

## **Comensalidades em trânsito: sentidos e significados da relação com a comida de (na) rua no centro do Rio de Janeiro na pandemia da covid-19<sup>1</sup>**

Mônica Nunes NEUSTADT<sup>2</sup>

Universidade Veiga de Almeida, Rio de Janeiro, RJ

### **RESUMO**

O artigo pretende refletir sobre a importância da presença da comida de rua no espaço público no centro do Rio de Janeiro desde o século XIX em que a comercialização era feita por escravos, depois por ambulantes que, até hoje, oferecem um cardápio de opções que multiplicam identidades e novos sentidos à comensalidade contemporânea. O consumo da comida de rua tem significados intrinsecamente relacionados à cultura. Logo, o ato de comer entra no ritmo acelerado das cidades, está em trânsito. A metodologia utilizada foi uma breve pesquisa etnográfica por meio de observação participante realizada em março de 2022 nas imediações do Museu do Amanhã na zona portuária do Rio de Janeiro. A proposta é perceber e identificar permanências e mudanças na venda e no consumo da comida de (na) rua com a pandemia da Covid-19.

**PALAVRAS-CHAVE:** comida; espaço público; Rio de Janeiro; permanências e mudanças; covid-19.

### **INTRODUÇÃO**

A cidade do Rio de Janeiro é conhecida internacionalmente por suas belezas naturais, pela topografia exuberante, pelas praias. Como dizia o saudoso Tim Maia, “do Leme ao Pontal não há nada igual” e não há mesmo. Além da orla, há a maior floresta urbana do Planeta, a Floresta da Tijuca, para quem quiser recarregar as energias ou se refrescar nas cachoeiras.

Essa metamorfoseada metrópole não se modifica sozinha, mas, sim, em função de ações governamentais e de atores sociais que habitam, trabalham, convivem e

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GP Comunicação, Tecnicidades e Culturas Urbanas, XXII Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 45º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

<sup>2</sup> Doutora em Comunicação pela Universidade do Estado do Rio de Janeiro, UERJ, Mestre em Comunicação pela Universidade do Rio de Janeiro (UERJ), docente dos cursos de Jornalismo, Publicidade e Propaganda e Cinema e Audiovisual da Universidade Veiga de Almeida. e-mail: [monicaneustadt@gmail.com](mailto:monicaneustadt@gmail.com).

---

compartilham a urbe. “Rio 40 graus, cidade maravilha, purgatório da beleza e do caos”<sup>3</sup>, como descreve o refrão da composição de Fausto Fawcett e Fernanda Abreu, retrata bem algumas das várias facetas dessa urbe que se misturam, se camuflam, mas que coabitam nessa cidade, sendo um lugar (SANTOS,2009) de todos.

Entre essas peculiaridades, encontramos a comida de rua presente no espaço público desde o Brasil Colônia, em que escravos e escravas de ganho comercializavam frutas, doces e eram obrigados pelos senhores a dividir os lucros das vendas (SOARES, 1988). No século XIX, a negociação de alimentos era feita por meio de ambulantes, pessoas pobres que circulavam pelo espaço público, vendendo galinhas, cortes de porco, temperos – só para citar alguns exemplos – para tentar garantir o sustento. No início do século XX, a comida de rua era comercializada em quiosques – pequenas armações de ripas de madeira, com toldos de zinco em formato hexagonal, construídas em calçadas e ruas no centro da cidade, em que operários, pedestres, imigrantes, desempregados e autônomos se encontravam para beber, beliscar e conversar (CHALHOUB, 2012).

Atualmente, essa comensalidade em trânsito permanece, só que com continuidades e atualizações. Na primeira situação, percebemos a efetiva presença de ambulantes vendendo tapioca, pipoca, água de coco, misto quente, açaí, água, circulando rapidamente com seus triciclos para acompanhar a velocidade da urbe (SIMMEL,1973). Na segunda, as atualizações, há a questão da pandemia de Covid-19, que modificou a relação dos sujeitos com a comida. Como assim? Em março de 2020, quando o Brasil decretou oficialmente a existência da doença em território nacional, medidas sanitárias foram implementadas pelo país, e o Governo do Estado do Rio de Janeiro autorizou apenas o funcionamento de atividades essenciais, como supermercados, farmácias e hospitais, ou seja, bares, restaurantes ficaram fechados e ambulantes de comida de rua proibidos de ocupar o espaço público. No entanto, ampliou-se a função de um profissional: o entregador de comida por meio de aplicativos. Em bicicletas e motos, esses trabalhadores com mochilas térmicas coloridas nas costas “invadiram” as ruas da cidade para entregar refeições e lanches para consumidores que podiam permanecer em casa durante o isolamento social.

---

<sup>3</sup> ABREU, Fernanda; FAWCETT, Fausto. *Rio 40 graus*. Música. Disponível em: < <https://www.youtube.com/watch?v=AhuJ3dUVQvc> > Acesso em: 9 abr. 2022.

## COMER NA RUA: CARACTERÍSTICA CULTURAL DO CARIOCA

Chico Buarque compôs *Carioca*<sup>4</sup> depois de ter sido homenageado como enredo da Estação Primeira de Mangueira, no Carnaval de 1998. A canção apresenta a vida real de habitantes da cidade: os ambulantes de tapioca anunciando o produto e suas qualidades: “gostosa, quentinha”; os ritmos musicais que se misturam ao cenário urbano, o funk, o samba; o pastor que lê e prevê o fim dos tempos; os voos de asa delta na Pedra da Gávea que emolduram o céu; as belezas naturais que tiram o fôlego de turistas e do poeta, mas que não escondem a metrópole noturna da prostituição de meninas pela Princesinha do Mar.

Essa ode à cidade do Rio de Janeiro, que retrata a rotina ordinária do cenário urbano com seus personagens *habitués*, nos serviu de inspiração para este artigo. Interessante ressaltar que o ambulante de comida de rua é o primeiro a ser citado na letra da canção, presença marcante na urbe desde que o Brasil era colônia de Portugal.

Uma cidade rodeada por montanhas e pelo mar, com uma paisagem exuberante e uma beleza inconfundível... Quando viajamos ao exterior ou para outras regiões do país, ao falarmos que somos do Rio de Janeiro, percebemos que as expressões das pessoas se modificam, positivamente ou nem tanto. Que imaginário é esse que ronda o carioca, o indivíduo que nasceu na cidade ou que veio morar aqui e se sente “local”? Santos e Veloso (2009) iluminam a questão.

[...] O imaginário carioca não se constrói pela geografia, e sim por outras características [...]. Já que o que remete à identificação e ao orgulho são as características de personalidade atribuídas ao povo e à cidade – o jeito despojado, a abertura, etc. – procede-se a uma personificação do espaço: o Rio de Janeiro não é aquele espaço físico assim demarcado nos mapas: é todo o espaço imaginado ao qual se atribuem aquelas características de personalidade; e o carioca não é quem vive naquela delimitação geográfica, mas sim todo aquele que, mesmo vivendo nos corredores daquele espaço físico, compartilha aquele imaginário (SANTOS e VELOSO, 2009, p. 97).

Ser carioca é um estado de espírito. “Jeito despojado”, descontraído, receptivo, comunicativo, com sotaque chiado, que come cachorro-quente, churrasquinho, tapioca,

---

<sup>4</sup> Carioca, de autoria de Chico Buarque, é a principal canção do disco “As Cidades”, lançado em 1998. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=WcRVJDZjJ8> Acesso em: 6. fev. 2022

---

x-tudo, pipoca, açaí, em barraquinhas e triciclos espalhados em esquinas e calçadas, compartilhando o espaço público. São essas pequenas brechas (DE CERTEAU, 1994) da urbe, em que atores sociais se reúnem, fazem rodinhas em torno desses espaços gastronômicos e participam dessas territorialidades temporárias em função de um compartilhamento de um gosto (MAFFESOLI, 2012). Portanto, comer na rua é uma característica cultural do carioca.

Corroboramos com o pensamento de Pereira e Barros (2012) de que o consumo é um fenômeno cultural, simbólico, que possibilita a compreensão da vida pós-moderna. Nesse contexto, é de suma importância trazer as reflexões de Douglas e Isherwood (2006), que iluminam nossas reflexões de que o consumo é influenciado pela cultura e que as necessidades básicas de um indivíduo são “invenções” culturais. Em um primeiro momento, essas asserções podem não ser claramente entendidas, mas, ao aprofundarmos a leitura, compreendemos que Douglas e Isherwood (2006) retiram o valor material do bem, visto que ele, sozinho, não tem importância. “Todos os bens são portadores de significados, mas nenhum o é por si mesmo [...] O significado está nas relações entre todos os bens, assim como a música está nas relações marcadas pelos sons e não em qualquer nota” (ISHERWOOD, 2006, p. 121). Portanto, é indispensável ir além do objeto, refletindo sobre o contexto em que está inserido, o tempo, as condições sociais envolvidas e as consequências desse processo para o indivíduo, que podem ser positivas ou não (CARVALHO, 2021)<sup>5</sup>.

Pensando pela visão de Douglas e Isherwood (2006), o consumo da comida de rua comunica na nossa sociedade, tem significados que estão intrinsecamente relacionados à cultura, e esses modos de consumo vão se reorganizando ao longo do tempo. Em se tratando da comensalidade contemporânea, o ato de comer também entra no ritmo acelerado das cidades, está em trânsito, não há mais tempo a perder com uma refeição demorada, ritualizada. Ela se enquadra nesse fluxo veloz, com novas significações e com um caráter provisório, composto por códigos culturais (CARVALHO, et.al, 2020).

Almoçar em casa, tranquilamente, saboreando a comida que perfuma o ambiente, que abre o apetite em um momento de pausa no meio do dia de trabalho, não faz mas parte do cotidiano do carioca. Com a globalização e, conseqüentemente, aceleração do

---

<sup>5</sup> Quintas do LADIGE: Debate ‘O mundo dos bens’ de Douglas e Isherwood. Aula ministrada pela Doutora em Saúde Coletiva pela UERJ, professora associada do Instituto de Nutrição Josué de Castro da UFRJ e coordenadora do Laboratório digital de educação alimentar e humanidades (LADIGE/UFRJ), Maria Cláudia da Veiga Soares Carvalho. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=ndKn7I\\_L\\_wY](https://www.youtube.com/watch?v=ndKn7I_L_wY)>. Acesso em: 1 mar. 2022.

modo de vida urbano no Rio de Janeiro, em que grandes distâncias separam a moradia do local de trabalho, com direito a trânsito engarrafado, transporte público caro, escasso e lotado, provocando gasto de tempo, de dinheiro, estresse e cansaço ao trabalhador, almoçar em casa só é possível em dias de folga.

Sendo assim, houve a necessidade de mudança no comportamento alimentar do indivíduo de uma maneira global; do carioca, em uma perspectiva local, que, para se adequar a essa realidade, precisou buscar alternativas para não desembolsar muito para comer fora de casa. Garcia (1997) afirma que a cidade ocasiona uma reorganização de valores e práticas que vão provocar implicações no padrão alimentar.

### **É POSSÍVEL COMER EM QUALQUER LUGAR: COMENSALIDADES DE COMIDA DE (NA) RUA EM CENAS URBANAS NO RIO DE JANEIRO**

Antes de iniciarmos as reflexões sobre as comensalidades propriamente ditas, gostaríamos de abordar uma dicotomia muito presente em pesquisas acadêmicas em relação à comida de casa e comida de rua: a primeira, referindo-se à refeição bem temperada, deliciosa, comida de verdade, feita com carinho – comida de vó; a segunda, relacionada à rapidez, praticidade, comida barata, sem gosto, ou muito gordurosa e sem condições de higiene adequadas.

Há de se ressaltar que essa formatação rígida do ato de comer, demarcada territorialmente, não atende à reconfiguração cultural e social da contemporaneidade. Afinal, é possível ter uma variedade de comensalidades em cenas urbanas que se encontram no interstício desses moldes, estão nas brechas (DE CERTEAU, 1994), como a comida de casa que se come na rua; a comida de rua que se leva para casa, para o trabalho; a comida de rua que se come andando, em pé, sentada em banquinhos de plásticos espalhados pelo passeio público; a comida que chega pelas mãos dos entregadores etc. A seguir, apresentamos alguns registros fotográficos de comensalidades urbanas que identificamos, ao circular pelo centro do Rio de Janeiro, em julho de 2019, antes de a pandemia de Covid-19 ser descoberta.

A primeira opção percebida foi a comida levada de casa: a famosa marmita. Muito utilizado por trabalhadores na construção civil e em fábricas, o utensílio característico – retangular, de lata, com tampa – adquiriu novos formatos e materiais, como os potinhos plásticos, mas continua com a mesma finalidade. Com a facilidade no transporte, a

comida de casa pode ser levada a qualquer lugar, como para a rua; ela “transita” tranquilamente pela cidade. Um exemplo disso é o caso das trabalhadoras que conseguem um espacinho no gramado da Praça Mauá, no centro do Rio de Janeiro, colocam uma toalha e aproveitam a sombra das árvores. Enquanto uma almoça, as colegas utilizam o momento para descansar e dividir esse espaço urbano redesenhado em meio a grades e tapumes que delimitam o ambiente, conforme imagem a seguir.

Comida de casa na rua: é possível comer em qualquer lugar como embaixo de árvores na Praça Mauá



Fonte: Autora, 2019.

Há poucos metros dali a vista privilegiada da Baía de Guanabara; a arquitetura sustentável, impactante e futurista do Museu do Amanhã enche os olhos de turistas que visitam a cidade. Nossa proposta, neste momento, é perceber e identificar as várias formas de comensalidade encontradas na urbe, as permanências e as mudanças que ocorreram na produção, na venda e no consumo da comida de (na) rua antes e com a pandemia da Covid-19.

Retomando nossa pesquisa empírica, ao chegarmos à metamorfoseada Praça Mauá, nos deparamos com um ponto de venda de açaí: uma bicicleta estrategicamente posicionada, com a frase que mescla inglês e português, *keep calm and tome açaí*. O vendedor ambulante devidamente uniformizado, com camisa, boné na cor roxa, que aparece em todos os detalhes: na bicicleta, no guarda-sol, nos diversos tipos de copo, no cartaz, remetendo à coloração da fruta (imagem abaixo). São alimentos estrategicamente



escolhidos em função do clima e do espaço. Portanto, não é apenas comer um açaí; é a experiência, o valor simbólico do alimento que se emaranha ao valor simbólico do Porto Maravilha, cartão postal da cidade.

Com a antropologia do consumo, é possível enxergar as trocas materiais como trocas simbólicas (Bourdieu, 1974; Mauss, 2003), os bens materiais como marcadores sociais que estabelecem distâncias e aproximações (Douglas e Isherwood, 2004). O consumo como um sistema classificatório que ordena pessoas e bens (Rocha, 2010) (PEREIRA, BARROS, 2012, p.842).

Comida de rua na Praça Mauá: açaí gourmetizado



Fonte: Autora, 2019.

Nesse ponto turístico, cheio de *glamour*, há a presença de visitantes, mas também de trabalhadores autônomos – por exemplo, vendedores ambulantes de comida de rua como os de açaí (foto acima) –, em que se reafirmam relações sociais e vínculos afetivos. (GARCIA, 1997). O produto industrializado, fabricado em grande escala, já é pensado, levando em consideração o consumo, já que é fácil de transportar, e o cliente pode comer em trânsito, passeando, observando a paisagem, tendo uma experiência gustativa e visual do Porto Maravilha ou levar para viagem. No entanto, essa *gourmetização* do produto se reflete no preço. Você recebe o açaí geladinho, com direito a uma vista privilegiada da Baía de Guanabara e, como dizia aquele comercial, “isso não tem preço”. Só que tem!

Cerca de dois quilômetros dali, que podem ser percorridos de bicicleta, a pé ou de transporte público – o VLT –, chegamos até à Praça Marechal Floriano, mais conhecida

como Cinelândia. É um trajeto em linha reta que percorre a extensão da Avenida Rio Branco. São espaços de consumo geograficamente próximos, com fluxo de turistas, de trabalhadores, de ambulantes e moradores em situação de rua, mas que apresentam características diferentes no que tange às opções de comida de rua.

Apesar de ser uma área turística renomada internacionalmente que atrai visitantes do mundo inteiro por sua beleza arquitetônica, sua importância histórica, a Cinelândia não tem pontos de venda que ofereçam alimentos *gourmetizados*. Durante as nossas andanças no horário do almoço, identificamos apenas ambulantes vendendo água, refrigerantes, cerveja, produtos industrializados, como amendoim, biscoito de polvilho ou lanches rápidos feitos na hora. É o caso do triciclo “Gula do Misto Quente”, que fica estacionado na praça bem em frente à agência da Caixa Econômica Federal. (Foto abaixo).

Comida de rua na Cinelândia na hora do almoço



Fonte: Autora, 2019.

Notamos que são espaços de consumo que apresentam segmentação da clientela, ou seja, que oferecem diferentes produtos a preços variados, de acordo com o local e perfil dos fregueses. Portanto, a comida de rua se formata e se adapta à cidade. É uma série de opções que multiplicam identidades e possibilitam novos sentidos à comensalidade contemporânea.



---

Engana-se quem pensa que o ritual do ato de comer se restringe à mesa, com a presença de utensílios estrategicamente posicionados, como pratos, talheres, copos, recipientes para os alimentos, o qual reúne integrantes de um grupo social devidamente sentados para fazer refeições. Há uma praxe para se comer na rua, sem prato, sem talheres, além de outras peculiaridades em relação ao alimento, como um tamanho que facilite o manuseio ou seja colocado em embalagens que associem praticidade e facilidade no transporte.

Como citamos, a versão *gourmetizada* do açaí tem como público consumidor basicamente de turistas no Porto Maravilha. O segundo exemplo é a opção mais popular para o trabalhador na Cinelândia. Na imagem acima, o “Gula do Misto Quente” apresenta um cardápio para o comensal no horário do almoço, que procura por lanches rápidos em que pode comer em pé, sentado no banquinho de plástico; se preferir, comer pelo caminho ou levar para a viagem.

As mudanças e permanências de significados produzem arranjos no sistema de classificação e apreciação estruturados e estruturantes de uma ordem social. A alimentação opera como uma linguagem sem palavras, a comida comunica afetos, intenções e expressões subjetivas nas relações nem sempre traduzíveis em nomes (KUWAE et al., 2019, p. 158).

Ao retomar a relação entre comida e comunicação, nos debruçamos sobre o conceito de comida como um código (DOUGLAS, 1975) muito específico de uma sociedade, de um grupo. Muitas vezes, ele é naturalizado pelo senso comum, mas anuncia distinções sociais.

Se a comida é tratada como um código, as mensagens que ela codifica serão encontradas no padrão de relações sociais que estão sendo expressas. A mensagem trata de diferentes graus de hierarquia, de inclusão e exclusão, de fronteiras e transações através de fronteiras... as categorias de comida, por conseguinte, codificam eventos sociais (DOUGLAS, 1975, p. 61).

Corroboramos com Woortmann (2013), quando afirma que a comida e os ingredientes para o seu preparo compõem uma linguagem e “falam” em função de várias perspectivas, seja pela religião, pela tradição culinária, por práticas que foram preservadas ou modificadas ao longo do tempo. Por isso, não é uma linguagem claramente percebida; está relacionada à cultura.

---

Outra forma de comensalidade comum em cenas urbanas cariocas é a presença de ambulantes vendendo quentinhas em pontos estratégicos, como esquinas de ruas, sinais de trânsito, calçadas com grande fluxo de pedestres ou saídas do Metrô. É uma opção de cardápio para o indivíduo que busca uma refeição com um preço mais em conta do que em um restaurante.

No entanto, com a pandemia da Covid-19, que foi confirmada oficialmente no Rio de Janeiro em março de 2020, até um hábito ordinário dos moradores da cidade precisou ser interrompido, em função de uma série de medidas sanitárias determinadas pelo Poder Público para tentar frear a proliferação do vírus. Com isso, surgem novas formas de comensalidade e de sociabilidade nesse momento tão desafiador e delicado que vivenciamos.

## **NOVAS E ANTIGAS COMENSALIDADES E SOCIABILIDADES EM TEMPOS DE CORONAVÍRUS**

*Lockdown*, quarentena, distanciamento social, isolamento, *home office*... Essas palavras entraram no nosso vocabulário diário nos últimos dois anos. Além de termos, eles impactaram intensamente a nossa comensalidade cotidiana. É importante sublinhar que nossa relação com a comida mudou na medida em que não podíamos sair para almoçar em um restaurante, tomar um café com um amigo para colocar a conversa em dia ou simplesmente comer um pão na chapa na padaria durante as medidas restritivas impostas pelo governo para tentar frear a proliferação do vírus.

A determinação do Comitê Científico da Prefeitura, formado por infectologistas de renomadas universidades públicas do estado do Rio de Janeiro, reiterava a importância de lavar bem as mãos, utilizar máscara e manter o distanciamento social. Foram meses de fechamento de bares, restaurantes, lojas e apenas serviços essenciais podiam funcionar com capacidade limitada.

Em meio à pandemia da Covid-19, ambulantes de comida de rua tiveram que se adaptar para tentar garantir a saúde e a dos clientes. É interessante ressaltar que novos rituais de comensalidade foram impostos em função da doença. Tornou-se necessário usar máscara, tirar apenas na hora de comer, lavar as mãos ou limpar com álcool gel 70 por cento e manter o distanciamento social.

---

Depois de dois anos de pandemia, em isolamento, fomos em busca de mudanças e de permanências das comensalidades que esse vírus provocou. Regressar em um lindo dia de sol em março de 2022<sup>6</sup>, em um verão escaldante, típico carioca, com um sol para cada um e de máscara, foi um desafio prazeroso. A proposta era “sentir” esses espaços, essas ambiências urbanas que foram pesquisadas em 2019, depois de quase três anos de afastamento, para notar a “língua” da comida (WOORTMANN, 2013) e seus códigos (DOUGLAS, 1975).

Esses códigos (DOUGLAS, 1975) se mantêm, se atualizam ou se modificam ao longo do tempo em função das mudanças culturais da sociedade. Em nossas andanças pela zona portuária em frente à entrada do Museu do Amanhã, cartão postal da cidade, reencontramos ambulantes de comida e bebida de rua, mas não em grande número. Eles comercializavam alimentos e produtos de consumo rápido, típicos do verão, como açaí, sacolé e, principalmente, água.

Interessante perceber que os ambulantes que vendiam água circulavam com seus triciclos, oferecendo o produto para turistas e pessoas que aproveitavam a sombra na entrada do equipamento cultural, sentados na beirada do lago, situação que não acontecia anteriormente.

A *gourmetização* da comida de rua permanece como marca registrada na Praça Mauá. Consumir um sacolé é uma experiência refrescante, mas, principalmente, é uma experiência simbólica, que representa um marcador social e delimitador de espaço, como salientam FREITAS, ÁVILA, 2010.

[...] Consumir significa existir socialmente ou, em outras palavras, estar integrado à sociedade. Os diferentes grupos atraem-se e rejeitam-se de acordo com os valores minúsculos que compartilham e com o grau de individualização do grupo, ou seja, de identificação e projeção do cidadão em relação a ele. O papel do consumo, nesse quadro, é o de cimentar o novo cenário social que se estrutura (FREITAS, R, ÁVILA, V, 2010, p. 13).

Michel Agier (2013) elucida a questão das fronteiras como fato social no espaço urbano, já que são instáveis e em constante transformação. Ou seja, a ocupação de espaços pela comida de rua no centro do Rio de Janeiro ocorre de forma “negociada” entre os atores sociais que dividem e interagem naqueles locais. Vale ressaltar que muitas das

---

<sup>6</sup> A pesquisa de observação participante foi realizada no dia 20 de março de 2022 nas imediações do Museu do Amanhã na Praça Mauá, zona portuária do Rio de Janeiro.

---

vezes, relações de troca são estabelecidas para garantir a permanência desse comércio, como acontece na zona portuária entre os ambulantes de comida de rua.

Ao circular pelas ruas do centro do Rio de Janeiro, esbarramos também com entregadores de comida em motos e bicicletas realizando manobras arriscadas, andando na contramão, em cima da calçada, avançando sinais para entregar o pedido no tempo exigido pelos algoritmos. Esses motoqueiros e ciclistas “desesperados”, chefiados por padrões invisíveis, parecem hipnotizados, expondo seus corpos, sem mensurar os riscos a que estão sujeitos.

Esses corpos em movimento se apropriam e redesenham a cidade, utilizam brechas (DE CERTEAU, 1994), resistem à planificação urbana e à colonização dos espaços (RODRIGUES E SANTOS, 2019). Portanto, corroboramos o olhar de Jacques (2012) de que as experiências de atores sociais e de pesquisadores nas ruas sejam errantes, isto é, signifiquem resistência aos modelos hegemônico e estruturalista do espaço urbano.

Para os errantes, a cidade não é puramente imagem ou cenário em que a vida acontece, mas é a cidade vivida e inscrita no corpo por meio da experiência. É incorporada que ela resiste à sua modelagem pelos projetos universalizantes, uma vez que a mera existência de tais corporalidades vilipendia e delata as tentativas de captura e domesticação (RODRIGUES E SANTOS, 2019, p. 193-194).

Esses trabalhadores autônomos são responsáveis pela mediação e facilitação das relações sociais que envolvem o preparo, a distribuição e a venda de alimentos. Apesar da relevância da atividade é uma categoria que sofre com a uberização (SLEE, 2017), a precarização de direitos sociais e a má remuneração.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Consideramos a comensalidade e a sociabilidade em diferentes aspectos, tendo como divisor de águas a pandemia, que modificou a nossa relação com a comida, situação que se mantém mesmo após a imunização de grande parte da população da cidade do Rio de Janeiro.

Vale ressaltar que essas relações de convivência temporária estabelecidas entre atores sociais desconhecidos em função do alimento, criam sociabilidades nas metrópoles contemporâneas, não sendo uma exclusividade da cidade do Rio de Janeiro. São neotribos

pós-modernas que celebram um gosto específico que pode estar relacionado ao esporte, a um show ou a uma comida que une esses cidadãos mesmo de forma efêmera (MAFFESOLI, 2012).

Segundo Fernandes (2012) essa vivência, “gesta um *ethos* do lugar, uma estética e um modo de ocupar próprios, diferenciando-os de outros lugares da cidade, desenhando novas territorialidades” (2012, p.77). Essas ambiências temporárias são dinâmicas que se atualizam em função do cotidiano e, no caso da comida de rua, não é diferente. Ela acompanha as dinâmicas atuais quanto às formas de ocupação da cidade seja por meio de ambulantes que comercializam alimentos em barracas e triciclos estrategicamente posicionados em locais de grande circulação de pedestres no centro do Rio de Janeiro, adaptando-se às novas regras sanitárias em função da covid-19, ou por meio de entregadores de comida por aplicativo, que cortam as ruas da metrópole em ritmo frenético em suas bicicletas e motos. Esses errantes (RODRIGUES E SANTOS, 2019) que vivenciam a experiência da cidade, expondo seus corpos, são mediadores e facilitadores da comensalidade pós-moderna.

## REFERÊNCIAS

AGIER, M. *La condition cosmopolite. L`antropologie à l`épreuve du piège identitaire. Éditions la découverte*: Paris, 2013.

CARVALHO, C. da V. S. de; KRAEMER, F. R. F.; PRADO, S. D. (Org.) **Comensalidades em Trânsito**. Série Sabor Metrópole. V. 11. Salvador: Edufba, 2020.

CARVALHO, C. da V. S. **Quintas do LADIGE**: Debate ‘O mundo dos bens’ de Douglas e Isherwood. Disponível em: <[https://www.youtube.com/watch?v=ndKn7I\\_L\\_wY](https://www.youtube.com/watch?v=ndKn7I_L_wY)>. Acesso em: 1 mar. 2022.

CHALHOUB, S. **Trabalho, lar e botequim**: o cotidiano dos trabalhadores no Rio de Janeiro da Belle Époque. 3. ed. Campinas: Campinas, 2012.

DE CERTEAU, M. **A invenção do cotidiano 1**: artes de fazer. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 1994.

DOUGLAS, M. *Deciphering a meal: implicit meanings*. London: Routledge; Kegan Paul, 1975.

---

\_\_\_\_\_.; ISHERWOOD, B. **O mundo dos bens**: para uma antropologia do Consumo. Rio de Janeiro: Ed. UFRJ, 2004, 2006.

FERNANDES, C. **Territorialidades cariocas**: Cultura de Rua, Sociabilidade e música nas “Ruas-galerias” do Rio de Janeiro. In: FERNANDES, Cíntia, MAIA, João, HERSCHMANN, Micael (org). Comunicação e Territorialidades Rio de Janeiro em Cena. São Paulo: Anadarco, 2012.

FREITAS, R, ÁVILA, V. **Comunicação, Consumo e Cidade**: Praças de Alimentação dos shoppings do Rio de Janeiro. Periferia, 2010. Disponível em: <e-publicacoes.uerj.br>. Acesso em: 30 ago. 2020.

GARCIA, R. W. D. G. **Práticas e comportamento alimentar no meio urbano**: um estudo no Centro da Cidade de São Paulo. Cadernos de Saúde Pública (*Reports im Public Health*), Rio de Janeiro, p.455-467. jul-set, 1997. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/csp/a/HZsMB3DTF9jsZSxss6jJtpH/?format=pdf&lang=pt>>. Acesso em 18 jan. 2019.

KUWAE, C. A.; FERREIRA, F. R.; CARVALHO, M. C. da V. S. de; PRADO, S. D.; SILVA, L. F. da S. **Sociabilidade e alimentação**: um estudo sobre arranjos simbólicos em grandes centros urbanos. In: BOSI, M. L. M.; PRADO, S. D.; AMPARO-SANTOS, L. (Org.) Cidade, corpo e alimentação: aproximações interdisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2019.

MAFFESOLI, M. **O tempo retorna**: formas elementares da pós-modernidade. Tradução de Teresa Dias Carneiro; Revisão técnica de Abner Chiquieri. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 2012.

PEREIRA, C; BARROS, C. **Cariocas não gostam de dias nublados**: comunicação, consumo e *lifestyle* no discurso da Farm. Revista Famecos. Porto Alegre, v.19, n. 3, p.839-854, set/dez, 2012.

RODRIGUES, D. C. M.; SANTOS, L. A. **Corpo, comida e rua**: interfaces produzidas na cidade. In: BOSI, M. L. M.; PRADO, S. D.; AMPARO-SANTOS, L. (Org.) Cidade, corpo e alimentação: aproximações interdisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2019.

SANTOS, E. I. dos; VELOSO, L. **Consumo e sociabilidade na construção do imaginário carioca**. In: BARBOSA, L.; PORTILHO, F.; VELOSO, L. (Org.). Consumo: cosmologias e sociabilidades. Rio de Janeiro: Mauad, 2009.

SANTOS, M. **A Natureza do Espaço**: Técnica e Tempo, Razão e Emoção. 4.ed. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.

SIMMEL, G. **A metrópole e a vida mental**. In: VELHO, Otávio Guilherme (Org.). O Fenômeno Urbano. Rio de Janeiro, Jorge Zahar, 1973.



---

SLEE, T. **Uberização**: A nova onda do trabalho precarizado. 1ª ed. São Paulo: Editora Elefante, 2017.

SOARES, L. C. **Os escravos de ganho no Rio de Janeiro do século XIX**. Revista Brasileira de História, São Paulo, v.8, n.º 16, p.107-142, mar.88/ago 88.

WOORTMANN, E. F. **A comida como linguagem**. Revista Habitus. Goiânia, v. 11, n.1, p. 5-17, jan./jun., 2013.