



**MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DA AMAZÔNIA
MESTRADO EM AGRONOMIA**

PAOLA CORRÊA DOS SANTOS

**DE FEIRANTE A EMPREENDEDOR: AVALIAÇÃO DO POTENCIAL
SOCIOECONÔMICO DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA DO VER-O-
PESO**

**BELÉM
2021**

PAOLA CORRÊA DOS SANTOS

**DE FEIRANTE A EMPREENDEDOR: AVALIAÇÃO DO POTENCIAL
SOCIOECONÔMICO DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA DO VER-O-
PESO**

Dissertação apresentada à Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA), como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Agronomia (PGAGRO), para obtenção do título de Mestra em Agronomia.
Área de concentração: Agronomia
Linha de pesquisa: Socioeconomia, recursos naturais e desenvolvimento do agronegócio
Orientador: Prof. Dr. Fabrício Khoury Rebello
Coorientador: Prof. Dr. Marcos Antônio Souza dos Santos

**BELÉM
2021**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Bibliotecas da Universidade Federal Rural da Amazônia
Gerada automaticamente mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

S237f Santos, Paola Corrêa dos

DE FEIRANTE A EMPREENDEDOR: AVALIAÇÃO DO POTENCIAL
SOCIOECONÔMICO DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA DO VER-O-PESO /
Paola Corrêa dos Santos. - 2021.
65 f. : il. color.

Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Agronomia (PGAGRO), Campus
Universitário de Belém, Universidade Federal Rural da Amazônia, Belém, 2021.

Orientador: Prof. Dr. Fabrício Khoury Rebello

Coorientador: Prof. Dr. Marcos Antônio Souza dos Santos.

1. Empreendedorismo. 2. Gestão. 3. Boieiras. 4. Ver-o-Peso. 5. Feira. I. Rebello, Fabrício
Khoury ,
orient. II. Título

CDD 330

PAOLA CORRÊA DOS SANTOS

**DE FEIRANTE A EMPREENDEDOR: AVALIAÇÃO DO POTENCIAL
SOCIOECONÔMICO DO SETOR DE ALIMENTAÇÃO DA FEIRA DO VER-O-
PESO**

Dissertação apresentada à Universidade Federal Rural da Amazônia, como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação em Agronomia, para a obtenção do título de
Mestra em Agronomia.
Área de concentração: Agronomia. Linha de pesquisa: Socioeconomia, recursos naturais e desenvolvimento do agronegócio.

Data: 28/10/2021

Banca examinadora:



Prof. Dr. Fabrício Khoury Rebello - Orientador
Universidade Federal Rural da Amazônia



Prof. Dr. Marcos Antônio Souza dos Santos - Coorientador
Universidade Federal Rural da Amazônia



Prof.ª Dra. Andréa Hentz de Mello – Membro 1
Universidade Federal do Sul e Sudeste do Pará



Prof.ª Dra. Maria Lúcia Bahia Lopes – Membro 2
Universidade da Amazônia



Prof.ª Dra. Mayra Hermínia Simões H. Farias do Couto – Membro 3
Universidade da Amazônia

Dedico esta dissertação ao meu orientador/professor Fabrício Khoury Rebello (*in memoriam*) que sempre acreditou no empreendedorismo e desenvolvimento local na Amazônia, além do incentivo à minha vida acadêmica e profissional.

AGRADECIMENTOS

À Deus, por ter me guiado até aqui. Sem ele nada disso seria possível.

Agradeço à minha mãe, Maritana do Socorro Corrêa dos Santos, ao meu irmão Yury dos Santos Souza, estes que sempre estiveram ao meu lado dispostos a me ajudar em todos os momentos de minha vida.

Aos meus primos/irmãos Ariane Cardoso, Felipe Cardoso, Ana Cristina Cardoso e Letícia Carolinne por sempre acreditarem em mim. Pelo apoio, estímulos e amizade, muito obrigada.

À Universidade Federal Rural da Amazônia (UFRA) e o Programa de Pós-graduação em Agronomia (PGAGRO) que me formou e proporcionou muito conhecimento ao longo dos anos.

Aos amigos da UFRA e colaboradores na coleta de dados desta pesquisa, Otoniel Costa Neto, Cezar Pantoja, Mateus Barbosa e Josiene Amanda Viana pela dedicação e ajuda com a pesquisa de campo, meu sincero obrigada.

Aos amigos de graduação e que eu levei pra vida Rafaella Noronha e Marcos Santos obrigada pela amizade, parceria, incentivo e apoio que veio desde a graduação.

As amigas e companheiras de pós Joyce Saraiva e Alexia Ohana, obrigada pela parceria, companheirismo e ajuda durante o mestrado sem vocês o caminho teria sido muito mais difícil.

Aos amigos da UFRA e colaboradores na coleta de dados desta pesquisa, Otoniel Costa Neto, Cezar Pantoja e Mateus Barbosa pela dedicação e ajuda com a pesquisa de campo, meu sincero obrigada.

Ao professor Marcos Antônio Souza dos Santos pelas orientações, disposição e apoio durante e, principalmente, na reta final do mestrado. Muito obrigada professor!

Ao professor Fabrício Khoury Rebello (*in memoria*), pelas orientações, apoio, confiança e dedicação para a realização deste trabalho, sem o senhor nada disso seria possível, minha sincera e imensa gratidão e saudade!

Aos consumidores e feirantes do Ver-o-Peso que se dispuseram a participar desta pesquisa. Muito obrigada.

Ao Banco da Amazônia (Basa) pelo financiamento da pesquisa e também da bolsa de mestrado.

RESUMO GERAL

O complexo do Ver-o-Peso abriga um conjunto arquitetônico e paisagístico formado por mercados e feiras no qual encontramos uma diversidade de produtos, serviços e pessoas. A feira é, acima de tudo, um lugar de intensa vida social e intercâmbio cultural, envolvendo atividades de natureza comercial, mas também simbólica. A feira conta com dezesseis setores que se comunicam entre si, no que diz respeito a comercialização de produtos, estabelecendo um circuito curto na economia local e o setor que se destaca é o de alimentação pronta que fornece comidas típicas aos feirantes e visitantes utilizando produtos adquiridos no próprio Ver-o-Peso. Apesar, de toda essa importância o setor deixa a desejar, se comparados à infraestrutura e organização de outros mercados como o de São Paulo. Este trabalho teve como objetivo conhecer os atributos subjetivos e comportamentais valorizados pelos consumidores e que os motivam a consumir esses serviços, assim como levantar o perfil dos feirantes e suas principais demandas. O primeiro capítulo foi dado através de entrevistas presenciais em locais públicos de grande circulação de pessoas na cidade de Belém e em outra etapa com questionários de autopreenchimento pela plataforma *Google Docs*, direcionados a consumidores de feiras livres. O segundo momento da pesquisa contou com aplicação de questionário semiestruturado com perguntas abertas e fechadas, direcionado as boieiras do Ver-o-Peso e um *checklist* para observações de campo. Foi observado que o setor de alimentação (boieiras) da feira do Ver-o-Peso é um dos setores mais procurados pelos consumidores (47,37%), ficando atrás apenas do setor de hortifrutigranjeiro (55,64%), devido a tradição de se alimentar na feira e em busca de pratos típicos entre eles o de peixe frito com açaí. Entretanto, as questões relacionadas a falta de infraestrutura adequada, higiene e segurança são pontos negativos apontados pelos consumidores e que acaba dificultando o aporte de novos clientes. Apesar da diversidade de produtos e serviços da feira, atratividade turística e a comercialização de comidas, considerados pontos fortes, a melhoria dos pontos fracos deve ser valorizada pelos feirantes e pelo poder público, para o fortalecimento da imagem da feira e dos negócios, assim contribuindo para garantir a segurança alimentar dos consumidores. Para analisar a condição socioeconômica das boieiras foi associado a renda familiar mensal com o consumo de gás dos empreendimentos, assim categorizando-as em três níveis de atividade (alto, médio e baixo), notou-se que a maioria das boieiras (69,09%) têm baixo desempenho na atividade, as de médio são 27,27% e alto desempenho 3,64%. Em relação ao o potencial empreendedor a maioria dos feirantes apresentaram demonstraram pouca gestão no processo produtivo e financeiro dos negócios, proporcionando pouco investimento em bens de capital, assim como o baixo nível de cooperação entre as boieiras, o que fragiliza a ampliação e sucesso da atividade. Outro aspecto observado foi quanto as questões higiênico-sanitárias das barracas que na maioria dos casos não estão de acordo com as Boas Práticas de Manipulação de Alimentos, faltando fiscalização por parte da administração pública, assim como implementação de políticas públicas de crédito adequadas e incentivar o empreendimento das boieiras.

Palavras-chave: Feiras e mercados; Segurança alimentar; Gestão; Alimentação de rua; Boieiras.

ABSTRACT

The Ver-o-Peso complex houses an architectural and landscape complex formed by markets and fairs in which we find a diversity of products, services and people. The fair is, above all, a place of intense social life and cultural exchange, involving activities of a commercial but also symbolic nature. This research aimed to contribute to understand the dimension of the offer of ready-to-eat foods at the fair by the cattle farmers in Ver-o-Peso (by the marketer's profile) and, on the demand side, reveal the significant attributes that influence consumption decisions. At first, through face-to-face interviews in public places with large circulation of people in the city of Belém, and at another stage with self-administered questionnaires by the Google Docs platform, aimed at open fair consumers. The second stage of the research included the application of a semi-structured questionnaire with open and closed questions, aimed at the cattle in Ver-o-Peso and a checklist for field observations. It was observed that the food sector (cattle) at the Ver-o-Peso fair is one of the sectors most sought after by consumers, second only to the horticultural sector, due to the tradition of eating at the fair and in search of typical dishes among them the fried fish with açaí. However, the issues of infrastructure, hygiene and safety are negative points according to consumers and consequently prevent other customers from attending the fair, despite its strengths of diversity, tourist attractiveness and food marketing, the improvement of weaknesses should be valued by marketers and the government, to strengthen the image of the fair and businesses and the food safety of consumers. As for the socioeconomic condition of the cattle, three levels of activity were identified (high, medium and low, to help identify establishments that over time have invested in innovation and qualification to improve the enterprise and its profitability. However, most marketers presented low level of management in the productive and financial process of the business, providing little investment in capital goods, as well as the low level of cooperation between the cattle, which weakens the expansion and success of the activity. sanitary conditions of the tents that in most cases are not in accordance with the Good Food Handling Practices, lacking inspection by the public administration, as well as the implementation of public credit policies to adapt and encourage the cattle enterprise.

Keywords: Fairs and markets; Food security; Management; Street food; Boieiras

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO GERAL	6
REFERÊNCIAS	10
2. Boieiras do ver-o-peso: tradição, cultura e valores não econômicos da culinária regional na mais importante feira da amazônia brasileira	11
RESUMO	11
ABSTRACT	11
2.1 INTRODUÇÃO	12
2.1.1 A feira do Ver-o-Peso e o contexto da alimentação de rua	13
2.2 METODOLOGIA	16
2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO	19
2.3.1 Perfil socioeconômico dos participantes da pesquisa	19
2.3.2 Ver-o-Peso: local de compras, lazer e cultura dos paraenses.....	21
2.3.3 Boieiras do Ver-o-Peso: tradição e gastronomia popular a serviço dos belenenses e turistas	30
2.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	33
REFERÊNCIAS	35
3 Empreendedorismo na feira do ver-o-peso: aspectos econômicos, sociais e sanitários no setor de alimentação pronta (comida de rua)	38
RESUMO	38
ABSTRACT	38
3.1 INTRODUÇÃO	39
3.2 METODOLOGIA	40
3.3.1 Perfil socioeconômico das boeiras do Ver-o-Peso	42
3.3.2 Gestão e empreendedorismo no setor de alimentação do Ver-o-Peso.....	45
3.3.4 Desafios frente a novos mercados e condição de saúde das boieiras	58
REFERÊNCIAS	63

1 INTRODUÇÃO GERAL

A venda de comida de rua é percebida no Brasil inicialmente por escravos de ganho ou escravos forros que comerciavam nas ruas diversos alimentos característicos da sua região em tabuleiros ou barracas com intuito de obter renda extra para si ou aos seus senhores. Esse comercio foi percebido e eternizado pelo artista e professor Jean-Baptiste Debret em sua aquarela intitulada *Négresses cuisinières marchandes d'angu* (1826) que era a representação de mulheres negras livres que vendiam angu no mercado de peixe do Rio de Janeiro, exaltando a venda de comida de rua no Brasil (Figura 1).

Figura 1: Vendedoras de Angu (Aquarela de Debret).



Fonte: Bandeira e Lago, 2007: 196.

Do mesmo modo Macêdo (2014) relata a ocorrência da venda de açaí, peixe frito e tacacá por escravas ou mulheres forras pelas ruas de Belém do Pará no século XIX, alimentos que estão intimamente ligados a cultura alimentar da região norte, devido aos hábitos alimentares de índios e escravos que eram muito presentes na região. O ato de comer na rua expressa não somente a necessidade de alimentação, mas demonstra a ligação cultural existente entre os produtos preparados que são vendidos e servidos nas ruas, onde em sua maioria os preços são acessíveis para toda a população (FONSECA et al., 2013).

Com o passar do tempo à venda de comida de rua se tornou uma atividade de importância social, econômica, e sanitária e nutricional. Nos países em desenvolvimento com o alto índice de desemprego, baixo poder aquisitivo da população e a ausência de empregos

formais, esse meio de comércio apresenta grande importância, pois gera renda e movimentação a economia local (CARDOSO; SANTOS; SILVA, 2009).

Neste contexto econômico é importante destacar o período da fundação da cidade de Belém em 12 de janeiro de 1616, por Francisco Caldeira Castelo Branco, português que edificou, em uma missão colonizadora, um pequeno forte, às margens do rio Pará. Ali, no encontro da Baía do Guajará com a embocadura do Igarapé do Piry, emerge a Feliz Lusitânia, que nasce fundamentalmente para proteção, já que outros colonizadores tinham interesse em explorar as drogas do sertão e Belém a “entrada” da Amazônia, era uma faixa de terra que já chamava atenção do mundo por seus sabores únicos (KATO; SOUSA, 2020).

No século XVIII, a cidade de Belém concentrava o comércio de produtos extrativistas, oriundos do interior da Amazônia e destinados ao mercado local e internacional e, de outro lado, era também ponto de distribuição das mercadorias europeias que abasteciam o comércio regional tornando-se, portanto, o maior entreposto comercial da Região Amazônica. Em decorrência desse intenso fluxo de mercadorias e pessoas, consolidou-se na área de ocupação inicial da cidade o complexo de feiras conhecido como "Ver-o-Peso", nome que se reporta ao antigo posto de arrecadação fiscal que ali existia (IPHAN, 2016).

Um mosaico de ofícios se desenhou ao longo dos séculos no Ver-o-Peso, como resultado e expressão da estreita convivência de sujeitos portadores de saberes tão diversos associados ao cultivo, beneficiamento e preparo, à manufatura e à indústria dos inúmeros produtos ali comercializados, os quais, por sua vez, remetem a diferentes tradições culturais. Para além do comércio, e como suporte à própria rede de trocas, o mercado absorveu também prestadores de uma diversidade de serviços que faz girar todas as vendas. Nos espaços designados pelos trabalhadores locais como setores ou blocos, materializam-se e distinguem-se os saberes de grupos profissionais específicos (IPHAN, 2011).

Com 394 anos completados em 27 de março de 2021, o Ver-o-Peso proporciona emprego/ocupação para cerca de cinco mil pessoas, injetando em torno de um milhão de reais na economia paraense a partir da comercialização de grande diversidade de produtos e serviços disponibilizados em 16 setores (alimentação, artesanato, artigos para pássaros, carnes, congelados, farinha, hortigranjeiros, industrializados, jardinagem, mariscos, mercearia, pescado, produtos medicinais, salgados, serviços e artigos de umbanda). Por lá circulam, diariamente, cerca de 50 mil pessoas em uma área de feira de mais de 25 mil metros quadrados (DIEESE, 2017; SECON, 2017).

Em 2017, segundo dados da Secretária Municipal de Economia (SECON), atuavam 816 permissionários, configurando-se como a mais tradicional e relevante feira do município

de Belém¹, o que lhe assegura posição de destaque no contexto da Amazônia, considerando o aspecto comercialização, extensão física, tempo de fundação, diversidade de produtos, e interesse internacional pela localização e atrativos turísticos.

Diante dessa grande diversidade de produtos e serviços ofertados na feira do Ver-o-Peso concentramos nossos estudos no setor de alimentação que é caracterizado por Leitão (2010) como uma área que contém as barracas de refeição e lanches, um dos maiores da feira, vendem os mais variados tipos de alimentos incluindo café da manhã, mingaus regionais e o peixe frito, ingrediente principal do almoço no Ver-o-Peso. Juntamente com o setor de ervas, é uma área de predominância feminina. Território das cozinheiras típicas da região (Boieiras), da feira de comidas e sabores. É também um território extremamente questionado em relação a sua presença no espaço de uma feira.

A problemática do setor de alimentação está pautada principalmente nas questões organizacionais dos espaços da feira, estruturais e higiênico-sanitárias e apesar da feira ter passando por alguns ciclos de reformas que promoveram ao longo do tempo: ampliação, reorganização, saneamento com água e energia elétrica para o setor de comercialização de alimentos (LEITÃO, 2010; DJP, 2014) o espaço precisa de manutenção pelo poder público e isto é indicado pelos feirantes como algo importante a o, mas que é negligenciado. Enquanto o poder público não atua no sentido de dar solução as questões estruturais vê-se necessário estudar formas de indicar autonomia aos feirantes para solução de alguns desses problemas.

Outra questão sobre a manutenção dos empreendimentos é a inserção de gestão dos estabelecimentos tanto pelo lado de organização do sistema de produção como o financeiro que é um entrave para elevação das boieiras no sentido de otimizar seus recursos e aumentar a rentabilidade dos negócios. Alinhando com as crescentes exigências dos consumidores que levam em consideração as boas práticas de manipulação e higiene dos alimentos, assim como a capacitação em atendimento e apresentação que impactam diretamente na segurança alimentar.

A oportunidade de negócio que a feira possibilita levando em consideração seus aspectos geográficos, sociais, econômicos e culturais do meio ambiente, em que os potenciais clientes se encontram inseridos, ou seja, a oportunidade de negócio é exatamente a chance de vender a solução para os problemas ou para os desejos não atendidos (ANDRE NETO et al., 2019). A exemplo da feira como espaço cultural e turístico com a oferta de alimentos únicos confeccionados por cozinheiras tradicionais e especialistas, transmitindo um local seguro, agradável e de boa qualidade.

¹ Em Belém, segundo dados da SECON (2017), existem 49 feiras e mercados oficiais.

E para isso segundo Barqueiro (2001) o investimento em bens de capital, incluindo o capital humano, são capazes de gerar rendimentos crescentes à medida que as economias se expandem, graças à difusão das inovações e do conhecimento entre as empresas e à criação de economias externas. A respeito disso a inovação do setor pode ser inserida em modificações no processo de produção, novas formas de organização e investimentos tanto em qualificação quanto em bens de capital.

Este trabalho teve como objetivo levantar o perfil dos feirantes e suas principais demandas para formular estratégias que venham a orientar tanto os empreendedores a potencializar iniciativas autônomas ou cooperadas, bem como, nortear iniciativas na esfera das políticas públicas para suprir demandas no âmbito de sua competência (segurança, infraestrutura, capacitação e crédito para modernização dos equipamentos) e, desta forma, elevar os atributos inerentes à competitividade da atividade.

Assim como conhecer os atributos subjetivos e comportamentais valorizados pelos consumidores e que os motivam a consumir esse serviço. Isso é perfeitamente desejável para alinhar a oferta dos serviços à sua demanda, assim como, para estabelecer uma proposta de valor ao negócio. Como forma de aprimorar tanto o nível de gestão dos empreendimentos, como das condições necessária para melhorar as práticas de manipulação e processamento de alimentos como forma de alavancar os negócios e, portanto, sua capacidade de atendimento dos consumidores locais e turistas, ampliando, desta maneira, sua lucratividade e autonomia para implementar melhorias estruturais para manutenção e expansão do *nicho* de mercado da atividade.

Desta forma, a presente pesquisa pretende ser uma contribuição para o estudo desta questão através da sistematização de aspectos analíticos e da proposição de intervenção a partir de políticas públicas (crédito, infraestrutura urbana, capacitação, segurança pública e alimentar, turismo) ou de iniciativas no âmbito da governança. O trabalho está estruturado em dois capítulos o primeiro destaca-se três importantes seções: uma contextualização sobre a feira do Ver-o-Peso e o contexto da alimentação de rua; Ver-o-Peso local de compras, lazer e cultura dos paraenses; Boieiras do Ver-o-Peso: tradição e gastronomia popular a serviço dos belenenses e turistas.

O segundo capítulo empreendedorismo na feira do Ver-o-Peso: aspectos econômicos sociais e sanitários no setor de alimentação pronta (comida de rua) é disposto de três subseções: perfil socioeconômico das boieiras; gestão e empreendedorismo no setor de alimentação, infraestrutura e condições higiênico-sanitária das barracas de alimentação e desafios frente a novos mercados e condição de saúde das boieiras.

REFERÊNCIAS

ANDRÉ NETO, A; ALMEIDA, A; SOUZA, C, P; ANDREASSI, T. **Empreendedorismo e desenvolvimento de novos**. Rio de Janeiro: (Gestão estratégica e econômica de negócios (FGV Management); 2 ed. Editora FGV, 2019.

BARQUEIRO, A. V. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**, tradução de Ricardo Brinco. Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística. 208p, 2001.

CARDOSO, R. C. V; SANTOS, S. M. C. dos; SILVA, E. O. Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento. **Ciência & Saúde Coletiva**, v. 14, n. 4, p. 1215-1224, 2009.

DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE). **Levantamento sobre a movimentação na feira do Ver-o-Peso**. Belém: DIEESE, 2017.

DPJ - ARQUITETURA E ENGENHARIA LTDA. **Revitalização da feira do Ver-o-Peso**:projeto básico. Belém: DPJ, 2014.

FONSECA, M. T.; KULCSAR, J.; PREGNOLATO, J.; LEME, M B. Comida de rua na cidade de São Paulo, SP: uma breve descrição. **Revista Rosa dos Ventos**. v. 5, n. 2, p. 312-318, 2013.

IPHAN. **Ver-o-Peso**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/828>. Acesso em: 15 jan. 2018.

IPHAN. **Ver-o-Peso** / Luciana Carvalho. - Belém: IPHAN, 2011. 40 p.:II

KATO. H. C. A; SOUZA. D. N. Belém do Pará: Trajetória de uma cultura alimentar de mais de 400 anos de saberes e sabores. **Revista Humanidades e Inovação** v.7, n.16 – 2020.

LEITÃO, W. M. **Ver-o-Peso: estudos antropológicos no Mercado de Belém**. Belém, PA: NAEA, 2010. 269 p.

MACÊDO, S. C. F. **Do que se come: uma História do abastecimento e da alimentação em Belém 1850-1900**. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2014. v. 1. 280 p.

SECRETÁRIA MUNICIPAL DE ECONOMIA (SECON). **Dados quantitativos quanto ao número de permissionários e equipamentos nas unidades de abastecimento municipal de Belém**. Belém: SECON, 2017.

2. BOIEIRAS DO VER-O-PESO: TRADIÇÃO, CULTURA E VALORES NÃO ECONÔMICOS DA CULINÁRIA REGIONAL NA MAIS IMPORTANTE FEIRA DA AMAZÔNIA BRASILEIRA

RESUMO

A feira do Ver-o-Peso nasceu de um antigo ponto de aferição de impostos fiscais e mais tarde foi um importante entreposto comercial que recebia produtos das ilhas e outras localidades. Ao longo dos séculos consolidou-se por contribuir com o desenvolvimento da socioeconomia paraense desde o período das drogas do sertão, ciclos do cacau e da borracha até chegar aos dias atuais. Hoje, considerada como a maior e mais famosa feira livre da América Latina, nesta pesquisa, estudou-se o setor de comercialização de refeições prontas (boieiras do Ver-o-Peso) pela representatividade na oferta de alimentação de baixo custo e de relevante significado para qualificar a segurança alimentar de seus usuários, bem como por seu potencial para valorizar aspectos da gastronomia e do turismo paraense, oportunizando a inserção de pequenos empreendedores em um mercado de vulto financeiro na economia contemporânea. A pesquisa foi realizada com base em uma amostra representativa da população do município de Belém, capital do estado do Pará, na Amazônia brasileira, com o propósito de analisar os aspectos da percepção dos consumidores quanto às questões cultural, atrativo turístico, condição de infraestrutura, padrão higiênico-sanitário e comercialização das refeições ofertadas pelas boieiras do Ver-o-Peso. Os resultados encontrados apontam aspectos relevantes para a elevação do capital humano e físico (infraestrutura e equipamentos) no setor de refeições da feira do Ver-o-Peso, com vistas a atender os padrões de gestão do empreendimento e segurança alimentar requerido para a atividade.

Palavras-Chave: Alimentação de rua, Economia urbana, Feiras e mercados, Segurança alimentar.

ABSTRACT

Inaugurated in 1627, as a goods checkpoint and tax collection in the incipient Amazon economy, the Ver-o-Peso fair was consolidated for contributing to the Pará socioeconomy development from the period of the backcountry drugs, cocoa and rubber cycles to present days. In 1977, the Institute of National Historical and Artistic Heritage (IPHAN) recognized the fair as an architectural and landscape ensemble, being considered the largest free market in Latin America. In this research, it is studied the sector of ready meals sale (Ver-o-Peso boieiras) for the representativeness in the offer of low cost food and of relevant meaning to qualify the food security of its users, as well as for its potential to value aspects of the gastronomy and the tourism of Pará. This provides an opportunity for small entrepreneurs to enter in an important financial market in the contemporary economy. The research was conducted based on a representative sample of the population of Belém, capital of Pará state, in the Brazilian Amazon, with the purpose of analyzing the aspects of consumer perception regarding cultural issues, tourist attractiveness, infrastructure conditions, hygienic-sanitary standards adopted and commercialization of meals offered by the Ver-o-Peso boieiras. The results points out relevant aspects for the increase of human and physical capital (infrastructure and equipment) in the meals sector of Ver-o-Peso fair, in order to meet the standards of enterprise management and food safety required for the activity.

Keywords: Street food, Urban economy, Fairs and markets, Food security.

2.1 INTRODUÇÃO

É consensual na documentação de instituições internacionais e nacionais que os mercados trazem vida aos lugares urbanos e favorecem a criação de sinergias entre agentes e a comunidade, constituindo experiências únicas de compras e sociabilização. As feiras e mercados urbanos envolvem diferenciados atores locais, que interagem em redes formais, através de parcerias institucionais, ou de relações informais, através de conhecimentos individuais ou colaborações organizacionais. Atraem consumidores e empreendedores e geram fluxos de pessoas que animam os espaços. Neste sentido, são consideradas forças motrizes das vivências e do desenvolvimento econômico local (FERREIRA; MARQUES; GUERRA, 2015).

Neste particular as feiras e mercados assumem uma importante função econômica, social e cultural para as cidades e para o seu desenvolvimento já que se configuram como local de comércio, relações sociais, circuitos de integração entre a produção e o consumo e de fluxos de pessoas e informações. Constituem-se, pois, como oportunidade de emprego/ocupação e geração de renda para segmentos da população, especialmente para grupos econômicos mais vulneráveis, da mesma forma que estimula o lado da oferta de bens e serviços no mercado local e, assim, contribui para ampliar o dinamismo das cidades, inclusive quanto aos aspectos modernos atinentes à economia criativa, gastronomia e o turismo.

Inaugurada em 1627, a feira do Ver-o-Peso, que inicialmente era apenas um posto de aferição de mercadorias e arrecadação de impostos (CRUZ, 1962), passou a ser um grande mercado aberto, mais tarde (1977) reconhecido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) como conjunto arquitetônico e paisagístico. Atualmente é considerada como a maior feira livre da América Latina. É, acima de tudo, um lugar de intensa vida social e intercâmbio cultural, onde uma complexa teia de relações sociais é tecida, envolvendo atividades de natureza comercial, mas também simbólica (IPHAN, 2018).

Assim, por seu simbolismo, dinamismo social, diversidade cultural e de bens e serviços comercializados, é objeto deste estudo no contexto de investigações socioeconômicas, dada sua importância não somente para o município de Belém (PA), mas também para a região amazônica, pois assumiu grande influência na construção da identidade cultural e econômica para milhares de indivíduos, quer seja de forma direta ou indireta (MENEZES, 1959; MAUÉS; SCHEINER, 2016; IPHAN, 2018).

Entre os setores de atividades existentes no Ver-o-Peso, nesta pesquisa, elegeu-se o de alimentação, ou seja, o setor onde se concentram as atividades de elaboração e comercialização de refeições prontas (boieiras do Ver-o-Peso). Apesar de participar em uma escala reduzida com relação às grandes produções industriais, a venda de comida na feira configura-se como

uma alternativa para a oferta de refeições em bases solidária (SANTOS et al., 2013) e de relevante significado para qualificar a segurança alimentar e nutricional de seus usuários, assim como atrativo para valorizar aspectos da gastronomia e do turismo paraense (SOUSA;PENNA, 1965; TOCANTINS, 1976;RITMOS., 2020), oportunizando a inserção de pequenos empreendedores em um mercado de grande representatividade financeira e na absorção de mão de obra na economia contemporânea (CALLONI, 2013; ALIMI, 2016).

Apesar do reconhecimento quanto à importância que a comercialização de alimentos no Ver-o-Peso possui, seus componentes ditos fundamentais para sua permanência estão bastante descompensados da necessidade biológica de comer, que está inserida em um sistema de valores, dentre eles, a estrutura e higiene do local, além do bom atendimento e segurança para transitar nesses locais (POULAIN, 2004).

Nesta pesquisa, levantou-se os atributos subjetivos e comportamentais valorizados pelos consumidores e que os motivam a consumir esse serviço, no que se refere às questões socioculturais e econômicas atribuídas a feira do Ver-o-Peso, especialmente as atinentes ao setor de comercialização de refeições prontas (boieiras do Ver-o-Peso) quanto aos aspectos relacionados às preferências de consumo, condições de infraestrutura do espaço e as relações econômicas e comportamentais.

2.1.1 A feira do Ver-o-Peso e o contexto da alimentação de rua

A comercialização de comida pronta na feira do Ver-o-Peso emerge do intenso movimento e comércio de produtos no porto de Belém durante o boom da borracha (1879-1912), quando se estabeleceu a necessidade de abrigar os comerciantes e adequar visualmente essas atividades ao padrão europeu, ou seja, assegurar aos seringalistas e outros agentes da economia da borracha, no século XIX, um ambiente confiável em limpeza, além de bonito e saudável.

Muitos romances e documentos históricos dão conta da importância gastronômica dessa feira ao longo do tempo (TUPINAMBA, 1959; MENEZES, 1959; PENTEADO, 1968; TOCANTINS, 1976; JURANDIR, 1991). Por questões históricas, culturais, apelo turístico por sua localização na porta de entrada da Amazônia e preço acessível, a comercialização de comida na feira do Ver-o-Peso se consolidou. Porém, contemporaneamente, por questões sanitárias, carência de infraestrutura, insegurança e concorrência com outros espaços, muitos consumidores têm deixado de frequentar o lugar.

Os problemas com a precariedade de manutenção e conservação do local são visíveis, a exemplo da falta de conservação nas lonas das barracas, ineficiência na limpeza e coleta de lixo, deficiência na oferta de sanitários públicos, alagamento do espaço em razão da imperfeição

no sistema de drenagem (MAIA, 2020; CAVALCANTI, 2020) e os muitos relatos de ocorrência de furtos são comuns. Estas questões são apenas algumas das regras impostas pela sociedade moderna que influenciam, diretamente, na escolha de onde se alimentar.

As feiras e a comercialização de comidas de rua tem se configurado como atividades de importância social, econômica, sanitária e nutricional, principalmente nos países em desenvolvimento, em razão desse comércio representar significativa fonte de renda diante dos elevados índices de desemprego, escassez de postos de trabalhos formais, baixo poder aquisitivo da população, acesso limitado à educação e ao mercado de trabalho formal, além das migrações da zona rural para a urbana, em virtude da degradação das condições de vida no campo (COSTARRICA; MORÓN, 1996; ULISSEA, 2006; ALIMI, 2016).

A literatura especializada, por sua vez, aponta uma deficiência das políticas públicas e estratégias de intervenção no domínio desse segmento, particularmente quanto aos riscos sanitários e de saúde pública com o consumo dessa alimentação. Nessa linha, são recomendadas iniciativas no âmbito do fortalecimento das políticas para fomento do segmento, da mesma forma de se recente de uma maior regulação do setor (normas, diretrizes, códigos sanitários e fiscalização), assim como do treinamento para manipuladores e vendedores de rua (CARDOSO; SANTOS; SILVA, 2009; ALIMI, 2016).

Deste modo, o comércio de alimentos em espaços públicos apresenta faces contraditórias, pois ao mesmo tempo em que pode permitir acesso à renda para o segmento da população mais carente, também pode ser agente de graves problemas de saúde pública, pela transmissão de vários patógenos em razão da precariedade com os cuidados higiênico-sanitários (WHO, 2002; CARDOSO; SANTOS; SILVA, 2009). Nesse contexto, questões sobre a estrutura, organização e medidas de caráter público emergem e carecem de investigação, como destacam CARDOSO, SANTOS E SILVA (2009) E ALIMI (2016).

De forma global, no âmbito das feiras e no seu entorno, intensifica-se, como atividade relevante, a comercialização de comidas de rua. Conceitualmente, essa atividade representa o conjunto de alimentos e bebidas prontos para consumo, preparados ou vendidos, por vendedores ambulantes, especialmente nas ruas e/ou lugares públicos (WHO, 2002). No município de Belém as tradicionais tacacazeiras², carros de cachorro quente e as boieiras do Ver-o-Peso são referências marcantes.

²Vendedoras de tacacá nos espaços públicos de cidades amazônicas. O tacacá é um prato culinário tipicamente paraense preparado a partir do tucupí, goma de mandioca, jambu (*Sphylanthessoleracea L.*) e camarão seco, servido bem quente dentro de uma cuiá (fruto da cueira) e comercializado pelas tacacazeiras em barracas ou carrinhos nas ruas. O alimento é herança dos povos indígenas e um dos símbolos da identidade cultural do paraense.

A falta de higiene, no entanto, é uma preocupação quando se fala de comida de rua em regiões pobres, devido à precária ou nenhuma infraestrutura que os comerciantes têm em seus espaços, colocando em risco a segurança alimentar dos consumidores. Segundo Alimi (2016) os escassos recursos, dos países em desenvolvimento, que poderiam ter sido utilizados para o fomento da infraestrutura estão sendo canalizados para o tratamento de surtos de doenças evitáveis, em razão da negligência de manipuladores de alimentos e da falta de um sistema eficiente de regulação.

Com 393 anos de existência, o Ver-o-Peso proporciona emprego/ocupação para cerca de cinco mil pessoas, injetando em torno de um milhão de reais na economia paraense a partir da comercialização de grande diversidade de produtos e serviços disponibilizados em 16 setores (alimentação, artesanato, artigos para pássaros, carnes, congelados, farinha, hortigranjeiros, industrializados, jardinagem, mariscos, mercearia, pescado, produtos medicinais, salgados, serviços e umbanda). Por lá circulam, diariamente, cerca de 50 mil pessoas em uma área de feira de mais de 25 mil metros quadrados (DIEESE, 2017; SECON, 2017). Uma vista aérea desde imponente e belo complexo é visualizada na Figura 1, com destaque para sua localização às margens da baía do Guajará, a grande extensão que ocupa no centro histórico de Belém (PA) e a fachada de alguns casarões históricos dentro do espaço.

Em 2017, segundo dados da Secretária Municipal de Economia (SECON), atuavam 816 permissionários, configurando-se como a mais tradicional e relevante feira do município de Belém, o que lhe assegura posição de destaque no contexto da Amazônia, considerando o aspecto comercialização, extensão física, tempo de fundação, diversidade de produtos ofertados, interesse internacional pela localização e por seus atrativos turísticos.

O setor de alimentação da feira se estabelece, pois, como um espaço de possibilidades, que para pô-las em evidência diante desse novo padrão de exigências sanitárias e de governabilidade impostas pela sociedade e governos, principalmente após a pandemia da Covid-19, necessitará de outra mentalidade para implementar novos negócios ou mudanças naqueles já existentes, com alterações que envolvem inovação (no sentido de tornar algo já existente, em novo) e assumir riscos, ou seja, praticar o empreendedorismo proposto por Schumpeter (1988) como estratégia empresarial e, por convergência, para o desenvolvimento regional como discutido por Rebello e Homma (2017).

Há de se destacar, ainda, que a produção e comercialização de refeições nessa feira movimenta uma série de atividades econômicas dentro e no seu entorno, já que vários insumos

dessa produção (açai, peixes, pato, mandioca, maniva³, tucupi⁴, verduras, frutas regionais) são adquiridos ali mesmo, advindos, em grande parte, da produção familiar de municípios ribeirinhos próximos, configurando redes de comercialização de produtos através dos chamados circuitos curtos da economia⁵.

Desde sua fundação, a feira passou por apenas três revitalizações significativas, a primeira no ano de 1968, a segunda em 1980 e a terceira em 1999 (DPJ, 2014). Merece registro que a Prefeitura Municipal de Belém (PMB), em meados de 2019, iniciou uma reforma emergencial no sistema elétrico da feira e o restauro do Solar da Beira (casarão histórico localizado nesse espaço), que se estende até o momento (out./2020). Na feira do Ver-o-Peso, as lonas das barracas são baixas e provocam uma sensação térmica de alta temperatura, além de causar problemas sérios de vazamentos de águas que dificultam a comercialização e a conservação de alimentos naquele espaço. Essas constatações indicam o quanto ainda precisa ser melhorado (CAU/PA, 2016).

Diante desse contexto, faz-se necessário conhecer os atributos subjetivos e comportamentais valorizados pelos consumidores e que motivam a existência desse mercado. Isso é desejável para alinhar a oferta dos serviços a sua demanda, assim como, para estabelecer uma proposta de valor ao negócio e de intervenções públicas para assegurar condições adequadas de segurança alimentar e nutricional.

2.2 METODOLOGIA

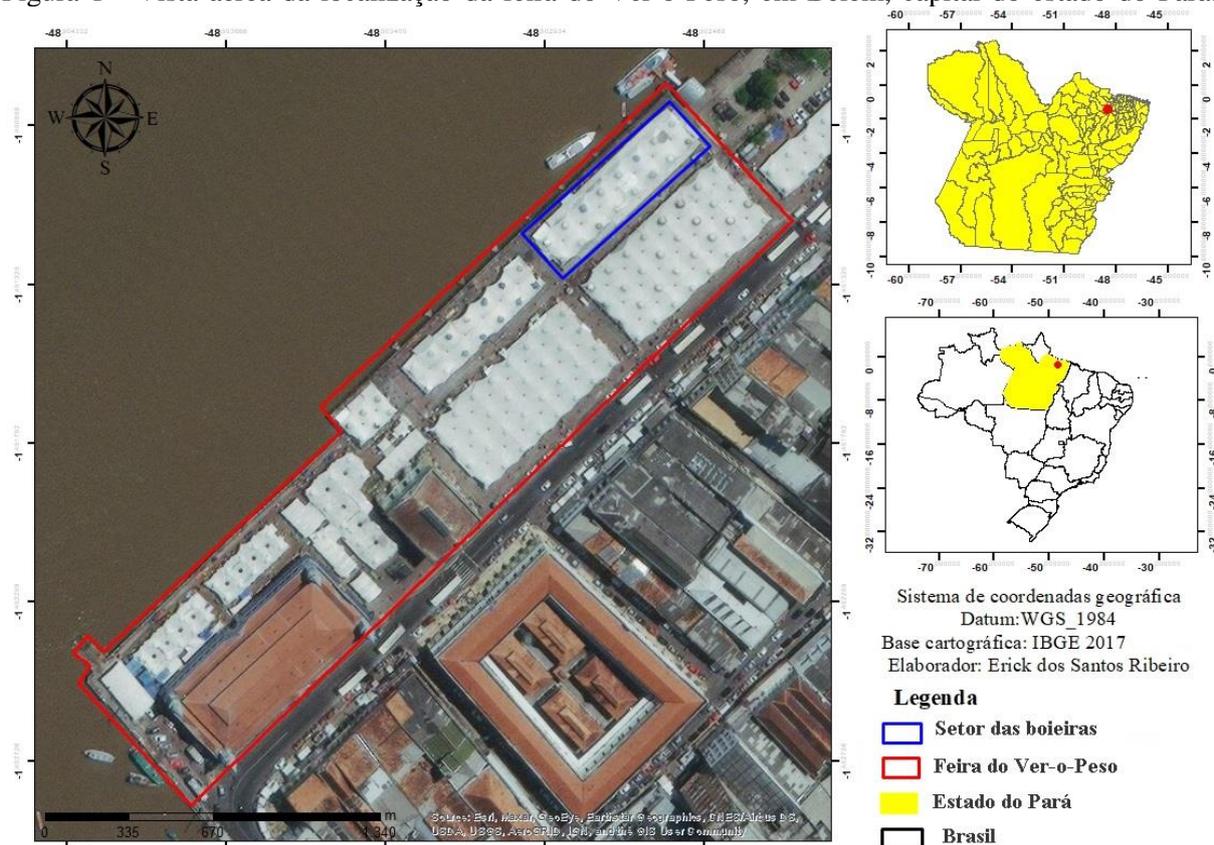
A presente pesquisa foi realizada no município de Belém, capital do estado do Pará, na Amazônia Oriental com foco de pesquisa no setor de alimentação da feira do Ver-o-Peso (Figura 1). Os dados primários foram coletados entre os meses de setembro e dezembro de 2019 junto a 392 belenenses, maiores de idade e com capacidade de compra. Buscou-se, ainda, que essa amostra representasse os diferentes estratos de rendas, idades, sexos e atividades laborais.

³ Folha moída da mandioca (*Manihot esculenta Crantz*) que é o ingrediente principal da maniçoba, um dos pratos mais apreciados na culinária paraense ao lado do pato no tucupi e do tacacá. A maniçoba lembra uma feijoada, mas no lugar do feijão, usa-se a maniva que deve ser cozida por ao menos sete dias, para se eliminar o alto teor de ácido cianídrico presente na folha, tornando-o alimento seguro ao consumo humano.

⁴ Líquido amarelado intenso extraído da mandioca que encanta por seu sabor único e ácido. Tipicamente paraense, é utilizado como ingrediente em uma infinidade de pratos regionais, a exemplo do pato no tucupi e tacacá. O produto está se tornando artigo *gourmet* depois de valorizado por renomados chefs brasileiros e estrangeiros.

⁵ Os circuitos curtos da economia (ou cadeias curtas) permitem remuneração mais correta ao produtor, preços mais justos ao consumidor, incentivo à produção local e à transição para sistemas mais sustentáveis, e que comprar em cadeias curtas diminui o impacto ambiental pela redução de embalagens (plásticas) e pelo menor gasto energético com transporte. Sobre o assunto ver, por exemplo, Darolt et. al. (2016).

Figura 1 - Vista aérea da localização da feira do Ver-o-Peso, em Belém, capital do estado do Pará.



Fonte: Mapa elaborado a partir dos dados da base cartográfica IBGE 2017.

Na figura 1 pode-se ter uma visão das barracas cobertas de lona branca que compõem parte significativa dos 16 setores da feira. O casarão imponente em amarelo é o Solar da Beira (que atualmente passa por restauração, depois de longo período de abandono). Mais à frente, em azul, tem-se uma vista dos fundos o mercado de peixe (construção centenária em estrutura de ferro importado da Europa, com destaque para suas quatro torres). A imagem permite, ainda, ter uma noção do fluxo diário de pessoas e embarcações na baía.

Figura 1 - Vista panorâmica da feira do Ver-o-Peso, às margens da baía do Guajará.



Fonte: Cristino Martins, 2017. Link: <https://www.diariodaamazonia.com.br/ritmos-pitadas-sons-e-essencias-do-ver-o-peso/>

O universo amostral desta pesquisa foi definido por critérios de representatividade estatística, considerando a população do município de Belém que era estimada, em 1º de julho de 2019, em 1.492.745 habitantes (IBGE, 2019). Para definição da amostra considerou-se uma margem de erro de 4,95% com intervalo de confiança de 95% de probabilidade, conforme utilizado em pesquisas semelhantes (MANGAS et al., 2016; SOUSA et al., 2020). O questionário foi previamente testado e, ademais, foram descartados os que tiveram problemas no preenchimento na fase da pesquisa.

O método de pesquisa adotado foi o de entrevistas, apropriado para diagnosticar o comportamento de uma população (FREITAS et al., 2000; BABBIE, 2001, MANGAS et al., 2016). Foram combinadas duas modalidades para levantamento dos dados a partir desse método, a saber: i) survey não supervisionado, quando não há um entrevistador presente, que contemplou 37,50% (147 respondentes) dos dados levantados; e, ii) survey supervisionado, quando o entrevistador faz as perguntas diretamente a cada informante, com 62,50% (245 respondentes) dos dados obtidos. A estratégia de diversificação na forma de levantamento das informações visou aumentar a agilidade na coleta dos dados, reduzir custos e ampliar a diversidade do público participante na pesquisa, atingindo, ao mesmo tempo, segmentos com facilidade de acesso as tecnologias digitais, mas com barreiras para realizar contato presencial em locais públicos, e os indivíduos de renda mais baixa e frequentadores de espaços públicos.

Na modalidade presencial as entrevistas foram realizadas em três categorias de espaços: i) duas praças de grande circulação no centro do município de Belém (praça da República e praça Batista Campos), geralmente nos fins de semana, quando converge um fluxo intenso de pessoas dos bairros residenciais em busca de lazer; ii) nos espaços públicos dos campus das duas Universidades Federais com sede na capital (UFRA e UFPA), preferencialmente abordando empregados terceirizados de serviços gerais e prestadores de serviços administrativos para atingir público de menor classe de renda; e, iii) na praça de alimentação do *shopping* localizado no centro comercial de Belém. Evitou-se realizar o levantamento de dados nas feiras para não influenciar as respostas das questões comportamentais.

O questionário para autopreenchimento (survey não supervisionado) foi disponibilizado pela ferramenta *Google Docs*, na forma de *link* com uma mensagem introdutória explicando os propósitos da pesquisa e a forma de preenchimento do instrumento. O questionário foi enviado por *e-mail* a uma rede de contatos constituída por mais de mil endereços eletrônicos envolvendo professores (universitários, ensino médio e fundamental), bancários, profissionais liberais de nível superior, moradores de um prédio residencial de classe média na capital, profissionais vinculados a entidades de classe profissional e servidores públicos (federal, estadual e municipal). Os instrumentos de coleta de dados utilizados nas duas modalidades (presencial e online) tinham a mesma estrutura e questões.

Os questionários/formulários foram preenchidos anonimamente, ou seja, sem nenhuma informação que pudesse ser usada para identificar os participantes. Os informantes sabiam que estavam participando de um levantamento de dados para análise científica e nenhum dos participantes expressou desconforto ou pediu para retirar seus dados do estudo.

2.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

2.3.1 Perfil socioeconômico dos participantes da pesquisa

Os entrevistados residem em sua quase totalidade (96,43%) no município de Belém, tendo sido considerada as respostas de residentes no município de Ananindeua (3,32%) e Marituba (0,26%), por serem municípios perfeitamente integrados com a dinâmica urbana da capital e os respondentes possuírem identidade com as questões de interesse da pesquisa. Os participantes vivem em 45 bairros distintos, o que dá uma significativa representatividade das classes de renda, pois a localização dos domicílios está bem distribuída e compatível com as faixas de renda.

A amplitude na distribuição de renda familiar dos entrevistados é importante para não representar nenhum viés de classe social nos resultados da pesquisa. Assim, constatou-se que

14,03% recebiam até um salário mínimo (S.M) e 1,02% mais de 18 S.M, indicando que todos os estratos de renda foram contemplados na amostra. A baixa participação do estrato superior era esperada, em razão da alta concentração de renda do país nas mãos de cerca de 1% da população (SOUZA; MEDEIROS, 2017). As faixas de 1 a 3 S.M e de mais de 3 a 6 S.M foram a que mais tiveram participação com, respectivamente, 47,19% e 18,11%. Os estratos de rendas seguintes (+6 a 9 S.M; +9 a 12 S.M; +12 a 15 S.M; +15 a 18 S.M) somaram juntos 19,64%, com variação entre 7,14% (+6 a 9 S.M) e 3,06% (+12 a 15 S.M). Tabela 1. O salário mínimo no Brasil, em 2019, era de R\$ 998,00.

Tabela 1- Percentual da renda total da família dos entrevistados incluindo agregados

Renda Familiar	Percentual (%)
Até 1 salário mínimo	14,03
De 1 a 3 salários mínimos	47,19
De 3 a 6 salários mínimos	18,11
De 6 a 9 salários mínimos	7,14
De 9 a 12 salários mínimos	5,36
De 12 a 15 salários mínimos	3,06
De 12 a 15 salários mínimos	4,08
De 12 a 15 salários mínimos	1,02

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Quanto ao sexo, 52,55% eram mulheres e 47,45% homens demonstrando certo equilíbrio. Essa estratificação, ainda que seja fruto do acaso, era preferível com vistas a manter uma neutralidade de gênero, uma vez que ambos os sexos, no contexto da decisão de compra de refeições prontas, na sociedade moderna, assumem certa equivalência de papéis.

A amplitude de idade dos respondentes variou entre 19 anos (0,76%) e 80 anos (0,26%), sendo a média das idades de 44 anos. Observa-se uma distribuição com característica normal para a idade dos respondentes, com a faixa de 40 a 49 anos concentrando 27,55% dos entrevistados. Essa característica da distribuição etária dá uma boa representatividade dos atributos do universo, quanto aos propósitos de análise do estudo.

A escolaridade é uma importante variável para se avaliar o grau de entendimento e percepção dos participantes sobre o tema abordado na pesquisa. A maior participação foi o de pessoas com ensino superior completo (36,99%), seguido pelo ensino médio completo (31,89%), ensino superior incompleto (14,29%) e ensino médio incompleto (9,18%). Os com ensino fundamental completo e incompleto somaram 7,65%.

Quanto à ocupação profissional dos entrevistados, tem-se uma grande diversidade. A maioria (22,96%) é de profissional autônomo, como vendedores, comerciantes e motoristas de

aplicativos. Os empregados do setor privado são 20,66%. Os funcionários públicos somam 15,56%, sendo representados pelas três esferas, a saber: federal (6,89%), estadual (6,63%) e municipal (2,04%). Os estudantes universitários são 11,48%, sendo que boa parte é representada por discentes de programas de pós-graduação, o que denota um maior nível de maturidade e comprometimento com as decisões de compras da família. Outros grupos representativos foram: professores (7,14%), aposentados e pensionistas (6,38%), donas de casa (6,12%), desempregados (3,83%) e outras categorias de menor representatividade que juntas somaram 5,87%. Essa pluralidade de conhecimento e vivência qualifica, ainda mais, as informações e análises desenvolvidas.

2.3.2 Ver-o-Peso: local de compras, lazer e cultura dos paraenses

Entre os entrevistados, 22,70% disseram frequentar à feira do Ver-o-Peso com certa regularidade e 19,39% não vão a essa feira. Outros 57,91% frequentam o Ver-o-Peso com pouca regularidade. Entre os que disseram não frequentar, as razões apontadas foram a distância de sua residência (60,00%), sensação de insegurança do local (16,67%), precariedade na higiene do espaço (11,67%) e falta de tempo para frequentar (11,67%).

Quanto aos setores existentes na feira do Ver-o-Peso, os mais demandados pelos consumidores são às barracas que comercializam hortifrutigranjeiros (frutas, legumes, hortaliças, tucupi, ovos, maniva, macaxeira) e as de alimentação pronta (boieiras) com, respectivamente, 55,64% e 47,37% das preferências reveladas. No caso dos hortifrutigranjeiros essa preferência está associada à diversidade de produtos ofertados; a ideia de que os produtos estão mais frescos por conta da feira localizar-se próxima à doca de embarcações, sugerindo menor tempo na logística de transporte e comercialização; e, a possibilidade de conciliar a compra destes itens com outros produtos de interesse ofertados na própria feira. A Tabela 2 apresenta um *ranking* das preferências por cada setor existente na feira.

Tabela 2 - Preferência dos consumidores quanto aos setores da feira do Ver-o-Peso (em %), 2019.

Setores da feira do Ver-o-Peso	%
Hortifrutigranjeiros (frutas, legumes, hortaliças, tucupi, ovos, maniva, macaxeira)	55,64
Alimentação pronta - boieiras (refeições e lanches)	47,37
Farinha (farinha de tapioca, d'água, seca e goma)	36,09
Pescado (peixe fresco)	34,96
Congelados (polpas de frutas, massa de caranguejo, camarão)	25,94
Artesanato (artigos regionais em cerâmica, fibras vegetais, cuias, remos, outros)	22,93
Produtos medicinais (ervas, cascas, cipós, óleos e diversos artigos da fauna local)	18,05
Mariscos (caranguejo, camarão fresco, mexilhão, ostra)	16,17

Salgados (camarão e peixes secos)	15,79
Carnes (bovina, suína, aves, vísceras)	11,28
Industrializados (confeções, caçados, bijuterias, redes, móveis)	9,77
Jardinagem (plantas, adubos)	4,14
Umbanda (artigos de umbanda em geral)	3,01
Mercearia (carvão, cereais, condimentos, enlatados, ração)	0,75

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Nota: o respondente tinha a opção de apontar mais de um setor de preferência em sua resposta, portanto, a soma das participações relativas será maior que 100%. O setor de serviços (centro lotérico, jornaleiro, consertos de bicicleta, salão de beleza, pet-shop, relojoeiro, sapateiro) e artigos para pássaros (gaiolas, alpiste) não foram mencionados como preferidos pelos entrevistados.

No caso das boieiras, os relatos indicam que o aspecto da tradição de se alimentar na feira e a localização às margens da baía do Guajará, aproveitando os atrativos da vista e ventilação (Figura 2), acabam favorecendo a atividade. Outro aspecto ressaltado é o fato de o setor ser considerado um espaço privilegiado de interação social com figuras peculiares como é o caso da “Bikesom” que circula pela feira tocando música de diversos gêneros (Figura 3), inclusive os ritmos regionais como carimbo, brega, guitarrada, merengue e tecnobrega, e os batedores de açaí (Figura 4) que fornecem o tradicional “vinho” do açaí para as boieiras.

O setor de produtos medicinais, conhecido localmente como erveiras do Ver-o-Peso, que desponta como sétimo no *ranking* das preferências (Tabela 2), é uma tradição especial da feira, como descrito no clássico estudo de Tocantins (1976). Lá são comercializadas ervas, cascas, cipós, óleos, sementes, raízes e diversos produtos da fauna amazônica utilizados no preparo de chás, defumações, infusões, garrafas e banhos para os mais diversos propósitos e apelo folclórico ou turístico. Esse setor é muito apreciado pelos turistas em razão da riqueza de produtos, cheiros e cores e pela boa conversa das erveiras em repassar seu saber próprio dos povos da floresta e de curiosas crendices e pajelanças.

A área da plataforma (parte superior) do setor de alimentação é onde se encontra as boieiras que tem vista privilegiada para a baía de Guajará demonstrada na Figura 2. No mesmo sentido a Figura 3 mostra a área da como na área da plataforma o espaço é disputado pelos visitantes da feira, formando grande aglomeração de cadeiras, mesas e pessoas.

Figura 2 - Setor de alimentação da feira do Ver-o-Peso (boieiras do Ver-o-Peso), com vista privilegiada para a baía do Guajará.



Fonte: os autores (2019).

Figura 3: Vista panorâmica do setor de refeições do Ver-o-Peso.



Fonte: os autores (2019).

Na área plana do setor de alimentação encontramos um espaço onde ocorre o beneficiamento do fruto de açaí, as máquinas de açaí ou bateadeiras de açaí, são cilindros grandes feitos de inox que trituram o fruto com adição de água transformando na polpa concentrada de açaí o qual é servido com peixe frito na feira do Ver-o-Peso (Figura 4).

Figura 4 - Tradicionais bateadores de açaí no setor de refeições da feira do Ver-o-Peso.



Fonte: os autores (2019).

A opinião dos entrevistados quanto às condições de infraestrutura, segurança, acessibilidade, atratividade do espaço, condições de higiene da feira e a percepção sobre a qualidade, variedade e preço dos produtos comercializados é apresentada na Tabela 3.

Tabela 3 - Percepção dos entrevistados quanto aos atributos de infraestrutura, segurança e de comercialização na feira do Ver-o-Peso (em %), 2019.

Atributos avaliados	Categoria	Ruim	Razoável	Bom	Muito	Excelente
					Bom	
Acessibilidade para pessoas com dificuldade de mobilidade	Inf	68,33	27,57	3,81	0,29	0,00
Limpeza e higiene do local	Inf	58,19	36,26	5,26	0,29	0,00
Facilidade de estacionamento	Inf	59,59	31,56	8,26	0,59	0,00
Padronização das barracas	Inf	38,28	39,17	21,07	1,19	0,30
Condição de segurança da feira	Seg	56,89	36,07	7,04	0,00	0,00
Qualidade dos produtos vendidos	Com	2,97	21,66	60,53	14,24	0,59

Preços praticados	Com	4,44	30,77	53,85	9,17	1,78
Qualidade do atendimento	Com	5,06	26,79	52,68	12,20	3,27
Diversidade dos produtos ofertados	Com	2,96	10,06	48,52	26,04	12,43
Atratividade para o turista	Com	11,44	20,23	45,75	17,30	5,28

Fonte: dados da pesquisa.

Nota: em negrito está assinalada a maior participação relativa de cada atributo analisado. Adotou-se, ainda, as seguintes abreviaturas: Inf = infraestrutura; Seg = segurança; e, Com = comercialização.

Os atributos relacionados à infraestrutura e conservação da feira, como limpeza e higiene, facilidade de estacionamento e acessibilidade, foram os piores avaliados, com mais de 50,00% dos informantes atribuindo conceito altamente desfavorável (ruim) para esses itens. Nota-se, ainda que nenhum desses atributos recebeu menção de excelência, exceção a padronização da barraca que teve uma única citação (0,30%). Essa dimensão requer intervenção do poder público para corrigir os problemas de infraestrutura apontados, visando dotar o espaço de condições de salubridade para o bom funcionamento, ainda que a questão da higiene na manipulação dos alimentos mereça uma atenção especial quanto às boas práticas de processamento de alimentos, por parte das boeiras, com vistas a elevar o padrão higiênico-sanitário da atividade.

Entre os atributos mais bem avaliados estão os relacionados aos aspectos econômicos ou a ele associado, como preços praticados, qualidade dos produtos vendidos, qualidade do atendimento e diversidade dos produtos ofertados que receberam uma avaliação favorável (conceito bom) acima de 48,52%. É importante destacar que a diversidade dos produtos comercializados na feira do Ver-o-Peso foi a que recebeu maior nível de excelência, pois 12,43% avaliaram esse atributo como excelente.

Como apresentado na Tabela 2, a feira do Ver-o-Peso possui 16 setores de atividades, cobrindo uma gama muito diversa de produtos, principalmente artigos regionais como artesanato, produtos medicinais da flora e fauna (ervas, óleos e essências da Amazônia), peixes fresco e salgado (pirarucu), frutas nativas (bacuri, biriba, castanha-do-pará, cupuaçu, pupunha, uxi e tantas outras) e as cultivadas localmente e importadas, entre outros itens.

Ao classificar a atratividade para o turista alguns entrevistados destacaram em suas falas que “atrativo não é, mas eles gostam”, sendo que 45,75% avaliavam esse atributo como bom, ainda que 11,44% tenham apontado como ruim. Essa manifestação expressa um tom de crítica ao poder público pelo descuido com esse patrimônio cultural do povo paraense. Apesar disso, a feira segue como um cartão-postal da cidade pela diversidade de produtos regionais ofertados, com protuberância de cores, formas e aromas; pela beleza da arquitetura de ferro dos

mercados de carne e peixe; casarões centenários; localização estratégica no centro histórico de Belém, às margens da baía do Guajará, compondo um grande circuito de visitas no seu entorno (Estação das Docas, Forte do Presépio, Casa das Onze Janelas, Catedral de Belém e outras igrejas centenárias, Palácio Antônio Lemos, praças e dezenas de outros prédios históricos) e a degustação da rica gastronomia local e pela oportunidade do contato com a típica cultura paraense com suas expressões linguísticas e saberes tradicionais, comuns entre os feirantes.

Na avaliação dos respondentes, os pontos fortes do Ver-o-Peso estão associados à oferta diversificada de produtos e serviços (34,16%), o atrativo turístico que o complexo oferece (16,15%), a comercialização de refeição pronta (15,22%), o aspecto cultura que o local representa (9,32%) e o preço favorável dos produtos (6,83%). A Tabela 4 apresenta todas as considerações dos respondentes.

Tabela 4 - Pontos fortes (forças) do Ver-o-Peso, segundo os entrevistados, 2019.

Pontos Fortes	%
Diversidade de produtos e serviços	34,16
Atrativo para o turismo	16,15
Comercialização de comidas (boieiras)	15,22
Cultura do local	9,32
Preços dos produtos	6,83
Comercialização de artesanato regional	4,66
Localização da feira	3,73
Comercialização de plantas medicinais, ervas, banho de cheiro	3,42
Comercialização de frutas	3,11
História	2,17
Qualidade dos produtos	1,24

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Essas forças devem ser valorizadas nas estratégias de revitalização e fortalecimento da imagem do complexo do Ver-o-Peso. As iniciativas, nessa linha, poderiam ser encetadas pelos setores com peso relativo mais significativo na preferência dos consumidores, como os de refeição pronta, erveiras e hortifrutigranjeiros, como discutido anteriormente.

Quanto à identidade cultural do espaço, cabe menção que em 31 de junho de 2018 foram promulgadas duas leis municipais, pela Prefeitura Municipal de Belém (Lei nº 9.393 e nº 9.395), atribuindo as boieiras e aos feirantes do Ver-o-Peso, respectivamente, a condição de Patrimônio Cultural de Natureza Imaterial do Município de Belém, como forma de reconhecer o trabalho dessas pessoas por movimentar a maior feira da América Latina e na boa recepção dos turistas, conforme a fundamentação do vereador Mauro Cristiano Freitas (PSDC), autor da proposta.

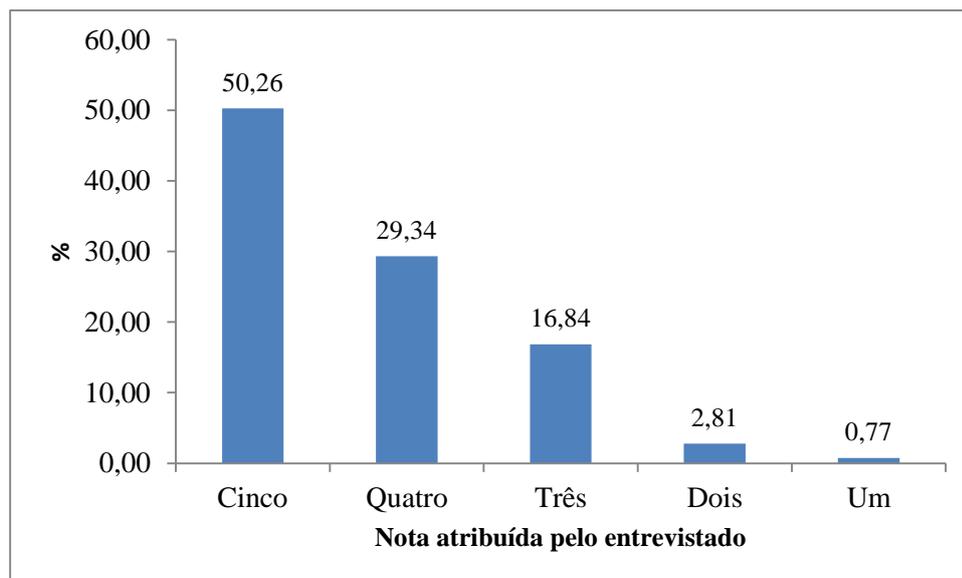
Há de se destacar, no entanto, que não será o estabelecimento de leis municipais, de cunho político e benemérito, que vai assegurar a valorização do patrimônio material ou imaterial, mas sim a manutenção de condições estruturais e normativas para o bom funcionamento dos equipamentos disponibilizados para o exercício das atividades dos feirantes e da circulação da população residente e turistas.

O simbolismo que o espaço representa para o povo paraense é outro importante aspecto a ser considerado no potencial turístico, com boas perspectivas de retorno financeiro para a economia local. Nesse particular, cabe destacar que o Ver-o-Peso foi apontado como símbolo dos 400 anos de Belém, a partir de amplo processo de votação popular, promovido pela TV Liberal, afiliada da rede Globo de televisão, por ocasião das comemorações do quarto centenário de fundação da cidade celebrado em janeiro de 2016 (Ver-o-Peso..., 2015). Da mesma forma, o fortalecimento econômico-financeiro das atividades ali desenvolvidas, materializadas em um sentimento de rentabilidade e satisfação dos feirantes, pode assegurar maior comprometimento com reinvestimentos autônomos dos próprios permissionários (feirantes) em seus negócios, dotando os empreendimentos de inovações na linha do sugerido por Schumpeter (1988).

Do ponto de vista dos consumidores, entre as motivações mais relevantes para frequentar o Ver-o-Peso, estão o apelo turístico do local (28,31%); a cultura e tradição regional fortemente representada no espaço (27,15%), ressaltada na formação étnica de seus feirantes, diversidade dos produtos comercializados, arquitetura dos prédios históricos, entre outros aspectos; diversidade de produtos ofertados (24,34%); preço mais acessível dos produtos (16,72%); boa relação com os feirantes (1,99%); e, por motivos de lazer (1,49%).

Para a maioria dos entrevistados (50,26%), o Ver-o-Peso representa o máximo grau (cinco) de importância para o patrimônio histórico e cultura dos paraenses, que somados aos 29,34% que lhe atribuem peso bastante elevado (quatro) tem-se que 79,60% lhe atribuem significativa importância como equipamento que representa a cultura, tradição e espaço de compra (Gráfico 1).

Gráfico 1: Importância atribuída ao Ver-o-Peso quanto aos atributos cultural e histórico, 2019.



Fonte: dados da pesquisa (2019).

Quanto aos pontos fracos (fraquezas) do Ver-o-Peso atribuídos pelos entrevistados, destacam-se: a insegurança do local; precariedade na higiene do espaço, com destaque para os problemas da sujeira, lixo e mau cheiro presente na feira; desorganização do espaço; infraestrutura mal conservada; má administração do complexo; presença indesejada de moradores de rua e pedintes na feira, conforme apontados na Tabela 4.

Esses problemas podem ser observados nas Figuras 5 e 6 que evidenciam as condições das lonas cobertas por mofo e a falta de limpeza regular do local com restos de verduras e legumes pelo chão. Além destes, é conveniente ressaltar que observações de campo evidenciam carência na adoção de boas práticas de higiene no processamento dos alimentos. Este é um aspecto que merece atenção especial para superar as deficiências, assim como a intensificação de ações de fiscalização para coibir práticas que imponham risco à saúde pública.

Tabela 4 - Pontos fracos (fraquezas) do Ver-o-Peso, segundo os respondentes, 2019.

Pontos fracos	%
Insegurança do local	45,18
Falta de higiene e limpeza do local	40,35
Desorganização	5,48
Infraestrutura, saneamento e estrutura das barracas	3,73
Má administração e abandono do espaço	2,85
Presença de moradores de rua e pedintes	2,41

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A insegurança da feira é apontada em 45,18% dos casos como a maior fraqueza da feira, seguido pela falta de higiene e limpeza do local (40,35%). Demonstrando que deve-se

intensificar as condutas em relação à esses aspectos para que os consumidores sintam-se mais à vontade em frequentar e permanecer no Ver-o-Peso.

Figura 5 - Lona de cobertura das barracas do setor de alimentação do Ver-o-Peso em má condição de conservação.



Fonte: Caio Maia, 2020. Link: <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2020/01/12/belem-completa-404-anos-com-principal-cartao-postal-o-mercado-do-ver-o-peso-a-espera-de-reforma.ghtml>

Figura 6 - Falta de limpeza na feira do Ver-o-Peso.



Fonte: Caio Maia, 2020. Link: <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2020/01/12/belem-completa-404-anos-com-principal-cartao-postal-o-mercado-do-ver-o-peso-a-espera-de-reforma.ghtml>

Essa percepção geral dos belenenses deve ser levada em consideração em qualquer política pública de revitalização e gestão desse espaço público. Muitos desses aspectos foram evidenciados pelos próprios feirantes em outra fase desta pesquisa ou mesmo em matérias jornalísticas recentes (Maia, 2020; Cavalcanti, 2020), fartamente veiculadas na mídia local, por ocasião das comemorações dos 404 anos da cidade de Belém, completados em 12 de janeiro de 2020.

2.3.3 Boieiras do Ver-o-Peso: tradição e gastronomia popular a serviço dos belenenses e turistas

Entre os frequentadores do Ver-o-Peso, 66,33% informaram já ter se alimentado em uma boieira. Desses, a grande maioria (89,50%) não possui uma barraca de preferência, escolhendo conforme a conveniência do momento. Outros 10,50%, no entanto, apontaram suas barracas preferidas que se restringiram a três entre 195 existentes. Nota-se, entretanto, uma preferência pelas barracas que tem visão direta para a baía. Essas barracas são tão concorridas que as boieiras ali posicionadas chegam a improvisar lonas até o batente da orla para acomodar mais cadeiras e mesas.

A frequência periódica dos consumidores as boieiras, no entanto, são baixa, uma vez que 32,65% disseram que raramente vão ao setor de alimentação da feira do Ver-o-Peso para fazer refeições com regularidade. Outros 20,41% informaram que vão de vez em quando. Esse consumo está relacionado a demandas esporádicas associadas à recepção de turistas pela família e encontro com amigos para aproveitar o atrativo da orla. A fidelização desses consumidores vai depender da criação de atrativos para cativá-los, em razão das diversas opções existentes no entorno e até mesmo nos *shoppings*, como destacado nas entrevistas.

Nesse particular, é importante ressaltar que a chegada do *shopping center* na capital paraense (Castanheira e Iguatemi), em 1993, foi extremamente relevante para alterar hábitos e padrões de consumo. Anteriormente, o centro comercial de Belém, às imediações do complexo do Ver-o-Peso, absorvia à fluência dos consumidores locais para as mais diversas necessidades de consumo. O fortalecimento das grandes redes de supermercados locais também foi outro forte concorrente à oferta das feiras, por simbolizar segurança, facilidade de estacionamento e pagamento, higiene e comodidade nas relações de compra. Na atualidade, Belém possui sete redes de médios/grandes supermercados (Líder, Formosa, Nazaré, Y. Yamada, Econômico, Mateus/Mix Atacarejo, Cidade), com 31 lojas bem distribuídas pelos bairros da capital. Os grandes *shoppings* são cinco.

É pertinente destacar que esse fenômeno foi vivenciado nas grandes cidades do mundo e do Brasil, ainda que muito anteriormente ao caso paraense, como no município de São Paulo

(SP) que tem o seu primeiro *shopping* criado em 1966 (Iguatemi), que impactou nas lojas de departamento estabelecidas a partir de 1912 (Mappin e Casa Alemã), no centro comercial paulista, migrando o consumo das famílias para as galerias até chegar aos mais de 50 *shoppings* existentes atualmente na capital.

Os consumidores fiéis às boieiras são cerca 13,28% que frequentam o espaço uma vez por mês (7,91%), quinzenalmente (3,83%), entre duas e três vezes por semana (0,77%) e uma vez por semana (0,77%). Considerando que a amostra foi aleatória, devem existir consumidores mais assíduos, já que às imediações do espaço existe uma gama de estabelecimentos comerciais com expressivo contingente de funcionários que permanecem por todo o dia na área comercial, bem como feirantes de outros setores, com necessidades por alimentação. Mesmo esses, em razão da grande oferta de estabelecimentos similares, vão exigir um padrão de qualidade dessas boieiras.

O peixe com açaí é um dos pratos populares mais tradicional da culinária paraense (Nogueira et al., 2005; Peixe frito..., 2020) e por sua vez o mais demandado pelos frequentadores das boieiras do Ver-o-Peso (Figura 7), com 43,48% da preferência. Os lanches são a segunda preferência (21,74%), seguido pelos pratos à base de peixe (12,65%). Nota-se também o consumo apenas do açaí (2,37%) não é significativo para os consumidores, já que na região norte diferentemente de outras região o açaí não é uma sobremesa, mas sim um componente fundamental no almoço dos paraenses. As demais preferências estão na Tabela 5.

Segundo Macêdo (2014) a venda de comida nas ruas e feiras de Belém tem origem nas quitandeiras que eram mulheres livres, forras ou escravas que vendiam comidas aos trabalhadores e populares de passagem. Dentre as comidas prediletas estava o peixe frito, açaí e a farinha que não podia faltar, em razão do arraigado hábito alimentar dos ribeirinhos (moradores das margens dos rios da região) onde esses produtos são muito fartos. Essa tradição se mantém por causa da grande disponibilidade desses alimentos na região.

Figura 7 - Tradicional peixe frito com açaí servido pelas boeiras na feira do Ver-o-Peso.



Fonte: os autores (2019).

Ainda há a preferência por outros pratos de comidas regionais como maniçoba, que é feita através do cozimento da folha de mandioca por no mínimo sete dias, vatapá, tacacá e caruru e as refeições completas que são a base de proteína, arroz, feijão e macarrão que são consumidas principalmente pelos feirantes de outros setores da feira, considerado um prato farto e satisfatório para esses trabalhadores.

Tabela 5 - Pratos preferidos pelos frequentadores das boeiras do Ver-o-Peso, 2019.

Pratos mais demandados	%
Peixe com açaí	43,48
Salgado e lanches (coxinhas, unha de caranguejo, bolos, sucos, café da manhã)	21,74
Peixe (frito, assado, cozido)	12,65
Comidas regionais (maniçoba, vatapá, tacacá, caruru)	9,88
Refeições completas (proteína, arroz, feijão e macarrão)	3,95
Camarão (empanado, alho, óleo e moqueca)	3,16
Pirarucu	2,77
Açaí	2,37

Fonte: dados da pesquisa (2019).

Entre os que não frequentam as boeiras (33,67%), as motivações apontadas foram a falta de higiene no espaço da feira e das barracas (61,11%), pouca atratividade do setor

(11,11%), não possuir hábito alimentar de comer fora do domicílio, por questões de restrições médicas e precauções com a saúde (11,11%), falta de tempo (6,67%), insegurança do local (4,44%), distância (4,44%) e acessibilidade (1,11%). Contudo alguns entrevistados demonstraram ter interesse em conhecer o espaço em razão de comentários positivos de familiares, colega ou amigos, como destacou um dos entrevistados referindo-se aos seus colegas de trabalho: “o pessoal daqui vai e diz que é bom”.

Diante disso, é importante ressaltar que o setor de comida de rua envolve muito trabalho informal, baixo nível de tecnologia (no caso estudado, em geral, são bens de consumo duráveis de uso doméstico como freezers, geladeiras e utensílios para armazenamento dos alimentos, muitos carecendo de substituição pelo estado de depreciação dos mesmos), investimento mínimo de capital e limitado conhecimento sobre práticas modernas de conservação e higienização de alimentos, existindo para muitos feirantes a simples transferência do preparo doméstico de alimentos para o preparo em espaços públicos, como aponta Cardoso et al. (2009).

Ainda que uma pequena parcela das boieiras do Ver-o-Peso tenha o cuidado em fazer cursos de boas práticas de processamento de alimentos, geralmente ofertados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e pela Universidade da Amazônia (UNAMA), com vistas a melhorar a qualidade de seus produtos e atrair mais clientes, ainda falta muito a ser aprimorado quanto à elevação do capital humano que atua no setor e na infraestrutura do local, como forma de maior absorção e internalização dessas práticas no cotidiano da atividade.

A carência na adoção das boas práticas de processamento de alimentos por parte das boieiras do Ver-o-Peso, como em outros espaços públicos em países em desenvolvimento (Alimi, 2016), também está associada ao baixo investimento em bens de capital apropriados para a atividade, reduzido espaço físico do negócio (estabelecimento, barraca, carrinho), deficiência da infraestrutura do local e da limitada capacidade de gestão dos feirantes em administrar seus negócios (gestão econômico-financeira). Esses aspectos são limitantes ao aprimoramento necessário quanto à questão higiênico-sanitária requerida pela atividade. Os cursos específicos comumente ofertados poderiam ser mais bem aproveitados se os problemas estruturais e do conhecimento de gestão mencionados anteriormente fossem enfrentados com determinação.

2.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A feira do Ver-o-Peso está perfeitamente integrada ao patrimônio cultural dos paraenses, impondo-se como um importante cartão-postal da capital do estado do Pará.

Representa, ainda, um significativo canal de abastecimento de alimentos e de conexão com a produção agropecuária de pequenos produtores ribeirinhos nos municípios do interior.

A elevação do padrão de exigências dos consumidores, principalmente quanto aos aspectos da segurança alimentar e nutricional, aliados ao aumento da competitividade que as feiras enfrentam pela concorrência com os supermercados e *shoppings centers*, impõe a necessidade, urgente, de qualificar os atributos de qualidade da feira do Ver-o-Peso como apontados nesta pesquisa.

Nessa perspectiva, há de se lembrar dos ensinamentos de Sun Tzu (1998), no clássico livro “A arte da guerra”, que a feira do Ver-o-Peso precisa se adaptar, reforçando os seus pontos mais fortes e minimizando os seus pontos fracos. Neste contexto, deve-se dar prioridade para os aspectos de infraestrutura como forma de elevar o padrão dos equipamentos públicos utilizados pelos feirantes (espaço físico, padronização de barracas, paisagismo, segurança) como forma de permitir o conforto, higiene, segurança, condições de trabalho e satisfação dos clientes.

A qualificação do capital humano é outro atributo importante para assegurar a qualidade e segurança alimentar dos produtos comercializados. Nessa linha, o conhecimento da rentabilidade da atividade e o aprimoramento da capacidade empreendedora das boieiras tendem a melhorar o sistema de gestão e investimento necessário para as adequações necessárias do ponto de vista do negócio. Isso também tende a repercutir na maior conscientização das boieiras (empreendedoras) de que a manutenção do empreendimento e suas instalações é uma responsabilidade sua e, portanto, deve incorporar melhorias constantes. A capacidade de inovação e os conceitos de economia criativa devem ser aliados desse novo empreendedor.

A fiscalização sanitária, por sua vez, precisa ser reforçada pelo agente público e vista, pelas boieiras, como uma ação para aumentar a confiança dos consumidores e, assim, elevar o padrão de competitividade diante dos outros canais de comercialização existente.

REFERÊNCIAS

- ALIMI, B. A. Risk factors in street food practices in developing countries: **A review. Food Science and Human Wellness**, 5(3): 141-148, 2016.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisas de survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2001. 519 p.
- CALLONI, M. Street food on the move: a socio-philosophical approach. **J Sci Food Agric**, 2013, Nov; 93(14):3406-13. doi: 10.1002/jsfa.6353.
- CARDOSO, R. C. V; SANTOS, S. M. C; SILVA, E. O. Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento. **Ciência & Saúde Coletiva**. vol. 14, núm. pp. 1215-1224. 4, julho-agosto, 2009.
- CAVALCANTI, A. **Ver-o-Peso**: reforma não sai do papel e vira sina. Disponível em: <https://www.diarionline.com.br/noticias/para/566605/ver-o-peso-reforma-nao-sai-do-papel-e-vira-sina>. Acesso em: 12 set. 2020.
- CONSELHO DE ARQUITETURA E URBANISMO DO PARÁ (CAU). Parecer 01/2016, de 29 mar. 2016. **Parecer elaborado para atender a Consulta Pública sobre a proposta de intervenção para a Feira do Ver-o-Peso**, realizada pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), em comum acordo com o Ministério Público Federal – Pará (MPF-PA). Belém: CAU, 2016.
- COSTARRICA, M. L, Morón, C. Estrategias para el mejor ambiente de la calidad de los alimentos callejeros em América Latina y enel Caribe. In: ALBERT, J. L (ED.). **Food, Nutrition and Agriculture**, 1996. Disponível em: <http://www.fao.org/3/w3699t/w3699t08.htm>. Acesso em: 10 mar. 2020.
- CRUZ, E. O Ver-o-Peso: um capítulo da história colonial do Pará. **Revista de História**.v. 24, n. 50, p. 519-526, 1962.
- DAROLT, M. R. et al. Alternative food networks and new producer-consumer relations in France and in Brazil. **Ambient. Soc.**, vol.19, n.2, p.1-22, 2016.
- DEPARTAMENTO INTERSINDICAL DE ESTATÍSTICA E ESTUDOS SOCIOECONÔMICOS (DIEESE). **Levantamento sobre a movimentação na feira do Ver-o-Peso**. Belém: DIEESE, 2017.
- DPJ - ARQUITETURA E ENGENHARIA LTDA. **Revitalização da feira do Ver-o-Peso**:projeto básico. Belém: DPJ, 2014.
- FERREIRA, C; MARQUES, T; GUERRA, P. Feiras e mercados no Porto: velhos e novos formatos de atividades econômica e animação urbana. **Revista de Geografia e Ordenamento do Território**, n. 8, dez 2015.
- FREITAS, H; OLIVEIRA, M; SACCOL, A. Z; MOSCAROLA, J. O método de pesquisa survey. **Revista de Administração**, v. 35, n. 3, p.105-112, 2000.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATISTICA (IBGE). **Estimativas da população com referência a 1º de julho de 2019.** Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-detalle-de-midia.html?view=mediaibge&catid=2103&id=3098>. Acesso em: 30 dez. 2019.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN). **Ver-o-Peso.** Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/828>. Acesso em: 15 jan. 2018.

Jurandir, D. **Chove nos Campos de Cachoeira**, 3. ed. Belém: Cejup, 1991. 294p.

MACÊDO, S. C. F. **Do que se come:** uma história do abastecimento e da alimentação em Belém 1850-1900. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2014. v. 1. 280 p.

MAIA, C. **Belém completa 404 anos com principal cartão-postal, o mercado do Ver-o-Peso, à espera de reforma.** Belém: G1, 1/12/2020. Disponível em: <https://g1.globo.com/pa/para/noticia/2020/01/12/belem-completa-404-anos-com-principal-cartao-postal-o-mercado-do-ver-o-peso-a-espera-de-reforma.ghtml>. Acesso em: 12 set. 2020.

MANGAS, F. P; REBELLO, F. K; SANTOS, M. A. S; OLIVEIRA, C. M. Caracterização do perfil dos consumidores de peixe no município de Belém, Estado do Pará, Brasil. **Rama: Revista em Agronegócio e Meio Ambiente**, v. 9, p. 839-857, 2016.

MAUÉS, P. H; SCHEINER, T. C. M. O valor que o Ver-o-Peso tem. In: Wilma Leitão. (Org.). **Ver-o-Peso:** estudos antropológicos no mercado de Belém. 1ed. Belém: Paka-tatu, 2016, v. II, p. 39-75.

MENEZES, B. **São Benedito da Praia (Folclore do Ver-o-Peso).** Belém: H. Barra, 1959.

NOGUEIRA, O. L; FIGUEIREDO, F. J. C; MÜLLER, A. A. **Sistema de produção 4: Açaí.** Embrapa Amazônia Oriental. Belém, 2005.

PENTEADO, A. R. **Belém do Pará:** estudo de geografia urbana. v. 2. Belém: UFPA, 1968.

POULAIN, J. P. **Sociologias da Alimentação.** Florianópolis: Editora da UFSC, 2004.

REBELLO. F. K., HOMMA, A. K. O. **História da colonização do Nordeste Paraense:** uma reflexão para o futuro da Amazônia. Belém: Edufra, 2017. 153 p.

RITMOS, pitadas, sons e essências do ver-o-peso. **Diário da Amazônia**, Porto Velho, 01/11/2017. Disponível em: <https://www.diariodaamazonia.com.br/ritmos-pitadas-sons-e-essencias-do-ver-o-peso/>. Acesso em: 30 set. 2020.

SANTOS, D; LEITE, E; SILVA, C; FONSECA, S. **Empreendedorismo sustentável:** perfil dos produtores da feira agroecológica da orla de Olinda (PE), *Holos*, v. 2 , 148-160, 2013.

SCHUMPETER, J. A. **Teoria do desenvolvimento econômico:** uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juro e o ciclo econômico. 3 ed. São Paulo: Nova Cultura, 1988. 168 p.

SECRETÁRIA MUNICIPAL DE ECONOMIA (SECON). **Dados quantitativos quanto ao número de permissionários e equipamentos nas unidades de abastecimento municipal de Belém.** Belém: SECON, 2017.

SOUSA, S. N. F; REBELLO, F. K; CORDEIRO, L. P; CARDOSO, C. M; SANTOS, M. A. S. Educação ambiental na Amazônia: contexto e prática de professores no município de Colares, no Estado do Pará, Brasil. **Research, Society And Development**, v. 9, p. 1-32, 2020.

SOUZA, P. H. G; MEDEIROS, M. The Concentration of income at the top in Brazil, 2006-2014. **Working Paper**, n. 163. Brasília: Centro Internacional de Políticas para o Crescimento Inclusivo (IPC-IG), 2017.

SOUZA, S; PENNA, J. R. Turismo agora é na Amazônia: Nossa Senhora do Belém do Grão-Pará. **Quatro rodas**, Rio de Janeiro, v. 6, n. 61, 1965.

TOCANTINS, L. **Santa Maria de Belém do Grão Pará**: instantes e evocações da cidade. 2 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1976. 333 p.

TUPINAMBA, P. São Benedito da Praia. **Folha do Norte**, 4 jan. 1959.

TZU, S. **A arte da guerra**. Rio de Janeiro: Record, 1998.

ULISSEA, G. Informalidade no mercado de trabalho brasileiro: uma resenha da literatura. **RevEcon Pol.**, 2006; 26(4):596-618.

VER-O-PESO é eleito símbolo dos 400 anos de Belém. **G1 Pará**, 23/12/2015. Disponível em: g1.globo.com/pa/para/belem-400-anos/noticia/2015/12/ver-o-peso-e-eleito-simbolo-dos-400-anos-de-belem.html. Acesso em: 30 set. 2020.

VOTAÇÃO elege peixe frito com açaí como o prato com a cara de Belém. **G1 Pará**, 12/12/2015. Disponível em: <http://g1.globo.com/pa/para/e-do-para/noticia/2015/12/votacao-elege-peixe-frito-com-acai-como-o-prato-com-cara-de-belem.html>. Acesso em: 30 set. 2020.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). Food Saf . Essential safety requirements for street-vended foods, Revised edition. **World Health Organization**. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/63265?locale-attribute=pt&>. Acesso em: 20 jun. 2020.

3 Empreendedorismo na feira do Ver-o-Peso: aspectos econômicos, sociais e sanitários no setor de alimentação pronta (comida de rua)

RESUMO

A comida de rua das cozinheiras do Ver-o-Peso é fornecida há mais de quatro décadas pelas boieiras, designação dada pelo chefe Paulo Martins, para feirantes que vendem refeição. Hoje, as essas senhoras são reconhecidas nacional e internacionalmente com a participação em eventos de gastronomia em várias partes do País e do mundo, consolidando-se como um patrimônio cultural de Belém, por seus aspectos culturais e de alternativa de alimentação barata aos feirantes e comerciantes do entorno. Este estudo analisou as condições socioeconômicas das boieiras, identificando o nível de gestão dos empreendimentos, assim como a capacidade colaborativa e empreendedora dos feirantes para o fortalecimento dos negócios locais e ainda colaborando com um diagnóstico higiênico-sanitário para orientar políticas de crédito e do fomento junto à atividade. Para este estudo destacou-se as barracas de refeição prontas gerenciadas pelas boieiras do Ver-o-Peso. Foram coletados dados primários junto a 58 feirantes que se disponibilizaram em colaborar com a pesquisa, através de uma entrevista semiestruturada, orientada por questionário com perguntas abertas e fechadas e um *checklist* para observação do pesquisado quanto aos aspectos higiênico-sanitários dos boxes. Essa amostra representa 35,58% do universo (163 feirantes). Os principais resultados dessa é que existem três níveis de atividade na feira sendo 69,09% de baixo, 27,27% médio e 3,64% alto apesar de toda tradição da comida de rua fornecida pelas boieiras, elas ainda necessitam evoluir em questões de gestão dos empreendimentos, cooperação entre elas. Além das questões higiênico-sanitário que ainda deixam muito a desejar em muitos boxes de alimentação e necessitam de mais fiscalização pela vigilância sanitária em 49,12% dos entrevistados nunca teve sua barraca visitadas. Além da fiscalização o setor necessita de manutenção por parte do poder público, políticas públicas que visem organizar e regularizar a atividade com normas específicas e incentivo de crédito para dar autonomia aos empreendedores em investir em seus negócios.

Palavras-chave: Comida de rua; Segurança alimentar; Boieiras

ABSTRACT

The street food of Ver-o-Peso cooks has been provided for more than four decades by the boiiras of Ver-o-Peso, designation given by chef Paulo Martins, for grocers that prohibit meals. Today, Ver-o-Peso's boieiras are recognized nationally and internationally with participation in gastronomic events in various parts of the country and the world, consolidating themselves as a cultural heritage of Belém, for its cultural aspects and alternative food cheap to marketers and traders in the surrounding area. This study analyzed the socio-economic conditions of the boiiras of Ver-o-Peso, identifying the level of management of the enterprises, as well as the collaborative and entrepreneurial capacity of the market vendors to strengthen local businesses and also collaborating with a hygienic-sanitary diagnosis to guide health credit and the promotion of the activity. For this study, the ready-to-eat meal tents managed by Ver-o-Peso steers stood out. Primary data were collected from 58 marketers who made themselves available to collaborate with the research, through a semi-structured interview, guided by a questionnaire with open and closed questions and a checklist to observe the researched regarding the hygienic-sanitary aspects of the boxes. This sample (58 interviews) represents 35.58% of the universe (163). The main results of these reflect that they reflect that in spite of all the tradition of street food provided by the boieiras, they still need to evolve in matters of management of the enterprises, cooperation between them. In addition to the hygienic-sanitary issues that still leave a lot to be desired in many food boxes. There is a preference of customers, visitors and tourists for a part of the fair where sanitary practices occur minimally.

Keywords: Street food; Food security; Boieiras

3.1 INTRODUÇÃO

A feira do Ver-o-Peso é um importante espaço cultural e de comercialização de produtos agrícolas no município de Belém, capital do estado do Pará, desde sua fundação em meados do século XIX. Sua localização portuária favoreceu tanto ao escoamento da borracha (PENTEADO, 1948) para o mercado internacional, por influentes seringalistas, como a conexão com a emergente produção agropecuária nos municípios ribeirinhos e do Nordeste Paraenses, visando abastecer a capital do Estado. Hoje essa feira é reconhecida como a maior feira livre da América Latina, estendendo-se por um complexo arquitetônico e paisagístico de 25 mil metros quadrados tombado como patrimônio cultural material (IPHAN, 2021)

Ao longo do século XIX, Belém contou com diversos tipos de estabelecimentos destinados à venda de alimentos, entre eles, tabernas, quitandas, cafés e restaurantes. As quitandeiras eram mulheres livres, escravas ou forras que vendiam comida, doces e frutas em tabuleiros ou em barracas pelas ruas da cidade, para garantir seu sustento ou de seus senhores e oferecendo alimentação de baixo custo (MACÊDO, 2014).

O fluxo atacadista intenso, somado aos consumidores que passaram a convergir para aquisição de artigos agropecuários, na feira do Ver-o-Peso, fez florescer o mercado de alimentação rápida para atender essa demanda.

A comida de rua das cozinheiras do Ver-o-Peso é fornecida há mais de quatro décadas pelas boieiras do Ver-o-Peso, designação dada pelo chefe Paulo Martins (1946-2010), para feirantes que vedem refeição ou boias⁶. Hoje, as boieiras do Ver-o-Peso são reconhecidas nacional e internacionalmente com a participação em eventos de gastronomia em várias partes do País e do mundo. Essas profissionais são consideradas um patrimônio cultural de Belém (Lei nº 9.393 e nº 9.395), por seus aspectos culturais e de alternativa de alimentação barata aos feirantes e comerciantes do entorno.

Além de ser atrativo para turistas e visitantes em razão da sua localização privilegiada às margens da baía do Guajará e pela possibilidade de degustação da rica culinária paraense, consolidou-se como uma oportunidade de negócio para muitos feirantes (boieiras). Entretanto, o setor enfrenta problemas antigos em razão da má condição estrutural da feira e pela falta de boas práticas higiênico-sanitária na manipulação dos alimentos que pode colocar em risco a segurança alimentar de seus consumidores e corroborar para o afastamento desse público do local, prejudicando seus negócios.

Estudos dessa natureza são importantes para o fortalecimento dos negócios locais e ampliação da lucratividade na atividade, além de pontuar estratégias que possam melhorar os

⁶Termo popularmente utilizado para as refeições dos trabalhadores.

atendimentos de consumidores locais e turistas, e ainda colaborar com um diagnóstico higiênico-sanitário para orientar políticas de crédito e do fomento junto à atividade.

Considerando que a produção, comércio e o consumo de alimentos de rua podem se tornar uma imagem poderosa que revela capacidade de manter juntas tradições díspares em movimento, transformações socioeconômicas e a reivindicação de uma melhor qualidade de vida para todos os envolvidos (CALLONI, 2013), procurou-se avaliar as condições socioeconômicas das boieiras do Ver-o-Peso, identificando a aptidão de gestão dos empreendimentos, sua capacidade empreendedora e nível de atividade econômica.

3.2 METODOLOGIA

A feira do Ver-o-Peso possui 16 setores (alimentação, artesanato, artigos para pássaros, carnes, congelados, farinha, hortigranjeiros, industrializados, jardinagem, mariscos, mercearia, pescado, produtos medicinais, salgados, serviços e umbanda), conforme dados da Secretaria de Economia do Município de Belém (SECON, 2017), com 818 permissionários ao longo de toda a feira (DPJ, 2014).

O presente estudo concentrou-se nas barracas de refeição pronta, gerenciadas pelas boieiras do Ver-o-Peso por representar um setor típico do mercado e por suas características de processamento de alimentos, e não meramente de revenda de produtos, o que sugere maior capacidade de empreendedorismo e gestão do negócio. As boieiras estão localizadas no setor de alimentos que congrega 225 barracas, sendo que 169 estão na parte plana do setor e 56 na plataforma (área próxima ao rio Guamá com acesso por escada ou rampa).

No setor de alimentos estão cadastrados na Secretaria de Economia do Município de Belém (SECON) 190 trabalhadores, sendo 138 na parte plana e 52 na plataforma, levando em consideração que alguns permissionários detêm mais de uma barraca como modo de ampliar seus negócios prevalecendo apenas um cadastro na SECON. As barracas são classificadas pelo tipo de alimento vendido, que são: açaí (16), mingau (6), lanche (27), refeição (158), café (12) e bar com refeição de outra barraca conforme destacado na Figura 1.

Figura 1 - Croqui da organização das barracas do setor de alimentação da feira do Ver-o-Peso por tipo de alimento comercializado.



Fonte: adaptado a partir de dados da Secretaria Municipal de Economia de Belém (SECON), 2019.

Foram coletados dados primários junto a 58 feirantes que se disponibilizaram em colaborar com a pesquisa, através de uma entrevista semiestruturada, orientada por questionário com perguntas abertas e fechadas e um *checklist* que foi preenchido pelo pesquisador mediante observação dos empreendimentos visitados quanto os aspectos higiênico-sanitários dos boxes. Essa amostra (58 entrevistas e *Checklist*) representa 35,58% do universo (163) barracas de refeição.

Os questionários continham 80 perguntas divididas em três seções: i) perfil socioeconômico do entrevistado; ii) informações sobre os negócios; iii) ingresso na atividade e visão de futuro do empreendimento; e, iv) doenças ocupacionais. As perguntas foram direcionadas ao responsável pelo box que poderia não responder ou parar a arguição a qualquer momento caso se sentisse desconfortável. As entrevistas foram realizadas em horário favoráveis as boieiras, fora dos horários de pico da feira, conduzida através de conversa e observações com consentimento dos feirantes.

O *checklist* foi elaborado com base na Resolução-RDC nº 216/2004 (BRASIL, 2004) que dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas no Serviço de Alimentação contendo três seções: Aspectos relacionados ao manipulador; aspectos ambientais e estruturais e

equipamentos destinados à exposição do alimento, com 22 questões de averiguação classificadas em adequado; parcialmente adequado e inadequado.

Os informantes sabiam que estavam participando de um levantamento de dados para análise científica e nenhum deles expressou desconforto ou pediu para retirar seus dados do estudo. Para conhecimento a pesquisa foi devidamente registrada na Comissão Nacional de Ética na Pesquisa (CONEP), por meio da Plataforma Brasil e o Termo de Consentimento Livre e Esclarecimento (TCLE) foi lido e assinado em duas vias, sendo que uma ficou de posse do participante e outra está arquivada na coordenação do programa de pós-graduação em Agronomia (PPGAGRO)/UFRA.

3.3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.3.1 Perfil socioeconômico das boeiras do Ver-o-Peso

O resultado da pesquisa mostrou que a maioria dos entrevistados é do sexo feminino (76,79%), daí o termo estar no feminino. A participação dos homens (23,21%) na atividade está relacionada aos filhos de boeiras que passaram a gerenciar o estabelecimento, maridos que trabalham conjuntamente e até um encarregado pelo box que assumiu o mesmo em razão do afastamento da titular por questões de saúde. Quanto ao estado civil, 43,40% são solteiros, 37,84% casados, 11,32%, viúvos, 3,77% possuem união estável, 1,89% são divorciados e 1,89% separados.

A faixa etária média dos entrevistados foi de 48 anos, sendo que a maioria (28,57%) tem entre 50 e 59 anos, demonstrando que essas senhoras brevemente estarão se aposentando e necessitando de sucessão de seus familiares. Uma parcela de 23,21% tem entre 40 e 49 anos. As mais antigas (61 a 76 anos) são 19,64% e as mais jovens (22 a 29 anos) são 8,93% demonstrando que há pessoas jovens atuando no setor de alimentação e que podem estar mais abertos a mudanças e inovação. As que estão entre 31 e 39 anos são 19,64%.

A escolaridade predominante dos entrevistados é o ensino médio completo 43,64%, fundamental incompleto 30,91%, fundamental completo 10,91%. E em menores números o ensino médio incompleto 7,27%, superior 3,64%, pós-graduado 1,82% e um baixo nível de analfabetos (1,82%), isso demonstra a capacidade desses feirantes de compreender e adquirir conhecimento através de cursos, palestras, cartilhas e informativos que possam ser dedicados a eles.

A Tabela 1 demonstra a correlação entre a renda das boeiras e o consumo de botijões de gás de cozinha durante um mês. A análise inferi que as boeiras estão divididas em pelo menos três nível de atividade (baixo, médio e alto). Nota-se que a maioria das boeiras (69,09%) tem um nível baixo na atividade, pois sua renda de 1 a 3 salários mínimos e consomem de 1 a 2

botijões de gás ao mês, o baixo consumo para essa categoria pode estar relacionado com o fato de que estas boieiras fornecem refeições mais simples e para um público menor não consumindo tanto gás por mês.

O nível médio se deu pela renda de 3 a 6 salários mínimos que perfazem 27,27% dos casos e que consomem de 3 a 4 botijões, neste caso pode-se dizer que as boieiras atendem um público misto o que leva há um bom consumo desse insumo. Enquanto as boieiras de alto nível que tem renda de 6 a 9 salários mínimos já que praticam preços diferenciados e tem um alto consumo de 6 até 16 botijões devido a demanda do seu público e também à proposta dos pratos que é caracterizado por refeições feitas e servidas na hora.

Levando em consideração que existem boieiras de diferentes condições econômicas uma alternativa para melhorar a infraestrutura e economia seria a possibilidade de instalação de gás encanado em um sistema de rateio entre as cozinheiras.

Tabela 1 – Correlação entre a renda e o consumo de gás de cozinha mensal das boieiras.

Nível	Renda	%	Botijões de gás	%
Baixo	De 1 a 3 salários mínimos	69,09	De 1 a 2 botijões	30,51
Médio	De 3 a 6 salários mínimos	27,27	De 3 a 4 botijões	44,90
Alta	De 6 a 9 salários mínimos	3,64	De 6 até 16 botijões	24,49

Fonte: dados da pesquisa, 2019.

A maioria dos entrevistados (94,34%) reside em casa própria e quitada. Destes, 70,21% adquiriu o imóvel depois de assumir a atividade de boieira e 29,79% já possuía o domicílio antes de ingressar na atividade, esta variável demonstra que os empreendimentos contribuíram para essa aquisição. O meio de transporte mais utilizado pelas boieiras para ir até a feira é o transporte público (77,61%), sendo o carro particular utilizado por 14,93% e as motocicletas por 7,46%.

O maior número de membros da família morando no mesmo domicílio, incluindo os agregados, foi de 1 a 3 membros (48,98%) dos casos, de 4 a 6 membros foi 44,90% e de 7 a 10 membros 6,12%. A média foi de 4 membros por família. Constata-se que 85,96% possuem filhos, sendo que a maioria dos participantes tem de 1 a 2 filhos (51,02%). Os que tem de 3 a 4 são 42,86%, de 8 a 10 são 4,08% e mais de dez são 2,04% perfazendo uma média de 3 filhos.

A maioria dos filhos ainda dependem totalmente dos pais, pois 21,43% possuem de 1 a 9 anos e 31,43% têm de 10 a 19 anos, idade que crianças e jovens geralmente estão cursando os ensinos fundamental e básico. Contudo ainda ocorre uma parcela significativa de filhos adultos de 20 a 29 anos em 21,43% dos casos, 30 a 39 anos com 22,86% e nas idades entre 40 a 49 anos (2,87%).

Diante da grande quantidade de crianças e jovens nas famílias os que ganham algum benefício do governo (9,43%) em sua maioria é através do programa Bolsa Família (66,67%), alguns idosos contam com o Benefício de Prestação Continuada (LOAS) (22,22%) e aposentadoria (11,11%). O valor do Bolsa Família recebido pelos participantes varia entre R\$ 81,00 a R\$ 280,00 reais. A variação do benefício se dá pelo número de beneficiados na família e os que não recebem qualquer benefício são 90,57%.

Quanto ao tempo de trabalho na atividade de boieiras, no horizonte de 30 a 39 anos são 39,29% dos feirantes, de 20 a 27 anos são 19,64% e entre 10 a 18 anos (17,86%). Os com menos tempo de serviço no setor de alimentação são o intervalo de 1 a 8 anos com 17,86% dos casos e os mais antigos na feira encontra-se no período de 40 a 56 anos e são 5,36% das boieiras. Notando que as boieiras estão atuando neste setor há pelo menos quatro décadas oferecendo alimentação pronta para feirantes, comerciantes e visitantes.

As barracas em sua maioria (78,18%) funcionam todos os dias (domingo a domingo) e também há aquelas que funcionam de segunda a sábado (21,82%). Os horários de trabalho são muito variados sendo que para 33,33% começam suas atividades às 07h da manhã. Os que abrem às 08h são 31,37%, ainda temos os que iniciam mais cedo como 06h (7,84%), 05h (9,80%) e 04h (9,80%). Quanto mais tarde a barraca abre mais tarde ela será fechada o mesmo vale para os que abrem por exemplo as 09 horas (3,92%) ou 10 horas (3,92%) esses encerram os atendimentos entre 21h e 22h.

A maioria não tinha nenhuma atividade econômica antes de ser feirante (71,70%). Já uma parcela de 28,30% trabalhava de carteira assinada ou em outras atividades informais, como venda de cosméticos, bolos e trabalho doméstico. Para 91,38% dos entrevistados a feira é a única fonte de renda, sendo que 8,62% possuem outras fontes de renda como venda de mariscos e aluguel de imóvel residencial e comercial.

Em relação à participação em associação, sindicato ou instituto, 51,00% relatou não participar e 12,07% participa do sindicato dos feirantes e do instituto Ver-o-Peso. Os que participam não se sentem representados por essas associações e instituto (78,95%) e apenas 21,05% sentem-se devidamente representados.

A participação em cursos de capacitação na área de atuação como gastronomia, manipulação de alimentos, manipulação de açaí e de cozinha abrangeu 37,50% das boieiras. Entretanto, a maioria nunca participou de curso na área de gestão de negócios (89,29%) e apenas 10,71% já participaram de algum curso de gestão pelo SEBRAE e Universidade da Amazônia (UNAMA).

Importante ressaltar que o Ver-o-Peso é alvo de muitos cursos de capacitação e eventos oferecido pela prefeitura de Belém em parceria com universidades. Devido a conquista em 2015

do selo de cidade criativa da gastronomia, renovado em 2020 concedido pela Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (Unesco). Os objetivos da rede de cidades criativas é estabelecer parcerias envolvendo os setores público e privado, bem como a sociedade civil, a fim de fortalecer a criação, produção, distribuição e difusão de atividades, bens e serviços culturais. (UNESCO, 2021). As iniciativas preveem melhorar as condições dos cluster alimentares em tecnologia, formação e serviços que envolvam as dimensões rural e urbana, com o objetivo de definir a cidade como um modelo global em tecnologia e inovação alimentar (UNESCO, 2021).

As premiações do desempenho na feira ocorreram em 6,45% das boieiras como a Medalha Francisco Caldeira Castelo Branco oferecida pela prefeitura de Belém, para a boieira Eliana Maria da Silva Ferreira, em 2019. A medalha Francisco Caldeira Castelo Branco é a mais alta condecoração do município e homenageia as pessoas físicas ou jurídicas destacadas em seus campos profissionais, com contribuições culturais, sociais e científicas à capital paraense (PGM, 2020). Outras premiações como no festival Ver-o-Peso da cozinha paraense do instituto Paulo Martins, estrela azul pelo Diário do Pará (a boieira Lucilene Gonçalves Torres recebeu três vezes a premiação), e estatueta da gastronomia e certificados de participação em eventos culinários importante dentro e fora do estado.

3.3.2 Gestão e empreendedorismo no setor de alimentação do Ver-o-Peso

O setor de refeições é o mais perfeito resumo do Ver-o-Peso, onde se cruzam produtos e serviços de todas as cadeias produtivas que desembocam no mercado. O movimento diário e contínuo de fregueses nesse setor, em todos os turnos do dia e da noite, incrementa as trocas comerciais que rotineiramente são feitas entre os próprios trabalhadores do mercado e do entorno (IPHAN, 2011).

A feira do Ver-o-Peso e o setor de alimentação representam para os feirantes mudança na condição de vida, fonte de renda, sobrevivência e parte da história de vida dessas pessoas, que encontraram na feira uma oportunidade de negócio em que alguns casos foi decisivo para mobilidade social de feirantes e suas famílias. Como o caso do feirante que conseguiu através do seu trabalho no Ver-o-Peso custear uma graduação e pós-graduação na área de Tecnologia da informação (TI) com seu trabalho na feira.

Dos entrevistados, 87,50% fazem a venda de refeição com açaí, tradição alimentar dos paraenses, os que vendem apenas a refeição são 3,57%, venda de café 5,36% e venda de lanches 3,57%. Está distinção se dá, pois, na feira cada barraca comercializa um produto específico. Para suprir a demanda da refeição com açaí é comum as boieiras comprarem o produto já processado das barracas específicas. Os que compram produtos de outras barracas são 67,39% e os que não vêm necessidade na compra de produtos como açaí, pratos feitos e bebidas são

32,61%. O mais comprado nas barracas vizinhas é o açaí (85,37%), que é processado em 16 barracas ao longo da feira.

Uma prática comum dos bares (6) da plataforma (parte superior do setor de alimentação) é de utilizar cardápios de outras barracas para intermediar a venda de refeições aos seus clientes, porém adicionando um valor de no mínimo 15% ao preço originalmente ofertado pela barraca que produzirá e fornecerá a refeição, o responsável pelo bar compra a refeição na boieira do qual detém o cardápio, a preço inferior ou igual, e adiciona a porcentagem de 15% para obter algum lucro. Neste sentido as refeições completas (7,32%) e peixe frito (7,32%) são os produtos que são mais adquiridos, pelos vendedores de bebidas da plataforma.

Segundo Rebello, Santos e Santos (2021) o peixe com açaí é o principal prato procurado pelos consumidores que frequentam a feira do Ver-o-Peso. Sendo o produto mais vendido na barraca das boeiras (36,73%). Além de comida o setor de alimentação também chama atenção por bebidas (10,20%), alguns autores até denominam como setor de bares entre uma grande variedade de produtos ofertados (Tabela 2). A preferência pode estar relacionada ao fato de que esses dois produtos - peixe e açaí - são adquiridos na própria feira pelas boeiras, preparados na hora, além de carregar grande significado cultural pelos paraenses. Engelseth (2016) chama a atenção para o fato de que os alimentos locais são percebidos pelos clientes como sendo frescos, de boa qualidade, saudáveis e com bom sabor.

Tabela 2- Principais produtos vendidos pelas boeiras do Ver-o-Peso.

Produtos	%
Peixe com açaí	36,73
Carne assada de panela	14,29
Camarão	12,24
Frango (assado de forno e frito)	11,22
Bebidas (Cervejas e refrigerantes)	10,20
Comidas típicas	5,10
Pirarucu	3,06
Porco	3,06
Chapa mista	2,04
Café	2,04

Fonte: dados da pesquisa, 2019.

Segundo Hiemstra, Kooy e Frese (2006) a forma típica de organização socioeconômica dos alimentos de rua é a de uma empresa familiar. A preparação e venda de alimentos é frequentemente feita pela mesma pessoa ou por membros da mesma família. Barquero (2001) ressalta que historicamente a família contribui de forma marcante para o funcionamento dos sistemas produtivos locais. Considerando que os empreendimentos necessitam de baixo

investimento inicial, pois dispõem de matéria prima barata e mão de obra familiar 80,70% das boieiras relatam que não precisaram fazer nenhum empréstimo ou financiamento para iniciar o negócio. Enquanto 19,30% precisaram fazer empréstimos a juros com agiotas, para investir em equipamentos e compras de mercadorias. Os empréstimos estão em torno de R\$ 500,00 a R\$ 2.000,00 reais, na maioria dos casos, foram quitados e apenas um está em processo de pagamento.

O crédito é uma importante ferramenta para auxiliar na modernização dos negócios e melhorias na estrutura produtiva através do capital de giro que é o investimento necessário para financiar a continuidade das operações da empresa (compra de matéria-prima ou mercadorias de revenda) (SEBRAE, 2021). Apesar dessa relevância 73,08% não tem conhecimento ou ouviram falar sobre programas de microcrédito que possam contribuir na melhoria de seus empreendimentos. Contudo 26,92% conhecem/ouviram falar dos sistemas de crédito do Ver-o-Sol, Banco do Brasil, Banco da Amazônia (BASA), Banpará e SEBRAE que possui fundo para financiamento para pequenos negócios. Apenas um feirante recorreu ao BASA para financiamento de compra de mercadorias.

Quanto às dívidas referente aos seus negócios 89,09% não possuem débitos a serem pagos, contudo 10,91% tem dívidas com agiotas que é a principal forma de aquisição de financiamento pelos feirantes. Os recursos financeiros para custear a produção diária são oriundos da própria atividade (96,55%), ou seja, o capital de giro necessário para a aquisição de matéria-prima como carnes, peixes e outros insumos são retirados das receitas da atividade.

Sobre a existência de um contrato formal com os fornecedores para a compra dos ingredientes usados em suas barracas, 63,64% relatou não existir, contudo 36,36% informou ter um contrato com fornecedores, mas foi observado que na realidade o que acontece é um acordo informal entre os fornecedores e os comerciantes, que deixa o produto pela manhã (peixe, camarão, gás e produtos de mercearia) e são pagos ao final do dia, estreitando as relações de confiança.

De acordo com Leitão (2013), no universo de atividades comerciais do Ver-o-Peso, se materializam também ricas redes de sociabilidades que colocam em confronto compradores e vendedores, gerando os sentimentos da camaradagem, da confiança e que vão ajustando as relações características dos mercados como lugar de circulação de coisas, fonte de relações sociais e simbólicas.

Para que um empreendimento seja rentável é necessário saber precificar o seu produto de forma correta para que este ofereça lucro significativo. As boieiras relatam que o método mais utilizado para estabelecer os preços de venda de seus produtos é o cálculo do custo de produção para estabelecer os lucros (64,41%). Contudo, sabe-se que não há registros precisos

do fluxo financeiro das barracas, portanto, não há possibilidade desse método está sendo adotado pelos feirantes. Outros meios como o comportamento da oferta e demanda são 15,25% dos casos, conforme o preço dos concorrentes 11,86%. Mas há também as que precificam de acordo com o cliente 5,08%, de acordo com o dia de semana 1,69% e de acordo com horário 1,69%. Tratando-se da feira é comum vendedores e consumidores estarem constantemente barganhando preços que favoreçam a todos.

As boieiras em 65,20% afirmam saber calcular o custo de produção de seus produtos para identificar os lucros da atividade. Em contraste, quando a pergunta se referiu se eles tinham algum controle da movimentação financeira, fator importante para fazer o controle financeiro do seu negócio 66,67% informaram que não tinham registros específicos e que o método de controle da movimentação financeira dos negócios é feito de cabeça em 61,54% dos casos, registros em cadernos 30,77% e pelo número de pedidos 7,69%.

De acordo com Borchardt (2004) o custo de produção é a quantificação de todos os insumos e serviços componentes de um sistema produtivo constante, a planilha de custos é uma ferramenta que permite ao empreendedor tomar decisões de investimento de modo a obter o maior retorno financeiro, o melhor aproveitamento de insumos e serviços regionais. Junto com uma correta avaliação do comportamento dos preços de mercado e do potencial de comercialização, permite gerenciar de forma otimizada o empreendimento.

A diversificação nas formas de pagamentos é uma estratégia para se diferenciar dos demais e também atender todos os tipos de clientes. Apesar da importância na diversificação de pagamentos, no setor de alimentação do Ver-o-Peso o pagamento apenas em dinheiro é encontrado em 48,28% das barracas, porém 51,72% aceitam além do pagamento em dinheiro cartões de crédito e débito. A implementação dessa ferramenta facilita os pagamentos e contribui também para um melhor controle financeiro dos estabelecimentos.

Segundo a pesquisa, o público que mais compra os produtos das boieiras é visitante da feira (37,11%) e os trabalhadores do entorno (37,11%). Sabendo que a feira do Ver-o-Peso fica localizada bem próximo ao centro comercial de Belém é de interesse dos trabalhadores do entorno encomendarem e consumirem suas refeições nas barracas das boieiras, já que as refeições do Ver-o-Peso são entendidas como de qualidade, rápidas e baratas. Feirantes de outros setores com 22,68% fazem parte do público das boieiras e em minoria com 3,09% os turistas.

Para que um negócio seja competitivo o empreendedor precisa conhecer seus clientes para poder oferecer produtos de acordo com as preferências de seus consumidores. Em 58,49% dos casos as boieiras sabem quem são seus clientes, amigos, outros feirantes e trabalhadores do entorno. Enquanto 41,51% não sabem reconhecer seus clientes.

O relacionamento com o cliente também é um ponto importante para fidelizar os consumidores em 31,58% a relação das boeiras com seus clientes é considerada fraco e médio em 22,81%, em apenas 17,58% a relação é muito forte no sentido de conhecer hábitos de consumo e nome. As relações fortes são 14,04% dos casos no qual as boeiras conhecem os hábitos e os que não têm relacionamento com o cliente são 14,04%.

Quanto à avaliação do relacionamento com as demais boeiras a maioria 47,37% classificou os relacionamentos como fraco, as relações classificadas fortes foram 24,56%. Outras relações como médias são 17,54%, não possui 8,77% e muito forte 1,75%. Infere-se que um maior estreitamento das relações entre as boeiras seria importante para uma melhor organização e cooperação entre elas, fortalecendo dessa forma, o setor de alimentação no qual exercem suas atividades. Segundo Porter (1999) as vantagens competitivas duradouras em uma economia globalizada dependem cada vez mais de fatores locais – conhecimento, relacionamentos e motivação.

Com o intuito de verificar o nível das boeiras em relação a questão de competitividade e cooperação no setor de alimentação foi formulada a seguinte expressão e repassada aos feirantes se concordavam ou não: “A concorrência entre as boeiras do Ver-o-Peso é muito intensa (competitiva), mas isso é uma situação normal nas condições de competição pelo cliente e, desta forma, nada pode ser realizado para diminuir esse comportamento que algumas vezes chega a ser desleal, inclusive com desavenças (conflitos/brigas) entre boeiras”.

As respostas mostraram que 63,16% consideram a afirmação como verdadeira, há forte competição e desavença entre boa parte das boeiras e para 35,09% é parcialmente verdadeira. A concorrência é forte, mas há companheirismo. Percebe-se que a cooperação entre as boeiras ainda é deficiente e para que haja desenvolvimento neste setor precisam-se estreitar os relacionamentos de confiança e cooperação, para que juntas possam inovar e ter trocas de informação que favoreça a todos. Segundo Barquero (2001) o sistema de relações no interior de uma rede de empresas está baseado no conhecimento que os atores têm uns dos outros e na confiança mútua desenvolvida. Essa é uma variável não econômica, que, mesmo entrando dificilmente no cálculo das empresas, resulta ser estratégica no âmbito das relações econômicas.

Sobre as perdas na produção, os relatos são que há perdas diária em 91,23% dos casos. Essas perdas são restos deixados por clientes e sobras não vendidas no dia, que variam de 1kg a 2kg/dia. As sobras são jogadas fora, como arroz e macarrão as proteínas são armazenadas e vendidas no outro dia. O desperdício gera impactos econômicos e ambientais para as boeiras, uma alternativa para diminuir os impactos dos alimentos que não são vendidos é a doação do excedente ou então adotar desconto para esses produtos quando o mercado fecha. Segundo

Alfiero, Christofi e Bonadonna (2019) a gestão cuidadosa de bens não vendidos e de resíduos alimentares pode ser um elemento positivo e competitivo para uma empresa.

A divisão no setor de alimentação em área plana e plataforma de certa forma diferencia as boieiras em aspectos como clientes, organização, estrutura (Figura 1). No que cabe aos clientes nota-se uma preferência pelas barracas localizadas na plataforma e em especial as com vista para o rio Guamá (Figura 2 e Figura 3), observando que nessas barracas ocorre os maiores preços de refeição, sabendo-se que os pratos variam de R\$ 6,00 a R\$ 15,00 reais na área plana e de R\$ 12,00 a R\$ 100,00 reais na plataforma, essas barracas mais organizadas e bem localizadas acabam atraindo públicos mais distintos como artistas, turista e visitantes. A observação de campo notou que na plataforma estão localizadas as boieiras mais premiadas, que mais investiram em bens de capital e aperfeiçoamentos dos pratos.

Figura 1 – Área plana do setor de alimentação da feira do Ver-o-Peso



Fonte: os autores (2021).

A área plana (Figura 1) é caracterizada pelo consumo das refeições diretamente no balcão onde o cliente dividem o espaço apertado acomodando-se em bancos altos, a grande distribuição de ventiladores mostra o quanto essa área é quente, ainda pode-se notar a presença de lixo em torno das barracas, ao fundo é percebido a escada que dá acesso à plataforma onde encontramos outra forma de organização das barracas e clientes. As barracas da plataforma encontramos uma estrutura mais organizada com mesas e cadeiras, nota-se que está área atrai um público diferente. (Figura 2)

Figura 2 – Área da plataforma no sentido da escada de acesso.



Fonte: os autores (2021).

Figura 3 – Área da plataforma com vista para Baía de Guajará



Fonte: os autores (2021).

O turismo influencia na atividade das boieiras em 25,45% dos casos. Enquanto, para 74,55% o turismo não impacta na atividade, os feirantes relatam que os turistas vão apenas passear na área de alimentação, poucos são os casos que param para comprar algo, entretanto nos eventos como o Ver-a-Bóia⁷ onde as barracas são identificadas, organizadas e enfeitadas

⁷Evento realizado na feira do Ver-o-Peso voltado aos feirantes e tem como objetivo a oferta de cursos para feirantes proporcionando troca de conhecimentos e novos negócios para o mercado. Projeto da Universidade Estácio no ano de 2017 e contou com apoio do SEBRAE, Instituto (ACP), e Prefeitura de Belém com o projeto “Belém 400 anos”.

os turistas ficam mais confortáveis em consumir os produtos. É importante ressaltar que em eventos como esses são montadas estruturas e ambientes agradáveis que geram boa visibilidade para os produtos dessa forma atraindo outros públicos, como turistas, que acabam por ser mais exigentes em questões sanitárias.

A maioria dos feirantes (58,18%) não acreditam que o investimento em *marketing*, promoção e divulgação do turismo no estado do Pará e na imagem do Ver-o-Peso seja um estímulo importante para atividade deles. Os que acreditam ser razoavelmente importante foram 14,55%, totalmente importante 14,55% e apenas 9,09% classificou como bastante importante. Segundo Leitão (2015) os alimentos que são produzidos no Ver-o-Peso, estão presentes a ideia de uma marca Ver-o-Peso. Como se os produtos vendidos ali carregassem a legitimidade do típico, do autêntico, do melhor.

Quanto as formas de propaganda a maioria das boieiras (87,50%), não tem o hábito de anunciar sua barraca e produtos através da propaganda. Apenas 12,50% usam estratégias como cartão de visita, redes sociais e banner nas barracas para dar mais visibilidade ao negócio.

Em relação à manutenção das barracas, 73,21% faz reparos em seus pontos e 26,70% não faz nenhum investimento no estabelecimento. Sendo que as manutenções mais frequentes são em relação ao piso (56,76%), balcão (18,92%), lona (13,51%) e parte elétrica (10,81%). Nos últimos dois anos algumas boieiras também fizeram investimentos em equipamentos de entretenimento (TV, DVD, som), mesas e cadeiras, freezer horizontal e vertical e máquina de cartão. A preservação de freezers e/ou geladeiras bem conservados, utilizados somente para guardar e conservação dos alimentos foi adequada em 61,54% dos casos, parcialmente adequados 7,69% e inadequada em 30,77% dos casos.

Por outro lado, alguns problemas, que fogem do controle das boieiras, dificultam o bom desenvolvimento da atividade, uma vez que, por ser um lugar público, as feiras atraem uma grande diversidade de pessoas, dentre eles muitos moradores de rua e pedintes, que se aproveitam da circulação no setor de alimentação para incomodar as pessoas, segundo as boieiras eles são a principal reclamação dos clientes 43,62%, a insegurança no lugar e outro motivo que também incomoda os visitantes (34,04%) os clientes não conseguem ficar à vontade para manusear objetos de valor. Aspectos como mau cheiro (5,96%) e falta de higiene do local (6,38%) também são fatores que incomodam os clientes.

Referente à segurança, 57,14% das boieiras não se sentem seguras no local de trabalho e 42,86% acham o ambiente seguro para o trabalho. Relatam ainda que as principais ocorrências de crimes percebidas na feira são assaltos (58,14%), arrombamento de barracas (17,44%), furtos de objetos (13,95%) e brigas entre os feirantes (10,47%). Segundo as observações de campo a insegurança se dá mais na parte plana da feira que contam apenas com o apoio da polícia,

enquanto as boieiras da plataforma contratam um serviço de segurança privada. A maioria das boieiras (74,07%) não se sentiram ajudadas ou acolhidas quando precisaram de serviços policiais na feira. Por esta razão 58,93% optaram por pagar pelo serviço de segurança particular.

É quase unânime entre os entrevistados (96,43%) que a área não ocorre a presença da polícia militar. Para 53,85%, a frequência é rara, enquanto que para 30,77% há uma ronda pelo menos uma vez ao dia feita a pé pelos policiais militares na feira. A quantidade de rondas para 90,48% dos entrevistados não é suficiente para garantir a segurança da feira. Contudo, todos os dias um carro da polícia militar fica estacionado próximo ao estacionamento.

O período chuvoso, em Belém é marcado por inundações, principalmente, na área onde encontra-se a feira do Ver-o-Peso, a respeito disso 67,35% das boieiras relatou não sofrer com esse problema no local onde trabalhar, enquanto 32,65% diz ser afetado. As boieiras da plataforma estão mais favorecidas quanto a esta questão, sendo este problema classificado em uma escala de um a cinco e 69,77% delas pontuou como nota cinco. Para os feirantes esse problema poderia ser resolvido com uma reforma da feira. O período da chuva ainda prejudica as vendas para maioria das boieiras 54,05% dos casos, em média as vendas caem um percentual de 63,00%.

3.3.3 Infraestrutura e condições higiênico-sanitária das barracas de alimentação

A alimentação de rua embora seja apreciado por seu sabor único também é reconhecido que os vendedores de alimentos de rua negligenciam o manuseio seguro de alimentos (WHO, 1996). Para isso é necessário a fiscalização e intervenção da vigilância sanitária para que ocorra um processamento e manuseio adequado dos produtos. De acordo com 49,12% dos entrevistados sua barraca nunca foi visitada pela fiscalização, os que recebem a visita semestralmente são 21,05%, raramente 19,30% e mensalmente 7,02%. O município de Belém não conta com normas específicas higiênico-sanitárias voltadas para situação de comidas de mercados e feiras, desta forma pode ser difícil a fiscalização sem diretrizes específicas para este público.

Apesar de existir normas de âmbito federal como a RDC nº 216/ 2004 e a RDC nº 218/2005 que dispões, respectivamente de boas práticas higiênico-sanitárias na fabricação de alimentos e para manipulação, os municípios são responsáveis pela implantação de normas que adequem as necessidades dos comércios locais, essa responsabilidade foi delegada desde a descentralização do Sistema Único de Saúde (SUS) e também abordada em reunião técnica da FAO e OMS (1997) ressaltando que as normas e práticas poderiam ser mais apropriados para o tipo de operação de comida de rua, ao invés das regras e regulamentos tradicionais. Tais

normas, geralmente recomendados pelas autoridades nacionais de controle de alimentos, podem ser modificados conforme necessário pelas autoridades locais para se adequar à situação local.

Segundo as normas técnicas higiênico-sanitárias a boa condição da estrutura das instalações, utensílios e equipamentos são necessários para que ocorra uma manipulação e preparo correto dos alimentos. Desta forma foi observado se as superfícies de contato com os alimentos estavam lisas, íntegras, impermeáveis, resistentes a corrosão e de fácil limpeza para livrar esses alimentos de contaminação e doenças. Constatou-se que 71,43% dos casos estavam adequados em conformidade com os atributos citados acima, enquanto 25,00% não mantinham a superfície de contato higienizados e limpos para manipulação, os parcialmente adequados foram 3,57%.

Para os utensílios é necessário que estes sejam de material resistente à corrosão, de fácil limpeza e que não estejam amassados, pois costumam acumular sujeiras e bactérias, não desejáveis nos utensílios. Dessa forma 87,27% estavam de forma adequada, inadequada 5,45% e parcialmente adequado 7,27%.

Os alimentos ao serem expostos precisam estar em recipientes com tampa, vitrines ou cobertos com papel filme para proteção contra insetos e outras sujidades (poeira, fumaça e contaminantes do ar). A exposição das comidas em 50,00% dos casos mostrou-se adequado, os que não continham qualquer forma de proteção ou com apenas alguns alimentos protegidos foram classificados, respectivamente como inadequado 44,23%, participação significativa, e parcialmente adequado 5,77%, a minoria. Segundo estudos de Muyanja et al. (2011) e Sukontason et al. (2000) alimentos descobertos estão sujeitos a contaminação por poeira e moscas que tem sido ligada a doenças transmitidas pelos alimentos, tais como cólera e diarreia.

A infraestrutura dos espaços destinados a alimentação de rua é um importante componente para o fornecimento de alimentos seguros a população, assim como proporcionar segurança aos comerciantes que estão constantemente expostos a riscos no que diz respeito a segurança e infraestrutura. Diante do exposto a Tabela 3 demonstra a nota dada pelas boieiras sobre alguns aspectos da feira que varia de 1 a 5 classificadas como nada importante a totalmente importante relacionando os aspectos à imagem do negócio e ao impacto sobre a atividade.

Tabela 3 – Grau de importância dos aspectos da feira para imagem do negócio e impacto sobre a atividade.

Aspectos	1	2	3	4	5
	Nada Importante	Pouco Importante	Razoavelmente Importante	Bastante importante	Totalmente Importante
Limpeza da feira	0,00	0,00	1,79	17,86	80,36
Espaço entre as barracas	0,00	5,36	12,50	21,43	60,71
Condição de segurança da feira	0,00	0,00	5,36	12,50	82,14
Estacionamento	17,86	23,21	5,36	12,50	41,07
Coleta de lixo	0,00	1,79	8,93	35,71	53,57
Espaço para armazenagem	1,79	1,79	3,57	25,00	67,86
Fiscalização sanitária	3,57	14,29	23,21	8,93	50,00
Abastecimento de água	0,00	1,79	3,57	8,93	85,71
Instalação elétrica	0,00	0,00	8,93	26,79	64,29
Padronização da barraca	23,21	23,21	5,36	7,14	41,07
Acessibilidade para pessoas com dificuldade de mobilidade	0,00	0,00	1,79	3,57	94,64

Fonte: dados da pesquisa (2019).

A limpeza foi classificada como totalmente importante pela maioria dos feirantes (80,36%). Demonstrando que este é um dos principais fatores para a imagem do negócio quando se trata da oferta de comida. O aspecto relacionado a limpeza do ambiente é muito valorizado pelo consumidor. Além desses aspectos as condições de caixas de esgoto com tampa, limpeza externa e vazamentos foram analisadas e em 69,81% dos casos estavam inadequados, adequadas em 26,42% e parcialmente adequadas em 3,77%. Notando que a infraestrutura de saneamento básico na maioria das barracas está comprometida.

O espaço entre as barracas é visto como totalmente importante para 60,71% dos entrevistados. Essa importância se dá devido os espaços serem muito estreitos dificultando o trânsito de clientes e dos próprios comerciantes. Para 74,55% dos feirantes, o espaço entre as barracas não é adequado para a circulação de pessoas devido à estruturação das barracas ocorrerem em blocos muito próximas uma da outra. Contudo, 25,45% estão satisfeitos com o espaço entre barracas, levando em consideração que algumas boieiras são permissionárias em mais de um box influenciando na satisfação dos seus espaços de comercialização.

A inadequação segundo os feirantes é devido ao pouco espaço entre as barracas (87,50%) e a problemas no piso (12,50%). Segundo diagnóstico elaborado pela DPJ arquitetura e Engenharia Ltda em 2014, o piso da feira é formado por blocos de concreto intertravado que se encontram danificados e com pontos de afundamento.

A condição de segurança foi avaliada como totalmente importante para 82,14% dos entrevistados e razoavelmente importante para 5,36%. Tratando-se de uma feira muito

diversificada tanto pelo aspecto de produtos, quanto pela circulação de pessoa, o Ver-o-Peso sempre foi alvo de furtos e assaltos a pessoas que frequentam, constituindo-se um problema que impacta diretamente na imagem e negócio dos feirantes.

Hoje o Ver-o-Peso conta com um pequeno espaço destinado para estacionamento de carros, entretanto para as boieiras o estacionamento é totalmente importante para imagem do negócio, em 41,07% dos casos, bastante importante para 12,50%, razoavelmente importante 5,36%, pouco importante 23,21% e nada importante para 17,86%. A ampliação da área do estacionamento seria um bom incentivo para os clientes que encontram grande dificuldade em parar no setor de alimentação no horário de almoço.

A coleta de lixo é um aspecto considerado totalmente importante para 53,57% das boieiras, já que acúmulo de lixo na feira promove mau cheiro e acaba afastando os clientes. Segundo alguns feirantes a coleta de lixo tem sido negligenciada pela prefeitura, no sentido de não ocorrer coleta todos os dias, obrigando os feirantes a jogarem os sacos de lixo próximo a pista principal para que ocorra a coleta.

Quanto às lixeiras dentro das barracas foi analisado se continham tampas e eram acionadas por pedal. Neste aspecto 92,86% estavam de forma inadequada, as adequadas foram apenas 3,7% e parcialmente adequadas 3,57% esse atributo foi dado as boieiras que continham pelo menos tampa em suas lixeiras. Corroborando com estudo feito por Pereira, Toniato e São José (2018) ao verificarem que os vendedores de comida de rua de Vila Velha e Vitória (ES) usavam inadequadamente os recipientes de lixo sem tampa e pedal em 86,6% dos comércios visitados.

Os requisitos sobre a lixeira evitam que haja contato direto do manipulador com o lixo e os resíduos de alimentos não atrai moscas e insetos para o local de manipulação evitando assim contaminação dos alimentos. As lixeiras ainda foram analisadas quanto a sua capacidade de suporte para evitar o excesso de lixo nas barracas, que possam atrair insetos e roedores, demonstrando que a capacidade foi suficiente em 87,27% dos casos, estando de forma adequada, inadequada em 7,27% e parcialmente adequada em 5,45%.

O armazenamento de utensílios em local apropriado é importante pra evitar a contaminação cruzada dos alimentos e também para preservação, para isto é necessário um local no qual eles possam ser acomodados e organizados. Nesta perspectiva apenas 23,64% armazenam de forma adequada em armários fechados e limpos, enquanto 70,91% armazenam em prateleiras ou lugares abertos, estando inadequada e parcialmente adequado em 5,45% dos casos. Assim como o armazenamento de produtos de limpeza que fiquem distante dos alimentos em local ideal foi adequada em 42,31% dos sacos, inadequada 17,31% e parcialmente adequado 40,38%.

Devido as condições de espaço entre as barracas e estrutura atual da feira não existe um local para armazenagem de produto e para 67,86% é totalmente importante ter um espaço para armazenar mercadorias não perecíveis, assim como para 25,00% é bastante importante ter esse espaço, já 3,57% acha razoavelmente importante e pouco importante 1,79% o espaço pouco importaria, sabendo que a maioria das mercadorias e produtos são comprados sempre no dia ou na hora do preparo.

A fiscalização por parte da vigilância sanitária garante que os estabelecimentos procedam de forma adequada na manipulação e higienização de alimentos. Apesar de uma parcela de 50,00% relatar ser totalmente importante a presença da fiscalização, 23,21% não acredita ser fator fundamental para imagem do negócio, classificando como razoavelmente importante, os que relatam ser pouco importante são 14,29% e nada importante 3,57%. Esses percentuais podem estar intimamente ligados ao fato de a presença da vigilância sanitária não ser frequente na feira, como foi observando anteriormente.

Na produção de alimentos o abastecimento de água é um fator fundamental tanto pelo lado da preparação dos produtos como para higienização do estabelecimento e utensílios. Para 85,71% das boieiras é totalmente importante o abastecimento de água, apesar do abastecimento ser eficiente, algumas barracas não tem a mínima estrutura como pia e torneiras, sendo um problema sério aos olhos da segurança alimentar.

Sobre a importância da higienização, além da água é necessário que o manipulador cumpra com o protocolo de limpeza e higienização de mãos específica que são necessários: sabão para limpeza, papel toalha para secar e finalização com álcool, as boieiras que seguem esse protocolo são 3,77%, adequadas. Aquelas que usam pelo menos água e sabão para limpeza são 92,45% e estão parcialmente adequadas e inadequadas 1,79% as que não fazem nenhuma das etapas. As barracas que continham ralos e torneiras baixas para limpeza foram 82,14% classificadas como inadequadas, adequadas 16,07% e parcialmente adequadas 1,79%.

A instalação elétrica da feira do Ver-o-Peso está bem comprometida e segundo as boieiras esse aspecto impacta diretamente no negócio, já que no decorrer do tempo esses feirantes investiram na aquisição em alguns bens de capital para melhorar o estabelecimento e, conseqüentemente, o atendimento dos clientes. Diante disto, a parte elétrica é considerada totalmente importante para 64,29%, bastante importante para 26,79% e razoavelmente para 8,93%, pouco e nada importante não foi classificada para este aspecto.

Foi observado o estado de conservação das barracas, aspectos como barracas livres de rachaduras nas paredes e balcões, sem fios elétricos descascados, com lajotas quebradas e pisos sem buracos. O estado de conservação impacta de forma direta na qualidade dos alimentos preparado, desta forma as barracas adequadas foram 37,50%, inadequadas 41,07% e

parcialmente adequadas 21,43%. De acordo com a RDC nº 216/2004 instalações físicas como piso, parede e teto devem possuir revestimento liso, impermeável e lavável. Além disso, precisam ser mantidos íntegros, conservados, livres de rachaduras, trincas, goteiras, vazamentos, infiltrações, bolores, descascamentos e outros defeitos que possam veicular contaminantes para os alimentos

A padronização das barracas é um item que para alguns é totalmente importante 41,07%. Enquanto para 23,21% é pouco importante. As opiniões nesse quesito diferem, pois, algumas boieiras ocupam lugares desfavoráveis na feira, com pouco espaço e a padronização igualitária beneficiaria as boieiras que estão localizadas entre dois boxes de modo a ampliar seu espaço para acomodar mais cadeiras e bancos e, conseqüentemente, mais clientes.

A acessibilidade para pessoas com dificuldade de mobilidade é um fator de total importância para 94,64% das boieiras e bastante importante para 3,57%. Sabendo que a feira conta com vários problemas tantos nos pisos que estão quebrados, quanto na questão de espaços das barracas que são muito próximas dificultando acomodar uma cadeira de rodas, os bancos muitos altos, assim como o balcão. Essas duas últimas características em sua maioria são dos boxes da área plana do setor de alimentação.

Alguns aspectos como acessibilidade das barracas, espaço entre barracas, padronização das barracas, coleta de lixo e fiscalização sanitária são compromissos que só podem ser resolvidos mediante interferência do poder público. Segundo a FAO (2006) tais questões poderiam ser resolvidas se as autoridades municipais dessem maior apoio e perseguissem menos os trabalhadores do setor de alimentação informal, para melhoria da qualidade e segurança dos alimentos. Enquanto aos aspectos como limpeza da feira, instalação elétrica, espaço para armazenagem e ajuste no abastecimento de água são fatores que podem ser geridos pelos próprios feirantes para melhorar a imagem de seus negócios e sua atividade.

3.3.4 Desafios frente a novos mercados e condição de saúde das boieiras

As boieiras do Ver-o-Peso em sua maioria (64,91%) foram as primeiras de sua família a trabalharem na atividade de comida de rua como dona Osvaldina a mais antiga e líder das boieiras do Ver-o-Peso. Contudo, 35,09% já tinham alguém da família trabalhando na atividade. Em 26,32% dos casos já tinham alguém trabalhando no setor como mãe, pai, filhos, irmãos, sobrinhas, marido e sobrinhos e 73,68% não tem ninguém trabalhando como boieira. Segundo Leitão (2010) muitos trabalhadores concretizam, no Ver o Peso, sua carreira profissional, que muitas vezes inicia como ajudante, vendedor de sacola, ou ainda criança, até virar barraqueiro, dono de seu próprio negócio, não raro em consócio com seus familiares.

A aquisição das barracas em 36,73% foi através da compra, uma forma indevida, pois as barracas são concedidas sempre para o familiar mais próximo. Pelo Decreto nº 39.326/2001 do município de Belém as barracas do Ver-o-Peso são concedidas a familiares não podendo ser vendidas ou alugadas. Caso nenhum membro da família queira tomar posse a barraca é concedida à outra pessoa que tenha demonstrado interesse na SECON. As concedidas pela prefeitura foram 30,61%, as herdadas 24,49% e doação 8,16%. As doações em muitos casos são feitas por antigos patrões que passaram o ponto para a cozinheira que já trabalhava ali.

Em relação a satisfação com a atividade de feirante/boieira(o), 51,79% dos entrevistados relataram estar satisfeito, visto ser uma atividade que proporcionar renda, além de ser prazerosa para essas pessoas. Entretanto, os parcialmente satisfeitos são 26,79%, e insatisfeito 1,79%. Como em toda atividade talvez essa insatisfação seja devida as dificuldades enfrentadas no dia-a-dia da feira como o calor que faz nas barracas (23,81%) que está relacionada com a baixa altura (pé direito) e material da lona que cobre os boxes, falta de segurança na feira (23,81%), pedintes que atrapalham as vendas (20,63%) e a relação tumultuada com outros feirantes (11,11%).

A relação familiar com a feira para 82,46% é de gosto e amor pela atividade. Levando em consideração que a atividade está ligada diretamente com a cultura local, na produção de pratos que levam diversos ingredientes regionais (tucupi, peixes, maniva, farinha) traz para os feirantes gosto e amor em cozinha e servir na feira. Enquanto 17,54% está pela circunstância de falta de emprego, falta de algo melhor e necessidade.

No entorno da feira há pontos de venda de refeição como o mercado de carne e até dentro do centro comercial que também há uma intensa atividade na venda de comida de rua, esses espaços aparentam ser mais organizados e pode gerar competição com o setor de alimentação da feira. Entretanto, as boieiras, em 52,17% dos casos, acreditam que esses outros pontos não interferem na venda delas. Enquanto 21,74% acham que atrapalham por esses outros locais estarem mais próximos dos clientes.

As perspectivas para familiares sucederem as boieiras na atividade são boas, pois 66,67% já demonstraram interesse em dar continuidade no negócio. Ao mesmo passo que 51,79% das boieiras incentivam seus familiares a dar continuidade na atividade. O interesse e o incentivo para sustentar a tradição de comida de rua é importante para o desenvolvimento da atividade. Segundo Tarulevicz (2018) o envelhecimento dos vendedores pode ocasionar uma crise no setor de comida de rua tradicional, pois expectativas de lucro e a natureza do trabalho levam jovens a investirem em outras formas de confeccionar alimentos.

Quanto a questão de tornar viva a tradição de comida de rua 61,40% dos entrevistados já pensou em abandonar a atividade. Os principais motivos para continuarem na atividade

dividem-se entre econômicos como a rentabilidade (20,78%), falta de capital para dar início a outro negócio (10,39%), sentimentais como o gosto pela atividade (12,99%), esperança na melhoria do negócio (10,39%), não se imaginam em outra atividade (6,49%) e por motivos de falta de capacitação como os que se sente inaptos a entrar em outra atividade devido a questão da idade (9,09%), os que só sabem esse ofício (7,79%).

Para os feirantes a exigência dos consumidores nos últimos dois anos aumento (71,43%) e não mudou em 28,57% dos casos. Isso demonstra que os clientes estão mais seletivos quanto à escolha das barracas para se alimentar, ressaltando que há uma diferenciação das barracas no setor, já comentado neste texto. Este fato pode ser um dos pontos fundamentais volume de venda ter diminuído em 69,64% dos casos, mantendo-se em 21,43% e aumentado em apenas 8,93%.

A Tabela 4 demonstra as principais exigências dos consumidores percebido pelas boieiras e o preço é a variável que conta muito para os clientes (39,39%). Entretanto a qualidade do alimento também é uma variável importante, a qualidade do alimento está vinculada não apenas ao sabor, mas também nas condições que o alimento foi manipulado e oferecido. A porção do alimento é uma exigência do consumidor (17,17%), levando em consideração que as refeições oferecidas na feira são famosas por sua qualidade e quantidade, sendo procurada por um grande número de trabalhadores da feira e entorno.

Tabela 4 - Principais exigências dos consumidores na atividade.

Exigências	%
Preço	39,39
Qualidade do alimento	28,28
Porção de alimento servido	17,17
Atendimento	9,09
Formas de pagamento	2,02
Conforto/ localização da barraca	4,04

Fonte: dados da pesquisa (2019).

As observações de campo apontam que no preparo dos alimentos foi identificado que 94,55% não utilizam luvas ou pegadores na manipulação deixando seus clientes suscetíveis a alguma contaminação, os adequados foram apenas 5,45%. A condição de saúde dos manipuladores foi satisfatória, pois 90,91% não aparentavam estar doente nem com ferimentos nas mãos ou unhas. A condição de saúde do manipulador é determinante para oferta de alimentos seguros, neste aspecto a ANVISA lançou uma nota técnica de Nº 18 publicada em 06 de abril de 2020 no qual reforça as Boas Práticas de Fabricação e Manipulação de Alimentos, ressaltando que mesmo que os alimentos sejam considerados improváveis veículos de transmissão do COVID-19, considera-se fundamental o atendimento fiel às Boas Práticas de

Fabricação e de Manipulação de Alimentos nesse momento, de forma a continuar a garantir a entrega de alimentos seguros à população brasileira.

Alimentos de baixa qualidade e as doenças deles resultantes podem ter consequências negativas no comércio e no turismo porque os consumidores perdem a confiança na qualidade dos produtos vendidos. Para os vendedores, isso pode resultar em perdas econômicas e até mesmo desemprego (FAO,2006).

Na feira também é muito comum ver a manipulação de alimento junto a manipulação de dinheiro que é um fator de risco para produção de um alimento seguro, já que o dinheiro é um vetor de bactérias, portanto é importante ter uma pessoa específica apenas para manipulação de dinheiro para que não ocorra contaminação, neste aspecto 83,93% não faziam esta distinção estando inadequados, apenas 16,07% possuíam uma pessoa específica para lidar com o dinheiro.

Devido ao longo tempo de trabalho das boieiras no setor de alimentação cozinhando e servindo visitantes e trabalhadores podem ter ocorrido lesões/acidentes ou dores devido às atividades desenvolvidas no seu local de trabalho. Contudo 64,91% diz não ter sofrido nenhum acidente de trabalho. Em relação a doenças adquiridas relacionadas às suas atividades de trabalho 60,00% não adquiriu nenhum tipo e 40,00% adquiriu alguma doença ou enfermidade como problemas de coluna (90,00%), pressão alta (70,00%) e artrose (30,00%). Segundo a FAO (2006) é comum no comércio de alimentos de rua que os trabalhadores tenham problemas de saúde tal como fadigas em razão das longas jornadas de trabalho.

Alguns aspectos da atividade podem comprometer a saúde das boieiras. Esses aspectos estão relacionados com a estrutura da feira como o calor nas barracas (35,42%), atribuído a lona plástica que reveste a feira e as inadequações quanto a entrada dos boxes (14,58%), em alguns boxes a única opção de entrada é pulando o balcão ou então passando por de baixo dele, isso incorrem em acidentes e problemas ao longo do tempo para os feirantes. Outras situações como o choque térmico (25,00%) devido passarem muito tempo na frente do fogão e ao mesmo tempo precisarem abrir freezers e geladeiras e também ao fato de ficarem muito tempo em pé (16,67%).

Devido aos problemas de saúde, 78,85% dos feirantes frequentam médicos. Entretanto somente vão quando ficam doentes (54,17%), semestralmente (29,17%), mensalmente (8,33%) e anualmente (8,33%). Frisando que 75,44% das boieiras não possuem plano de saúde, apenas 24,56% contam com plano para cuidar da saúde.

Os locais mais procurados pelas boieiras quando ficam doentes ou alguém da sua família é o posto de saúde (33,78%), Unidade de Pronto atendimento (UPA) 29,73%, Pronto Socorro (PSM) 6,76%. São poucos os casos que a boieira e a família têm acesso a Clínicas Populares,

locais que fazem consultas particulares a preços mais baratos (22,97%) e plano de saúde (6,76%). Demonstrando que as unidades de saúde pública são fundamentais para essas senhoras que demandam de atendimentos especiais devidos problemas adquiridos pela profissão e idade.

3.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A feira do Ver-o-Peso e em especial a oferta de refeição é um importante setor tanto pela geração de renda, empregos, relações comerciais quanto pelo cultural que carrega as comidas típicas paraenses oferecidas tradicionalmente pelas boieiras do Ver-o-Peso, reconhecidas dentro e fora do estado, como várias premiações e participações em eventos. Apesar da importância das boieiras e sua atividade esses atores ainda lidam com situações desafiadoras dentro da feira e na particularidade de seus empreendimentos.

A falta de infraestrutura do setor de alimentação vinculado a pouca gestão nos empreendimentos tanto no que se diz respeito as estruturas das barracas como o controle financeiro dentro do negócio. As iniciativas de controle e inovação na produção para agregar valor as barracas não existem, ocorrendo prejuízo econômicos e ambientais.

Além disso, a cooperação entre as boieiras ainda é muito deficiente tornando o processo de desenvolvimento do grupo e de seu entorno desfavorável. Enquanto as questões higiênico-sanitárias dos boxes são insuficientes, na maioria dos estabelecimentos, concentrando públicos mais exigentes em uma parte privilegiada da feira. Os empreendimentos que se destacam são aqueles que investiram em organização, participação de cursos e eventos promovidos na feira e em instituições públicas e privadas. Observando que nos últimos anos as exigências dos consumidores do Ver-o-Peso está cada vez maior principalmente em aspectos relacionados à qualidade dos alimentos no sentido de como este é manipulado e apresentado.

A responsabilidade de gerenciamento das boieiras sobre o bem público, não anula as medidas que devem ser tomadas pelo governo que precisa intervir em aspectos que não está ao alcance dos feirantes como padronização de barracas, acessibilidade na feira e segurança. A fiscalização da vigilância sanitária no que diz respeito a orientação e notificações para melhorar a segurança alimentar dos clientes é essencial a evolução do setor. O conjunto de medidas elevará a condição das boieiras de feirante a empreendedoras, desde que uma parcela significativa colabore com o todo.

REFERÊNCIAS

- ALFIERO, S. CHRISTOFI, M. BONADONNA, A. Street food traders, farmers and sustainable practice to reduce food waste in the Italian context. **British Food Journal** Vol. 122 No. 5, 2020 pp. 1361-1380.
- CALONI, M. Street food on the move: A socio-philosophical approach. **J Sci Food Agric**, 2013; **93**: 3406–3413.
- CAVALCANTE. L. **PF paraense: conheça a tradição das boieiras, guardiãs de sabores regionais**. Disponível em: <https://www.uol.com.br/nossa/noticias/redacao/2020/08/01/pf-paraense-conheca-a-tradicao-das-boieiras-guardias-de-sabores->. Acesso em: 25 jan 2021.
- BARQUERO, V. A. **Desenvolvimento endógeno em tempos de globalização**. Fundação de Economia e Estatística. Editora UFRGS. Porto Alegre – 2001. 280 p.
- BELÉM. Câmara Municipal. Decreto nº. 39.326/2001, de 10 de outubro de 2001. Regulamenta o uso do complexo “Ver-o-Peso” e dá outras providências.
- BORCHARDT, I. **Desenvolvimento de metodologia para elaboração de custos de produção das principais culturas exploradas em Santa Catarina**. Florianópolis: Instituto Cepa/SC, 2004. 67 p.
- BRASIL. Ministério da Saúde. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. Resolução -RDC Nº 216, de 15 de setembro de 2004. Dispõe sobre Regulamento Técnico de Boas Práticas para Serviços de Alimentação.
- DPJ - ARQUITETURA E ENGENHARIA LTDA. **Revitalização da feira do Ver-o-Peso:projeto básico**. Belém: DPJ. 2014.
- ENGELSETH. P. Developing exchange in short local foods supply chains. **Int. J. Food System Dynamics** 7 (3), 2016, 229-242.
- HIEMSTRA. A. M. F; KOOY, K. G. van der; FRESE, M. **Journal of Small Business Management**. Julho. 2006.
- IPHAN. **Ver-o-Peso**. – Belém. 2011. 40 p.:II
- IPHAN. **Ver-o-Peso (PA)**. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/828> . Acesso em: 08 fev. 2021.
- LEITÃO.W. M. **VER-O-PESO: um mercado de coisas boas e belas**. IV Colóquio Internacional sobre o comércio e cidade: uma relação de origem. 2013.
- LEITÃO.W. M. **Patrimônio Culinário e Economia Regional no Mercado do Ver-O-Peso**. Instituto Paulo Martins. 2015.
- LEITÃO, W. M. **Ver-o-Peso: estudos antropológicos no Mercado de Belém**. Belém, PA: NAEA, 2010. 269 p.
- MACÊDO, S. C. F. **Do que se come: uma História do abastecimento e da alimentação em Belém 1850-1900**. São Paulo: Alameda Casa Editorial, 2014. v. 1. 280 p.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA ALIMENTAÇÃO E AGRICULTURA ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DA SAÚDE (FAO). **As ramificações sociais do setor informal de alimentos**. 2006. Disponível em: <http://www.fao.org/3/i1124pt/i1124pt02.pdf>. Acesso em: 15 de abril. 2021

PENTEADO. A. R. Vigilangas do Baixo-Amazonas. Boletim Paulista de Geografia. 1948.

PEREIRA, J. Q; TONIATO, T. S; SÃO JOSÉ, J. F. B. Condições higienicossanitárias do comércio ambulante de alimentos. **Rev Inst Adolfo Lutz**. São Paulo, 77 e 1746. 2018.

PORTER. M. Cluster e competitividade. **HSM Management**. 15 julho – agosto. 1999.

PROCURADORIA GERAL DO MUNICIPIO (PGM). **Medalha Francisco Caldeira Castelo Branco**. Disponível em: <http://www.belem.pa.gov.br/pgm/home/?p=1621>. Acesso em: 01 mar. 2021.

REBELLO. F. K; SANTOS. P.C; SANTOS, M.A. Boieiras do Ver-o-Peso: tradição, cultura e valores não econômicos da culinária regional na mais importante feira da Amazônia brasileira. **Revue franco-brésilienne de géographie / Revista franco-brasileira de geografia**. 2021. No prelo

SERVIÇO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Microcrédito de forma consciente e planejada**. Disponível em: https://eadlms.sebrae.com.br/courses/novo-sebrae/micons/pdf/e_book_microcredito.pdf Acesso em: 01 mar. 2021.

SOARES, B. **Ver-o-Peso é pauta de polêmicas sobre a tão esperada reforma, iniciada pela Prefeitura, mas embargada pelo Iphan**. Disponível em: <https://redepara.com.br/Noticia/209585/reforma-do-ver-o-peso-e-urgente-e-necessaria-ao-turismo-e-cultura-de-belem> Acesso em: 17 de março, 2021.

SUKONTASON, K; BUNCHOO, M; KHANTAWA, B; PIANGJAI, S; CHOOCHOTE, W. Musca domestica as a mechanical carrier of bacteria in Chiang Mai, north Thailand. **J Vector Ecol**. 25 114–117, 2000.

TARULEVICZ. N. Hawkerpreneurs: Vendedores ambulantes, empreendedorismo e reinvenção da comida de rua em Singapura. **RAE -Revista de Administração de Empresas**. v. 58 n. 3 maio-jun 2018 | 291-302.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Redes de cidades criativas**. Belém. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/node/324> Acesso em: 18 fev. 2021.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION (UNESCO). **Redes de cidades criativas**. Disponível em: <https://en.unesco.org/creative-cities/content/about-us> Acesso em: 18 fev. 2021.

WORLD HEALTH ORGANIZATION (WHO). Food Saf. **Essential safety requirements for street-vended foods, Revised edition. World Health Organization**. Disponível em: <https://apps.who.int/iris/handle/10665/63265?localeattribute=pt&>. Acesso em: 17 março. 2021.