

36º Encontro Anual da Anpocs

GT 07 Dimensões do Urbano: tempo e escalas em composição

**Comida de rua: estilo alimentar, temporalidade e sociabilidade
nas ruas da cidade**

Rogéria Campos de Almeida Dutra

Águas de Lindóia, outubro de 2012

As transformações econômicas provocadas pelo advento do sistema capitalista nas sociedades ocidentais representaram a complexificação das formas de produção social, traduzidas pela crescente divisão do trabalho, o aumento da produção e do consumo, assim como o rápido crescimento urbano. O desenvolvimento das forças produtivas possibilitou o fenômeno urbano em larga escala, apoiado pelo desenvolvimento e internacionalização do mercado baseado no aperfeiçoamento de técnicas aplicadas à agricultura, à medicina e à comunicação.

Há uma série de fenômenos que se associam, delineando um perfil singular das cidades neste novo cenário. Além do crescimento populacional, sua concentração num espaço relativamente delimitado – o que Wirth (1978) chamaria de densidade – as transformações arquitetônicas, a confluência de indivíduos de diferentes origens, a sofisticação da divisão social do trabalho. Robert Park (1978) traduzia as preocupações com o sistema de relações sociais no meio urbano já em 1916, destacando o fato de que além de uma unidade geográfica, a cidade possuía uma dimensão orgânica, seria uma entidade viva, produto da natureza humana, que uma vez formada, impunha-se a ela moldando-a. Assim, este destaca alguns efeitos deste meio como a difusão de novas formas de comunicação, seja o transporte ou o jornal, o fenômeno das multidões, o desenvolvimento de classes altamente estratificadas com uma diferenciação interna, num processo de especialização crescente. O ritmo desta nova sociedade desperta a preocupação e o interesse de se pensar sobre a cidade, de pesquisar a cidade, já que se percebe que houve, de fato, uma transformação, mas que ela é problemática: se por um lado o progresso trouxe novas possibilidades de existência coletiva, também provoca o florescimento de novas formas de desigualdade e pobreza.

As transformações ocorridas na sociedade capitalistas urbanas e industriais estão associadas às modificações na esfera cultural, com redefinições de valores, visões de mundo e estilos de vida. As práticas alimentares acompanham esta transformação não só quanto aos alimentos consumidos, quanto ao estilo das refeições. A centralidade do trabalho como

espaço do domínio público, assim como a sua separação radical do espaço doméstico resulta na opção frequente pela comida *prêt-a-manger*. A comida rápida, na forma de lanches, vem competir com refeições estruturadas atendendo à dinâmica da ocupação do tempo na vida urbana. O comércio da comida de rua tem se apresentado como alternativa à comida largamente industrializada, dado seu caráter artesanal. Além disto, assume papel significativo como prática recreativa, inserida no rol de atividades do passeio, da ida às compras nas ruas da cidade.

Através da investigação deste fenômeno nas ruas centrais da cidade de Juiz de Fora, MG, foi possível conhecer melhor este universo social. Longe da pretensão de esgotar o tema – visto que sua análise requer a consideração de uma multiplicidade questões – este texto pretende analisar como este tipo de ocorrência alimentar se integra à dinâmica do cotidiano das cidades.

1. O comércio informal

O comércio ambulante no meio urbano, crescente na sociedade brasileira nas últimas décadas, tem se revelado como um dos indicadores da alta informalidade no mercado de trabalho nas metrópoles, apesar dos esforços do poder público na regulação mínima desta atividade, bem como da ocupação do espaço urbano, particularmente na esfera da administração municipal.

O debate sobre a questão da informalidade iniciou-se nas Ciências Sociais na década de 1970, através de pesquisas realizadas pela Organização Internacional do Trabalho em países periféricos como Quênia, República Dominicana e alguns países da América Latina. Contudo este conceito rapidamente se popularizou a ponto de dificultar seu entendimento. Como bem se refere Lopes e Monza (cf. Melo e Teles, 2000:6) “...o setor informal urbano, da mesma forma que as bruxas, não é definido de forma rigorosa, mas que existe, existe...”

Não há uma definição consensual, tal a variedade de situações incluídas neste setor submerso da economia. São atividades que, em geral, comparadas ao setor formal, não apresentam barreiras à sua entrada, os aportes de recursos são de origem doméstica, de propriedade individual, operando em pequena escala. Contudo, destaca-se como característica comum às suas diferentes conceituações o fato de seus agentes atuarem à margem da regulação do Estado, seja através da sonegação, do desrespeito à legislação trabalhista ou pela atuação em atividades clandestinas, tais como o contrabando. Sua área de atuação não é fixa nem definida, pois, enquanto face complementar da produção formal, este setor ocupa os espaços intersticiais deixados pela produção organizada.

Apesar de não se poder estabelecer uma relação mecânica e causal entre pobreza e setor informal, observa-se sua importância na sobrevivência do excedente de mão-de-obra. Apresenta-se muitas vezes como amortecedor dos momentos críticos do desempenho econômico ao absorver a mão-de-obra desempregada. E se o setor de serviços, tradicionalmente no desempenho da economia formal, já se apresenta como absorvedor da mão de obra excluída dos demais setores, esta característica se sobrepõe no que trata das atividades informais. Dentre as atividades informais cerca de 20% dos postos de trabalho deriva do comércio ambulante, tendência que vem se acentuando a partir dos anos 90 do século passado. O inchaço no setor de serviços “informais” como o comércio ambulante retrata, dentre outros fatores, o refúgio de uma mão de obra desqualificada e excluída.

A geração de novos postos de trabalho na esfera do comércio ambulante estimula o debate sobre a legitimidade destes atores na ocupação não só de um nicho econômico, quanto do próprio espaço público. Outra questão que se ressalta é a alta proporção de trabalhadores “por conta própria” neste setor, atingindo a cerca de 88% da mão-de-obra da informalidade.

O comércio informal de alimentos, particularmente a “comida de rua” ocupa papel expressivo na proliferação de estratégias de sobrevivência inseridas no mercado informal. Por “comida de rua” (*street food*) entende-se o comércio de qualquer comida minimamente processada vendida na rua para o consumo imediato. Se por um lado a expansão deste tipo de comércio tem sido associada

ao crescimento das populações marginais urbanas, por outro, uma série de transformações no estilo de vida urbano tem incrementado a sua demanda, como o intenso trânsito de trabalhadores nas ruas associado à distância trabalho-casa, gerando uma demanda pública de comida barata e culturalmente apropriada perto dos locais de trabalho. Apesar deste tipo de comércio apresentar uma série de controvérsias, devido às frágeis condições de certificação de qualidade dos produtos oferecidos – desde a origem dos produtos até as condições higiênicas de sua manipulação- os vendedores da *street food* ganham crescente reconhecimento como elemento necessário da vida cotidiana das cidades.

Juiz de Fora, uma cidade de porte médio, com cerca de 500 mil habitantes possui aproximadamente 50 vendedores de comida de rua espalhados no centro da cidade. Apesar de situar no mercado informal, por apresentarem características que se afinam às atividades deste setor discutidas anteriormente, a prática do comércio de rua nesta cidade é regulada pelo poder municipal. Os vendedores devem solicitar uma licença para atuarem nas ruas, contribuindo com uma taxa anual de cerca de R\$200,00 além de se submeterem às exigências da legislação sanitária. Contudo, observa-se que o poder municipal encontra dificuldades em controlar de forma efetiva a dinâmica cotidiana da prática da venda de comida de rua. Constantemente estes vendedores circulam entre a legalidade e ilegalidade, pois que se por um lado atendem a certas exigências do poder público – como o fato de adquirir a licença para trabalhar – por outro, manipulam as regras, adquirindo os pontos de venda através de terceiros, trabalhando sem a vestimenta adequada ou o número de funcionários exigidos. Composto em sua maioria por representantes das camadas populares, estes vendedores trazem o histórico de migração para esta cidade, que encontraram esta atividade como porta de entrada ao mercado de trabalho local. Como estratégia de sobrevivência, se inserem, portanto, nos espaços aproveitáveis, reforçando a ideia de que o “ilegal”, ao invés de refletir de forma imediata o funcionamento anormal da sociedade faz parte das possibilidades abertas em um mundo definido pela lei. (Rabossi, 2004).

Presente no discurso das agências de financiamento internacional, a ideia de que a informalidade tenderia a desaparecer em concomitância ao processo de

modernização das sociedades subdesenvolvidas tem evidenciado muito mais do que uma constatação, uma perspectiva excessivamente racionalista e estadocêntrica. De fato, a informalidade não tem se caracterizado como um fenômeno específico das sociedades pobres e de terceiro mundo. Ao analisar as relações entre mudança social e cultura na sociedade indonésia, Geertz (1984) chama a atenção para o fato de como que valores fundamentados na família e em padrões de prestígio foram classificados por uma perspectiva economista como empecilhos à modernização. Contudo, a perspectiva antropológica tende a interpretar esta realidade destacando a coexistência de formas de acesso a recursos, seja econômicos, seja políticos em concomitância a perspectiva hegemônica de regulação das relações sociais pelo Estado. Em outros termos, em concomitância à ótica racional e objetiva dos fins, subsistem grupos sociais que articulam estratégias de sobrevivência fundamentadas em outras lógicas, em outros valores, tais como as relações pessoais, o trabalho familiar, a improvisação e amadorismo, e utilização de recursos mínimos para a criação de uma atividade.

Atualmente esta visão do setor informal como sinônimo de crise da economia de uma sociedade tem cedido lugar a novas visões e expectativas em relação ao setor informal, como por exemplo, uma visão mais afinada ao liberalismo que visualiza neste trabalhador autônomo o empreendedor em potencial. No caso dos comerciantes de comida de rua investigados podemos observar alguns exemplos que se afinam a esta realidade. Há situações tão bem sucedidas que a atividade já se encontra sob a responsabilidade da terceira geração, como é o caso da família do Sr. Joaquim, que detém o ponto de venda de pipoca há cerca de 50 anos e cujos filhos abandonaram empregos formalizados para se dedicar à continuidade deste negócio. Podemos também destacar a importância do comércio de comida de rua para a inserção feminina no mercado de trabalho. Não somente devido à flexibilidade do horário de trabalho que esta atividade proporciona, mas também ao fato dela se estruturar a partir do desenvolvimento de habilidades culturalmente definidas como femininas. Marta comprou seu ponto de um antigo vizinho, regularizando sua situação posteriormente com a ajuda de um vereador da cidade, uma vez que a compra/venda de pontos é uma atividade proibida. Sua banca vende bombons

caseiros, fabricados por ela em sua residência durante a manhã, para vendê-los na parte da tarde. Através desta prática conseguiu conciliar a atividade materna com a atividade econômica que lhe proporciona uma renda mensal. Daniele, tal como Marta, encontrou uma forma de subsistência com sua barraca de churrasquinho e sanduíches à base de carnes. Na medida em que seu negócio progrediu não quis trocar de atividade, decidiu alugar um apartamento nas proximidades de seu ponto e investe então numa clientela mais refinada; expõe com orgulho os cardápios de sua barraca com versões em inglês e alemão. Como estratégia, estes atores sociais mobilizam recursos e habilidades pessoais; trata-se de soluções individuais, criativas, que colocam em risco a estabilidade das formas de determinação social, pois que não trilharam os caminhos indicados para a ascensão social tal como a educação ou a carteira assinada. Suas trajetórias demonstram que o cenário de instabilidade e incerteza no mercado econômico podem ser enfrentados pelo seu agenciamento, utilizando-se habilidades e recursos pessoais, ao invés de delegar a responsabilidade pelos investimentos econômicos ao Estado ou à elite política e econômica dominante.

2. Comer fora: estilo alimentar e vida urbana

Apesar da urbe enquanto contexto de concentração e adensamento da vida coletiva ser uma experiência antiga na história das sociedades, com indícios de sua existência pelo menos há dez mil anos atrás, certamente as transformações ocorridas com o advento do capitalismo enquanto sistema produtivo resultou em sua expansão, bem como proliferação, de forma singular. A cidade moderna traz como marca a intensificação das trocas e interações onde as ruas atuam como cenário de vivência destes processos. Esta “grande transformação”, nos termos de Polanyi (2000), caracterizada pela especialização e fragmentação crescente dos diferentes setores da sociedade, passa a ordenar a vida social através da diferenciação entre espaço privado e espaço público,

onde este, como esfera de realização da troca – e do trabalho- assume centralidade. O tempo da cidade é um tempo afinado ao ritmo da produção, e o espaço da cidade, dividido e ocupado de acordo com a mesma dinâmica. As ruas centrais tornam-se paradoxalmente espaço de todos - no sentido de se concentrar o comércio e os equipamentos sociais como administração pública escolas etc.- e espaço de poucos, uma vez que seu acesso, no sentido de usufruto, requer poder econômico e proximidade residencial.

Trânsito e transitório são duas realidades que se fundem no cotidiano da cidade; espaço de circulação de mercadorias, pessoas e informações, observa-se a multiplicação dos contatos, ao mesmo tempo em que se arrefece sua intensidade, tornando-os potencialmente mais efêmeros. É neste contexto de predominância dos deslocamentos cotidianos que a rua assume as características de espaço de passagem, do trânsito entre atividades e entre lugares. As ruas também oferecem a seus transeuntes oportunidades de consumo, muitas das quais apresentadas como alternativas ao tradicionalmente vivenciado no espaço privado, doméstico.

“Comer fora” significa basicamente não comer em casa, fazendo do espaço coletivo, público, predominantemente impessoal, cenário de uma ocorrência alimentar. Esta experiência, contudo, é tão variada que impede sua abordagem sem a consideração das diferenças internas a este universo. Há diferenças entre grupos sociais, diferenças de classe, diferenças de geração. A qualidade do alimento oferecido, o tipo de prestação do serviço, as relações estabelecidas entre produtor e consumidor são fatores a serem considerados, assim como as motivações, ou significados conferidos a esta prática. A profissionalização feminina e o aumento da distância entre local de trabalho e residência, associados ao crescimento do número de produtos comestíveis industrializados podem ser identificadas como fatores que favoreceram a intensificação desta prática. Seja pela subsistência, pelo entretenimento ou pela estratégia de distinção e refinamento, a explosão da variedade de serviços relacionados à comida, os restaurantes cheios nos fins de semana, demonstram que o ato de consumir alimentos em locais públicos tem se revelado como uma prática consolidada no estilo de vida urbano.

A comida de rua define-se pelo alimento oferecido ao público pronto para o consumo imediato, preparado e vendido por vendedores em bancas ou barracas semi-móveis, que se instalam em pontos estratégicos das ruas da cidade, como esquinas, calçadas, praças e monumentos. Baseando-se nas investigações feitas por Tinker (1997, 2003), a respeito da comida de rua em lugares como Indonésia, Índia e alguns países da África, observa-se que, apesar da *street food* se definir de forma generalizada por alimentos consumidos na rua em substituição à nutrição no espaço doméstico, há uma grande diferenciação interna neste campo, de acordo com a sociedade em questão, tanto no que se refere ao tipo de alimento comercializado como a forma de consumi-lo. No Senegal, por exemplo, o *monie*, um mingau preparado à base de milho e servido em cuias, é vendido por mulheres sentadas ao chão, nas ruas em frente ao mercado municipal, enquanto que na Indonésia, *sates*, bolinhos de carne, frango ou camarão servidos ao molho picante de amendoim são vendidos em carrinhos que circulam pelas ruas. Outro exemplo a ser destacado, já em terras brasileiras, é o *Tacacá*, caldo fino misturado com goma de tapioca e camarões, servido bem quentes em cuias, nas barracas espalhadas pelas ruas de Belém e Manaus. (Robert; Velthem, 2009).

Contudo, o tipo de comida de rua ao qual este artigo pretende analisar se não se encaixa no quadro das comidas quentes, servidas em tigelas, como alguns exemplos acima denotam. Amendoim torrado¹, coquinho doce², pipoca, churrasquinho, cachorro-quente, milho verde são os principais itens comercializados em barracas nas ruas centrais da cidade de Juiz de Fora.

Ao analisar o sistema alimentar sob a perspectiva antropológica Mary Douglas (1971) chama a atenção para a existência de uma gramática simbólica na qual cada refeição traz algo do sentido das outras, ou seja, a compreensão de uma ocorrência alimentar requer considerá-la dentro de um quadro mais amplo da forma alimentar cotidiana em determinada sociedade. Os eventos culinários - refeições, lanches, banquetes, coquetéis, café da manhã, café da tarde etc. – ao compor o sistema alimentar de nossa sociedade são ordenados,

¹ Amendoim torrado revestido com calda de chocolate, vendido em saquinhos.

² Pedacinhos de coco envolvidos na calda de açúcar, vendido em saquinhos.

e diferenciados, a partir de uma composição de dispositivos classificatórios de acordo com seu conteúdo (os alimentos, suas combinações, a forma em que se apresentam e devem ser degustados), regularidade (a frequência e os horários em que ocorrem), participação (se envolve outras pessoas ou não, o tipo de interação que possibilita) e sua significação (o que representam no quadro do sistema alimentar enquanto momento de nutrição e enquanto momento de socialização). Apesar de guardarem diferenças internas entre suas variadas possibilidades, as refeições são, dentre as ocorrências alimentares, aquelas que mais se aproximam de um “evento culinário estruturado”, na medida em que apresentam uma complexidade maior de composições alimentares, assim como padrões de conduta e ordenação mais explícitos. Os lanches, por sua vez, situam-se no polo oposto, se considerarmos os eventos culinários dispostos em um *continuum* de formalidade/informalidade. Como evento pouco estruturado, apresenta maior flexibilidade em relação a sua forma e conteúdo: composição, horários e condutas mais flexíveis. Há uma variedade de alimentos que fazem parte do leque das possibilidades do lanche, os ambientes em que se realizam, assim como o nível de interação que promove; contudo, esta ocorrência alimentar traz em comum o fato de que os itens que o compõem apresentam-se na maioria das vezes “auto-contidos”, ou seja, não há uma ordem no que comer nem uma combinação prévia, pois que cada item é considerado separadamente e combinado de forma mais livre, o que na maioria das vezes, ocorre de forma mais rara nas refeições, compostas por variadas etapas e combinações a serem seguidas.

A comida de rua que ora tratamos situa-se, neste sentido, na categoria dos lanches, que por ser feita especificamente no espaço público traz suas particularidades. Faz parte do leque das comidas rápidas, de se comer em pé, e da experiência frugal; tal qual a *fast food*, representa a pausa na medida exata, expressa o trânsito. Contudo, *fast food* e *street food* guardam diferenças substanciais: uma mais afinada à estética de uma classe média urbana sensível aos apelos do marketing internacional, outra de caráter popular; a primeira sustentada pela indústria alimentícia, inspirada na produtividade fordista e em padrões de assepsia, enquanto que a segunda caracteriza-se pela elaboração artesanal, que inspira a vigilância constante da fiscalização sanitária, inserida no

mercado informal e produção autônoma, na elaboração “ao vivo” e na proximidade de contato entre o produtor e o consumidor .

Se podemos afirmar que a cidade enquanto mosaico de espaços heterogêneos e diferentes mundos sociais apresenta-se de fragmentação e sobreposição de múltiplos sistemas alimentares, tal realidade encontra-se intensificada no que se refere ao mercado de comidas *prêt-à-manger*, que por sua natureza competitiva, fomenta as inovações no consumo. Apesar de portar saberes e modos de fazer enraizados em costumes populares, como podemos observar no caso da pipoca, do amendoim, do milho verde e até mesmo do cachorro quente, observa-se constantemente a reconstrução destes itens alimentares através de acréscimos e substituições. E conforme a inovação, difícil de se confirmar e impossível de se manter a autoria, uma vez que a prática novidade se alastra. Sr. Joaquim, por exemplo, traz a narrativa de que foi ele quem inventou a receita do queijinho que acompanha a pipoca, há muitos anos atrás, e que esta ideia se alastrou não somente na cidade como também “...foi para o Rio de Janeiro”. Maria das Graças por sua vez, comercializa pipocas há pouco tempo, mas traz como trunfo uma série de novidades, distribui cartão fidelidade aos clientes, oferece brindes como pirulitos e balas e inova a receita com segredinhos: como irmã de um profissional em engenharia de alimentos, desenvolveu fórmulas de se acrescentar essências (as mais populares são a de baunilha e de banana) a sua pipoca. Algumas vezes, porém, a receita permanece em segredo; Ernesto afirma que a receita do amendoim que produz e comercializa, “é do povo”. Como podemos observar, um produto tão comum como a pipoca pode ser investido de diferentes guarnições; Sr. Antenor, por exemplo, oferece aos fregueses a opção de pipoca com molho de tomate, mostarda ou leite condensado. Há outras intervenções feitas por estes vendedores como forma de atrair a clientela, como a disposição de banquinhos para que os fregueses comam com conforto. Apesar de ser proibida tal prática, de acordo com a legislação municipal, ela é bastante frequente, principalmente entre os vendedores “da noite”, como aqueles que comercializam churrasquinho e cachorro quente. Os vendedores de pipoca, por sua vez, compensam a ausência de banquinhos com carros vistosos, coloridos e, dependendo do espaço onde se situam, investem em tecnologia: o casal João e Mariana possui

um “carrinho” de pipoca no parque central da cidade equipado com um televisor de última geração para aqueles que aguardam a fila.

A paisagem urbana é fortemente marcada por sua relação com a comida, haja vista a moldagem da vizinhança através da familiaridade das padarias e mercearias nas esquinas. Compreender a comida de rua como parte constituinte desta paisagem implica em reconhecê-la como produtora de um espaço e de um tempo específicos, afinados à lógica do contexto urbano.

3. A constituição do ritmo e a produção do espaço

Sob a égide da revolução industrial, da instauração do tempo produtivo, a intensificação dos intercâmbios e trânsitos no contexto urbano trouxeram modificações na estrutura do tempo para seus habitantes. Os ritmos da cidade são marcados por fluxos que se sobrepõem e se seguem trazendo-nos a sensação de que uma cidade não para. Dentre os marcadores de seus ritmos, tal qual a lotação dos coletivos urbanos por trabalhadores logo no amanhecer, o congestionamento das ruas pelos carros na hora do *rush* ou das calçadas pelos estudantes no momento de início e fim das aulas, a comida de rua é capaz de traduzir o ritmo da cidade.

No Brasil, a prática do comércio de comida nas ruas da cidade já se fazia presente na sociedade imperial. Durães (2002) refere-se à presença substancial de negros, escravos e libertos, e dentre estes, as quitadeiras, nas ruas de Salvador ao longo do século XIX, mas é através do trabalho de El Kareh (2008) que podemos identificar o quanto este tipo de comércio se estruturava através das horas do dia e do ritmo das estações. De acordo com este autor, a comercialização de quitutes, doces e salgados, nas ruas da capital imperial, era feita por “escravas de ganho” que engordavam as receitas de suas senhoras ou negras libertas. O *pão-de-ló*, espécie de biscoito açucarado, vendido de manhã cedo e no meio da tarde, atendia à demanda do desjejum matinal e do lanche da tarde dos transeuntes, enquanto que os *manuês*, pastéis folheados recheados com carne, era vendido à noite. Já o aluá, uma bebida fabricada através da fermentação do arroz e açúcar, tida como refrescante, se multiplicava no verão.

Ao observarmos atentamente os horários de funcionamento das barracas de comida de rua nas ruas centrais de Juiz de Fora podemos identificar, em primeiro lugar, que seu funcionamento se amolda à demanda, ou seja, os vendedores procuram servir seus quitutes nas horas de maior procura; e, em segundo lugar, que os horários de consumo variam de acordo com a natureza do produto e de seu público consumidor. Em geral, os produtos oferecidos – amendoim, pipoca, milho verde, cachorro quente e churrasquinho – não são vendidos pela manhã. As barracas de amendoim iniciam seu movimento no princípio da tarde, a pipoca, a partir das 16h, juntamente com o milho verde, enquanto que churrasquinho e cachorro quente são vendidos a partir do final da tarde. Vale notar que esta distribuição no tempo é acompanhada por variações sazonais, principalmente no que se refere aos produtos vespertinos como amendoim, pipoca e milho verde, cuja demanda diminui sensivelmente no verão. Assim, os vendedores de pipoca, por exemplo, retardam o horário do início de seu trabalho nos meses mais quentes. Ao serem indagados pelos motivos desta ausência de demanda matinal, os vendedores referem-se à “vida da cidade”, ao “horário de movimento” como a parte da tarde, quando, de acordo com eles, “as pessoas decidem sair”, apontando o momento vespertino como de maior exposição social em oposição a uma situação retraimento à parte da manhã. Por outro lado, os produtos tipicamente noturnos, como churrasquinho e cachorro quente trazem diferenciação interna, enquanto que o primeiro atende o público que circula na passagem da tarde para a noite, funcionando até por volta das 22h, 23h, o cachorro quente, que inicia seu movimento de venda na noite consolidada (ou seja, a partir das 20h), se apresenta como produto típico da madrugada. A vida urbana oferece, através do afastamento dos ritmos naturais, a experiência do tempo humanizado, tempo construído socialmente, tempo ordenado de acordo com a dinâmica produtiva (trabalho) e reprodutiva (lazer, descanso). Contudo, apesar da intensidade das trocas no contexto urbano acusarem a concatenação entre tempo, espaço e dinheiro, este tempo também não é único. Não se pratica o mesmo tempo – há o tempo dos executivos, dos comerciários, dos consumidores, dos estudantes – assim como há um tempo em cada lugar. O fluxo de demanda da comida de rua nas esquinas, avenidas e praças testemunham esta diversidade de atores, espaços e seus tempos.

No que se refere à produção do espaço, há duas questões centrais envolvidas no comércio de comida de rua. Em primeiro lugar, a questão dos “pontos de venda”, que revelam uma gramática de simbolização do espaço, onde a disputa pelos melhores “pontos” demonstram que o espaço urbano não é neutro, e muito menos impessoal. Há pontos melhores que outros, mais adequados que outros, de acordo com o produto a ser vendido. Os vendedores de amendoim se concentram basicamente numa das ruas principais da cidade, composta por um calçadão exclusivo ao trânsito de pedestres; os pipoqueiros priorizam as esquinas, as praças, proximidade de escolas e cinemas. Já os vendedores noturnos, que trabalham com churrasquinho e cachorro quente, apontam para um desenho diferenciado da cidade, quando se abrem novos sentidos a determinados pontos, ruas e avenidas frente ao comércio fechado. Magnani (2000) destaca o fato de que diferentemente de uma pequena aldeia as cidades não possibilitam o acesso da vida social em sua totalidade, e sim a uma dinâmica que se conforma na vida cotidiana, que muitas vezes deixa suas marcas na conformação do espaço. Um território aparentemente contínuo apresenta fronteiras físicas e simbólicas, e se configuram como cenários de atuação de atores e regras específicas. Assim, se o “pedaço” e a “mancha” definem-se por sua relativa estabilidade espacial, formas de interação que trazem alguma homogeneidade interna, os “trajetos” e os “circuitos” indicam as trilhas. As barracas de cachorro quente, por exemplo, ao atenderem ao fluxo de demanda da vida noturna da cidade, priorizam pontos estratégicos nos circuitos noturnos, seja de pessoas, seja de carros, como esquinas de avenidas de grande movimento.

A outra questão a ser destacada, no que se refere à produção do espaço, trata das interações favorecidas e estimuladas pelo consumo destes produtos. Se por um lado, o comércio de comida de rua faz as vezes da pausa no trânsito, ou intervalo entre atividades que se seguem, como é o caso dos comerciários que param nas barraquinhas entre o final do horário de trabalho e início de aulas noturnas, ou de estudantes que intercalam a visita ao pipoqueiro entre o término das aulas e o início de uma prática esportiva; por outro, esta prática alimentar encontra-se fortemente associada ao lazer, ao passeio nas ruas da cidade, tal qual o *flâneur* destacado por Benjamin (1994). Neste caso a rua não se

configura como uma passagem a um destino definido, ao contrário, o *flâneur* perambula pela cidade, sem destino, representando formas de interação específicas, a experiência do anonimato e da multidão. Assim, diferentemente de lugar de passagem, este consumo associa-se ao “ficar na rua” demonstrando certa satisfação em consumir alimentos em locais públicos e através deles interagir, seja com o ambiente que o circunda, seja com companheiros. Há também através deste consumo lúdico a possibilidade de acesso aos “sentidos da cidade”, ou seja, de reconhecê-la através de estímulos visuais, olfativos e, por que não, sápidos. Associada à geografia dos espaços, à experiência visual dos locais públicos, da diversidade de transeuntes e simultaneidade de eventos fica registrada na memória os aromas, seja da pipoca ou do churrasquinho, que funcionam como convite à experiência gustativa.

4. Considerações finais

Associada à “baixa cozinha” por atender ao gosto popular, com preço acessível e sem grandes exigências, seja de padrões de higiene, seja de condutas formalizadas, a comida de rua tem se apresentado como fenômeno mundial, que guardando as variações culturais – ora se aproximando de uma cozinha étnica, ora se identificando com fórmulas alimentares globalizadas – apresenta-se como fenômeno urbano. Como parte das atividades de comércio de rua, trata-se de um elemento importante da composição estética das ruas da cidade, que se vincula às práticas ordinárias do cotidiano urbano.

Sua existência vincula-se à informalidade, seja por sua inserção econômica, que se distancia dos requisitos do comércio formalizado, seja pela flexibilização das regras e condutas alimentares, onde não há combinações definidas, constrangimentos de horários, da presença de comensais e muito menos condutas à mesa. Seu consumo se incrementa em função de pressões circunstanciais de outras atividades sociais, seja de trabalho ou de lazer, que se apresentam para aqueles que habitam um contexto aberto a múltiplas possibilidades de inserção. Tal fato se reforça quando pensamos no quanto este mercado se adéqua à individualização do consumo, no qual a liberdade de escolha – o que comer, quando comer, com quem comer – se torna de fato uma

possibilidade, remetendo-nos à questão da descontinuidade e fragmentação da vida urbana que permite o trânsito de indivíduos em seus diferentes mundos sociais.(Velho, 1981). Ao possibilitar o acesso democrático, a comida de rua expressa a fluidez da cidade, cujo espaço público, suas ruas centrais, se apresentam como espaço múltiplo que acolhe diferentes estilos de vida e formas de habitar o mundo.

Referências Bibliográficas

BENJAMIN, Walter, A Obra de Arte na Era da sua reprodutibilidade técnica. In: _____ *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*. São Paulo: Brasiliense, 1994, p. 165-196.

CACCIAMALI, M. C. *Informalização recente do mercado de trabalho brasileiro*. Ministério do Trabalho. Secretaria de Emprego e Salário, 1989. (Texto para discussão)

DURÃES, Bruno J.R. “Trabalho informal”: um paralelo entre os trabalhadores de rua da cidade de Salvador no século XIX e no século XXI. *Caderno Centro de Recursos Humanos*. Salvador, n.37, jul/dez 2002. p.289-308.

DOUGLAS, Mary. Deciphering a meal . In: GEERTZ, Clifford (ed). *Myth, Symbol and Culture*. New York: W.W. Norton and Company, 1971. p. 61-81

EL KAREH, Amir C. Comida quente, mulher ausente: produção doméstica e comercialização de alimentos preparados no Rio de Janeiro no século XIX. *Caderno Espaço Feminino*, v.19, n.01, jan/jul.2008. p.89-115.

IBGE-INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Economia Informal Urbana – 2007*.

GEERTZ, Clifford. Culture and social change: the Indonesian case. *Man*. new series, vol.19, n.4, dec.1984, p.511-532.

KURTZ, Robert. A expropriação do tempo. *Folha de São Paulo*. São Paulo 03 jan 1999. Mais! p.3.

MACHADO, Rosana P. “A rua como estilo de vida: práticas cotidianas na ocupação do centro de Porto Alegre por camelôs”. *Iluminuras*. Porto Alegre, v.4, n.7, 2003.p1-39.

MAGNANI, José Guilherme C. Quando o campo é a cidade: fazendo Antropologia na metrópole. In: MAGNANI, José Guilherme C. & TORRES, Lilian de Lucca (org.). *Na Metrópole*. São Paulo, EDUSP/FAPESP, 2000

MELO, Hildete P.; TELES, Jorge L. *Serviços e Informalidade: o comércio ambulante no Rio de Janeiro*. Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão. IPEA, dez 2000 (Texto para discussão)

PARK, R. [1916] "A cidade: sugestões para a investigação do comportamento humano no meio urbano". VELHO, O. *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.p. 26-77.

POLANYI, Karl. *A grande transformação: as origens de nossa época*. Rio de Janeiro: Campus, 2000

RABOSSI, Fernando. "*Nas ruas de Ciudad del Este*": *Vidas e vendas num mercado de fronteiras*. Rio de Janeiro, Universidade Federal do Rio de Janeiro (Tese de doutorado), 2004.

ROBERT, Pascale de; VELTHEM, Lucia van. A hora do tacacá: consumo e valorização de alimentos tradicionais amazônicos em um centro urbano (Belém-Pará). *Anthropology of Food: modelos alimentares y recomposiciones sociales en America Latina*. Dec.2009.

Disponível em: <http://aof.revues.org/6466>. Acessado em 10 ago 2012

TINKER, Irene. *Street Food: urban food and employment in developing countries*. New York, Oxford University Press, 1997.

TINKER, Irene. Street Foods: traditional microenterprise in a modernizing world. *International Journal of Politics, Culture and Society*. V.16, n.3, mar/jun 2003. p.331-349

VEDANA, Viviane. "É só um real. Performatividades do Comércio Informal de Alimentos do Lago Glênio Peres em Porto Alegre. *Iluminuras. Série do Banco de Imagens e Efeitos Visuais*. Porto Alegre: BIEV,PPGAS, n.17, 2007

VELHO, Gilberto (org.). *O Desafio da Cidade*. Novas perspectivas da Antropologia Brasileira. Rio de Janeiro, Campus, 1980.

_____. *Individualismo e cultura: notas para uma antropologia da sociedade contemporânea*. Rio de Janeiro: Zahar, 1981.

VERÁS, Maura P.B. “Tempo e espaço na metrópole: breves reflexões sobre assincronias urbanas”. *São Paulo em Perspectiva*. São Paulo, v.15, n.1.jan-mar 2001.

WARDE, A.; MARTENS, L. *Eating out: social differentiation, consumption and pleasure*. Cambridge: Cambridge University Press, 2000.

WEBER, Max. “Conceito e categorias da cidade”. VELHO, O. *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.p. 68-89.

WIRTH, Louis.[1938] “O urbanismo como modo de vida”. VELHO, O. *O Fenômeno Urbano*. Rio de Janeiro, Zahar, 1978.p.90-133.