

Olhe esse pirarucu belíssimo: classificação, gosto e distinção na circulação do pirarucu salgado na feira da 25 de Setembro em Belém/PA¹

José Maria Ferreira Costa Jr. (PPGSA/UFGPA/Brasil)

I. Introdução

O objetivo deste trabalho é compreender em que medida a produção do regime de valor (APPADURAI, 2008) do pirarucu² salgado (*Arapaima gigas*) está relacionada com as formas de circulação dessa mercadoria em uma das maiores feiras livres da Capital Paraense. Nesse sentido, descreverei como feirantes produzem e classificam os diferentes cortes de pirarucu e as formas de seu varejo, enfatizando que é estabelecida hierarquia entre cortes, correspondente a uma diferenciação entre consumidores, que é objetivada nas maneiras de sua comercialização. Procuo com isso, demonstrar que os padrões e critérios que conformam o último estágio da fase de mercadoria do *Arapaima* resultam de uma ordenação segundo valores (SIMMEL, 2013), na qual determinados aspectos das mercadorias são exaltados em oposição a outros. Assim, analiso aqui as formas de circulação desse pescado na feira da 25 de Setembro.

Tomoo por referência para este texto o trabalho de campo que realizei para minha dissertação de mestrado entre fevereiro e julho de 2016. Período no qual trabalhei com as únicas mulheres comerciantes de pirarucu salgado naquela feira. Ao participar do cotidiano das feirante não pude ficar indiferente ao conteúdo dos pregões de minhas interlocutoras que pode ser caracterizado pelo uso específico do superlativo que busca associar a qualidade da mercadoria ao prazer e à beleza, como na frase que empresto para o título do texto, bem como no desconcertante desafio que a feirantes propõem aos transeuntes: *vamos levar uma delícia?* Essa forma de oferecer as mercadorias que vendem é parte de sua concepção de valor, que não está restrita a quantidade de dinheiro que

¹ Trabalho apresentado na 31ª Reunião Brasileira de Antropologia, realizada entre os dias 09 e 12 de dezembro de 2018, Brasília/DF.

² O *Arapaima gigas* é considerado o maior peixe de escamas do planeta (MURRIETA, 2001), endêmico da bacia hidrográfica do rio Amazonas, onde habita lagos de várzeas e florestas inundadas. Pode alcançar 3m de comprimento e 200kg de massa corpórea (GALVÃO DE LIMA; BATISTA, 2012). Segundo Santos et al. (2006, p. 21), a etimologia da palavra *pirarucu* remonta ao vernáculo tupi e significa: peixe (pira) vermelho (urucu), possivelmente em razão da coloração rubra de suas escamas. De respiração aérea é obrigado a vir à tona, pelo menos, em intervalos de 40 minutos, o que influencia a forma da pesca tradicional da espécie com arpão manual (SAUTCHUK, 2007). A temporada de pesca da espécie começa no verão amazônico, no início do segundo semestre do ano. Período caracterizado pela estiagem e pela vazante dos rios. Ainda de acordo com Murrieta (2001) o pirarucu é uma das espécies mais comercializadas e consumidas na Amazônia, iguaria tradicional da culinária urbana da região.

colocam em movimento em suas transações, mas se relaciona com a produção de significados que o consumo do *Arapaima* envolve em Belém.

A sequência do texto está dividida em duas partes: na primeira procuro apresentar e contextualizar meu campo de pesquisa, tratando de algumas características sociais e demográficas das feiras livres em Belém, com destaque para a feira da 25 de Setembro. Na segunda parte, descreverei as formas de classificação e circulação do pirarucu salgado, buscando evidenciar suas relações intrínsecas e a conformação de seu regime de valor.

II. Um breve olhar sobre as feiras livres em Belém

A capital do Pará, ao completar quatrocentos anos do início da invasão colonial, elegeu como seu cartão postal o Ver-o-Peso³: praça de comércio frequente no cancionário local⁴, tema de peça teatral⁵, filmes⁶, enredos de escola de samba (RODRIGUES; PALHETA, 2010) e, objeto de intensas pesquisas antropológicas⁷. Evoco essa presença do Ver-o-Peso para demonstrar a importância que os mercados populares e feiras livres alcançaram na produção da vida social em Belém. O complexo secular, às margens da baía do Guajará, é considerado a mais antiga de um conjunto de 49 praças de comércio composto de 32 feiras livres e 17 mercados populares (ver as Tabelas 1 e 2) administrados pelo Poder Público Municipal, distribuídos em 29 bairros da cidade nos 8 distritos administrativos.

³ O complexo do Ver-o-Peso foi tombado pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) em 1977 (LIMA, 2010), por reunir elementos arquitetônicos, paisagísticos e urbanísticos de influência europeia que foram incorporados à cidade desde o período colonial até o início do século XX, como os mercados de ferro Francisco Bolonha e o Mercado de Peixe. A construção da área desse complexo foi concluída em 1913. Entre 2008 e 2010 foi realizado o Inventário de Referências Culturais (IRC) do Conjunto do Ver-o-Peso, também pelo IPHAN.

⁴ Canções como “Flor do Grão Pará”, de Chico Sena (1985); “Belém, Pará, Brasil”, da banda Mosaico de Ravena (1992) e o carimbó “No meio do pitiú”, de Dona Onete (2016), entre muitas outras, indicam a permanência da referência ao Ver-o-Peso entre os músicos belenenses.

⁵ Aqui menciono, apenas, o espetáculo Verde Ver-o-Peso, da Companhia de Teatro Experiência, que ambienta seus personagens e ação na feira do Ver-o-Peso, e mantém temporada regular durante o mês de outubro há mais de 30 anos (LIMA, 2010).

⁶ Em 1984 foi lançado o documentário-ficção *Ver-o-Peso* de Januário Guedes, Peter Roland e Sônia Freitas (SOUZA, 2017). Em 2010 foi lançado o documentário “Ver-o-Peso”, de Gavin Andrews.

⁷ Os livros organizados por Leitão (2010 e 2016) reúnem parte da produção de pesquisadores que se ocuparam, recentemente, dessa feira. Certamente não cobrem toda a produção acadêmica sobre o Ver-o-Peso, mas indicam, por sua variedade temática, teórica e metodológica, a relevância do complexo como objeto de pesquisa para as Ciências Sociais.

Nas feiras e nos mercados populares, atuam, respectivamente, 4.398 e 1.503 permissionários⁸ (SECON, 2015). Considerando a possibilidade de cada permissionário trabalhar com mais 2 feirantes⁹, é possível estimar que a população ocupada nesses espaços de, pelo menos, 11.800 pessoas¹⁰. Em tempos de elevadas taxas de desemprego no país, esses números talvez bastariam para garantir lugar de destaque às praças de comércio popular da capital paraense e granjear mais atenção dos que dirigem e refletem sobre a sociedade. Porém, o encanto da reificação objetivista da importância de números e cifras não fez vítimas entre os cientistas sociais nativos, que, ao buscar estranhar essas instituições, apontadas muitas vezes como familiares, escolheram investigar e desvendar sua importância cultural, histórica, sociológica, gastronômica e geográfica para a cidade.

Tabela 1 – Distribuição absoluta e proporcional de equipamentos e permissionários nas feiras de Belém (2015)

(Continua)

N	Feiras	Equipamentos	%	Permissionários	%
1	Feira do Ver-o-Peso	1.192	18,5	815	21,1
2	Feira do Jurunas	450	7,4	326	8
3	Feira da 25 de Setembro	422	6,2	272	7,5
4	Feira da Oito de Maio	275	6	264	4,9
5	Feira do Guamá	388	5,4	239	6,9
6	Feira da Pedreira	234	5,1	223	4,1
7	Feira do Entroncamento	243	4,6	201	4,3
8	Feira da Tavares Bastos	194	4,2	183	3,4
9	Feira do Telégrafo	249	4,1	182	4,4
10	Feira Parque União (Tapanã)	165	3,8	165	2,9
11	Feira da Pedra do Peixe	159	3,6	159	2,8
12	Feira Porto da Palha	188	3,6	157	3,3
13	Feira da Cabanagem	171	3,5	152	3

⁸ Permissionário é a classificação com a qual a Prefeitura Municipal de Belém (PMB) designa os feirantes que recebem, após a submissão a um processo administrativo e cadastro de informações junto ao regulador econômico municipal, SECON, a autorização para explorar comercialmente de um a três equipamentos nas feiras e mercados administrados pelo Poder Público Municipal, nos termos dos decretos 26.579/94 e 26.580/94. Os permissionários recolhem mensalmente uma taxa à PMB pela utilização do espaço, são isentos de pagamento os maiores de 65 anos. Segundo o relato de muitos feirantes, o fisco municipal ignorou esse tributo até 2012, quando voltou a exigir o pagamento do imposto.

⁹ Dados da pesquisa “Mercados interculturais: práticas, linguagens e identidade em contextos amazônicos”, realizada entre 2013 e 2016 sob a coordenação da Prof^a. Dr^a. Carmem Izabel Rodrigues (IFCH/PPGSA/UFGA), apontam que, aproximadamente, 59% dos permissionários entrevistados nas cinco maiores feiras de Belém ocupam mais de uma pessoa, além dele próprio, em seu equipamento. Essa pesquisa realizou um *survey* com feirantes do complexo do Ver-o-Peso, complexo do Jurunas, complexo de Guamá, Mercado de São Brás e Feira da 25 de Setembro. Foi entrevistada uma amostra de 10% dos permissionários de cada um desses espaços aos sábados pela manhã, entre os meses de setembro de 2014 e maio de 2015.

¹⁰ Equivalente proporcional a, aproximadamente, 1,1% da população residente maior de 18 anos da capital paraense, de acordo com dados do Censo/IBGE de 2010.

Tabela 1 – Distribuição absoluta e proporcional de equipamentos e permissionários nas feiras de Belém (2015)

(Conclusão)

N	Feiras	Equipamentos	%	Permissionários	%
14	Feira da Cremação	177	2,7	117	3,1
15	Feira do Açaí	131	2,3	101	2,3
16	Feira da Bandeira Branca	126	2,1	93	2,2
17	Feira do Entroncamento	95	2,1	91	1,7
18	Feira do Conjunto Providência	90	2	90	1,6
19	Feira da São Benedito	93	1,9	82	1,6
20	Feira da Batista Campos	130	1,6	72	2,3
21	Feira do Panorama XXI	60	1,3	57	1,1
22	Feira da Marambaia	65	1,2	53	1,1
23	Feira Porto do Açaí	51	1,2	51	0,9
24	Feira da Campina	47	1	46	0,8
25	Feira do Castanheira	55	1	43	1
26	Feira da Teófilo Cundurú	39	0,7	32	0,7
27	Feira da Augusto Correa	37	0,7	31	0,7
28	Feira da Acatauassu Nunes	34	0,7	31	0,6
29	Feira da São Domingos	39	0,7	30	0,7
30	Feira da Sacramenta	24	0,4	16	0,4
31	Feira do Catalina	15	0,3	15	0,3
32	Feira do Maracajá (Mosqueiro)	15	0,2	9	0,3
TOTAL		5.653	100	4.398	100

Fonte: Cálculos realizados a partir de dados do DFMP-SECON (2015)

Tabela 2 – Distribuição absoluta e proporcional de equipamentos e permissionários nos mercados de Belém (2015)

N	Mercados	Equipamentos	%	Permissionários	%
1	Mercado de São Braz	531	26,0	309	20,6
2	Mercado da Pedreira	263	12,9	229	15,2
3	Mercado do Guamá	216	10,6	142	9,4
4	Mercado de Icoaraci	156	7,6	128	8,5
5	Mercado da Terra Firme	161	7,9	116	7,7
6	Mercado do Benguí	126	6,2	109	7,3
7	Mercado de Ferro	111	5,4	98	6,5
8	Mercado Francisco Bolonha	120	5,9	96	6,4
9	Mercado de Mosqueiro (Vila)	111	5,4	93	6,2
10	Mercado de Santa Luzia	51	2,5	48	3,2
11	Mercado do Porto do Sal	36	1,8	30	2,0
12	Mercado da Bandeira Branca	36	1,8	24	1,6
13	Mercado do Telégrafo	54	2,6	24	1,6
14	Mercado do Chapéu Virado	22	1,1	21	1,4
15	Mercado da Marambaia	23	1,1	15	1,0
16	Mercado do Jurunas	16	0,8	14	0,9
17	Mercado de Carananduba	7	0,3	7	0,5
TOTAL		2.040	100	1.503	100

Fonte: Cálculos realizados a partir de dados do DFMP-SECON (2015)

As características histórico-geográficas da presença desses sítios mercantis na história da formação de Belém foram estudadas por Medeiros (2010) que, ao apontar a relação entre a expansão intra-urbana da cidade e a criação de novas feiras e mercados, nos permite entrever um caráter mercantil nas formas de sociabilidade e na história da cidade. Para sugerir essa perspectiva me apoio na argumentação daquele autor, segundo quem

nos últimos cinquenta anos verificou-se uma grande expansão do número de feiras livres na capital paraense. Inicialmente, esses espaços estavam concentrados na área central da cidade, sobretudo, até o final do século XIX. A maior incidência de tais espaços nesse fragmento do espaço urbano reflete a própria evolução da atividade comercial e varejista na cidade, assim como a relativa concentração populacional nos bairros que compõem essa porção do sítio urbano belenense, naquele momento.

Em seguida, a ocupação populacional se processará em direção a orla sul da cidade, acompanhando paralelamente a Avenida Bernardo Sayão, **surgindo a partir de sua intensa apropriação inúmeros pontos de feiras**. Tais pontos estão associados à existência de uma grande quantidade de portos e trapiches que passam a articular com maior força o continente da parte insular da cidade, proporcionando a canalização de produtos agrícolas regionais à população dos bairros mais próximos.

A partir da segunda metade do século XX, novos espaços serão ocupados, proporcionando o alargamento do perímetro urbano em Belém. O considerável crescimento populacional das últimas cinco décadas, acompanhado da incorporação de novas áreas periféricas na cidade passará a estimular o desenvolvimento de atividades comerciais varejistas, **tendo nos espaços de feiras o seu mais significativo exemplo** (p. 68 e 69. Grifos meus)

Dessa forma, Medeiros postula que as feiras são centralidades urbanas na capital paraense por sua capacidade de articular diferentes áreas do território em razão da produção de vínculos econômicos e de seu papel relevante na estruturação urbana da cidade. Esse argumento é reforçado ao considerar que o crescimento da capital paraense, com a intensificação da ocupação de sua área continental na segunda metade do século XX, ocorreu em paralelo à expansão e à multiplicação dos mercados e feiras livres.

Para compreender a intensificação do surgimento de novos espaços de comércio popular em paralelo com a ocupação da cidade, é necessário considerar que os mesmos não são apenas lugares de abastecimento de gêneros de primeira necessidade, mas, sobretudo de trocas e relações comerciais que são constituídas por dimensões simbólicas e sociais, que se estabelecem na apropriação coletiva e uso criativo e perene dos espaços públicos, escapando, diuturnamente, das investidas burocráticas de padronização e controle determinadas pelo Estado.

Considerando a relevância da dimensão sociocultural dos espaços de comércio popular em Belém, houve a multiplicação, nas últimas décadas, da produção acadêmica de estudos etnográficos com objetivo de revelar e compreender a complexidade das relações sociais que envolvem os mercados populares e feiras livres na Amazônia. Dão prova disso os livros organizados por Leitão (2010 e 2016) e Rodrigues et al. (2014; 2017), que reuniram setenta e dois pesquisadores/as em uma mostra da ampla e fecunda discussão sobre essa temática distribuída em 52 trabalhos originais. Os artigos publicados apresentam olhares antropológicos sobre as práticas sociais, a apropriação e modificação do espaço, os processos identitários, a construção do patrimônio cultural, a religiosidade, a circulação comercial, a transmissão de saberes e recursos, as diversas formas de reciprocidade, as sociabilidades, as relações entre o rural e o urbano, em suma sobre as múltiplas faces da diversidade sociocultural produzida e produtora de algumas das principais feiras da capital paraense e de sua realidade urbana.

No contexto dessa produção, todavia, a feira da 25 de Setembro foi estudada em apenas três ocasiões: Medeiros (2009) aborda a importância das feiras livres para a cidade, relacionando apropriação do espaço e estratégias de sobrevivência dos feirantes. Esse geógrafo faz um estudo de caso na feira da 25 para demonstrar como ocorre a produção do território dos feirantes e as repercussões provocadas pela intervenção do poder público municipal. Cinco anos depois da publicação daquele trabalho, aparece o artigo de Sousa e Rodrigues (2014), o primeiro a abordar a feira da 25 em perspectiva antropológica. O texto, que se ocupa das práticas e identidades discutindo a interação sistemática entre os diversos agentes da feira a partir de suas experiências de trabalho e formas de sociabilidade, apresenta, ainda, uma descrição detalhada dos imóveis do entorno da feira e as influências recíprocas entre a praça de comércio no canteiro central da avenida e seus vizinhos. Em 2017, publiquei um breve artigo apresentando as análises iniciais acerca da circulação do pirarucu salgado naquela feira (COSTA, 2017).

Assim, considerando que, apesar de sua importância demográfica, histórica e urbana¹¹, econômica e cultural, o conhecimento acadêmico sobre a feira da 25 de

¹¹ A criação da feira da 25 de Setembro se relaciona com as transformações urbanísticas provocadas pela extinção da Estrada de Ferro Belém – Bragança, nos bairros de São Brás e Marco em meados da década de 1960. A Estrada de Ferro de Bragança foi extinta pelo governo federal em 26.12.1964, após 82 anos de operação. A desativação do terminal ferroviário localizado na Praça Floriano Peixoto e a construção do terminal rodoviário da cidade gerou intensa movimentação de ambulantes em seu entorno. Esse contingente, de acordo com a narrativa dos feirantes mais velhos, foi deslocado pela prefeitura para o canteiro central da avenida 25 de Setembro em 1970. Entre os interlocutores de minha pesquisa pelo menos três trabalharam às margens da rodoviária antes de serem remanejados para a feira da 25.

Setembro depende, atualmente, de poucas pesquisas e que muitos fenômenos e transformações socioculturais presentes ali ainda estão por ser estudados, julgo que este trabalho é um esforço legítimo para a ampliação do conhecimento sobre as experiências cotidianas dos sujeitos naquele local.

É necessário apresentar alguns dados gerais¹² sobre a feira da 25 a fim de possibilitar o entendimento das condições de possibilidades nas quais as relações sociais que descrevo e analiso têm lugar.

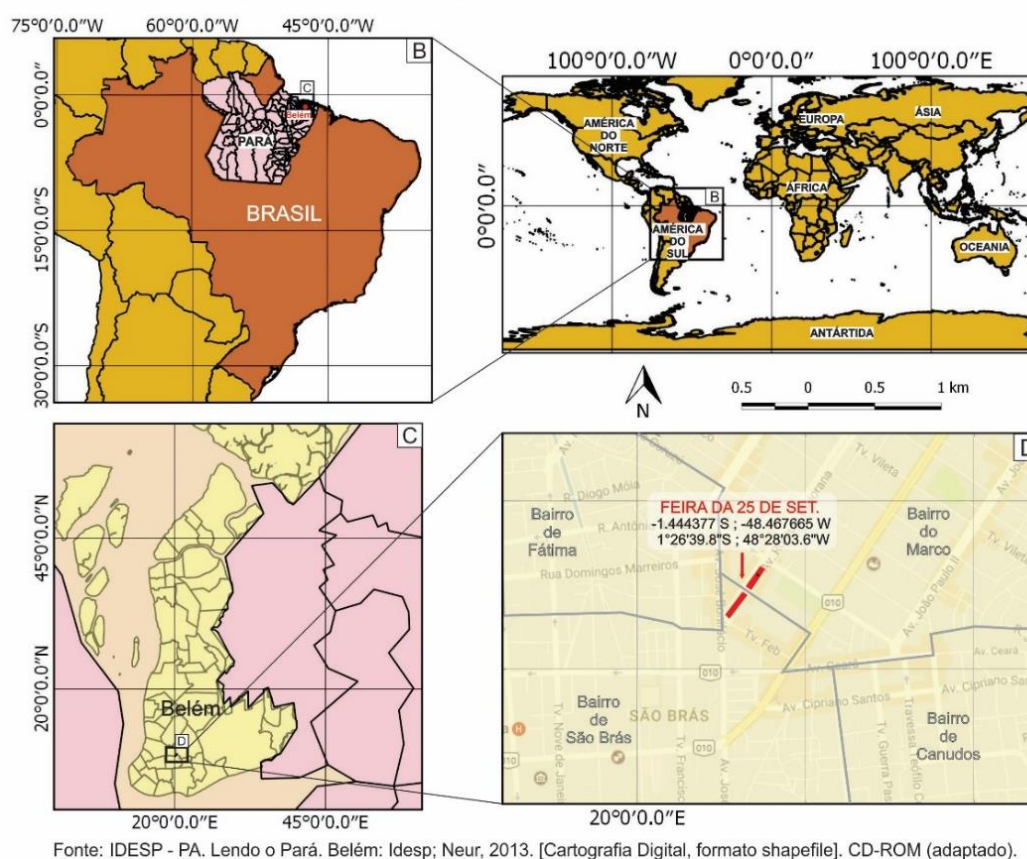
2.1 Apresentando a feira da 25 de Setembro

Feira livre assentada no início da antiga avenida 25 de Setembro, via de 2.78 km de extensão sobre os bairros de São Brás e Marco, com duas pistas de rolagem de sentidos opostos, passeio em ambas às margens das pistas e canteiro central, perpendicular a 17 travessas e paralela às avenidas Almirante Barroso e Duque de Caxias. Logradouro criado no século XIX, originalmente batizado Rua *D'Eu*, denominação alterada em 16 de dezembro de 1897, ocasião em que Conselho Municipal de Belém decidiu homenagear a participação da Brigada Militar do Pará na Guerra de Canudos substituindo o antigo nome pela data da batalha dessa força militar contra os conselheristas (CRUZ, 2010, CUNHA, 2003). Em 19 de novembro de 2010, foi sancionada a Lei nº 8.771/2010, que substitui o memorial anterior por Rômulo Maiorana, prestando homenagem a um proprietário de meios de comunicação no Estado (BELÉM, 2010). Apesar da alteração da nomenclatura do logradouro a designação de sua praça de comércio foi mantida como Feira da 25 pela lei municipal nº 12.287/2013 (BELÉM, 2013).

A feira da 25 foi inaugurada oficialmente em 13 de julho de 1970 e ocupava o canteiro central da via entre as travessas Jutai (à época trav. da FEB) e das Mercês. Foi ampliada no início dos anos 1980, com a criação da Área que vai da Trav. das Mercês a Antônio Baena, e reformada entre 2003 e 2007, ganhando sua forma e estrutura atuais. Está localizada nos limites dos bairros do Marco, São Braz e Canudos, como mostra a Figura 1, ocupando 291,92m do canteiro central da avenida Romulo Maiorana, entre as travessas Jutai e Antônio Baena. É a quinta maior feira em número de permissionários na cidade com 272 trabalhadores distribuídos em 422 equipamentos, de acordo com dados da SECON para 2015 (Tabela 1).

¹² Essa breve descrição é realizada a partir de informações levantadas junto ao DFMP e ao Administrador da SECON na feira da 25.

Figura 1 – Mapa de localização da feira da 25 de Setembro



A última reforma a qual foi submetida alterou a composição e a forma de seu espaço físico, substituindo a multiplicidade de barracas individuais por uma estrutura padronizada composta por telhado de duas águas coberto por grandes telhas de alumínio pintadas. Sustentado por pilares de concreto armado, pintados na cor laranja, que, em duas áreas correspondentes aos quarteirões onde está assentada, a feira abriga equipamentos de alvenaria padronizados e distribuídos em 11 setores¹³ distintos, segundo o tipo de mercadoria vendida (Quadro 1).

Quadro 1 – Equipamentos da feira da 25 de Setembro segundo a localização, os setores, quantidade, número de permissionários e tamanho

Setores	Tipo	Quantidade	Permissionários	Tamanho (m)
Área I (entre travessas Jutai – Mercês)				
Caranguejo	Tanque	12	7	1,10x0,70
Peixe fresco	Talho	8	5	2,00x2,00
Hortifrúti	Barraca	100	51	1,50x1,00
Industrializados	Box	25	19	2,00x2,00
Refeições	Box	52	37	2,00x2,00
Mercearia	Box	48	26	2,00x1,50

¹³ A DFMP agrupa as atividades desenvolvidas nas feiras e mercados em 15 diferentes setores caracterizados pelo tipo de mercadoria comercializada.

Camarão seco	Box	22	14	2,00x2,00
Farinha	Box	66	32	2,00x1,00
Área II (entre travessas das Mercês e Antônio Baena)				
Hortifrúti	Barraca	20	13	1,50x1,50
Camarão	Box	7	6	1,50x1,50
Aves abatidas	Box	8	3	2,00x1,00
Lojas	Lojas	48	10	3,00x4,00
Refeição	Box	6	4	1,50x1,00

Fonte: Projeto de Pesquisa Mercados Interculturais: linguagens, práticas e identidades em contexto amazônico/UFPA/IFCH e trabalho de campo 2014/2015.

Segundo relato de feirantes de diferentes setores e do administrador da feira, durante a reforma os permissionários apresentaram demandas específicas sobre a modelagem do espaço. Em alguns casos parentes que ocupavam equipamentos individuais solicitaram que fossem construídas unidades maiores onde pudessem trabalhar juntos. Entre os boxes de refeições é possível identificar equipamentos de tamanhos diferentes em razão disso.

Todavia, nem a dureza da alvenaria e a objetividade da técnica são capazes de conter a força (re)ordenadora das relações sociais que modificou a nova estrutura física, até o final de meu trabalho de campo, de 58 boxes (13,75% do total) que perderam sua individualidade planejada para emergir como espaço de trabalho coletivo em razão do parentesco que liga seus permissionários. A modéstia desta proporção se deve à impossibilidade de alteração da forma das barracas metálicas de hortifrutigranjeiros e dos tanques de caranguejos. Porém, as alterações continuam acontecendo atendendo a dinâmica de uso, transmissão e aquisição de equipamentos, que é própria dessa feira.

Vagas para estacionamento de automóveis cercam os canteiros de equipamentos que nos dias de movimento mais intenso (entre quarta-feira e domingo), fazem transbordar sua agitação para as ruas circundantes em um vai-e-vem de fregueses motorizados que recebem mercadorias no carro, ou tomam lugar no meio fio para uma incursão menos apressada entre os cheiros, as cores e os sabores dos boxes. O espaço para carros é organizado por uma dezena de *flanelinhas*, homens relativamente jovens que monitoram incessantemente a chegada de pessoas à feira e auxiliam motoristas no estacionamento e prometem vigiar ou reparar seus veículos ao custo de um valor de uma pequena remuneração decidida pelo motorista no momento da partida.

A espacialidade da feira da 25 é uma instigante elaboração onde se encontram interesses do poder público, dos feirantes, dos consumidores, enfim dos sujeitos que

fazem a feira. Para encerrar essa apresentação do local da pesquisa de campo tratarei, brevemente, das características gerais do comércio do pirarucu.

2.2 Sobre algumas características do comércio de pirarucu nas feiras de Belém

O *Arapaima gigas* é uma espécie conhecida, incorporada e valorizada ao repertório culinário dos povos amazônicos desde antes dos contatos coloniais (MURRIETA, 2001). Ainda segundo Murrieta, como eficiente fonte de proteínas¹⁴, esse peixe se tornou item presente nos mercados amazônicos e alimento habitual das populações ribeirinhas do baixo e médio Amazonas.

A intensificação da pesca e consumo do pirarucu a partir do século XIX resultou no risco de extinção da espécie na bacia do Amazonas no final do século XX (SANTOS, FERREIRA, ZUANOM, 2006). Murrieta sobre isso afirma que o pirarucu “foi um dos primeiros alvos da política de conservação e uso racional de recursos naturais” (2001, p. 116). O IBAMA normatizou as regras de pesca, transporte e comercialização do pirarucu nos Estados da Amazônia por meio da Instrução Normativa (IN) nº 34, de 18 de junho de 2004. Nesse instrumento estão definidos os padrões mínimos para captura, tipo de processamento e, sobretudo, o período de proibição da pesca da espécie, chamado de **defeso** que vigora anualmente no Pará, no Amazonas¹⁵, no Acre e no Amapá, entre 1º de dezembro e 31 de maio; em Rondônia o período vai de 1 de novembro a 30 de abril; e em Roraima de 1 de março a 31 de agosto.

O comércio de pirarucu está presente em 21 feiras e 6 mercados em Belém¹⁶ (equivalentes a 55,10% do total de praças de comércio da cidade). Seu comércio ocupa o total de 62 equipamentos (53 nas feiras e 9 nos mercados), com destaque para a feira da 25 de Setembro que, sozinha, concentra, aproximadamente, 21% do total com 13 equipamentos dedicados à circulação do pirarucu. De acordo com dados do IBAMA, os feirantes declaram, em 2016, estoque de 21,3 toneladas de pirarucu salgado para comercialização na capital paraense durante período do defeso daquele ano.

III. Formas de classificação e circulação do pirarucu na feira da 25

¹⁴ A carne do pirarucu salgada supera a do salmão, da sardinha e da carne bovina submetidas ao mesmo processo (GALVÃO DE LIMA; BATISTA, 2012).

¹⁵ Nos anos de 2004 e 2005, respectivamente, as IN 35 e 01 prorrogaram o defeso no Amazonas no período de 01.06 a 30.11, proibindo a captura, comercialização e transporte do pirarucu o ano inteiro.

¹⁶ Dados sistematizados a partir da observação direta que realizei em todas as feiras e mercados de Belém.

Durante os meses de trabalho de campo consegui discernir, entre as práticas cotidianas de minhas interlocutoras, ao menos três formas regulares de circulação do pirarucu. A pluralidade das trocas que observei e da qual tomei parte, indica, a um só tempo, a complexidade do regime de valor dessa mercadoria, que depende dos múltiplos significados que envolve sua circulação, bem como, algumas características das relações sociais estabelecidas nessa feira. A compreensão da articulação entre classificação, valor e circulação depende da interpretação da imbricação dos significados latentes do comércio e da culinária do pirarucu. Dessa forma, julgo necessário descrever o processo de preparação do pescado para a venda, enfatizando o que as feirantes chamam de *corte*, pois os resultados da divisão de sua carne é um mecanismo de diferenciação¹⁷ que está relacionado as características particulares de sua circulação.

As três maneiras pelas quais o pirarucu troca de mãos são descritas e registradas aqui sob os rótulos de Comércio, Presente e Caridade, de acordo a motivação para a entrega da mercadoria e sua contraprestação ou compensação. Cada uma das maneiras de transacionar os subprodutos do pirarucu está relacionada, consciente ou inconscientemente com uma hierarquia simultânea na classificação dos cortes da mercadoria¹⁸ e dos sujeitos a quem se destinam e da situação nas quais circulam. A pluralidade de transações com o pirarucu está relacionada com os mecanismos de diferenciação desse objeto (as maneiras de cortá-lo) que, por sua vez, são parte do gosto¹⁹ de sua culinária.

¹⁷ O sentido de diferenciação que orienta minha descrição diverge daquele analisado por Lifschitz (1995) que se refere a esse processo como a produção e oferta de novos (e melhores) produtos em razão da introdução de operações técnicas sofisticadas em sua elaboração. Nessa perspectiva, o autor aponta que os critérios de escolha dos consumidores estariam ligados aos atributos técnicos da produção, ou ainda, às propriedades funcionais dos produtos. A despeito de considerar o papel dos objetos relevante no processo de circulação e diferenciação, a experiência na feira não me autoriza a acompanhar a reificação econômica das mercadorias, antes, julgo que é possível compreender a diferenciação como parte do processo da ordenação do mundo segundo valores, como argumenta Simmel (2013).

¹⁸ Despedaçar a carne é uma das fases da preparação dos alimentos (GOODY, 1984, p. 83) e, como tal, exige saberes, destrezas e intenções próprias de quem prepara a comida. A divisão manual da carne com instrumentos cortantes de metal é o que chamo aqui de corte. Com essa definição quero apontar que o corte, pelo menos em relação ao pirarucu salgado, não é uma etapa realizada, exclusivamente, por quem prepara a comida em uma cozinha, mas, de alguma maneira tem seu início nos cortes realizados nas feiras. Os cortes de pirarucu são elementos importantes para sua fase de mercadoria, pois, diferente dos outros espécimes da ictiofauna do estuário amazônico comercializado nos mercados populares, o pirarucu é exposto e comercializado em pedaços diversos entre si, que variam segundo a habilidade e interesse do comerciante.

¹⁹ Bourdieu (1983) trata a ideia de gosto como princípios de escolhas diante de bens classificados como de “bom” ou “mau” gosto e classificantes (hierarquizantes) dos sujeitos que os escolhem. Para que a classificação do gosto se concretize é necessário haver pessoas dotadas do princípio de classificação capazes de perceber e estabelecer a relação entre o gosto e os objetos. Nesse sentido, o gosto pode ser considerado um processo classificatório de pessoas e coisas e sua realização demanda a diferenciação dos objetos como marca de distinção entre seus consumidores.

Compreender a circulação do pirarucu na feira, de alguma maneira permite, e requer, uma reflexão sobre seu significado como alimento. Nesse sentido, acompanho Woortmann (2006) quando afirma que “os alimentos não são apenas comidos, mas também pensados. Em outras palavras, a comida possui um significado simbólico” (pág. 23). A importância atribuída a essa mercadoria está ligada aos significados atribuídos a ela na dinâmica alimentar de seus consumidores. Há uma articulação entre objetos, pessoas, situações e seus significados que manifesta os regimes de valor (APPADURAI, 2008) nos quais esse peixe é tido como valioso e é demandado por diferentes atores. Por regimes de valor, Appadurai (2008) compreende os diferentes padrões e critérios compartilhados (em diferentes graus) que determinam a trocabilidade das coisas em um contexto sociocultural e histórico particular.

Para compreender como a diversidade de formas de circulações depende de diferentes significados culturais para produzir o valor do pirarucu, descreverei a classificação dos cortes desse peixe que identifiquei em todas as feiras e mercados de Belém, enfatizando aqueles presentes na feira da 25 de Setembro. Na sequência, procuro associar os cortes às diferentes maneiras e ocasiões de circulação para apresentar os padrões e critérios de suas trocas.

3.2 A classificação dos cortes de pirarucu

No comércio de pirarucu salgado a cada corte produzido são atribuídos lugares de exposição, valores, formas de embalagem e pagamento específicos, da mesma maneira, que são oferecidos, geralmente, para consumidores determinados. Nesse sentido, classificar é, mais do que reconhecer, produzir diferenças e hierarquias entre coisas e pessoas. A ordem produzida pelas feirantes com quem trabalhei é uma reelaboração dos significados produzidos pelas disposições razoáveis incorporadas à conduta dos agentes das práticas comerciais e gastronômicas, que atualiza, dessa forma, o *habitus* (BOURDIEU, 2000) que envolve o consumo e a circulação de pirarucu na capital paraense. Assim, a etnografia dos cortes de pirarucu não busca, apenas, descrever em detalhes seus aspectos físicos, mas, sobretudo, as relações nas quais esses objetos têm significados específicos, de acordo com sua ordenação por valores.

Dessa forma, identifiquei quatro tipos de cortes de pirarucu nas feiras e mercados de Belém que podem ser classificados, em ordem crescente de valor e importância, como pontas de pirarucu ou *cantareira*; pirarucu enrolado; mantas; e, filé. A seguir, apresentarei uma breve descrição desses cortes.

Pontas de pirarucu ou cantareira; é o conjunto variado de pedaços irregulares, de cores diversamente escurecidas em relação às mantas, com cheiro intenso, fragmentos de ossos, resquícios das duras nadadeiras e das caudas, produzidos pela *limpeza* (apara) das mantas operadas pelas feirantes no momento em que as preparam para exposição e venda. São chamadas de pontas ou *cantareira*, por comerciantes e consumidores em diferentes feiras, em razão de serem cortadas das extremidades da manta, suas *pontas* e *cantos*. É o corte que apresenta menor homogeneidade em relação aos demais, bem como, é o de menor valor comercial. Observei que há uma relação diretamente proporcional entre homogeneidade (ou pelos menos semelhança) e valorização (hierárquica e comercial) dos cortes desse pescado. As pontas sobem ao balcão da loja apenas para serem selecionadas, pesadas, embaladas e entregues. Não compõem a instalação habitual com a qual as feirantes procuram encantar os transeuntes, nem tampouco são oferecidas à quem se aproxima dos equipamentos.

Pirarucu enrolado: longos cilindros acidentados formados pela sobreposição, prensa e amarração manual de pedaços regulares, porém, curtos, estreitos e, geralmente, escurecidos de mantas. Faz as vezes de um corte padrão (*standard*) muito frequente nas feiras e nos mercados de Belém. É a única parte de pirarucu acompanhada, ostensivamente, de seu preço sobre os balcões. Entre as feirantes da 25 de Setembro esse corte configura-se em uma interessante técnica de aproveitamento de sobras das mantas mais longas e valiosas. Sua composição, realizada em tardes de pouco movimento na feira ou a noite na residência da permissionária, busca atribuir a mercadoria uma impressão homogênea a sua composição heterogênea, por isso a importância da simetria na sobreposição, da força aplicada na prensa, na forma circular e, sobretudo, na maneira de comercializá-la, em pequenas fatias, que favorecem a percepção dos elementos de continuidade dos tecidos e inibem os elementos que revelariam a diferenciação da sua composição. Enrolar pirarucu é uma marca de comerciantes experientes e habilidosas no trato com a mercadoria

Mantas de pirarucu: são o produto primordial da salga do Pirarucu. As longas mantas salgadas são peças imensas de odor característico, porém, suave e coloração em tons de amarelo, dourado e salmão, composto de regiões carnosas, adiposas e epidérmica. As mantas que chegam a feira da 25 de Setembro apresentam tamanhos, cores e qualidades variadas, as maiores que observei alcançavam 1,46m de altura e 0,74m de largura, com a carne chegando a apresentar espessura de 2cm. Em proporções desiguais apresentam regiões carnosas, adiposas e epiteliais. Atualmente são vendidas em pedaços retangulares,

cortados em sentido latitudinal a partir da extremidade mais larga. Por ser retirado de uma peça inteira os pedaços de manta são considerados mais homogêneos do que os cortes anteriores. Esse corte é muito importante no comércio de minhas interlocutoras, pois é demandado por seus clientes mais conhecidos, exigentes e valorizados, bem como por quatro restaurantes para os quais elas fornecem, quinzenalmente, essa mercadoria.

Filé de pirarucu: é de trajetória recente no comércio do Pirarucu em Belém, porém, alcançou a posição de maior valor e distinção entre os cortes produzidos, contemporaneamente, na feira da 25 de Setembro. Segundo as feirantes, o início da produção de filé ocorreu em atenção à demanda de alguns consumidores. Trata-se da região exclusivamente carnosa do peixe livre de ossos, peles e qualquer imperfeição aparente, seccionada à borda das mantas em um corte longitudinal. É o mais homogêneo dos cortes, pois retirado de uma única manta é composto do mesmo tecido. Deve apresentar coloração discretamente amarelada e odor suave. Apesar de seu valor, ou talvez exatamente, por isso, é o corte de menor circulação. É procurado, sobretudo, em ocasiões festivas, viagens para outros estados, enfim, momentos que revelam a vocação de exo-cozinha do pirarucu. É demandado por consumidores conhecidos e exigentes. Não é exposto, nem tampouco oferecido a clientes não conhecidos. Consumidores de filé são conhecidos pelos nomes, profissões e endereços, além do gosto, porque conhecem as diferenças entre os cortes e valorizam aquele que é reconhecido, por um grupo específico de sujeitos, como de melhor qualidade, de bom gosto.

3.1 O comércio do pirarucu

Classificação, circulação e distinção são fenômenos articulados nos quais a mercadoria tem papel relevante. Assim, considero interessante pensar as formas de troca como parte do processo de elaboração dos objetos, compreendida aqui com síntese de múltiplas relações entre sujeitos e coisas²⁰.

Por comércio, trato aqui a venda direta das mercadorias no varejo a consumidores individuais e restaurantes. A troca de pirarucu por dinheiro, aparentemente a atividade mais evidente em uma praça de comércio, é realizada por meio de diferentes mecanismos. Apesar de todos os cortes de pirarucu, na feira, se encontrarem em sua fase de mercadorias, as características da circulação de cada um desses tipos, como tentarei

²⁰ A elaboração das mercadorias é resultado de um esforço físico e intelectual de feirantes experientes. Assim, o objeto comercializado não é um elemento natural definido por suas características intrínsecas, mas uma relação entre material e múltiplas forças que o constituem como coisa.

mostrar, variam segundo as particularidades das circunstâncias em que se realizam, de acordo com os diferentes tipos de consumidores e sua preferência pelo consumo de determinados cortes, bem como pela frequência e ocasião do comércio e diferentes mecanismos de crédito aplicados seletivamente. O que demanda que a apresentação separada das trocas de cada tipo de produto.

3.1.1 Comércio de pontas e o pirarucu enrolado

Para as feirantes com quem trabalhei não há distinção na venda dos cortes de menor valor. Todos são, indistintamente, descritos como “uma delícia”, porém, não exigem maiores atenções e cuidados no momento de sua comercialização. Os princípios das escolhas dos compradores das pontas e do pirarucu enrolado não são valorizados pelas feirantes.

A sequência dos atos de sua comercialização é relativamente simples para as feirantes: na venda das pontas os compradores²¹ selecionam diretamente os pedaços que desejam retirando-os de um pequeno amontoado sobre o balcão até alcançar a quantidade desejada, restando às comerciantes pesá-los, depositá-los em uma sacola plástica, entregá-los ao consumidor e receber, imediatamente, seu pagamento. Após o que, os pedaços que restaram voltam para o balde no interior do box. Não há exigência dos consumidores acerca da qualidade da mercadoria ofertada, nem comentários sobre modos de preparo, do mesmo modo que a produção desse corte não requer demonstrações de habilidades específicas por parte das feirantes.

A venda do pirarucu enrolado geralmente tem início em um brevíssimo diálogo entre feirante e comprador sobre preços, comparações de qualidade e valor com as mantas, que se presta a diminuir as desconfiças e as dúvidas do consumidor neófito. Uma vez acolhido, o novo freguês faz o pedido da quantidade que deseja e acompanha atento todos os movimentos da comerciante que retira o cilindro de onde está exposto para retirar-lhe um pedaço e pesá-lo. O monitoramento da manipulação da mercadoria segue sua embalagem, demonstrando sutil receio de ser ludibriado, só tem fim quando a pequena sacola, trocada por algumas cédulas de dinheiro, chega às mãos de seu demandante.

²¹ Durante os meses de trabalho de campo observei que as pontas eram, frequentemente, comercializadas em grandes quantidades aos sábados, adquiridas por colonos fornecedores de farinha de mandioca (homens que aparentam pouco mais de 50 anos) vindos de Municípios da Meso Região Nordeste Paraense. Eventualmente, porém, algumas cozinheiras do setor de refeição, em dias úteis, também demandam essa mercadoria, mas em menor quantidade.

Tive a atenção atraída, em algumas ocasiões, por freguesas que, diante dos pedaços de pirarucu que levariam, perguntavam como podiam prepará-lo, e pediam a quem as tivesse atendido para que, após pesar o peixe, o cortasse deixando-o pronto para ser dessalgado e levado ao fogo. Essas consumidoras demonstram certo alheamento da culinária do pirarucu e por extensão dos princípios de escolhas que definem o seu bom gosto.

As interações que envolvem o comércio desse corte são encerradas no ato simétrico das entregas de mercadoria e dinheiro, respectivamente, pela feirante e pelo freguês. Ao fim, não restam dívidas pecuniárias ou morais entre os participantes dessa transação. A igualdade que caracteriza esses negociadores também visita o comércio de outros cortes, não poderia ser diferente. Todavia, ao escolher as pontas e o pirarucu enrolado para apresentar o comércio, tenho a intenção de enfatizar que a troca simétrica e imediata depende, para sua realização, da ausência de diferenciação das mercadorias e dos consumidores.

3.1.2 O comércio de mantas: diferenciação e crédito

A escolha da manta se dá pela exclusão das demais em um esforço cuidadoso de análise daquelas que estão expostas e são empurradas e viradas, movendo-se pesadamente em seus ganchos e, quando não aprovadas, tem seus atributos comparados aos de mantas que emergem entre as mãos das feirantes do fundo do equipamento, de onde aguardavam vez na instalação suspensa ou a visita de um freguês que justifique a antecipação de sua vinda à superfície. A todo esse movimento os compradores acompanham atentamente, ora seguindo a feirante e aproximando-se das mantas para olhar algum detalhe com mais atenção, ora acenando afirmativamente com a cabeça diante do julgamento da anfitriã. A menor suspeita de dissimulação que tal performance poderia levantar foi lançada por terra quando observei que a seriedade desse cuidado independe da supervisão do consumidor e é adotada mesmo nas compras realizadas por telefone. Esse momento é importante na relação entre vendedora e compradores, pois concretiza parte da diferenciação que envolve esse tipo de circulação negando a simetria que a mediação do dinheiro poderia produzir entre dois sujeitos equivalentes. O que se estabelece é uma distinção que envolve a afirmação da superioridade do corte em relação aos demais expostos, da feirante em relação aos concorrentes e do consumidor em relação a seus pares.

Ao vender as mantas, as feirantes procuram introduzir, cada vez com mais frequência, marcadores de distinção baseados no princípio das escolhas de bens classificados – classificante – como de bom gosto (BOURDIEU, 1983). Esse esforço é levado ao extremo quando, em circunstâncias específicas, as feirantes deixam de vender por julgarem que a mercadoria disponível não atende adequadamente a determinados consumidores. Fato ainda mais interessante por não haver uma exigência explícita e incisiva de qualidade por parte do comprador, a iniciativa de revelar a baixa qualidade disponível, nas ocasiões em que observei essa declinação, parte da feirante que, inclusive, não se permite ser persuadida pelo comprador. Interpreto tal atitude anticomercial como uma demonstração de que a classificação não é um mecanismo utilitário de solução de problemas práticos, mas um processo organizador da realidade dos sujeitos nela envolvidos.

A relação entre consumidor, feirante, mercadoria e a forma de comércio demonstra que mesmo a venda, em determinadas circunstâncias, não é uma relação completamente simétrica entre sujeitos em condições de igualdade. Essas condições e critérios de circulação constituem o regime de valor do pirarucu.

3.1.3 A circulação do filé

Em diferentes feiras de Belém a expressão “filé” não designa, como substantivo, o complexo corte que minhas interlocutoras produzem, mas é tomado como um adjetivo para indicar a boa qualidade de qualquer mercadoria, independentemente de sua composição física, valor ou preço. Na feira da 25 de Setembro o corte mais recente, mais homogêneo, mais valorizado, mais caro é também o menos visível, o menos oferecido, e por isso o mais seletivo, aquele que opõe maior dificuldade para ser conquistado é o melhor índice de classificação do bom gosto, pois ele mesmo se constitui em um valor para os sujeitos (SIMMEL, 2008).

Comprado, geralmente, por fregueses conhecidos exige destreza em sua preparação, que consiste em corte latitudinal que separa a região exclusivamente carnosa do restante da manta e produz uma estreita faixa de carne que é exposta com vaidade a quem estiver esperando para em seguida ser dividida em pedaços menores que vão à balança. O tamanho do corte é calculado de acordo com a quantidade demanda pelo consumidor. A rentabilidade desse corte é relativamente baixa em relação aos demais o que o torna, além de tudo, raro. Sua embalagem é cercada de muitos cuidados como revestimento em filme plástico transparente e pó de café na sacola para esconder o cheiro

intenso, além dos tradicionais papéis de embrulho e folhas de jornal. Geralmente as compras realizadas na feira são quitadas imediatamente, porém, é possível observar a concessão de crédito para alguns clientes desse corte.

A comercialização do filé é um momento de atualização das informações entre a permissionária e seus fregueses. Conversam sobre viagens e comidas e dão aquele momento a leveza, a superioridade e o desinteresse de um encontro de amigos. Essa interação antieconômica é característica da venda desse corte e se opõe à indiferença e ao silêncio que marca a das pontas, demonstrando que esse comércio envolve mais do que objetos e dinheiro.

O comércio, na feira da 25 de Setembro, coexiste com outras duas maneiras regulares de fazer o pirarucu trocar de mãos: a caridade e o presente. A descrição dessas modalidades de circulação encerrará esta breve etnografia e tem como objetivo enfatizar que as práticas classificatórias nas quais os valores das mercadorias são produzidos envolvem também dimensões não pecuniárias. A vida social das coisas não tem fim em sua fase de mercadoria, os objetos de valor econômico se prestam a muitas outras relações para além do comércio.

3.2. Presentes

O pirarucu revela o alcance de seu valor econômico na forma de presente. Ao abandonar a etapa de mercadoria, o pirarucu deixa de ter equivalentes com os quais possa se comparar e se revela objeto de desejo e do prazer de quem o deseja. Nessa condição, não é apenas classificador do bom gosto, mas também da generosidade e consideração entre sujeitos. Não se trata da ideia de valor de uso, a realização da utilidade da mercadoria, no caso seu consumo alimentar, mas antes do significado social que seu consumo registra. As condições que envolvem esse tipo de circulação expressam o lugar de destaque que esse pescado possui na hierarquia da culinária regional.

Quem oferece o pirarucu como presente é exigente em suas escolhas. A generosidade que se demonstra é composta da oferta (como ato) e da seleção daquilo que se oferta (definição de qualidade). Os fregueses da Casa do Pirarucu com quem conversei declararam que, para impressionar como pretendiam, precisavam levar o que é considerado o melhor, o mais raro e mais caro, o filé. A titular dos equipamentos também é pródiga em regalar pessoas a quem quer cativar. Nessas ocasiões estabelece uma relação entre o destinatário do presente e o valor do corte oferecido. O destinatário do presente é

conhecedor da gastronomia do Pirarucu e reconhece que recebe os melhores cortes que simbolizam, de alguma forma, a sua importância para quem o envia.

Na troca de presentes os status dos valores dos cortes são confirmados na escolha de seus destinatários e as mercadorias estão fora de sua fase de mercadoria, ou seja, não circulam em um contexto mercantil. Porém, os critérios e os padrões que determinam seu valor continuam orientados as escolhas dos sujeitos. Tal como na caridade, como descreverei abaixo.

3.3 A caridade

Enquanto o comércio é o organizador do regime de valor do pirarucu, o presente e a caridade são confirmadores da relação entre os status das mercadorias e seus consumidores. Nesse sentido, os presentes são destinados às posições mais elevadas na hierarquia do consumo e a caridade às posições mais baixas, menos valorizadas, mais indiferentes.

É comum a presença de pedintes nas feiras. São pessoas em situações de rua, usuários de drogas, deficientes físicos e mendigos regulares que, geralmente, maltrapilhos e sujos afirmam estar famintos ao pedir dinheiro e comida a consumidores e feirantes. No setor de mercearias, a maioria desses sujeitos não são bem-vindos, seus apelos são contestados e ignorados. Minha anfitriã, todavia, não resiste a uma idosa negra que quinzenalmente aos sábados pela manhã, empurrada em uma cadeira de rodas, estende a mão suplicante em direção ao box e recebe uma porção de pedaços (pontas) do pescado recolhidas mecanicamente a uma pequena sacola plástica. Sua gratidão alegre o semblante sofrido, mas é quase inaudível. A permissionária não se ocupa mais do que poucos instantes com essa generosidade e não demonstra satisfação em prestar tal ajuda, que, no entanto, não observei negar. Não faz os comentários habituais que sucedem as vendas importantes ou o envio de presentes.

Essa forma de circulação é a menos desejada pelas feirantes, a despeito da importância que possa ter para quem dela depende, pois não oferece um rendimento simbólico para a produção do valor. Quem recebe a caridade aceita o que lhe for dado, não tem um desejo específico a ser atendido, mas uma necessidade que precisa satisfazer. Assim, há pouca valorização do sujeito e do corte nessa forma de circulação, o que, de alguma maneira, reforça o argumento desenvolvido anteriormente sobre o processo classificatório de coisas e pessoas como fundamento da ordenação do valor do pirarucu na feira da 25 de Setembro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- APPADURAI, Arjun. **A vida social das coisas**. Niterói: EdUFF, 2008.
- BOURDIEU, Pierre. **Questões de Sociologia**. Rio de Janeiro: Marco Zero; 1983.
- COSTA, José. A circulação do Pirarucu na Feira da 25 de Setembro, em Belém In: RODRIGUES, et. alli. (orgs.) **Mercados populares em Belém**. Belém: NAEA/UFPA; 2017. Pags. 162 – 178.
- CUNHA, Euclides. **Os sertões**. São Paulo: Nova Aguilar, 2003.
- CRUZ, Ernesto. **Ruas de Belém: Significados históricos e suas denominações**. 2ª ed. Belém: CEJUP; 1992.
- GALVÃO DE LIMA, Liane. BATISTA, Vandick da Silva. Estudos etnoicitológicos sobre o pirarucu *Pirarucu gigas* na Amazônia Central. *Acta Amazônica*, vol 42(3), p. 337-344, 2012.
- GOODY, Jack. **Cuisines, cuisine et classes**. Paris: Centre Georges Pompidou; 1984.
- LIMA, Maria D. Patrimônio cultural: os discursos oficiais e o que se diz no Ver-O-Peso. In: LEITÃO, Wilma (org.). **Ver-O-Peso: Estudos antropológicos no mercado de Belém**. Belém: NAEA/UFPA; 2010. Pags. 69 – 102.
- LIFSCHITZ, Javier. O alimento-signo nos novos padrões alimentares. **Revista Brasileira de Ciências Sociais**, n. 27, 1995. Disponível em http://www.anpocs.org.br/portal/publicacoes/rbcs_00_27/rbcs27_10.htm
- MEDEIROS, Jorge França da Silva. As feiras livres em Belém (PA): Possibilidades e perspectivas de (re)apropriação do território na/da cidade. Disponível em: egal2009.easyplanners.info/area05/5803_Medeiros_Jorge.doc. 2009.
- _____. **As feiras livres em Belém (PA)**. Dissertação de Mestrado, Programa de Pós-Graduação em Geografia, Universidade Federal do Pará, Belém. 2010.
- MURRIETA, R. S. A mística do Pirarucu: pesca, *ethos* e paisagem em comunidades rurais no Baixo Amazonas. **Horizontes Antropológicos**, 16: 113-130, 2001.
- RODRIGUES, Carmem et ali. **Mercados populares em Belém: Produção de sociabilidades e identidades em espaço urbano**. Belém: NAEA/UFPA, 2014.
- RODRIGUES, Carmem et ali. **Mercados populares em Belém: Produção de sociabilidades e identidades em espaço urbano. Vol. 2**. Belém: NAEA/UFPA, 2017.
- RODRIGUES, Carmem. PALHETA, Cláudia. O Ver-O-Peso na avenida do samba. In: LEITÃO, Wilma (org.). **Ver-O-Peso: Estudos antropológicos no mercado de Belém**. Belém: NAEA/UFPA; 2010. Págs. 223 – 235.
- SANTOS, Geraldo M. et alli. **Peixes comerciais de Manaus**. Manaus: IBAMA/AM: ProVárzea, 2006.
- SAUTCHUK, Carlos Emanuel. **O arpão e o anzol: técnica e pessoa no estuário do Amazonas (Vila Sucuriju, Amapá)**. Tese de Doutorado; DAN – UNB: Brasília. 2007.
- SECON. **Anuário Estatístico do Município de Belém-2009: Ocupação em feiras e mercados**. Belém. SECON/DFMP: 2010.
- SECON. **Histórico da feira da 25 de Setembro**. Belém, SECON/DFMP: 2015.
- SECON. **Quadro Geral do número de Permissionários e Equipamentos nas feiras municipais**. Belém, SECON/DFMP: 2015a.
- SIMMEL, Georg. **Filosofía del dinero**. Madrid: Capitán Swing; 2013.
- SOUZA, Leonardo Coelho. A música e a paisagem sonora no filme Ver-O-Peso (1984). In: RODRIGUES, et. alli. (orgs.) **Mercados populares em Belém. Vol. 2**. Belém: NAEA/UFPA; 2017. Pags. 288-295
- SOUSA, Rogério. RODRIGUES, Carmem. Sociabilidades, práticas e identidade na Feira da 25 de Setembro. In: RODRIGUES, et. alli. (orgs.) **Mercados populares em Belém**. Belém: NAEA/UFPA; 2014. Págs. 123 – 144.

WOORTMANN, Klaas. O sentido simbólico das práticas alimentares. In: ARAÚJO, Wilma. TENSER, Carla. **Gastronomia: Cortes e Recortes**. Brasília: SENAC; 2006