

Comidas de rua: patrimônio, cultura e identidade local no norte do Tocantins¹

Street food: heritage, culture and local identity in the north of Tocantins

**Geane Oliveira da Silva¹,
Rita de Cássia Domingues Lopes²**

1. Graduada em Ciências Sociais – Licenciatura pela Universidade Federal do Tocantins, Campus Tocantinópolis. **geaneolyver@gmail.com**

2. Doutoranda em Antropologia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Professora na Universidade Federal do Tocantins, Campus de Tocantinópolis. **ritadomingues@uft.edu.br**

Resumo: O artigo tem por objetivo apresentar as comidas de rua que são comercializadas no centro da cidade de Tocantinópolis-Tocantins e relacioná-las aos conceitos de cultura, identidade e patrimônio. Para tanto, foi realizado trabalho de campo que compreendeu observação direta, anotações no diário de campo, entrevistas e aplicação de questionários. O interesse pelo ato de comer, além de uma necessidade vital, está ligado à construção da identidade social de um indivíduo e de um grupo. Os hábitos alimentares assumem comportamentos culturais que são determinados historicamente através do convívio social e transmitidos de geração a geração. As cozinhas regionais apresentam diversidade histórica, cultural e ambiental do País e essa perspectiva auxilia no entendimento do grupo que se alimenta nas barracas de comidas vendidas nas ruas. A carne bovina e suas partes específicas compõem

1. O artigo é uma síntese do Trabalho de Conclusão de Curso, da graduação em Ciências Sociais – Licenciatura da Universidade Federal do Tocantins (UFT) concluído em 2015.

a maioria das comidas vendidas. O significado atribuído à comida com caldo relaciona-se à crença em um alimento substancial que representa um costume tradicionalmente popular. Assim, destacam-se o *chambari*, seguido da *panelada* e da *galinha caipira* como as comidas mais consumidas em Tocantinópolis e considerados os pratos típicos da região.

Palavras-chave: Comidas de rua. Cultura. Identidade. Patrimônio. Tocantinópolis.

Abstract: This article is aimed with a purpose to show the street food that are marketed in the Tocantinópolis downtown in the state of Tocantins and associate it with the concepts of culture, identity and heritage. The methodology used was bibliographical research and field research that comprehend direct observation, notes in the field journal, interviews and application of questionnaires. The interests for the act of eat, besides the vital necessity, is connected to the construction of social identities of an individual and a group. The eating habits assume cultural behaviors that are determined historically through the social coexistence and passed down from generation to generation. The regional cuisines feature historical, cultural and environmental diversity of the country and this perspective assisting in the understanding of the group that feeds the food stalls sold on the streets. The bovine meat and its specifics parts compose most of the food sold. The meaning attributed to the food with broth relates to belief in a substantial food that represents a traditionally popular custom. Thus, stand out the “Chambari”, followed by the “Panelada” and the “Galinha Caipira” as the most consumed foods of Tocantinópolis and considered the typical dishes of the region.

Keywords: Street food. Culture. Identity. Heritage. Tocantinópolis.

Introdução

Este artigo analisa, partindo de uma abordagem antropológica, as preferências alimentares das pessoas que consomem comidas vendidas na rua, em bancas/barracas no centro de Tocantinópolis – cidade localizada na região do Bico do Papagaio, norte do estado do Tocantins. A pesquisa foi realizada na Praça Dep. Darcy Marinho, na Feira e no *restaurante* identificando as escolhas

dos consumidores/clientes em realizar suas refeições em locais públicos e de que forma essas escolhas refletem a identidade cultural e a tradição ligada à alimentação caseira e regional, podendo ser analisando também pela via do patrimônio.

A identidade alimentar da população tocanopolina se constrói em um processo de preferências, gostos e menção às escolhas de pratos tradicionais considerados típicos como o chambari e a panelada, identificados na comercialização de comidas de rua ou em espaços improvisados da Cidade.

O desenvolvimento do mundo contemporâneo exige cada vez mais rapidez e praticidade na culinária, reproduz um desinteresse para algumas pessoas nos processos de preparação das comidas, o que pode ocasionar a procura de comidas consideradas caseiras em ambientes externos como restaurantes ou vários tipos de pontos de vendas.

O objetivo desse trabalho é apresentar alguns aspectos culturais pertinentes ao consumo de comidas vendidas na rua como perspectiva de valorização da culinária local marcando a identidade cultural e o patrimônio regional. A comida caseira vendida nas ruas da cidade é realizada por trabalhadores e trabalhadoras informais que mantêm o sustento de suas famílias.

Metodologia

Para realização da pesquisa foi utilizado o método etnográfico com trabalho de campo que compreendeu observação direta, anotações no diário de campo, entrevistas e aplicação de questionário. Diante do estudo da sua própria cultura a dificuldade que surge em uma pesquisa etnográfica é justamente essa, a de interpretar a sua própria cultura, as atitudes e comportamentos pouco percebidos. Segundo Oliven (1996), diante da posição de estranhamento facilita interpretar os ritos e os símbolos que fazem parte da mesma cultura. Assim como dizem Da Matta (1978) e Velho (1978) sobre estranhar o familiar, ou seja, o que é visto com certa frequência e o pesquisador resolve pesquisar para compreender suas implicações, de como ocorre e não supor como acontece. Durante a aplicação de uma das técnicas como a observação, o pesquisador precisa profundamente analisar o fenômeno sem receios de tabus e conhecimentos consagrados pela maioria da população.

Os locais observados foram: as bancas de comidas da Praça Deputado Darcy Marinho, localizada entre a Avenida Nossa Senhora de Fátima e Avenida xv de Novembro; as barracas da Feira, localizada na Rua Cachoeirinha e o *restaurante*² da Eliana, localizado na rua Professor Virgílio, próximo à Praça Dep. Darcy Marinho.

As observações preliminares iniciaram em outubro de 2014, para realização de um *survey* nos locais de comercialização de comida para conhecer os locais mais de perto e definir as técnicas que seriam aplicadas durante o trabalho de campo para coleta de dados, as observações realizadas foram anotadas na caderneta de campo e depois passado ao diário de campo; foram realizadas entrevistas com os vendedores de comida, um ex-vendedor de comida e clientes; e aplicação de questionários para os clientes frequentadores dos locais de venda de comida para obter informações sobre suas preferências alimentares e o porquê.

Foram realizadas oito entrevistas sendo: cinco com vendedoras, uma com ex-vendedor da Feira e duas entrevistas com clientes. Além das entrevistas e aplicação dos questionários, foram realizadas conversas informais com clientes e vendedoras. Os clientes mencionados são pessoas que mantêm assiduidade no local de vendas de comidas. Os dados foram coletados em março de 2015 e aplicados manualmente num total de 50 questionários.

Cozinha e comida, para além das panelas e pratos...

Quando falamos em cozinha muitos podem pensar só em panelas, colheires e fogão... isto é, em objetos materiais, mas aqui estamos tratando da cozinha como um patrimônio cultural alimentar, encadeada em um processo social e cultural particular de um povo, sendo parte constituinte de sua identidade. O costume de alimentar-se representa uma necessidade básica e diária, de significativas expressões culturais. Em cada grupo social existe uma forma de realizar suas refeições, pois “a cultura não é algo dado, uma simples herança que se possa

2. O termo restaurante é utilizado neste trabalho para facilitar o entendimento do leitor, pois a proprietária do estabelecimento não considera o local como um restaurante. Inicialmente informou que vendia lanches e somente após solicitação de alguns clientes, decidiu vender comida. Percebeu-se que são os mesmos tipos de comidas vendidas na Praça e na Feira.

transmitir de geração a geração. Ela é uma produção histórica, como parte das relações entre grupos sociais.” (PELEGRINI; FUNARI, 2008).

A cozinha ganhou reconhecimento como patrimônio cultural alimentar no Brasil a partir dos anos 2000, com a publicação do Decreto nº 3.551 de 04.08.2000, que instituiu o Registro de Bens Culturais de Natureza Imaterial, e entre tais bens estão as cozinhas regionais.

A definição do conceito de patrimônio imaterial, bem como sua importância e questões sobre sua salvaguarda estão contidas no texto da 32ª sessão da Convenção Geral da UNESCO concluída no dia 17 de outubro de 2003 (CURY, 2004). O patrimônio imaterial é considerado um “fator de aproximação, intercâmbio e entendimento entre os seres humanos” é definido como “as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas junto com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares que lhe são associados – que comunidades, os grupos e, em alguns casos, os indivíduos reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural.” (CURY, 2004, p.373).

O patrimônio, além de ser uma expressão emblemática de um grupo social ou nação, é também, “um processo de construção e reconstrução social e simbólica por meio das experiências sensíveis, individuais e coletivas.” (BITAR, 2011, p. 39).

O conceito de cultura, de uma forma resumida, é explicitado como a determinação do comportamento humano justificando suas atitudes. Sendo um processo acumulativo, que resulta de uma experiência histórica proveniente de gerações anteriores (LARAIA, 1999, p.29). Para Geertz a cultura “denota um padrão de significados transmitido historicamente, incorporado em símbolos, um sistema de concepções herdadas expressas em formas simbólicas por meio das quais os homens comunicam, perpetuam e desenvolvem seu conhecimento e suas atividades em relação à vida.” (GEERTZ, 1989, p.103).

Partindo dos conceitos acima citados, a identidade pode ser vista como “fonte de significado e experiência de um povo”. Daí a noção abordada pela maioria dos cientistas sociais, quando referem identidade cultural a uma espécie de “sentimento de pertencimento.” (CASTELLS, 2000, p.139).

Pelegrini e Teixeira (2007) utilizam o conceito de identidade definido por Pollack (1992) como um processo contínuo e complexo de construção

do sujeito individual em relação ao outro, de constituição de identidades grupais definidas por meio de critérios como aceitabilidade e credibilidade que se firmam por meio de negociações diretas com os outros e seus respectivos universos culturais, tornando-se reciprocamente unificados diante de determinados interesses.

Para contextualizar a origem das comidas de rua, Flandrin e Montanari (1998) mencionam que as cozinhas de rua, conhecidas na China se estabeleceram em todo o continente asiático especialmente no Japão, para atendimento de consumidores que preferem refeição a um baixo custo. Geralmente nestes pontos de venda, as refeições são servidas em mesas onde as pessoas sentam-se em bancos lado a lado e o vendedor coloca a comida no prato que é servido ao cliente. Os mesmos autores observam uma mudança no consumo alimentar: o consumo de carne, tendência do século xx, se originou após a década de 1950.

No estado do Tocantins dentre suas várias atividades econômicas, uma se destaca que é a atividade pecuarista, o que demonstra o expressivo consumo interno de carne bovina. O consumo de espetos de carne assada é uma das preferências do gosto alimentar daqueles que escolhem comer fora de casa, além do chambari e da panelada como veremos mais a frente.

De acordo com Flandrin (1991), a preparação e conservação dos alimentos podem ser realizadas de diferentes modos, diversificando-se a partir da condição econômica e social. Os hábitos alimentares manifestam-se por preferências culturais transmitidos de geração a geração. O interesse pelo ato de comer, além de uma necessidade vital, está ligado a construção da identidade social de um indivíduo, de um grupo. Os hábitos alimentares assumem comportamentos culturais que são determinados historicamente através do convívio social. Isso significa que a memória e o aprendizado alimentar permanecem em nossa consciência mesmo com o passar do tempo (MINTZ, 2001).

A alimentação sendo resposta às necessidades biológicas individuais constitui-se também como “elemento essencial da estruturação dos grupos, de expressão de uma identidade própria e origem de um pensamento simbólico.” (FLANDRIN, MONTANARI, 1998, p.52). Maciel (2004) afirma que o ser humano se e distingue-se orienta através da alimentação que está organizada como uma cozinha e torna-se assim um símbolo de identidade, pois contribuem para

expressar estilos de vida de um determinado grupo. Por isso, o que se coloca no prato é mais que um alimento para o corpo, pois nutre uma forma de viver.

Laraia menciona os aspectos culturais presentes na alimentação, da seguinte maneira:

Em algumas sociedades o ato de comer pode ser público, em outras uma atividade privada. Alguns rituais de boas maneiras exigem um forte arrote, após a refeição, como sinal de agrado da mesma. Tal fato, entre nós, seria considerado, no mínimo, como indicador de má educação. Entre os latinos, o ato de comer é um verdadeiro rito social, segundo o qual, em horas determinadas, a família deve toda sentar-se à mesa, com o chefe na cabeceira, e somente iniciar a alimentação, em alguns casos, após uma prece (LARAIA, 1999, p.74).

Mintz (2001, p.31) menciona que “o comportamento relativo a comida liga-se diretamente ao sentido de nós mesmos e à nossa identidade social, e isso parece valer para todos os seres humanos.” O ato de preparar a comida e o ato de comer envolvem características próprias, tais como: a seleção dos ingredientes e modo de fazer a comida; os sentimentos, as formas de servir e ingerir os alimentos ou reações ao comportamento alimentar. Estes e muitos outros aspectos da alimentação têm provocado inúmeras pesquisas em diversas áreas do conhecimento tanto das Ciências Sociais (ANTROPOLOGIA, SOCIOLOGIA E CIÊNCIA POLÍTICA) quanto da Gastronomia, História, Geografia demonstrando grande interesse em estudar os comportamentos pertinentes à comida e à alimentação.

Após o trabalho realizado por Willian Robertson Smith no século XIX sobre o sacrifício e a comida, a Antropologia iniciou o seu interesse pela alimentação no que se refere à sua ação natural dentro da sociedade. Para reforçar os argumentos sobre o ato de comer, como atividade que permite escolhas e define significados, Mintz que afirma:

A comida entra em cada ser humano. A intuição de que é de alguma maneira substanciado – “encarnado” – a partir da comida que se ingere pode, portanto, carregar consigo uma espécie de carga moral. Nossos corpos podem

ser considerados o resultado, o produto, de nosso caráter que por sua vez, é revelado pela maneira como comemos (MINTZ, 2001, p.32).

Nesse sentido, a temática sobre a alimentação no âmbito antropológico constitui uma relação com a cultura e a sociedade, muito além do aspecto meramente biológico. Da Matta (1986) afirma que a comida representa um jeito de nos alimentarmos, que define mais do que aquilo que comemos e, portanto, nós mesmos. Desde que nascemos adquirimos socialmente conhecimentos relacionados à comida de uma forma cultural, pois cada sociedade possui particularidades em sua forma de alimenta-se.

Culinária regional: pratos típicos

As cozinhas regionais apresentam diversidade histórica, cultural e ambiental do país. Cada região brasileira possui pratos que envolvem essas diversidades e há o reconhecimento nacional como: “acarajé e vatapá em relação à Bahia, tapioca e baião-de-dois ao Ceará, arroz com pequi a Goiás, pão de queijo a Minas, tucupi e tacacá ao norte e churrasco ao povo gaúcho.” (MACIEL, 2005, p.52). Um dos símbolos da Bahia é a Baiana de Acarajé (MACIEL, 2005). Já a cozinha do norte do Brasil tem raízes indígenas (MACIEL, 2006).

O termo pratos típicos, pode ligar-se a uma noção de tradição. A culinária é um conjunto de técnicas e de maneiras de fazer o alimento. Por isso, as cozinhas “são maneiras culturalmente estabelecidas de alimentar-se.” (MACIEL, 2006, p.89). A cozinha é o elemento que permite a comunicação entre um grupo social e nos permite entender determinados mecanismos da sociedade.

Os significados atribuídos aos pratos típicos são pertencentes à cultura, tradição e identidade. Com o passar do tempo um hábito alimentar pode sofrer influências e mudar, mas os significados relacionados à comida permanecem reforçando o pertencimento humano.

Para ampliar o entendimento da essência cultural da comida, Da Matta (1986, p.36) observa que o “alimento é tudo aquilo que pode ser ingerido para manter uma pessoa viva, comida é tudo que se come com prazer, de acordo com as regras mais sagradas de comunhão e comensalidade”. Com essa ênfase “a comida vale tanto para indicar uma operação universal – o ato de alimentar-se

quanto para definir e marcar identidades pessoais e grupais, estilos regionais e nacionais de ser, fazer estar e viver.” (DA MATTA, 1986, p.39).

Convém lembrar que Da Matta faz uma breve diferenciação entre os termos: alimento e comida. Universalmente, o alimento é inerente a todos os seres humanos. A expressão “de-comer” é utilizada como exemplo usualmente antigo que se refere a refeição e contribui para a definição do significado de comida. Como ele observou a “comida se refere a algo costumeiro e sadio, alguma coisa que ajuda a estabelecer uma identidade, definindo, por isso mesmo, um grupo, classe ou pessoa.” (DA MATTA, 1986, p.37).

A esse respeito Da Matta define:

Temos então alimento e temos comida. Comida não é apenas uma substância alimentar, mas é também um modo, um estilo e um jeito de alimentar-se. E o jeito de comer define não só aquilo que é ingerido como também aquele que ingere. De fato, nada mais rico, na nossa língua, que os vários significados do verbo comer em suas conotações. (DAMATTA, 1986, p.37)

Culinária regional em Tocantinópolis: a feira, a praça e o restaurante

Em Tocantinópolis, o cardápio servido diariamente nas bancas³ da feira, nas barracas da praça e no *restaurante*, é: assado de panela⁴, chambaril⁵, pane-

3. O termo banca é denominado como o local de vendas de comidas, onde as panelas e demais utensílios de cozinha são expostos sobre mesas de madeira.

4. O assado de panela é o resultado da carne bovina cozida na panela de pressão até o ponto de ficar sem o caldo. Após o refogar dos temperos como alho e cebola na gordura, a carne é acrescentada na panela e após alguns minutos é adicionada a água para o seu cozimento.

5. No Tocantins é conhecido por chambari, forma que será adotada doravante neste trabalho. O chambari é feito especificamente do músculo e do ossobuco do boi, temperado com sal, alho, cebola, podendo conter outros temperos que variam de acordo com quem prepara. A carne é refogada com temperos e óleo, e cozida na panela com adição de água e, portanto, tem o procedimento bem parecido com as demais carnes cozidas. Para os entrevistados o sabor é muito apetitoso e torna a comida uma iguaria.

lada⁶, galinha caipira e carne de porco. Em uma das barracas foi verificado que havia sarapatel⁷. No *restaurante*, além de serem servidas as mesmas comidas citadas anteriormente, há também: bife de fígado, bife de carne de gado, peixe frito, costela com cebolas, bode cozido e galinha angolista. Outro prato preferido entre os consumidores é a galinha caipira.

O chambari é uma das comidas mais populares no Tocantins e é possível encontrar em vários lugares sendo comercializada em todo o estado, de norte a sul. Em 2017, o chambari, juntamente com a buchada e a paçoca de carne seca foram declarados Patrimônio Cultural e Gastronômico do Tocantins, sendo reconhecido “a importância destes pratos típicos [...] como símbolos e formas de expressão cultural e gastronômica do Estado.” (TOCANTINS, 2017).

Cada vendedor tem seu modo de preparar o chambari e que agrada aos clientes. Em entrevista com Antônio, um senhor aposentado e ex-vendedor de comidas na Feira, este faz referência ao cozimento da carne com separação dos ossos, o que demonstra a maneira específica de preparo da comida. Os temperos e a maneira própria de cozinhar dão resultado à essência da comida, percebida através do cheiro e do sabor.

A partir do depoimento de outras vendedoras, o diferencial no preparo do chambari é o cozimento na panela sem a pressão. Um alimento cozido na panela de pressão, segundo a maioria das vendedoras, não possui o mesmo sabor. Por isso, o processo lento de cozimento equivale à qualidade da comida, reconhecida pelo paladar da clientela. Uma das vendedoras informou que no preparo do chambari utiliza os ossos de nervo, osso da cabeça, exceto a ossada da canela. Mesmo após selecionar as partes, ela realiza a limpeza para a retirada da gordura, que será reutilizada para produzir sabão de forma caseira.

Tanto na Feira quanto na Praça, foram observadas várias pessoas que optaram por realizar uma refeição no horário que seria o café da manhã,

6. É feita dos miúdos do boi, cozido com água e temperos como alho, sal, cebola e corante em panela de pressão, sem o acréscimo de verduras ou legumes, formando um caldo. Servido com arroz e/ou farinha de mandioca e outros acompanhamentos como veremos a seguir.

7. É preparado com as vísceras ou miúdos do porco, que são refogados com os temperos, cozidos na panela e depois coloca-se o sangue (CÂMARA CASCUDO, 2008).

sobretudo para aqueles que chegavam das atividades de lazer à noite nos finais de semana. Assim, se compreende que não há hora certa para saborear um prato de chambari ou panelada. Para saciar a fome, até de madrugada é hora de comer. Para a maioria dos clientes entrevistados, o arroz é o preferido para acompanhar a comida, mas há àqueles que gostam de acrescentar a farinha de mandioca.

Durante o trabalho de campo, observou-se uma situação comum para os vendedores de comida na rua, muitos clientes para se sentirem melhor da ressaca preferem a panelada. Neste caso, os clientes preferem a comida sem o arroz e acrescentam apenas a farinha de mandioca, segundo uma das vendedoras.

A Feira

As bancas de comidas da Feira ficam próximas das bancas de outros produtos, como: peças de vestuário, calçados, hortifrutigranjeiros, utensílios domésticos e alimentos de modo geral. A Feira funciona apenas aos domingos pela manhã. Nos últimos anos percebeu-se um declínio do comércio localizado dentro da Feira, de acordo com uma das entrevistadas, o número de clientes reduziu também a quantidade de bancas de comida.

Em 2015 eram duas bancas de comidas localizadas dentro da Feira. Em observações feitas durante o trabalho de campo, na banca de Maria de Nazaré (aposentada e vendedora de comidas na feira) as panelas, os pratos, os talheres e demais itens necessários são expostos sobre uma mesa e coberta com uma toalha de tecido. A água servida em copos de vidro fica armazenada dentro de uma garrafa térmica. Os clientes sentam em banco de madeira sem encosto, mas quando há mais de três clientes ao mesmo tempo, a vendedora cede a sua própria cadeira de plástico. Cada cliente pode escolher a quantidade de comida que é servida no prato. Há a opção de arroz branco e arroz com feijão e os demais itens como: cheiro verde picado, farinha, limão e pimenta ficam a critério de cada cliente.

Na banca de comida de Dora (vendedora de comida) sobre a mesa de madeira ficam as panelas e atrás do banco há uma vasilha de plástico com água onde os pratos e os talheres são lavados. Um dos bancos da feira construído de cimento é utilizado para o consumo do alimento pelos clientes.

Durante a conversa com sra. Maria de Nazaré disse-nos que levava para a Feira as comidas prontas dentro das panelas, para isso, prepara a comida de madrugada. Em referência à crença no caldo da panelada e com base nas vendas da Feira, respondeu que nos dias em que há festas na cidade os clientes preferem a panelada. Para ela se uma pessoa tomar um caldo sente-se melhor de alguma fraqueza ou indisposição.

Durante o trabalho de campo foi entrevistado o sr. Antônio, ex-vendedor de comidas da Feira conhecido popularmente por Suda. Deixou de vender comida devido ao falecimento de sua esposa com quem vendeu por muitos anos comida em uma banca na Feira. Parou de vender comidas em 2013, mas não deixou de comer na Feira. O entrevistado afirma que passou a consumir na banca da Dora, por ter vínculo familiar com a mesma.

Um dos motivos que podem definir as preferências dos clientes por comidas quentes relaciona-se ao costume popular de comer após a participação em *shows*. A falta de festas dançantes em um clube da cidade, segundo sr. Antônio, enfraqueceu a procura por comidas que eram vendidas dentro da sua própria residência. Após o término do *show* ou festa dançante e antes mesmo de ir para casa, os clientes se reuniam na casa do sr. Antônio em pequenos grupos para comer alguma das comidas de sua preferência, pois eram vendidos panelada, chambari e também galinha caipira.

De acordo com Câmara Cascudo (2004), a ciência da nutrição em suas orientações ensina as pessoas ao que chama de *saber comer*. No entanto, a forma cultural de saborear um prato, não é definida por sua forma ou cor, mas por tudo aquilo que representa e consiste na noção de pertencimento de um determinado povo, como é o caso do chambari e da panelada.

Nas relações sociais presentes diariamente entre clientes e vendedoras percebe-se uma comunicação comum, um jeito próprio de falar e compreensível entre os interlocutores. Nas observações realizadas durante o trabalho de campo, compreende-se que no cotidiano do local de vendas, no momento de interação pessoais evidencia-se o compartilhamento de situações diárias, a simplicidade, a alegria e a persistência no trabalho.

A Praça Dep. Darcy Marinho

A Praça Darcy Marinho está localizada no centro da cidade, caracterizada pelo movimento comercial com lojas de roupas e calçados, agências bancárias, supermercado, farmácia, ponto de táxi e de vans, posto de combustível, igreja, hotel, pequenas lanchonetes, restaurantes e o comércio de vendedores ambulantes que realizam um trabalho informal vendendo aparelhos celulares, equipamentos eletrônicos, roupas, calçados, frutas, lanches, utensílios domésticos e plantas medicinais.

As duas barracas de comida localizadas na Praça atendem a clientela que, em sua maioria, estão de passagem pela cidade. No início da manhã dos dias de atendimento que acontece de segunda a sexta-feira. Antes mesmo de iniciarem a montagem das barracas, os vendedores varrem o chão, sendo essa uma das primeiras tarefas realizadas no local, pois caem muitas folhas devido à arborização da Praça ser de grande porte. As vendedoras da Praça utilizam touca para cobrir os cabelos. Depois de feito a limpeza na área, as barracas são montadas, a mesa exposta e os utensílios organizados para facilitar o atendimento, como: pratos, talheres, copos de vidro, vidros com pimenta, vasilhas com farinha de mandioca.

Na Praça as comidas são vendidas como um tipo de *prato feito*, ou seja, a comida já vem servida no prato colocada pelo vendedor ou vendedora. Os preços variam e são definidos conforme a quantidade de comida da preferência do consumidor. A vendedora costuma perguntar ao cliente: “- Quer feijão?” ou “- Tá bom de arroz?”, referindo-se à quantidade de arroz no prato. Na referida Praça não há banheiro público, a água não é corrente e, por isso, utiliza-se pequenas bacias com água para lavar os pratos, talheres e copos.

Da Matta (1986) considera que a maneira de compor a comida no prato, a preferência por determinados ingredientes e conhecimento dos gostos das pessoas ajudam a afirmar que a comida é fundamental para a definição das identidades individuais e coletivas. No caso de as vendedoras de comida de rua conhecer a clientela, suas preferências para cada hora do dia e da noite faz com se mantenha clientes fiéis.

A vendedora Nilda conta com o marido para montar e desmontar a barraca diariamente. A barraca tem uma cobertura de lona. Os ferros da estrutura da

barraca, mesa, cadeira e fogão com o botijão de gás são guardados diariamente numa casa próxima à Praça. A mesa de madeira é coberta por um plástico estampado e as cadeiras são de plástico branco. São dispostos sobre a mesa: os talheres dentro de recipiente sem tampa, a farinha de mandioca e os molhos de pimenta. A preferência dos clientes entre as comidas oferecidas são: chambari, panelada e a galinha caipira. Segundo Nilda “[...] é difícil alguém chegar e pedir, me dá o peixe ou frango. Chambari e panelada acaba pra esses daí.”

Quando esta foi questionada sobre a ausência da venda de peixes, informou-nos que prepara “principalmente durante a semana santa quando tem saída” e os clientes pedem, pois se levar a comida em outra época do ano não vende e daí *se perde*, tornando-se um prejuízo.

Quando questionada sobre a venda de carne de porco, Nilda respondeu que não cozinha nenhuma comida originada da carne de porco e essa decisão está ligada à sua religião Adventista do Sétimo Dia que não permite o consumo da carne suína. Vale mencionar que um consumidor da banca da Dora ao ser questionado sobre a sua preferência pelo sarapatel, comentou que por criar porcos em sua chácara e fazer o abate semanalmente para venda e consumo, disse não acreditar que a carne de porco é reimosa⁸.

Ao conversar informalmente com João, esposo de Maria, uma das vendedoras entrevistadas, que também é vendedor de comidas, foi perguntado sobre a cobrança de qualquer tipo de taxas ou impostos pela prefeitura, ele relatou que não há nenhum tipo cobrança, mas em sua opinião seria bom que fosse cobrado os impostos pelo poder municipal para ter a garantia de melhores condições e regulamentação do trabalho. Informou, ainda, que a prefeitura determinou que qualquer equipamento utilizado durante as vendas não pode ficar na Praça após o horário de atendimento. Por isso, todos os vendedores ambulantes, ao término do trabalho transportam consigo toda a mercadoria ou guardam em locais próximos da Praça.

Quando se explicou os motivos da pesquisa o vendedor João mencionou que a procura pelos *pratos feitos* acontece devido o baixo custo, que variam entre oito e doze reais, pois ele mesmo gostaria de ter condições de realizar

8. O termo reimoso refere-se aquilo que pode fazer mal à saúde.

suas refeições num restaurante, mas nem todas as pessoas podem pagar em torno de vinte reais numa refeição e, por isso, procuram a barraca de comida. Quando perguntado sobre as comidas mais vendidas, mencionou: chambari, panelada, galinha caipira, peixe e sarapatel.

O restaurante

Além das comidas vendidas nas barracas na Praça, há nas proximidades um *restaurante* (ver explicação na nota 4), onde trabalham Eliana e Daniela, que atende de segunda a sábado num pequeno espaço alugado com banheiro e pia com água corrente. A comida é servida no prato junto com garfo e faca. Os clientes são servidos e podem escolher qualquer uma das cinco mesas e sentar-se em cadeiras plásticas. A escolha do *restaurante* foi no sentido de fazer um paralelo às vendas de comidas em espaços públicos, onde se observou a venda dos mesmos tipos de comidas.

A quantidade de comida pode ser definida pelo próprio cliente ou ser definida pelo valor/preço. O cliente pode solicitar o valor que preferir, por exemplo, “dona Eliana, quero quinze reais de comida ou quero apenas dez reais de carne”, e há também os preços “tabelados” pela própria vendedora. Os clientes podem comprar a comida e levar consigo dentro de um marmiteux ou em vasilhas plásticas que são levadas por muitos consumidores por serem consideradas melhores, pois impedem o vazamento quando a comida é de caldo. Como esclarece um dos clientes entrevistados “depois do ponto de vendas ninguém quer mais fazer comida em casa”.

Os itens que são oferecidos aos clientes para compor a refeição são: farinha de mandioca branca, farinha de mandioca amarela, limão, azeite de oliva, pimenta ao molho e sal. A salada é de alface cortada, tomate em pedaços pequenos e cenoura ralada. Os clientes podem tomar água ou um café ao fim da refeição. Vende-se suco de fruta e refrigerante.

Ao realizar uma refeição, um consumidor assíduo pediu que Eliana fizesse linguíça frita especificamente para ele e teve seu pedido negado. Depois de alguns instantes, Eliana foi perguntada por que não incluía a linguíça frita no cardápio do *restaurante* e explicou que os alimentos fritos ou assados não

impulsionam as vendas, pois necessitam ser servidos quentes. As comidas de caldo são melhores para servir, pois podem ser aquecidas frequentemente ao longo do expediente e agradam a maioria da clientela. Como é o caso do caldo do chambari, conforme explica Eliana:

[...] Quando você cozinha bastante, além do nervim⁹ ficar molim [mole], a carne vai desmanchando. O quê que acontece, a carne vai dando sustância pro caldo, ela vai desmanchando. Aí o chambari bom é aquele que você cozinha, que ele fica só aquela carinha, entendeu? [...] O pessoal chega aqui, eles não pede a carne, muita gente pede, e fala assim – ‘Eliana bota só a rapinha’ [...] Tem muita gente que não pede a carne, só pede o caldo, porque a sustância tá no caldo, porque a carne dissolve todinha. (VENDEDORA DE COMIDAS, 46 ANOS)

No local de vendas é percebida a maneira simples de alimenta-se, com a satisfação de receber o seu prato feito e levantar-se da mesa. Comer com colher, colocar limão, farinha e pimenta, como uma combinação necessária para compor o prato, usar palito de dente, tomar água após as refeições e ficar conversando seja antes, durante e após a refeição.

Nas relações entre vendedores e clientes no cotidiano do local de vendas, Eliana descreve o seguinte:

[...] Quando a gente tá aqui chega um conversa, chega outro conversa e a gente fica naquela animação a gente sorrir bastante. Então é assim, além do trabalho que a gente tem todo dia de cozinhar de levantar três da manhã é [...] é cansativo? É. Mas aí já é a gratificação assim porque você já a vê alegria das pessoas. As pessoas gostam da sua comida, do seu trabalho. Aí isso aí é gratificante pra gente né? (VENDEDORA DE COMIDAS, 46 ANOS).

9. De acordo com a entrevistada, observa-se a crença na força do caldo. O termo “nervim” mencionado por Eliana significa que são as partes do músculo bovino esbranquiçado que fica macio após o cozimento.

Câmara Cascudo (2004) refere a ligação dos indivíduos à localidade da comida, ressalvada por uma delimitação no plano emocional, que permite integrar as pessoas por intermédio do *ato de comer*, como vimos anteriormente nas palavras de Eliana.

Mas antes de chegar ao *ato de comer*, requer preparação das comidas com a necessidade de tempo e dedicação para prepará-las, e todas as entrevistadas relataram que os ingredientes temperados à véspera de servir possibilitam a qualidade do gosto e incorporam o resultado final da comida. Para isso é necessário que a maioria das vendedoras acorde de madrugada para concluir a preparação das comidas e se desloquem até o local das vendas seja a Feira, a Praça e o *Restaurante*.

Consumidores das comidas de rua em Tocantinópolis

No que concerne aos consumidores das comidas de rua foram aplicados 50 questionários de forma aleatória em todos os locais de vendas pesquisados para conhecer o perfil e as preferências alimentares. Os resultados foram:

A maioria entre os consumidores que responderam ao questionário são do sexo masculino com 88%, sendo 12% do sexo feminino. Na Feira foi observado o maior número de homens nas bancas de comidas. A maior faixa etária dos entrevistados corresponde entre 31 a 40 anos de idade com um total de 43%; seguido de 20% entre aqueles que tem entre 41 a 50 anos; depois 19% entre os de 21 a 30 anos; 8% entre 51 a 60 anos; 6% entre 61 a 40 anos e 4% com mais de 70 anos.

Quanto a naturalidade dos entrevistados 62% são tocantinenses, 30% maranhenses e 8% paraenses, demonstrando que a região do Bico do Papagaio recebe migrantes dos estados vizinhos. A maioria dos consumidores tem como ocupação principal o trabalho informal, como: vendedor ambulante, entregador de gás, pedreiro ou vendedor de bebidas. As mulheres que participaram da pesquisa têm profissão de doméstica, bancária, servidora pública municipal e funcionária do setor privado.

A partir dos dados acima especificados, tais como: gênero, faixa etária, naturalidade e profissão, os consumidores responderam sobre a comida preferida

dentre todas as comidas vendidas nesses locais, o preferido foi o chambari com 46% do total, sendo 22% preferem a panelada, 10% galinha caipira, 10% a carne de porco, 6% sarapatel e 6% informaram preferir outros pratos.

Sobre o significado da comida preferida para os consumidores, as respostas foram: 32% porque carne ou caldo dão *sustância*; 26% relacionam com seus familiares; 6% de lembranças do sertão; 4% de lembranças da infância; 4% de comida que não costuma comer em casa; 2% de semelhança com a comida feita pela mãe; 8% não souberam responder e 18% deram respostas não contidas nas alternativas, tais como: melhor comida, carne mais leve ou saudável, gosta dos ossos do chambari, praticidade de comprar pronta, acha mais saborosa, gosta de comida sem caldo, satisfazer a fome, relaciona-se a prática de criar e matar porcos. Das respostas mencionadas, dois consumidores responderam gostar de peixe por considerarem um tipo de carne mais saudável. O entrevistado que respondeu uma relação ao costume de criar porcos, mencionou que em sua opinião carne de porco não é ofensiva à saúde e que é uma prática semanal o abate dos animais, a venda e o consumo próprio em sua propriedade localizada na zona rural da cidade.

Quando perguntados sobre com que gostavam de complementar a comida, as respostas foram: 48% dos entrevistados responderam gostar de acrescentar arroz; 30% a farinha de mandioca, 8% responderam o limão, 4% o cheiro verde e 4% não responderam. Apenas 6% do total deram outras respostas não contidas nas alternativas do questionário, sendo: pirão, salada e caldo.

Considerações finais

De acordo com os dados apresentados, as preferências alimentares daqueles que consomem as comidas vendidas nas ruas em Tocantinópolis destaca-se o chambari, seguido da panelada e da galinha caipira, todas consideradas iguarias populares, pratos típicos da região. Outro traço marcante destas preferências é o caldo, presente em todas as comidas, que justificam a satisfação do sabor e da qualidade.

Quando foi apresentada a definição de cozinha, numa perspectiva de maneiras/formas de alimenta-se, demonstrou-se a identidade de um determinado grupo social com base numa construção historicamente dotada de

significados e noções de pertencimento e em relação aos comportamentos dos consumidores percebeu-se que o costume de alimentar liga-se às origens de cada pessoa e crença na significação conferida ao prato preferido. Como foi o caso da panelada, muito apreciada pelos clientes para *tirar a ressaca*.

A partir de entrevistas com as vendedoras, na maioria do gênero feminino, verificou-se em seus relatos as influências de suas origens e das relações socio-culturais transmitidas em suas trajetórias pessoais. Observou-se, ainda, as relações carregadas de satisfação com o trabalho relacionadas principalmente do contato com a clientela, mesmo sendo um trabalho desgastante e cansativo. Cabe mencionar o conhecimento que as vendedoras possuem da clientela no que se refere aos gostos, preferências e maneira de comer e isso se reflete no tipo de comida preparada e nos acompanhamentos disponíveis sobre a mesa.

No contexto das questões relacionadas à civilização e ao conceito de cultura, em Câmara Cascudo (2004) encontra-se algumas referências à alimentação. Evidencia-se que os alimentos que passam pelo fogo são substanciais, ou seja, torna-se uma *comida de sustância*. Essa crença é utilizada tanto pela população do sertão brasileiro quanto pelos camponeses ibéricos, franceses, italianos e alemães. Uma das expressões que reafirma essa questão é “Comida de sustância deve passar pelo fogo.” (CÂMARA CASCU DO, 2004, p.424).

Essa dimensão que caracteriza um paladar específico, historicamente aguçado, foi observada através da pesquisa realizada na Feira. O sentido que os entrevistados dão às comidas com caldo refere-se à necessidade de nutrição, como observam os mesmos. Trata-se de um significado próprio, um tipo de crença determinante para a ingestão de comidas que atendam à necessidade do organismo sentir-se restabelecido após um consumo de bebidas alcoólicas. O termo popular *curar a ressaca* foi observado em todos os locais de venda pesquisados. Mas ao observar uma das bancas na Feira, presenciou-se a chegada de um cliente que afirmou está sentindo ressaca e em seguida, sentou-se e pediu que lhe servisse uma panelada, que nas palavras dele é: “[...] A comida tradicional que nós temos aqui, nessa feira, né?”. E quando foi perguntado sobre a expressão *curar a ressaca*, ele respondeu: “É o seguinte [...] o corpo nosso fica resistente quando você se alimenta. Eu pelo menos acordo zerado. Passei a noite trabalhando, tomei umas também [...]” (trabalhador informal, 31 anos).

Assim, a pesquisa de campo permitiu conhecer as comidas de rua em Tocantinópolis, comercializadas no centro da cidade e compreender as preferências dos consumidores sobre os tipos de comidas e quando são mais consumidas. A comida também é um fator de aproximação entre as pessoas, como parte de um processo cultural de um determinado grupo que partilha das mesmas crenças, hábitos e sistemas alimentares. Como afirma Maciel (2006), as cozinhas podem representar muitas maneiras de percepção e expressões de um determinado estilo de vida.

Por fim, um dos pressupostos apresentados aqui para a análise sobre as cozinhas e as comidas é tomá-las como patrimônio cultural alimentar, como aquilo que de fato caracteriza a identidade cultural de um povo, estabelecida nas maneiras preparar, de como comer e em que situações isso acontece, e ainda de dizer quais são os *pratos típicos* do lugar.

Referências

- BRASIL. Presidência da República. Decreto nº 3.551, de 4 de agosto de 2000. Brasília. 2000. Disponível em: <<http://www.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2007/10/decreto-pdf>>. Acesso em: 18 Dez. 2014.
- BITAR, N. P. Baianas de acarajé: comida e patrimônio no Rio de Janeiro. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2011.
- CÂMARA CASCUDO, Luís da. Antologia da alimentação no Brasil. 2ª ed. São Paulo: Global, 2008.
- CÂMARA CASCUDO, Luís da. Civilização e cultura: pesquisas e notas de etnografia geral. São Paulo: Global, 2004.
- CASTELLS, M. O poder da identidade. Tradução Klaus Brandini Gerhardt. Vol. 2. São Paulo: Paz e Terra, 2000.
- CURY, Isabelle (org.). Cartas patrimoniais. Rio de Janeiro: IPHAN, 2004.
- DA MATTA, Roberto. O que faz o Brasil, Brasil? Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
- DAMATTA, Roberto. O Ofício do Etnólogo ou como ter anthropological blues. Rio de Janeiro: Boletim do Museu Nacional, 1978.
- FLANDRIN, Jean Louis; MONTANARI, Massimo. História da Alimentação. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

FLANDRIN, Jean Louis. A distinção pelo gosto. In: ARIÈS F.; CHARTIER, R. (orgs.). História da Vida Privada. São Paulo: Cia das Letras, 1991.

GEERTZ, C. A Interpretação das Culturas. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

LARAIA, Roque de Barros. Cultura Um conceito antropológico. Rio de Janeiro: Ed. Jorge Zahar, 1999.

MACIEL, Maria Eunice. Os sabores do Patrimônio. In: LIMA FILHO, Manuel F.; BEZERRA, Márcia (orgs.). Os caminhos do Patrimônio no Brasil. Goiânia: Alternativa, 2006, p.89-104.

MACIEL, Maria Eunice. Identidade Cultural e Alimentação. In: CANESQUI, Ana M; GARCIA, Rosa W. D. (orgs.). Antropologia e Nutrição: um diálogo possível. Rio de Janeiro: Ed. FIOCRUZ, 2005, p. 49-56.

MACIEL, Maria Eunice. Uma cozinha à brasileira. In: Estudos Históricos. Rio de Janeiro, vol. 1, n. 33, p. 25-39, jan.-jun./2004.

MINTZ, Sidney W. "Comida e Antropologia: uma breve revisão." In: Revista Brasileira de Ciências Sociais. vol. 16, nº 47, p.31-41, out./2001.

OLIVEN, Ruben George. A Antropologia dos grupos urbanos. Petrópolis: Vozes, 1996.

PELEGRINI, Sandra C.A; FUNARI, Pedro Paulo. O que é patrimônio cultural imaterial. São Paulo: Brasiliense, 2008.

PELEGRINI, Sandra C.A; TEIXEIRA, Joubert Paulo. A terra sem mal: construções de identidades a partir do mito da fraternidade na cidade de Santa Fé/PR na década de 1950. In: XXIV Simpósio Nacional de História, 2007, São Leopoldo: Oikos, 2007.

TOCANTINS. Lei Nº 3.253, de 31 de julho de 2017. Declara patrimônio cultural e gastronômico do Estado do Tocantins as comidas típicas que especifica: a Buchada, o Chambari e a Paçoca de Carne Seca. Publicada no Diário Oficial nº 4.922, 2017. Disponível em: www.al.to.leg.br/arquivo/42080. Acesso em: 11 jan. 2018.

VELHO, Gilberto. Observando o Familiar. In: OLIVEIRA, Edson. A Aventura Sociológica. Rio de Janeiro: Zahar, 1978.

Recebido: 19/01/2018

Aceito: 01/09/2018

