

Características sociodemográficas dos permissionários de produtos da sociobiodiversidade em mercados públicos no nordeste brasileiro**Sociodemographic characteristics of permissionaries of sociobiodiversity products in public markets in northeast brazil**

DOI:10.34117/bjdv6n4-210

Recebimento dos originais:24/03/2020

Aceitação para publicação:14/04/2020

Ethyênne Moraes Bastos

Doutoranda de Desenvolvimento e Meio Ambiente (PRODEMA/PRPG/TROPEN) da Universidade Federal do Piauí (UFPI).

E-mail: ethybio@hotmail.com

Alexandre Schiavetti

Doutor e Professor do Departamento de Ciências Agrárias e Ambientais/Universidade Estadual de Santa Cruz - UESC.

E-mail:aleschi@uesc.br

Júlio Marcelino Monteiro

Doutor e Professor do Departamento de Ciências Biológicas/ UFPI - Campus Amílcar Ferreira Sobral.

Email: juliommonteiro@ufpi.edu.br

Roseli Farias Melo de Barros

Doutora e Professora do Departamento de Biologia /UFPI.

E-mail: rbarros.ufpi@gmail.com

RESUMO

As feiras livres e os mercados, estabelecidos em muitos centros urbanos, funcionam como mecanismos geradores de renda para os permissionários. Objetivou-se caracterizar sociodemograficamente os permissionários de produtos da sociobiodiversidade em área urbana no município de Teresina (PI), bem como averiguar os canais de comercialização e os atores envolvidos. Entrevistaram-se 48 permissionários, em cinco mercados públicos da cidade. Os dados foram analisados qualitativamente e quantitativamente por meio de análise descritiva. Os resultados evidenciam maior ocorrência de mulheres trabalhando na atividade (81,3%); predominância de adultos na fase economicamente ativa (51 anos); não escolarizados (32%) e renda mensal entre um a dois salários mínimos. São de origem piauiense (58,3%) e a maioria desenvolve suas atividades sete dias da semana. A comercialização de produtos da sociobiodiversidade não foi citada como renda principal, sendo proveniente de aposentadorias e/ou benefícios sociais do governo (87,2%). A venda dos produtos da sociobiodiversidade nos mercados estudados envolve uma rede que engloba uma cadeia de comercialização, onde os principais atores são: abastecedores, produtores, atravessadores, permissionários e consumidores. Os mercados pesquisados são canais de comercialização dos produtos da

sociobiodiversidade no município, evidenciam a atividade e os aspectos sociodemográficos dos entrevistados, e complementam a renda das famílias que utilizam desse meio.

Palavras chaves: centros urbanos. comercialização. feirantes.

ABSTRACT

Markets and free fairs, established in many urban centers, function as income-generating mechanisms for permit holders. The objective was to characterize sociodemographically the permission holders of socio-biodiversity products in an urban area in the city of Teresina (PI), as well as to investigate the commercialization channels and the actors involved. 48 permit holders were interviewed in five public markets in the city. The data were analyzed qualitatively and quantitatively through descriptive analysis. The results show a higher occurrence of women working in the activity (81.3%); predominance of adults in the economically active phase (51 years); unschooled (32%) and monthly income between one to two minimum wages. They are of Piauí origin (58.3%) and most develop their activities seven days a week. The sale of sociobiodiversity products was not mentioned as the main income, coming from pensions and / or government social benefits (87.2%). The sale of sociobiodiversity products in the markets studied involves a network that includes a marketing chain, in which the main actors are: suppliers, producers, intermediaries, permissionaires and consumers. The markets surveyed are channels for marketing socio-biodiversity products in the municipality, highlighting the activity and socio-demographic aspects of the interviewees, in addition to supplementing the income of families who use this medium.

Keywords: urban centers. commercialization. fairgrounds.

1 INTRODUÇÃO

Durante a Idade Média, no início do século IX, as feiras livres e posteriormente as instalações de mercados, espalharam-se em números crescentes ao longo de toda Europa, porém não se determina de forma exata a fundação desses espaços. No Brasil, por sua vez, o seu advento remonta o ano de 1841, quando surgiram como solução para os problemas relacionados ao abastecimento regional de produtos (PIRENNE, 1956; GORBERG; FRIDMAN, 2003).

Por serem espaços dinâmicos, os indivíduos de diversas origens, classes sociais, idades e interesses se relacionam direta e indiretamente, em uma rede de relações sociais na qual a cooperação, a competição e o comércio se entremeiam. Por sua eficaz, por excelência, espaço de integração entre comunidades, principalmente, no Norte e Nordeste do Brasil (SATO, 2007; FREITAS, 2010; ALMEIDA; PENA, 2011; MINNAERT).

O impacto econômico sobre os elementos que os utilizam como espaço de negociação é claro, tanto entre os comerciantes cuja atividade pode ser a única fonte a compor a renda familiar, como também entre os consumidores, que nela encontram a oportunidade de adquirir

alimentos e outros produtos a preços acessíveis (ALMEIDA *et al.*, 2011). Apesar da sua ampla diversidade, as feiras livres e mercados compartilham características que as qualificam como pertencentes ao circuito inferior da economia de suas cidades-sede. Os aspectos mais importantes neste contexto são: a utilização de baixa tecnologia e baixo nível de conhecimento técnico; a presença do trabalho intensivo, essencialmente voltado à subsistência; vínculos de trabalho e proteção social precários; atividade comercial, essencialmente voltada ao atendimento das camadas sociais médias e populares locais (SANTOS, 2004; SATO, 2007).

Os espaços que constituem os mercados, são essencialmente polarizados pelas atividades comerciais de produtores locais e oriundos de municípios circunvizinhos, eles favorecem o intercâmbio cultural e os fluxos de capitais. Nas cidades interioranas, são importantes mecanismos de geração de renda por meio da comercialização a varejo. Pela concentração da oferta variada de produtos em múltiplos pontos de venda, possibilita aos consumidores a comparação simultânea entre preços e produtos. Tal dinâmica, implícita à livre concorrência, impacta de forma positiva a quantidade, a qualidade e o custo das mercadorias disponíveis, favorecendo o consumidor (ALMEIDA; PENA, 2011).

Nos mercados públicos de grandes centros urbanos evidencia-se a inter-relação dos conhecimentos tradicionais e da medicina moderna, que decorre do processo de modernização, demonstrando assim, a grande diversidade de saberes sobre plantas presentes nesses locais (FERREIRA JUNIOR *et al.*, 2014).

Estabelecidos em centro urbanos, as feiras livres e os mercados, trabalham como organismos geradores de renda para os feirantes, que comercializam a varejo diversos produtos da em múltiplos pontos de venda (ROCHA *et al.*, 2013) e também aos produtores, que são a base da cadeia produtiva, principalmente, ao se tratar dos recursos naturais.

Autores vem reconhecido o valor dos mercados públicos em relação aos produtos medicinais comercializados no Nordeste (ALVES; ANDRADE, 2014; GOMES; CORDEIRO; SOLIDÔNIO, 2015; OLIVEIRA; BARROS, 2018; BISPO *et al.*, 2019; SANTOS *et al.*, 2019). Em outra vertente, as informações sobre características socioeconômicas dos feirantes também, vem sendo pesquisadas na região (DANTAS; GUIMARÃES, 2006; ROCHA *et al.*, 2013; LINHARES *et al.*, 2014; OLIVEIRA *et al.*, 2014; MEDEIROS *et al.*, 2019), remontando a necessidade da existência de estudos sobre essa área do conhecimento aqui retratada.

Objetivou-se caracterizar sociodemograficamente os comerciantes dos mercados Laurindo Veloso, Dirceu Arcoverde I, Tersando Paz, Piçarra e São José. Para isso realizou-se

levantamento do perfil sociodemográfico de cada permissionário, relacionando informações como gênero, idade, fontes de renda, grau de instrução, religião, tempo de atividade, estado civil e origem com os canais de comercialização. Partiu-se do pressuposto de que os permissionários comerciantes de produtos da sociobiodiversidade nos mercados possuem relações sociais, econômicas e de negociação.

2 MATERIAIS E MÉTODO

2.1 ÁREA DE ESTUDO

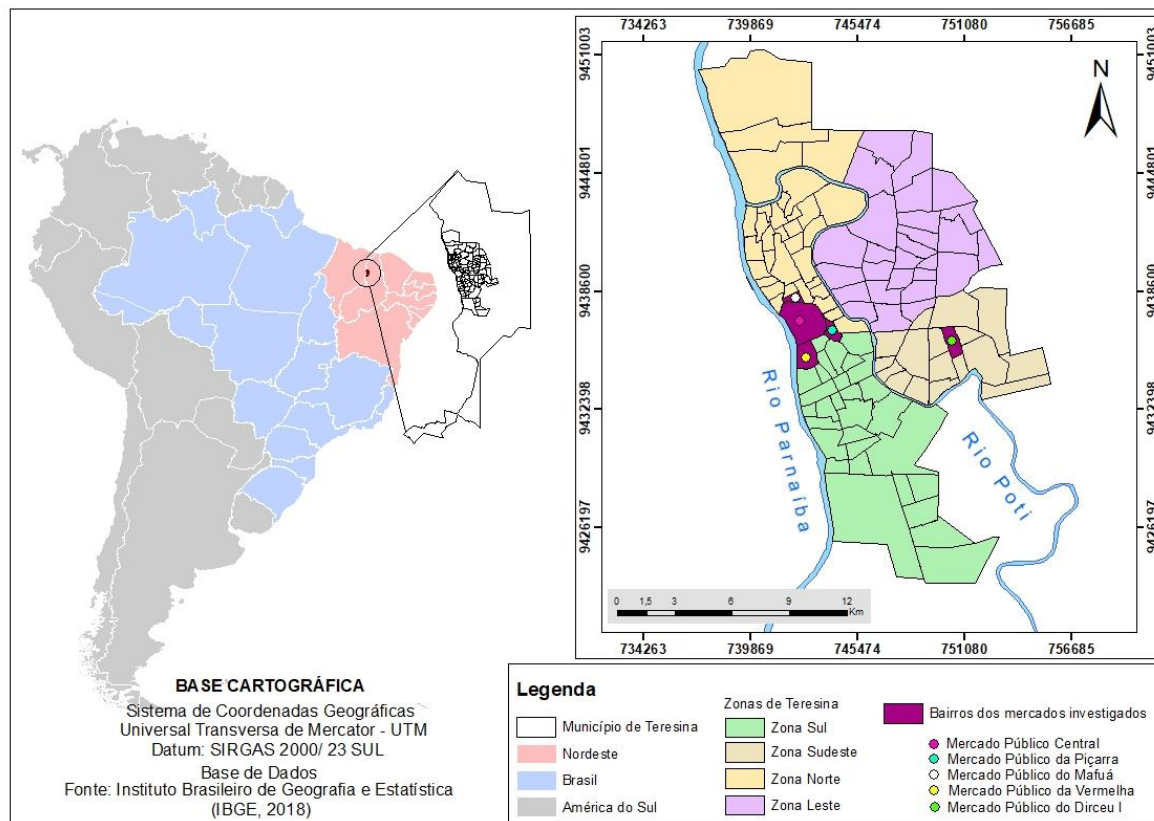
A pesquisa foi realizada nos mercados Laurindo Veloso, Dirceu Arcoverde I, Tersando Paz, Piçarra e São José, localizados na microrregião de Teresina, no território Entre Rios, a qual conta com 814.230 habitantes, sendo 694.147 residente em zona urbana (IBGE, 2010).

Teresina é subterfugada pelos municípios de União, José de Freitas, Monsenhor Gil, Palmeirais, Currealinhos, Nazária, Demerval Lobão e no Estado do Maranhão, pela cidade de Timon. O clima é Tropical Subúmido Quente, precipitação pluviométrica de 1.365,3 mm, com duração do período seco de seis meses, em que a variação de temperatura fica entre 22° C e 38° C. A flora do local é composta de floresta decidual secundária mista, babaçal e campo cerrado (CEPRO, 2013).

Selecionou-se os mercados pelos fatores de: intensa comercialização e fluxo de pessoas da cidade e região; mais frequentados; apresentaram maior quantitativo de permissionários, possibilidade da coleta de dados expressivos, localizações; facilidade de deslocamento e relevância histórica.

Distribuídos em três (centro-norte, sul e sudeste) das quatro zonas administrativas da cidade (Figura 1), a zona leste não pode ser incluída, em decorrência de reforma administrativa do mercado público na época da coleta de dados.

Figura 1 – Localização dos mercados públicos estudados, no município de Teresina, Piauí, Nordeste do Brasil.



Fonte: IBGE (2010) modificado por Karoline Veloso Ribeiro em 2018.

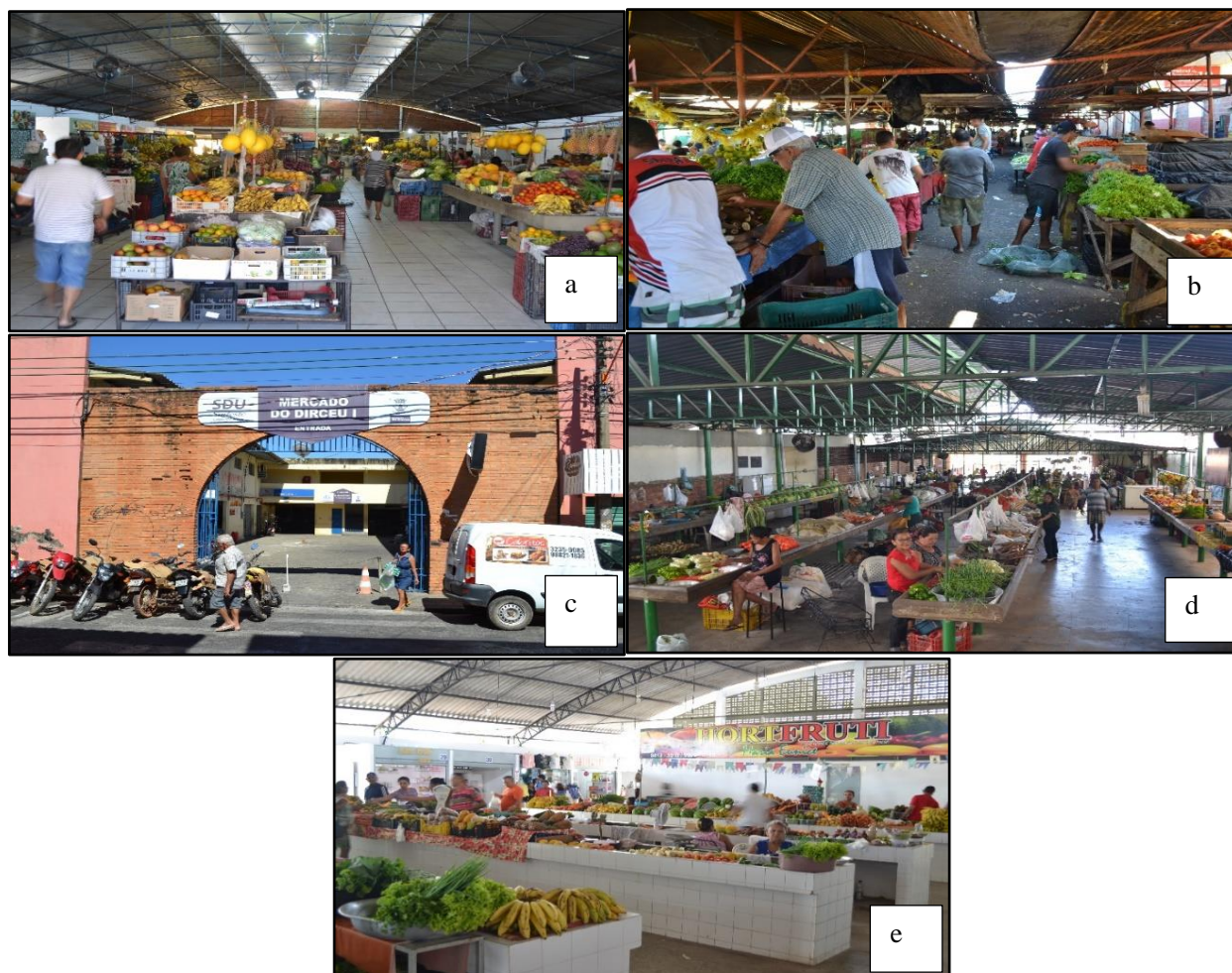
Os mercados possuem características e denominações próprias, onde possuem um quantitativo de bancas comercializando produtos da sociobiodiversidade (Quadro 1).

Quadro 1- Denominações e características dos mercados investigados em Teresina, Piauí.

Nome Mercado	Nome popular	Localização	Ano de fundação	Área disposta para comercialização	Nº de bancas
Mercado Público Tersandro Paz	Mercado do Mafuá	Rua Lucídio Freitas	1960	pavimento interno	13
Mercado Público São José	Mercado Velho Central de Teresina	Praça da Bandeira	1860	pavimento externo e interno	47
Mercado Público Laurindo Veloso	Mercado da Vermelha	Avenida Nações Unidas	1987	pavimento interno	18
Mercado Público do Dirceu I	Mercado do Dirceu	Quadra 267	1970	pavimento externo	26
Mercado Público da Piçarra	Mercado da Piçarra	Avenida Higino Cunha	1995	pavimento externo	34

Fonte: Pesquisa direta, 2018-2019.

Figura 2 – Mercados públicos investigados em Teresina, Piauí. (a) Mercado Tersandro Paz (Mafuá); (b) Mercado Central São José (Mercado Velho); (c) Mercado do Dirceu I; (d) Mercado da Piçarra; (e) Mercado Laurindo Veloso (Vermelha).



Fonte: Autores, 2018-2019.

2.2 AMOSTRAGEM

Utilizou-se amostragem não probabilística, objetivando conhecer o universo dos permissionários, incluindo o maior número de indivíduos. Desse modo, para a seleção da amostra, todos os sujeitos que cumpriram os seguintes critérios: maior de 18 anos, permissionário de produtos da sociobiodiversidade cadastrados junto a Prefeitura Municipal de Teresina, e aceitar participar voluntariamente da pesquisa.

2.3 COLETA DE DADOS

Inicialmente, a pesquisa foi aprovada pelo Comitê em Ética em Pesquisa (CEP) da Universidade Federal do Piauí (UFPI), com o parecer sob o nº 2.445.661 e cadastrada no

Sistema Nacional de Gestão do Patrimônio Genético e do Conhecimento Tradicional Associado (SISGEN), sob o nº A52F6C8.

Logo após, utilizou-se do método *rapport* (BERNARD, 1989), cujo escopo foi apresentar o projeto de pesquisa e obter familiarização e vínculos de confiança com todos os entrevistados.

A coleta de dados ocorreu nos anos 2018 e 2019, com mais de uma visita a cada mercado, utilizando técnicas de observação direta e registro livre dos fenômenos observados em campo e fotográficos. Além disso, foram realizadas entrevistas conduzidas com um formulário semiestruturado unificado (APOLINÁRIO, 2006). Foram considerados aspectos como: gênero, idade, fontes de renda, grau de instrução, religião, tempo de atividade, estado civil, origem, ocupação secundária, participações em processos organizacionais, sociais e capacitações, além dos canais de comercialização. Todos os permissionários foram convidados a assinar um termo de anuência, ou aqueles não escolarizados recolheu a digital para a realização da pesquisa.

2.4 ANÁLISE DE DADOS

O processamento dos dados, as alternativas de cada questão foram codificadas para o *Microsoft Office Excel 2016*, e posteriormente importados para o *software “Statistical Package for Social Science” - SPSS*, versão 18.0. Foram utilizadas ferramentas descritivas para a análise e expressão dos resultados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os mercados municipais estudados representam um espaço de comercialização dos mais variados produtos da sociobiodiversidade, entre os quais carnes, peixes, frutas, legumes, plantas medicinais e mídias piratas. Além disso, alguns abrigam lojas de roupas, calçados, artesanato e restaurantes. A estrutura física dos mercados varia entre as zonas administrativas, funcionando em espaços cobertos com telhas ou lonas, ou ar livre no meio da rua.

Em relação aos 48 (quarenta e oito) permissionários que aceitaram voluntariamente participarem da pesquisa, constatou-se a presença de seis no Mercado da Vermelha; dez no Mercado da Piçarra; nove no Mercado do Mafuá; treze no Mercado São José e dez no Mercado do Dirceu I. Ao realizar a média de entrevistados (as) por mercados, obtém-se o valor de aproximadamente, nove entrevistados (as). Ao analisar os estudos em mercados e feiras livres no Brasil, os dados corroboram com os de Alves e Andrade (2014), que entrevistaram um

vendedor de plantas medicinais; Oliveira e Barros (2018), sete feirantes; Santos *et al.* (2019), quatro comerciantes e Medeiros *et al.* (2019), nove raizeiros. A pesquisa tratou-se de uma análise não probabilista, portanto o baixo índice de entrevistados pode estar relacionado ao não comprometimento deles, sem intenção de fornecer dados, nem expor todos os produtos que dispõem, devido a fiscalização pelos órgãos governamentais que apreendem no mercado.

Quanto aos dados do formulário referente ao gênero dos permissionários, observou-se que homens e mulheres estão envolvidos na atividade de comercialização informal de produtos da sociobiodiversidade, indicando que 18,7% (nove) são do gênero masculino e 81,3% (trinta e nove) do gênero feminino. Este dado pode estar relacionado ao fato a importância de as mulheres dominar melhor o conhecimento dos produtos e estarem mais ligadas a dominância de ervas medicinais e o seu poder de cura do que os homens.

Embora trabalhos venham sendo publicados como a predominância de homens na atividade (ALVES; SILVA e ALVES; 2008; ROCHA *et al.*, 2012; LINHARES, 2014; OLIVEIRA *et al.*, 2014; MATTOS *et al.*, 2015; COELHO *et al.*, 2017; OLIVEIRA; BARROS, 2018; SANTOS, 2019), observou-se diferença significativa no presente estudo, não corroborando com dados obtidos nos artigos citados.

Em contrapartida, trabalhos em que existe um percentual maior do gênero feminino na participação da comercialização dos produtos (AMADU; SANCHES, 2014; MARTINS; COSTA, 2016; GOMES; LIMA, 2017; CASTILLO-VERA, COCHACHIN; ALBÁN, 2017; MEDEIROS *et al.*, 2019), está relacionado à promoção da igualdade de gênero, erradicação da pobreza extrema e da fome, como também a valorização e estabelecimento do empoderamento feminino, além de que os aspectos culturais, em alguns grupos sociais, onde as mulheres costumam desempenhar atividades relacionadas aos processos de curas e manipulação de plantas medicinais, sendo atividades compatíveis com o gênero.

Quanto à idade dos entrevistados (Tabela 1), os dados indicam que a média de idade é de 51 anos, com a predominância de adultos na fase economicamente ativa. Verificou-se, que o entrevistado mais jovem tem 22 anos e a mais velha tem 79 anos. Isso demonstra a importância de se valorizar as pessoas mais experientes, os quais não podem ser excluídos de levantamentos que desejem inventariar as espécies comercializadas em mercados, uma vez que eles conhecem e concentram uma maior diversidade de produtos. Essa constatação coincide com os resultados obtidos por Araújo *et al.* (2003) e Giraldo *et al.* (2015) em que observaram maior proporção de indivíduos com idade superior a 51 anos.

Tabela 1 – Distribuição percentual dos (as) entrevistados (as) por faixa etária em mercados de Teresina, Piauí.

Idade	Frequência	Percentual
20-29	3	6,2
30-39	5	10,5
40-49	6	12,5
50-59	10	20,8
60-69	9	18,7
Acima de 69	15	31,3
Total	48	100,00

Fonte: Pesquisa direta, 2018-2019.

De acordo com Alves, Silva e Alves (2008); Almeida *et al.* (2010), Monteiro *et al.* (2010); Oliveira e Menini Neto (2012), o predomínio de faixas etárias mais elevadas encontra-se relacionado às atividades inerentes à cadeia de comercialização de plantas medicinais, sendo já esperado nessas pesquisas em feiras e mercados, haja visto que o conhecimento acerca das propriedades curativas tende a se concentrar em pessoas com idade elevada. Fato também notado, é que atualmente muito do conhecimento popular entre os mercados está sendo substituído, uma vez que em muitos casos, infelizmente o conhecimento entre as gerações, não está sendo transmitido, justificando a observação de que os jovens estão desenvolvendo outros tipos de conhecimento.

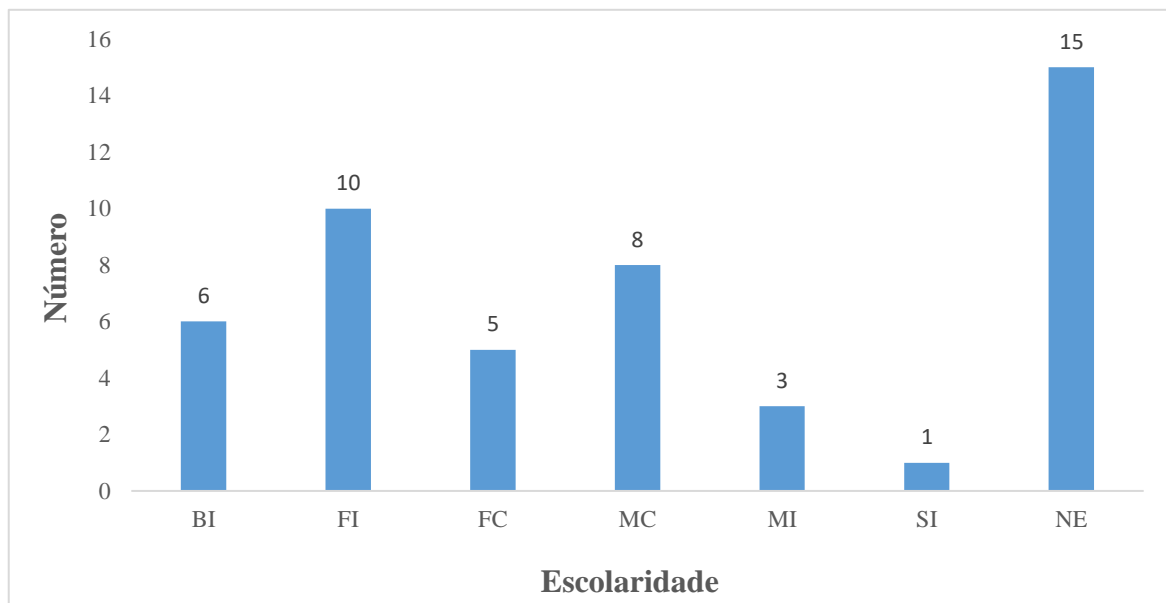
Quanto a naturalidade (58,3%) declararam ser de origem piauiense, nascidos em zona rural, justamente onde se concentram as pessoas que detêm um maior conhecimento sobre produtos medicinais e onde não há disponibilidade de serviços médicos e de acesso aos medicamentos alopáticos. Entretanto, foram observados permissionários originários de município vizinho, como o Maranhão (41,7%). Não foi mencionado por nenhum dos participantes moradia em zona rural, contrariamente ao observado por Dantas e Guimarães (2006) na Paraíba, que relataram que, entre seus entrevistados, 25,6% moram na zona rural da área estudada.

Em relação ao nível de escolaridade, apenas oito interlocutores declaram ter concluído o ensino médio (Figura 3). Os estratos “nível fundamental incompleto e “não escolarizado”, apresentaram as maiores médias, concordando com (DOURADO *et al.*, 2005, DANTAS; GUIMARÃES, 2006; ALVES *et al.*, 2007, MIURA *et al.*, 2007, ALVES *et al.*, 2008; ARAÚJO *et al.*, 2010). O baixo nível de escolaridade observado entre os permissionários evidencia a importância econômica da atividade, uma vez que esta oferece uma alternativa viável de geração de renda para pessoas com pouca ou nenhuma instrução formal. Portanto, podemos inferir que, a atividade em si, não depende de conhecimentos formais, mas sim dos

conhecimentos populares vigentes acerca dos produtos que comercializam nos seus grupos sociais de origem.

Os autores Alves, Silva e Alves (2008), ainda ressaltam que o grau de escolaridade representa um importante aspecto na comercialização de animais e plantas medicinais, exercendo influência direta no ingresso e novos comerciantes a atividade, devendo ser, portanto consideradas no tocante ao estabelecimento de políticas públicas para esse importante setor da economia informal. Dessa forma, os níveis de escolaridade, por exemplo, restringem as oportunidades de emprego e, conseqüentemente, estimula a inserção de novas pessoas no comércio em mercados, que não exige educação formal.

Figura 3 - Distribuição dos (as) interlocutores atuantes nos mercados em Teresina/PI conforme o nível de escolaridade. Legenda: BI (Básico Incompleto); FI (Fundamental Incompleto); FC (Fundamental Completo); MC (Médio Completo); MI (médio Incompleto); SI (Superior Incompleto) e NE (Não Escolarizado).



Fonte: Pesquisa direta, 2018-2019.

Quanto ao estado civil dos investigados, 54,10% é casada no civil e/ou no religioso ou possuem união estável, predomínio também observado em pesquisa realizada nas áreas metropolitanas do Norte e Nordeste do Brasil (ALVES; SILVA; ALVES, 2008). O que se observou dentro desse elo de conhecimento face a constituição familiar, e que não há ao certo uma implicância relatada, haja visto que as trocas de conhecimento entre a família estão sendo mantidas, postas as não condicionadas em relação a faixa etária, onde essas estão sendo cada dia abandonadas pelos jovens.

Como não há uma fiscalização pela Gerencia de Serviços Urbanos – GSU, órgão que administra os mercados na cidade de Teresina, os permissionários possuíam mais de uma banca em cada mercado, sendo que 62,5% abrem suas bancas todos os dias da semana, o restante (37,5%), funcionam aos sábados e domingos informando ser maior o movimento. Coelho *et al.* (2017) também relataram percentual significativamente alto (57,1%) para os dias fins de semana na comercialização dos seus produtos em Mossoró/RN. Esses dias são contabilizados como os de maiores fluxos, por tanto os de maior venda e trocas de conhecimento, entre permissionário-clientela ou vice versa.

As bancas nos mercados são de madeira e/ou alvenaria, onde a organização do espaço interno não é semelhante. Há nítida setorização dos produtos nos mercados, havendo locais fixos de cada permissionário. Os produtos de origem medicinal, são comercializados frescos, secos, bem como preparados em misturas e fórmulas. Amostras desidratadas de folhas, cascas, raízes, são ensacadas e penduradas na parte da frente da banca; enquanto, garrafadas, óleos, cápsulas, géis e pomadas, ficam na parte interna, protegidos do sol e da luz; e as ervas frescas situam-se na parte mais externa e arejada (Figura 4). A forma de disposição destes produtos é semelhante à delineada por Silalahi *et al.*, (2015), na Indonésia, o que pode demonstrar que a exposição pode influenciar maior visibilidade do produto, aumentando o poder de venda. Para Bochner *et al.* (2012), a setorização dos produtos direciona o consumidor ao produto procurado e preserva os materiais mais susceptíveis.

Figura 4 - Organização e setorização de produtos medicinais no Mercado da Piçarra, Teresina, Piauí. a) Permissionária 1 (banca em madeira); b) Permissionária 2 (banca em alvenaria).



Fonte: Autores, 2018-2019.

O espaço interno é mantido limpo pelos permissionários e as áreas comuns de responsabilidade da GSU, que realiza a limpeza, diariamente. Quando encerra o expediente,

os feirantes cobrem as mesmas com lona de plástico e amarram, é importante a efetivação dos cuidados fitossanitários delas, pois evita que os produtos contaminem.

Todos entrevistados são proprietários de suas bancas, ou seja, credenciados junto à prefeitura e trabalham, comumente, sozinhos ou com um ou dois ajudantes, em geral membros da família, fato também relatado por Barros (2009) e Santos, Coelho-Ferreira e Lima (2018). O envolvimento familiar nesse tipo de atividade, tem se mostrado fator determinante para comercialização dos produtos, haja visto, que a tradição do trabalho vem sendo repassada pelas gerações, como declarou uma das entrevistadas, desde criança acompanha os pais na atividade.

Durante as entrevistas, os permissionários afirmaram que o tempo de dedicação à atividade nos mercados apresentou-se de seis a quarenta anos, em que a maioria (88%) atua há mais de oito anos, o que corrobora com os dados apresentados por Dantas e Guimarães (2006) em feira na Paraiba; Alves, Silva e Alves (2008) em áreas metropolitanas do Norte e Nordeste do Brasil; Santos, Coelho-Ferreira e Lima (2018) em mercados públicos na região metropolitana em Belém/PA. Nas observações realizadas, o tempo de atuação no comércio apresenta correlação direta com a idade dos entrevistados, refletindo as afirmações de Alves, Silva e Alves (2008) em que indivíduos mais idosos apresentam, maior tempo de conhecimento e comercialização dos produtos nos mercados. Observou-se que a permanência dos permissionários na atividade por período longo pode ser interpretada como um indício da importância que a venda dos produtos da sociobiodiversidade tem para o sustento de suas famílias.

Para 66% dos entrevistados, a comercialização dos produtos não representa a sua principal fonte de renda. Porém, relatam o desenvolvimento em atividades paralelas (45,6%) e/ou renda extra proveniente de aposentadorias e/ou benefícios sociais do governo (87,2%), o que é condizente com a idade média dos indivíduos. O desenvolvimento de atividades econômicas simultâneas ao trabalho em mercados e/ou feiras livres para complementar a renda familiar, também ficou comprovado nas pesquisas desenvolvidas por Freitas *et al.* (2012); Lima, Coelho-Ferreira e Santos (2014) e Santos, Coelho-Ferreira e Lima (2018).

Com a atividade de venda dos produtos da sociobiodiversidade, a renda mensal exibiu-se entre um a dois salários mínimos em todos os mercados. Nossas observações não são compatíveis com as realizadas por Araújo *et al.* (2010), que os autores constataram renda familiar de um a três salários mínimos. Por integrarem um contingente que compõem a economia informal, os trabalhadores desses espaços não constituem uma categoria fácil de ser analisada, não havendo registro ou controle de caixa sobre as vendas.

Os permissionários relataram que, atualmente não fazem parte de organizações sociais envolvidas na produção e/ou comercialização de produtos, e que nenhum órgão disponibiliza assistência técnica, capacitação ou algum incentivo, porém demonstraram interesse na participação de capacitações voltadas especialmente para as condições fitossanitárias, fatores que estabelecerão na prática diária a aplicação de rotinas e estrutura física adequada do ponto de vista higiênico-sanitário. Salienta-se que a ingestão por humanos de produtos de qualidade microbiológica inadequada pode promover intoxicações, infecções ou toxinfecções de gravidade variável, podendo resultar em óbito. O risco à saúde é amplificado no caso de crianças e idosos, faixas etárias mais vulneráveis, nas quais o uso de chás é frequente. Adicionalmente, devemos considerar que a presença de altas densidades de microrganismos em uma planta medicinal pode promover a degradação enzimática de um ou mais princípios ativos, o que potencialmente pode resultar em toxicidade, redução ou perda da ação terapêutica esperada (PLESIS-STOMAN *et al.*, 2009; SUREKHA *et al.*, 2011).

Em contraponto, os entrevistados mais antigos, expõem que outrora participaram de cursos com orientações voltadas para a comercialização, gestão em negócios, reaproveitamento dos produtos, higiene e condições fitossanitárias, sendo ofertados pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE); Fundação Wal Ferraz (FWF); Gerência Municipal de Vigilância Sanitária (GEVISA) e Instituto de Assistência Técnica de Extensão Rural do Piauí (EMATER), porém foram considerados “superficiais”, nos quais não conseguiram adequar para suas condições socioeconômicas, não tiveram acesso adequado as ferramentas para colocar em prática as lições aprendidas.

Nenhum dos investigados cultiva as espécies comercializadas, ou atua como coletor, todos limitam-se a venda dos produtos, adquirindo os mesmos das Hortas Comunitárias, do Centro de Abastecimento do Piauí (CEAPI), extrativistas e compras com atravessadores.

“Antes eu trabalhava, tomava de conta da horta, (cheiro verde, alface e couve flor), depois larguei sabe não dava conta não, agora compro da horta do Dirceu...”

(V., permissionária, 52 anos).

Percebe-se pelo relato, que a entrevistada deixou de realizar atividade de produtora e coletora face ao desgaste do trabalho em realizar a função, preferindo adquirir por meio de outros produtores. Essa dedicação ao comércio foi relatada em outros trabalhos em mercados no Peru e Bolívia (MACÍA; GARCIA; VIDAURRE, 2005; BUSSMANN *et al.*, 2009); na

Paraíba, Maranhão e Piauí (ALVES, SILVA e ALVES, 2008) e no Rio Grande do Norte (ROCHA *et al.*, 2012). Conforme Albuquerque *et al.* (2014), não acumular a função de coletores parece ser a realidade de grande parte dos feirantes dos centros urbanos. A preferência em adquirir os produtos de atravessadores pode ser em virtude da comodidade, distância e desgaste física da atividade, onde os mesmos vão até os permissionários.

A venda dos produtos da sociobiodiversidade nos mercados estudados envolve uma rede que engloba uma cadeia de comercialização de produtos da região de Teresina, sendo abrangente (Figura 5). Os principais atores nessa cadeia são assim qualificados:

Produtores – indivíduos que plantam as espécies nas hortas comunitárias, localizadas na cidade de Teresina;

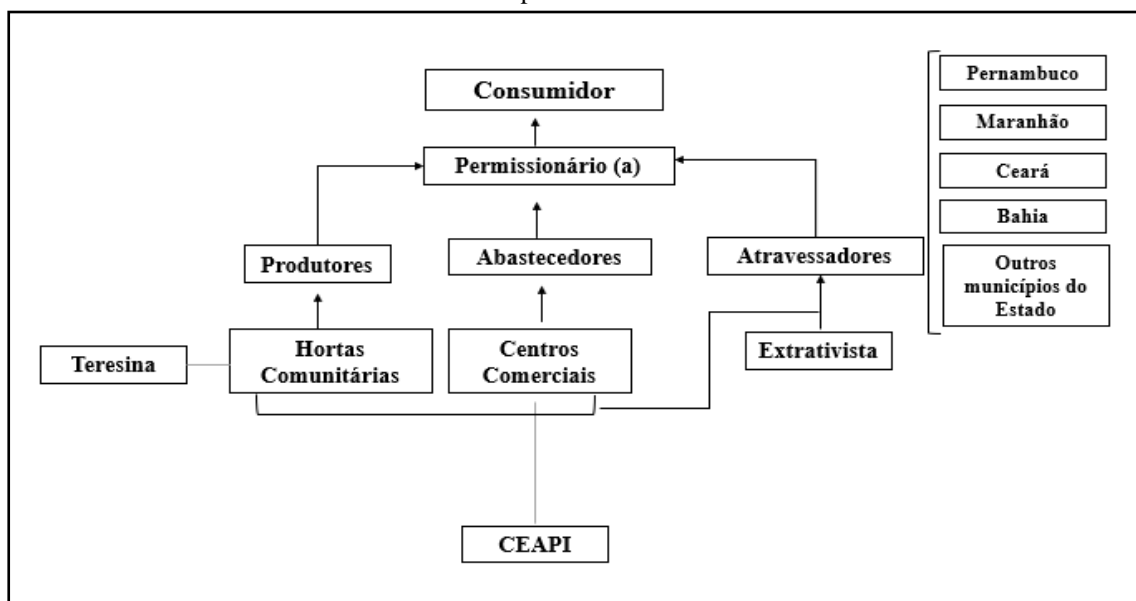
Abastecedores – os centros comerciais que vendem os produtos para os permissionários;

Atravessador – agente que realiza a intermediação de produtos no âmbito local, repassando aos permissionários produtos obtidos do extrativismo e/ou cultivo em hortas, bem como repassando produtos comprados nos centros abastecedores. São pessoas oriundas de outras regiões;

Permissionário– trabalhador que atua na venda dos produtos da sociobiodiversidade, raramente se dedica ao cultivo deles.

Consumidor - público variado, abrangendo diversas camadas sociais.

Figura 5 – Representação da cadeia de comercialização dos produtos da sociobiodiversidade em mercados públicos de Teresina/PI.



Fonte: Autores, 2019.

Os principais fornecedores das espécies comercializadas pelos permissionários são os atravessadores, que os obtêm em diferentes regiões do município de Teresina, ou em outros municípios (Campo Maior, Altos, União e Esperantina), estados, como Pernambuco (Recife e Petrolina), Bahia (Juazeiro), Ceará (Tianguá) e Maranhão (Timon e Caxias). A migração de pessoas para outras regiões, contribui de fato para dinamização do comércio de espécies medicinais locais (MEDEIROS *et al.*, 2012), sendo os mercados pontos estratégicos na distribuição de insumos medicinais advindos de outras regiões (PINTO; MADURO, 2003; ANDEL; WESTERS, 2010; LIMA; COELHO-FERREIRA; OLIVEIRA., 2011; LIMA; COELHO-FERREIRA; SANTOS, 2014).

Ainda em relação aos canais de comercialização, os dados fornecidos pelos entrevistados, apontam que eles recebem os produtos ou se deslocam até os locais de compra toda semana, onde geralmente os pedidos são feitos pessoalmente ou via telefone. Quando questionados se eles revendem seus produtos, 100% afirmaram que não.

Os permissionários relatam que sabem da origem dos fornecedores que vendem para eles e que os conheceram na labuta cotidiana dos espaços de venda dos produtos.

4 CONCLUSÃO

Os mercados de Teresina se apresentam como um local de espelho de comercialização dos produtos da sociobiodiversidade no município. É evidente que, os aspectos socioeconômicos presentes em relação aos entrevistados, representa a vida cotidiana deles.

Embora a atividade complementar a renda familiar, percebe-se por parte dos permissionários fragilidades inerentes a controles financeiros e administrativos, o que dificulta o planejamento econômico, devendo acionar medidas para minimização desses efeitos, como a inserção em programas de instrução financeira que viabiliza a atividade.

A presença de integrantes familiares nas atividades de comercialização nos mercados, parece ser tradição, participando do papel social relacionando inclusive as práticas cotidianas percebidas no âmbito do trabalho.

Nos mercados de Teresina, a comercialização de produtos da sociobiodiversidade para diversos fins, por meio dos canais de comercialização, torna o espaço local de diversidade ímpar. Haja vista que os diferentes ambientes que compõem os espaços, fornecem os recursos naturais, atrelado ao conhecimento dos permissionários, com registros das conexões específicas entre eles.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE U. P. et al. Methods and techniques used to collect ethnobiological. In: ALBUQUERQUE, U. P.; CUNHA, L.V.F.C.; LUCENA, R. F. P. (Eds.). **Methods and techniques in ethnobiology and ethnoecology**, New York: Springer Science, p.15-37, 2014.

ALMEIDA, M. D.; PENA, P. G. L. Feira livre e risco de contaminação alimentar: estudo de abordagem etnográfica em Santo Amaro, Bahia. Revista **Bahiana de Saúde Pública**, v. 35, n. 1, p. 112, 2011.

ALMEIDA, R.B.; DINIZ, W.J.S. da.; SILVA, P.T.V.da.; ANDRADE, L.P.da.;DINIZ, W.P.S. da.; LEAL, J.B.G.; BRANDESPIM, D.F. Condições higiênico-sanitárias da comercialização de carnes em feiras livres de Paranatanema, PE. **Alimentos e Nutrição**, v. 22, n. 4, p. 585-592, 2011.

AMADU, J.; SANCHEZ, A. C. Economic importance of the medicinal plant trade in Sierra. **Economic Botany**, v. 67, n. 4, p. 299-312, 2013.

ANDEL, T.V.; WESTERS, P. Why Surinamese migrants in the Netherlands continue to use medicinal herbs from their home country. **Journal of Ethnopharmacology**, v.127, n.3, p.694-701, 2010.

APOLINÁRIO, F. **Introdução à análise quantitativa de dados**. In: LEAMING, T. Metodologia científica – filosofia e prática da pesquisa. São Paulo: Thomson Learning, p. 145-168, 2006.

ARAUJO, T. S.; BRITO, C. R.; AGUIAR, M.C.R.D; CARVALHO, M. C. R. D. Perfil socioeconômico dos raizeiros que atuam na cidade de Natal (RN). **Infarma**, v.15, n. 1/3, p. 77-79, 2003.

ARAÚJO, A.C.; SILVA, J.P.; CUNHA, J.L.X.L.; ARAÚJO, J.L.O. Caracterização socioeconômico-cultural de raizeiros e procedimentos pós colheita de plantas medicinais

comercializadas em Maceió, AL. **Revista Brasileira de Plantas Mediciniais**, v. 11, n. 1, p. 81-91, 2010.

ALVES, R. R. N.; SILVA, A. A. G.; SOUTO, W. M. S.; BARBOZA, R. R. D. Utilização e comércio de plantas medicinais em Campina Grande, PB, Brasil. **Revista Eletrônica de Farmácia**, v.4, n.2, p.175-198, 2007.

ALVES, R.R.N.da.; SILVA, C.C.da.; ALVES, H.N.da. Aspectos socioeconômicos do comércio de plantas e animais medicinais em área metropolitanas do Norte e Nordeste do Brasil. **Revista de Biologia e Ciência da Terra**, v.8, n.1, p.181-188, 2008.

ALVES, E.C.; ANDRADE, F.O. Etnobotânica e a tradição cultural de ervas medicinais no mercado Albano Franco, Aracaju-SE. **Educon**, v.8, n.1, p. 1-6, 2014.

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

BERNARD, H.R. **Research methods in anthropology**: qualitative and quantitative approaches. Altamira Press, Lanham, 1^a ed., 1989, 520 p.

BISPO, G.L.; MARCO, C.A.; FERREIRA, F.S. da.; CHAVES, J.T.L.; FARIAS, R.B. de. Estudo Etnobotânico de plantas medicinais no comércio da cidade de Juazeiro do Norte, CE. **Journal of Biology & Pharmacy and Agricultural Management**, v.15, n.4, p.450-465, 2019.

BOCHNER, R.; FISZON, J. T.; ASSIS, M. A.; AVELAR, K. E. S. Problemas associados ao uso de plantas medicinais comercializadas no Mercado de Madureira, município do Rio de Janeiro, Brasil. **Revista Brasileira de Plantas Mediciniais**, v.14, n.3, p.537-547, 2012.

BUSSMANN, R.W.; SHARON, D.; VANDEBROEK, I.; JONES, A.; REVENE, Z. Health for sale: the medicinal plant markets in Trujillo and Chiclayo, Northern Peru. **Journal of Ethnobiology and Ethnomedicine**, v.3, n.37, p. 1-9, 2007.

CASTILLO-VERA, H.; COCHACHIN, E.; ALBÁN, J. Plantas comercializadas por herbolarios en el mercado del distrito de Cajabamba (Cajamarca, Perú). **Boletín Latinoamericano y del Caribe de Plantas Medicinales y Aromáticas**, v.16, n.3, p. 303-318, 2017.

CEPRO – Fundação Centro de Pesquisas Econômicas e Sociais do Piauí. **Diagnóstico socioeconômico do município de Teresina**. 2013. Disponível em: <http://www.cepro.pi.gov.br/diagsocoeco.php>. Acesso em: 15 Set. 2019.

COELHO, M.F.de.; FREITAS, R.M.O.de.; OLIVEIRA, F.N.de.; NOGUEIRA, N.W.; LEAL, C.C.P. Caracterização do comércio de plantas medicinais por raizeiros em Mossoró, Rio Grande do Norte. **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v.12, n.2, p. 290-297, 2017.

DANTAS, I.C.; GUIMARÃES, F.R. Perfil dos raizeiros que comercializam plantas medicinais no município de Campina Grande, PB. **Revista de Biologia e Ciência da Terra**, v.6, n.1, p. 39-44, 2006.

DOURADO, E. R.; DOCA, K. N. P.; ARAUJO, T. C. C. Comercialização de plantas medicinais por “raizeiros” na cidade de Anápolis - GO. **Revista Eletrônica de Farmácia**, v.2, n.2, p.67-69, 2005.

FREITAS, A. V. L., COELHO, M. F. B., AZEVEDO, R. A. B., MAIA, S. S. S. Os raizeiros e a comercialização de plantas medicinais em São Miguel, Rio Grande do Norte, Brasil. **Revista Brasileira de Biociências**, v.10, n.2, p.147-156, 2012.

GIRALDO, S.E.M.Q.; LIZARAZÚ, M.C. B.; ROBAYO, A. M.; LOBO, A.Z.P.; MOLANO, L.G. Descripción del uso tradicional de plantas medicinales en mercados populares de Bogotá, D.C. **Nova**, v.13, n.23, p.73-80, 2015.

GOMES, N.M.F.; CORDEIRO, B.M.P.C.da.; SOLIDONIO, E.G. Levantamento Etnobotânico das plantas medicinais indicadas pelos raizeiros do mercado da Madalena, Recife-PE, **Ciências Biológicas e da Saúde**, v.2, n.3, p.21-34, 2015.

GOMES, N.S.; LIMA, J.P.S. Uso e comercialização de plantas medicinais em Humaitá, Amazonas. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.12, n.1, p. 19-31, 2017.

GORBERG, S.; FRIDMAN A., S. **Mercados do Rio: 1834-1962**. Rio de Janeiro: S. Gorberg, 2003,152p

IBGE. Instituto Brasileiro Geográfico de Estatísticas. **Cidades**. Brasília: IBGE, 2010. Disponível em: <http://www.ibge.gov.br>. Acesso em: 15 Set. 2019.

LIMA, P. G. C.; COELHO-FERREIRA, M.; OLIVEIRA, R. Plantas medicinais em feiras e mercados públicos do Distrito Florestal Sustentável da BR-163, estado do Pará, Brasil. **Acta Botanica Brasilica**, v. 25, n. 2, p. 422-434, 2011.

LIMA, P. G. C.; COELHO-FERREIRA, M.; SANTOS, R. S. A floresta na feira: plantas medicinais do município de Itaituba, Pará, Brasil. **Fragmentos de Cultura**, v. 24, n. 2, p. 285-301, 2014.

LINHARES, J.F.P.; HORTEGAL, E.V.; RODRIGUES, M.I.A. de; SILVA, P.S.S.da. Etnobotânica das principais plantas medicinais comercializadas em feiras e mercados de São Luís, estado do Maranhão, Brasil. **Revista Pan-Amazônica de Saúde**, v.5, n.3, p.39-46, 2014.

MACIA, M.J.; GARCIA, E.; VIDAURRE, P.J. An ethnobotanical survey of medicinal plants commercialized in the markets of La Paz and El Alto, Bolivia. **Journal of Ethnopharmacology**, v.97, p. 337-350, 2005.

MARTINS, E.S.S.da.; COSTA, J.C.da. Importância relativa das plantas medicinais comercializadas nas feiras dos municípios de Paulo Afonso – Bahia, Delmiro Gouveia –

Alagoas e Petrolândia – Pernambuco, Brasil. **Opará: Etnicidades, Movimentos Sociais e Educação**, v.4, n.5, p.63-80, 2016.

MATTOS, A.A.; MORAIS, R. B. de, SAMPAIO, J. B., LACERDA, G. A.; RAMOS, D. M. B.; CARREIRO, D. L. Levantamento de plantas medicinais comercializadas por raizeiros do mercado municipal central de Montes Claros – MG, **Revista Brasileira de Pesquisa em Ciências da Saúde**, v.2, n.1, p.11-17, 2015.

MEDEIROS, P.M.D.; SOLDATI, G.T.; ALENCAR, N.L.; VANDEBROEK, I.; PIERONI, A.; HANAZAKI, N.; ALBUQUERQUE, U.P. The use of medicinal plants by migrant people: adaptation, maintenance, and replacement. **Evidence-based Complementary and Alternative Medicine**, p.1-11, 2012.

MEDEIROS, F. S. de; SA, G. B. de.; DANTAS, M. K. L.; ALMEIDA, M. G. V. M. de. Plantas medicinais comercializadas na feira livre do município de Patos, Paraíba, **Revista Verde de Agroecologia e Desenvolvimento Sustentável**, v.14, n.1, p.150-155, 2019.

MIURA, A. K., LOWE, T. R.; SCHINESTSCCK, C. F. Comércio de plantas medicinais, condimentares e aromáticas por ervateiros da área central de Pelotas - RS: estudo etnobotânico preliminar. **Revista Brasileira de Agroecologia**, v.2, n.1, p.1025-1028, 2007.

MONTEIRO, J.M.; ARAUJO, E.L.; AMORIM, E.L.C.; ALBQUERQUE, U.P. Local markets and medicinal plant commerce: a review with emphasis on Brazil. **Economic Botany**, v. 64, n.4, p. 352-356, 2010.

OLIVEIRA, E. R.; MENINI NETO, L. Levantamento etnobotânico de plantas medicinais utilizadas pelos moradores do povoado de Manejo, Lima Duarte-MG. **Revista Brasileira de Plantas Mediciniais**, v. 14, p. 311-320, 2012.

OLIVEIRA, M.A.J.de.; SANT'ANA, A.O.de.; GUEDES, M.L.S.; CARDEL, L.M.P.S. Caracterização dos erveiros(as) e das plantas sagradas vendidas nas feiras livres de Salvador. **Candombá**, v.10, n.1, p.46-57, 2014.

OLIVEIRA, F.C.S.de; BARROS, R.F.M.de. Aspectos sociodemográficos dos comerciantes de plantas medicinais da feira de Oeiras, Piauí. **Educação Ambiental em Ação**, v.63, p. 1-12, 2018.

PINTO, A.A.C.da.; MADURO, C.B. Produtos e subprodutos da medicina popular comercializados na cidade de Boa Vista, Roraima. **Acta Amazonica**, v. 33, n. 2, p. 281-290, 2003.

PIRENNE, H. **Economic and Social History of Medieval Europe**. New York: A Harvest Book, 1956, 252p.

PLESSIS-STOMAN, D.du.; DOWNING, T.G.; VAN DE VENDE, M.; GOVENDER, S. Traditional herbal medicines: potential degradation of sterols and sterolins by microbial contaminants. **South African Journal of Science**, v.105, p.147-150, 2009.

ROCHA, F.A.G.; ARAÚJO, M.F.F.; COSTA, N.D.L.; SILVA, R.P.; QUEIROGA, P.V.D.M.; MARCIANO, L.A.; PONTES, E.D.M.; SOUZA, J.A.B. Características Socioeconômicas dos comerciantes de plantas medicinais de urrais Novos/RN. **Holos**, v.4, n.29, p.87-100, 2013.

ROCHA, F. A. G.; ARAÚJO, L. S. G. de.; DANTAS, T.G. L.; SILVA, E. R. da.; SILVA, P. A.; GUNDIM, M. K. M. de. Comércio informal de plantas medicinais: características da comercialização, crenças no uso e perfil socioeconômico dos feirantes de Lagoa Nova, RN. In: CONNEPI – Congresso Norte e Nordeste de Pesquisa e Inovação, 7., 2012, Palmas. **Anais Ciência Tecnologia e inovação: ações sustentáveis para o desenvolvimento regional**. Palmas: Editora do IFTO. ISBN 978-85-62830-10-5 Disponível em:<http://prop.ipto.edu.br/ocs/index.php/connepi/vii/paper/view/1995>. Acesso em: 17 Set. 2018.

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

SANTOS, M.O **espaço dividido**: os dois circuitos da economia urbana dos países subdesenvolvidos. São Paulo: EDUSP, 2 ed. 2004, 433 p.

SANTOS, J.J.F.; COELHO-FERREIRA, M.; LIMA, P.G.C. Etnobotânica de plantas medicinais em mercados públicos da Região Metropolitana de Belém do Pará, Brasil. **Biota Amazonia**, v.8, n.1, p.1-9, 2018.

SANTOS, M.V.; VIEIRA, I.R.; SAILVA, M.F.S.; ANDRADE, I.M.de. Comercialização de plantas medicinais nos mercados públicos do município de Parnaíba, Piauí, Brasil. **Espacios**, v.40, n.22, p.1-13, 2019.

SILALAH, M.; NISYAWATI, E.B.W.; SUPRIATNA, J.; MANGUNWARDYO, W. The local knowledge of medicinal plants trader and diversity of medicinal plants in the Kabanjahe traditional market, North Sumatra, Indonesia. **Journal of Ethnopharmacology**, v. 175, p. 432-443, 2015.

SUREKHA, D. et al. A review on role of quality control and quality assurance system in regulation of herbal drugs. **International Journal of Review in Life Sciences**, v. 3, p. 97-105, 2011.