals of the Association of American Geographers*, v.92 (4), p.662-681, 2002.
- BYG, A.; BALSLEV, H. Diversity and use of palms in Zahamena, eastern Madagascar. *Biodiversity and Conservation*, cap.10, p.951-970, 2001.
- CARDOSO, E. M. R.; MULLER, A. A.; SANTOS, A. I. M dos; HOMMA, A. K. O.; ALVES, R. N. B. Processamento e comercialização de produtos derivados da mandioca no nordeste paraense. Belém: Embrapa Amazônia Oriental, 28 p, 2001
- CARMO, T. N. do C.; LUCAS, F. C. A.; LOBATO, G. de J. M.; GURGEL, E. S. C. Plantas medicinais e ritualísticas comercializadas na Feira da 25 de setembro, Belém, Pará. *Enciclopédia biosfera, Centro Científico Conhecer*, v.11 (21), Goiânia, 2015.
- CONAB (Companhia Nacional De Abastecimento). Análise mensal, Mandioca, abril de 2019. Disponível em: <<https://www.conab.gov.br/info-agro/analises-do-mercado-agropecuário-e-extrativista/analises-do-mercado/historico-mensal-de-mandioca>> Acesso em 02 de mar. de 2021.
- CRUZ, Maria Sirlene et al. Do campo para a cidade: estudo sobre feiras livres, abastecimento urbano e comercialização da agricultura familiar no Alto Jequitinhonha. Dissertação. 2019.
- DUARTE, G. S. D.; PASA, M. C. Agrobiodiversidade e a etnobotânica na comunidade São Benedito, Poconé, Mato Grosso, Brasil. *Interações (Campo Grande)*, v.17(2), p. 247-256, 2016.
- FUKUDA, W. M. G.; FUKUDA, C.; VASCONCELOS, O.; FOLGAÇA, J. L.; NEVES, H. P.; CARNEIRO, G. T . Variedades de mandioca recomendadas para o Estado da Bahia. *Bahia Agrícola*, v.7(3), p. 27-30, 2006.
- GODOY, W.; I, DOS ANJOS F. S. A importância das feiras livres ecológicas: um espaço de trocas e saberes da economia local. *Cadernos de Agroecologia*, v.2(1), 2007.
- IBGE - INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 2021. Sistema de Recuperação Automática de Dados (SIDRA). Disponível em: <https://sidra.ibge.gov.br/home/lspa/brasil>. Acesso em: 02mar. 2021.
- LIMA, C. C.; MAGRO, E. F dal; ANDRADE, L. M. N.; QUINTINO, S. M. Empreender na gestão agropecuária da Amazônia: o caso das agroindústrias familiares em Rondônia. *Revista Metropolitana de Sustentabilidade*. v.5 (2), p.49-74, maio/ago, São Paulo. 2015
- LOBATO, F. H. S.; RAVENA-CANETE, V. Farinha de feira: memórias e identidades de vendedores em feiras do bairro do Guamá, Belém (PA). *Iluminuras*, v.16 (37), p. 242-271, Porto Alegre, jan-jun, 2015.
- MEDEIROS, J. F da S. As feiras livres em Belém (PA): Dimensão Geográfica e Existência Cotidiana. 2010. Dissertação (Mestrado) ? Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade Federal do Pará. Belém, 2010.
- FERRÃO, J. E. A aventura das plantas e os descobrimentos portugueses. Lisboa: Chaves Ferreira, 2005
- MUNDIM, S. M. Fungos e Micotoxinas em farinha de mandioca da região Amazônica. Dissertação (Mestrado). Universidade Federal do Amazonas, Manaus, 2014.
- OLIVEIRA, F. F de, SANTOS, S. M. R. A arte de fidelizar clientes como diferencial competitivo. Foco: revista Administração e recursos humanos da faculdade Novo Milênio/FNM, v. 7(2), jul./dez. 2014.
- PINTO, F. C. Aspectos da cadeia produtiva da mandioca em feira de santana no distrito de Maria Quitéria (povoados de lagoa grande e olhos d'água das moças). *Sitientibus*, v. 43, p. 157-173. Jul.-dez., 2010.
- ROCHA, H. C.; COSTA, C.; CASTODI F. L; CECCHETTI, D.; CALVETE, E. de O.; LODI, B. dos S. Perfil socioeconômico dos feirantes e consumidores da Feira do Produtor de Passo Fundo, RS. *Ciência Rural*, Santa Maria. 2010.
- SANTOS, J. de J.; FREITAS, F.; AMOR, A. L. M.; SILVA, I. de M. M. da Perfil sanitário da farinha de mandioca comercializada em feira livre. *Revista Baiana de Saúde Pública*, v. 38 (3), p. 693-707, jul./set.

2014.

SCHANN, D. P. Muito além dos campos: Arqueologia e história na Amazônia Marajoara. 1ªed. Belém, GKNoronha, 2010. 200p. ISBN: 978.85-62913.01-3

SEDAP - SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO AGROPECUÁRIO E DA PESCA. PANORAMA AGRÍCOLA DO ESTADO DO PARÁ 2015 / 2020. Pará, 2021. Disponível em: < <http://www.sedap.pa.gov.br/file/4277/download?token=JGLZtsdJ>>. Acesso em 11 de junho de 2022.

SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e pequenas Empresas. Estudo de mercado sobre a mandioca (farinha e fécula). Estudos de mercado ? ESPM/SEBRAE. Janeiro, 2008. Disponível em: <<http://atividaderural.com.br/artigos/5602f3e181880.pdf>>. Acesso em 08 de outubro de 2016.

SHANLEY, P.; ROSA, N. A. Conhecimento em Erosão: Um Inventário Etnobotânico na Fronteira de Exploração da Amazônia Oriental. Boletim Museu Paraense Emílio Goeldi, sér. Ciências Naturais, v.1(1), p . 147-171, jan-abr., 2005.

SILVA, M. L. da; PAMPLONA, H. de O.; SANCHES, F. B. A feira do Ver-o-Peso: organização espacial e circuito inferior da economia, 2010. In: ENCONTRO NACIONAL DE GEÓGRAFOS, 16. Porto Alegre. 2010. Anais.

SILVA, G. C da. Importância da citricultura para o município de Matinhas - PB. 2011. Trabalho de conclusão de curso (TCC) ? Centro de educação, Universidade Estadual da Paraíba. Campina Grande, 2011.

SILVA, A. A.; SANTOS, M. K. V.; GAMA, J. R. V.; NOCE, R.; LEÃO, S. Potencial do extrativismo da Castanha-do-Pará na geração de renda em comunidades da mesorregião Baixo Amazonas, Pará. Floresta e Ambiente, v. 20(4), p. 500-509. 2013.

SILVA, G. V da; PONTES, A. N.; BATALHA, S. S. A, BENTES, R. de S. Turismo religioso: estudo do impacto econômico do círio de nazaré na cidade de Belém, Pará. Revista turismo - visão e ação, ver. eletrônica, v. 16(2), mai-ago. 2014.

SOUZA, M. L. de. Mudar a cidade: uma introdução crítica ao planejamento e gestão urbanos. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2002.

SOUZA, F. F. de, PIRAUX, M. 2015. A construção social da qualidade da farinha de mandioca em comunidades rurais na Amazônia paraense. Novos Cadernos NAEA, v.18(3), p. 199-222, 2015.

VELTHEM, L. H. VAN; KATZ, E. A ?farinha especial?: fabricação e percepção de um produto da agricultura familiar no vale do rio Juruá, Acre. Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi Ciências Humanas, v.7(2), p