



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
INSTITUTO DE CULTURA E ARTE
BACHARELADO EM GASTRONOMIA

BARBARA RIBEIRO DANTAS

**A MULHER, A COMIDA E A RUA: PROVEDORAS DE ALIMENTOS E DE RENDA NAS
RUAS DE FORTALEZA**

FORTALEZA

2019

BARBARA RIBEIRO DANTAS

A MULHER, A COMIDA E A RUA: PROVIDORAS DE ALIMENTOS E DE RENDA NAS RUAS
DE FORTALEZA

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em
Gastronomia do Instituto de Cultura e Arte da
Universidade Federal do Ceará, como requisito
parcial para obtenção do título de Bacharel em
Gastronomia.

Orientador: Prof. Dr. José Arimatéa Barros Bezerra

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação
Universidade Federal do Ceará
Biblioteca Universitária
Gerada automaticamente pelo módulo Catalog, mediante os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

D21m Dantas, Barbara Ribeiro.
A mulher, a comida e a rua : Provedoras de alimentos e de renda nas ruas de Fortaleza /
Barbara Ribeiro Dantas. – 2019.
23 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) – Universidade Federal do Ceará, Instituto de
cultura e Arte, Curso de Gastronomia, Fortaleza, 2019.
Orientação: Prof. Dr. José Arimatéa Barros Bezerra.

1. comida de rua. 2. mulher. 3. trabalho. 4. comércio informal. I. Título.

CDD
641.013

A MULHER, A COMIDA E A RUA: PROVIDORAS DE ALIMENTOS E DE RENDA NAS RUAS DE FORTALEZA¹

Barbara Ribeiro Dantas²
José Arimatéa Barros Bezerra³

RESUMO: O ato de alimentar-se longe de casa é uma realidade da atual sociedade. Dentre as opções de alimentação fora do lar estão as comidas de rua, que apresentam a vantagem de serem práticas por estarem em locais de fácil acesso e por terem custo comumente baixo. O presente trabalho teve como objetivos documentar a vida de mulheres envolvidas no comércio de comida de rua em diferentes bairros de Fortaleza, investigando as razões que as levaram a adentrar em tal nicho de mercado, os papéis que a comida assume em suas vidas e o quanto essa venda colabora com o orçamento familiar. Foram feitas entrevistas com quatro mulheres e atividades de observação em campo em seus locais de trabalho. É possível concluir que a maioria das mulheres ingressou no meio para complementar sua renda e a opção por comida de rua deu-se pela predileção por cozinhar e pela facilidade de iniciar um próprio negócio que não necessita de alto investimento. As relações de amizade proporcionadas pelas interações do comércio foram apontadas por todas como um dos grandes incentivos para o trabalho. A renda gerada pelas vendas não supre sozinha o orçamento familiar, sendo um acréscimo às demais rendas da família.

Palavras-chave: comida de rua; mulher; trabalho; comércio informal.

ABSTRACT: The act of eating away from home is a reality of the present society. Out-of-home food choices include street foods, which have the advantage of being convenient because they are in places that are easily accessible and have a low cost. The objective of this study was to document the lives of women involved in the street food trade in different neighborhoods of Fortaleza, investigating the reasons that led them to enter such a market niche, the roles that food assumes in their lives and how this sale collaborates with the family budget. Interviews were conducted with four women and field observation activities at their workplaces. It is possible to conclude that the majority of women joined the middle to supplement their income and the option for street food was due to the predilection for cooking and the ease of starting a business that does not require high investment. The relations of friendship provided by the interactions of commerce were all pointed out as one of the great incentives for work. The income generated by the sales does not supply the family budget alone, and is an addition to the other family incomes.

Keywords: street food; woman; job; informal trade.

¹Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Gastronomia, do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará, como Trabalho de Conclusão de Curso e requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Gastronomia.

²Graduanda do curso de Gastronomia do Instituto de Cultura e Arte da Universidade Federal do Ceará. E-mail: zaniniribeiro@gmail.com

³Orientador da pesquisa, professor da Faculdade de Educação da Universidade Federal do Ceará. E-mail: jotabarrosbezerra@gmail.com

INTRODUÇÃO

O ato de comer, além de essencial para a sobrevivência é uma ação cultural, por isso sempre acompanhou as evoluções dos povos e é um reflexo da cultura e dos costumes locais. O fenômeno da comida de rua no Brasil pode ser compreendido como uma metáfora (alegoria) da atual sociedade: a dos empregos marginalizados e da falta de tempo para a alimentação. (ALMEIDA e ELOY, 2012)

A comida de rua vem acompanhando o ritmo de trabalhadores e estudantes que desafiam diariamente as longas distâncias entre seus destinos, principalmente entre a moradia e o local de trabalho, tornando-se um elemento praticamente fundamental para enfrentar tal jornada. Aliando o baixo custo, a rapidez e a facilidade de acesso com a falta de tempo para realizar refeições, essa forma de alimentação faz parte do cotidiano de milhares de brasileiros por tais fatores. E não é presente somente nestas circunstâncias, mas também se encontra nos momentos de lazer e descontração (CARDOSO, 2009).

Compreendido como uma forma de manifestação cultural, o comércio de alimentos nas ruas traduz as preferências e os hábitos alimentares da sociedade em que está inserido, unindo ingredientes ou receitas tradicionais às novas maneiras de preparar ou servir as preparações (ELOY; REIS 2012).

O tópico da segurança alimentar e nutricional ainda é carente no que diz respeito à comida de rua. Estudos realizados em diferentes cidades do Brasil apontam que os principais fatores, em comum, que levam a tal realidade são a falta de conhecimento dos manipuladores e a falta de infraestrutura adequada nos locais de venda (BEZERRA, MANCUSO E HEITZ, 2014; CARDOSO, SANTOS E SILVA, 2009; OLIVEIRA; MAITAN, 2010; SOUZA ET AL., 2015).

Nas ruas de Fortaleza, é possível encontrar com facilidade banquinhas e carrinhos, onde são comercializados os mais variados tipos de comidas de rua, que vão desde as mais comuns, como salada de frutas, milho verde cozido e pastel, até preparações tipicamente cearenses, como a chegadoinha, a tapioca e o pratinho⁴, e é indispensável a presença feminina nesses comércios, principalmente neste último comércio.

⁴ Pratinho é um tipo de comida de rua muito comum em Fortaleza; servido no prato descartável fundo, é composto por arroz branco ou baião, vatapá de frango, creme de galinha, paçoca de carne e muitas vezes é acrescido de salada ou outra preparação do gosto da vendedora.

O presente trabalho resulta da pesquisa que teve como objetivo principal documentar a vida de mulheres que trabalham com a venda de comida nas ruas de Fortaleza. E mais especificamente, a pesquisa buscou identificar os motivos que levam o ingresso das mulheres nesse mercado de trabalho, os papéis que a comida de rua assume em suas vidas e o quanto a venda dessas comidas contribui para o orçamento familiar em seus lares.

Diante da realidade acima descrita e considerando os objetivos, a investigação justifica-se pela ausência de trabalhos sobre comida de rua com foco nesses atores sociais, responsáveis por essa forma de manifestação gastronômica-cultural da cidade e de provisão de renda. Apesar do grande número de mulheres envolvidas no comércio de comida de rua e da grande presença delas por toda capital cearense, não foram localizados trabalhos similares sobre o assunto.

METODOLOGIA

O início da pesquisa se deu pela revisão bibliográfica do tema *comida de rua e alimentação fora do lar*, em plataformas digitais de publicações de periódicos e artigos científicos, como o Scielo, anais de congressos e seminários e portais de publicações de universidades.

O trabalho de campo teve a entrevista como principal técnica de coleta de dados. Na entrevista, a relação que se cria é de interação, de troca mútua entre entrevistado e entrevistador. A escolha pelo uso de entrevistas se deu pelo entendimento de que “entrevistas são fundamentais quando se precisa/deseja mapear práticas, crenças, valores e sistemas classificatórios de universos sociais específicos” (DUARTE, 2004, p.215).

O tipo de entrevista utilizada foi a não-estruturada, em que o entrevistado possui maior liberdade para discorrer sobre o assunto abordado “com base nas informações que ele detém e que no fundo são a verdadeira razão das entrevistas” (LÜDKE; ANDRÉ, 1986, p.33). Segundo Richardson (2011), a entrevista não-estruturada procura obter descrições e informações detalhadas sobre determinado problema sob o ponto de vista do entrevistado. Através de uma conversação guiada, o entrevistado usa de suas próprias palavras para considerar os aspectos que considera mais relevante do assunto em questão. Sendo uma conversa guiada, existe um roteiro de perguntas, porém essas não possuem necessariamente uma ordem para serem feitas. E as respostas são mais abertas, o entrevistado dispõe de certa

autonomia para divagar sobre o tema. Contudo, o pesquisador precisa estar sempre atento para que a conversa não fuja do seu objetivo.

A entrevista não-estruturada é frequentemente utilizada em pesquisas de história de vida por ser uma técnica de coleta de dados qualitativos que torna mais acessível ao pesquisador a obtenção de reflexões sobre os processos correntes de transformação social. Sobre o foco distinto das entrevistas não-estruturadas em referência as entrevistas estruturadas ou semiestruturadas, May (2004, p.149) destaca dois pontos significativos:

[...] primeiro, ela provê profundidade qualitativa ao permitir que os entrevistados falem sobre o tema nas suas próprias estruturas de referências [...] baseados em ideias e significados com os quais estão familiarizados. Isso permite que os significados que os indivíduos atribuem para os eventos e relacionamentos sejam entendidos nos seus próprios termos. Segundo, ela oferece um maior entendimento sobre o ponto de vista dos sujeitos.

Quando aplicada corretamente, e com referencial teórico/metodológico adequado, a entrevista proporciona ao pesquisador um momento de imersão na realidade estudada, as falas dos sujeitos revelam suas percepções de sua própria realidade. E evidencia as relações que se estabelecem dentro de seu grupo e com o meio em que está inserido, o que normalmente não é possível através de outros métodos de pesquisa. (DUARTE, 2004)

Outra vantagem que merece ser destacado em relação a entrevista sobre outras técnicas é a obtenção imediata e contínua da informação desejada. Como os autores Lüdke e André (1986, p.34) pontuam “uma entrevista bem-feita pode permitir o tratamento de assuntos de natureza estritamente pessoal e íntima, assim como temas de natureza complexa e de escolhas nitidamente individual”.

Duarte (2004) ainda pontua alguns itens que uma boa entrevista requer para que atinja seus objetivos, estão entre eles: o conhecimento, por parte do entrevistador, com relativa profundidade do contexto em que deseja realizar sua pesquisa; os objetivos do trabalho muito bem definidos e claros sempre presentes no subconsciente durante as entrevistas e observações; algum nível de informalidade, sem também perder de vista os objetivos da pesquisa; e por fim, um planejamento adequado que inclua desde o “ensaio” dos contatos com os entrevistados, a escolha de roupas neutras, a pontualidade dos encontros e, principalmente, o conhecimento e a introjeção do roteiro da entrevista.

Durante as entrevistas não-estruturadas é importante criar um elo amigável entre o entrevistador e o entrevistado, para que este se sinta plenamente à vontade para dividir suas histórias de vida. Ainda que o primeiro contato possa causar certo estranhamento, existem algumas ações que podem gradativamente desfazer essa apreensão inicial entre as duas partes. Começar a conversa com perguntas descritivas, em que os entrevistados falem mais longamente sobre temas habituais para si – aqui, sobre como é a montagem do local de venda das comidas, ou como é o preparo das comidas – pode ser uma boa forma das partes se conhecerem. Perguntas estruturais também auxiliam na construção da confiança para a entrevista, são as perguntas sobre as experiências e diferentes áreas da vida de uma pessoa. Como o método de pesquisa aqui utilizado possui maior flexibilidade na entrevista, é interessante retornar a questões mencionadas anteriormente, o que permite maior elaboração das mesmas pelo entrevistador, bem como propicia a confirmação de suas interpretações anteriores. (May, 2004)

A outra forma de coleta de dados foi a observação, que segundo Lüdke e André (1986) é a melhor forma de se aproximar da perspectiva do sujeito, um aspecto de grande importância em pesquisas qualitativas. Ainda segundo os autores,

na medida em que o observador acompanha *in loco* as experiências diárias dos sujeitos, pode tentar aprender sua visão de mundo, isto é, o significado que eles atribuem a realidade que os cerca e às suas próprias ações. [...] além disso, as técnicas de observação são extremamente úteis para descobrir aspectos novos de um problema. (p.26).

A forma de observação escolhida para a pesquisa foi a da observação não participativa, onde o pesquisador assume papel apenas de espectador do meio e objeto de estudo. Assim como foi escolhido realizar uma observação assistemática, ou seja, que não possui uma rígida estrutura determinada, porém que necessita atender aos objetivos da pesquisa. Essas escolhas para a metodologia da utilização da observação no estudo foram feitas por este possuir um caráter exploratório e, assim, essa forma de observação pode propor novos problemas e objetivos para a pesquisa. (RICHARDSON, 2011)

Todas as entrevistas foram transcritas e as observações reescritas e organizadas logo após os encontros com as mulheres, para não se perder detalhes importantes. Após terem sido feitas várias leituras do material coletado em campo iniciou-se o processo de análise do

material, agrupando as semelhanças nos discursos e destacando as diferenças das falas das mulheres.

Indispensável mencionar a dificuldade em localizar voluntárias para participarem da pesquisa, encontramos muito receio nas mulheres que foram convidadas aleatoriamente, talvez movidas pelo medo de desconhecidos, somente foi possível realizar a aproximação inicial intermediada por terceiros, já conhecidos pelas vendedoras.

REVISÃO DE LITERATURA

As mudanças ocorridas nas diversas esferas da sociedade capitalista nas últimas décadas contribuíram ou são uma das principais causas, para significativas transformações do meio urbano e das relações sociais que nele ocorrem. Dentre essas transformações, aquelas ocorridas nos meios de trabalho e de produção são as mais significativas, principalmente quando se diz respeito a países em desenvolvimento, onde o acesso limitado à educação e a dificuldade conseguir um emprego formal levaram ao crescimento do mercado informal de trabalho. Esses fatores estão intrinsicamente associados ao crescimento populacional e à concentração de postos de trabalho em espaço relativamente limitado dentro do meio urbano. Tal realidade contribui para o acesso mais rápido e menos burocrático a trabalhos informais e, dentre eles, encontra-se um nicho que está sendo colocado em evidência nos últimos anos que é o comércio de comida de rua. (CARDOSO, SANTOS e SILVA, 2009; DUTRA, 2012).

Essa forma de comercialização de alimentos é muito utilizada como meio de driblar os altos índices de desemprego e trazer um pouco de autonomia para a parcela mais carente da população, a mais envolvida neste tipo de comércio. Nos países da América Latina, é apontado que a prática teve crescimento acelerado a partir da década de 1980 em resposta a fatores como o crescimento intensificado das cidades por conta do êxodo rural, as mudanças das políticas de ajuste fiscal e a recessão econômica que acabaram por aumentar o desemprego e degradar as condições de vida nas cidades (CARDOSO, SANTOS e SILVA, 2009; LEAL e TEIXEIRA, 2014.).

No entanto, no Brasil, o hábito de vender e de comer comida na rua não é uma prática contemporânea. Segundo El-Kareh e Bruit (2004) é possível encontrar registros em jornais que datam de 1861, publicados no Rio de Janeiro, que dizem sobre o preparo de “alimentos para fora”, que incluíam inicialmente doces bem açucarados e frutas em conserva e, posteriormente, alimentos salgados geralmente para pessoas que já trabalhavam nas ruas ou arredores dos pontos desse tipo de comércio na cidade. Na Bahia, também durante o século

XIX, já era observado a venda de comida de rua pelas negras quituteiras, como observa Durães (2002). Essas mulheres vendiam doces, vatapás, carurus, mingaus, dentre outras comidas que nasceram do intercâmbio Brasil-África, algumas o faziam para complementar a renda da casa na qual trabalhavam. Outras negras libertas, para compor sua própria renda. A prática sofreu modificações ao longo das décadas, multiplicou-se por todo país e vem ganhando atenção cada vez maior. Hoje, as famílias brasileiras gastam em média 31% das despesas mensais com alimentação fora do lar, entre as quais se encontram as comidas de ruas ao lado de restaurantes, cadeias de *fast-food*, lanchonetes e similares (IBGE, 2017).

A mudança do ritmo e dos estilos de vida ocorridos nos centros urbanos também contribuíram para o aumento da quantidade de comerciantes de comida de rua e da variedade de produtos. Alguns dos fatores que cooperaram para a crescente demanda por esse tipo de alimentação, são eles: o aumento, para o trabalhador assalariado, da distância trabalho-casa, o que gera um intenso fluxo de trabalhadores em circulação nas ruas; o horário limitado para preparar ou realizar refeições; a rapidez do serviço oferecido pelos comerciantes de comida de rua em comparação ao restaurante formal; o fácil acesso a esses produtos – que normalmente encontram-se próximos a pontos de ônibus, a escolas, faculdades, centros de comércio, praças, calçadas, além do fato de que esses alimentos, segundo resultados de pesquisa de Bezerra, Mancuso e Heitz (2014), são encontrados de 17 a 300% mais baratos em comparação a refeições vendidas em restaurantes e cadeias *fast-food*. (CARDOSO, SANTOS e SILVA, 2009).

Comida de rua é definida pela Organização Mundial da Saúde (OMS) como “alimentos e bebidas prontos para o consumo, preparados e/ou vendidos em vias públicas e outros locais similares para consumo imediato ou posterior, mas que não requerem etapas de preparo ou processamento adicionais” (WORLD HEALTH ORGANIZATION, 1996, p.2, tradução nossa). É importante diferenciar esse tipo de alimentação feita fora de casa daquelas realizadas nas cadeias de *fast-food*. Essas últimas são sustentadas pela indústria alimentícia e caracterizadas pela produtividade fordista, ou seja, em grande escala, e com certos padrões de assepsia, enquanto a forma de alimentação discutida neste trabalho é caracterizada pela produção artesanal e autônoma, com laços mais estreitos entre produtor e consumidor (DUTRA, 2012).

Pelas longas distâncias entre casa e trabalho, nas cidades modernas, quando a vida gira em torno da produção, a rua passa a fazer parte do cotidiano dos trabalhadores, ganhando novas configurações e significados. Como apontam Pertile (2013) e Dutra (2012), a rua é o principal espaço físico em termos de trocas e interações sociais; seja na utilização deste espaço

para lazer e comércio, seja pelas formas residenciais: a rua é o cenário desses processos, é onde se nota a diversidade cultural do local. A alimentação sempre teve forte ligação com a paisagem urbana, e a comida de rua hoje faz parte dessa paisagem, como produtora de espaço e de tempo específicos.

Ainda sobre o espaço rua e a comensalidade que nela ocorre, Pertile (2013) traz outros aspectos interessantes. O primeiro é sobre a apropriação pessoal da rua por aqueles que a utilizam, formando redes de significados pessoais, que não interagem com outros significados atribuídos por outros indivíduos porque a rua ser um local transitório, de passagem. Todavia, a via pública ganha outra significância quando compõe o cenário para eventos sociais, sejam eles de festas típicas, cerimônias religiosas ou até mesmo para festivais de rua. Nesse novo contexto, mesmo que momentaneamente, a rua torna-se um espaço de sociabilidade, onde são estabelecidas relações pelos sujeitos que nela, então, e com ela se identificam.

O segundo ponto abordado pela autora é a diferenciação que a comida de casa possui da comida da rua. Enquanto a comida do lar carrega inúmeros valores subjetivos – afetivos, culturais, gostos, econômicos –, a comida de rua se difere por possuir outros valores que levam a sua escolha: normalmente são comprados os alimentos que estão mais próximos ou são mais apetitosos, que despertem maior interesse. Assim, a comida de rua provoca alterações de valores e práticas, é capaz de modificar padrões alimentares, mesmo que momentaneamente. (PERTILE, 2013).

Apesar desta remodelação passageira dos hábitos alimentares, é justamente neste momento que a cultura alimentar do local se manifesta e se afirma em novas dimensões. Como afirmado por Fonseca et al. (2013, p 313), a comida de rua é um reflexo do meio em que se encontra, “(as comidas) são frutos de escolhas feitas pelo povo que a produz e avalizado pelo público consumidor, assim, não se levaria para vender na rua o que não seja popular”. E os hábitos alimentares dizem respeito não só a produtos tradicionais e com ligação às raízes de quem o prepara ou o compra, mas também da interação desses tipos de alimentos com o novo, com as inovações que ocorrem dentro das dinâmicas culturais dos grupos aos quais pertencem. Com o propósito de trazer alimentos social e culturalmente aceitos, a comida de rua acompanha o ritmo da urbanização das cidades ao trazer um serviço de alimentação que corresponda a necessidade atual de rapidez e agilidade, sem deixar de atender a demanda pela busca por comidas social e culturalmente aceitas pelo público alvo. (ELOY e REIS, 2012; ALMEIDA e ELOY, 2012).

Ao evocar o fenômeno comida de rua, é importante salientar o elemento higiênico-sanitário. No Brasil, não existe regulamentação federal específica para o segmento, ficando cada município com suas próprias normas de Vigilância Sanitária responsável pela fiscalização dos pontos de venda. Em 2005, a ANVISA criou a Resolução RDC nº218, que diz respeito às boas práticas de produção e comercialização de alimentos de origem de vegetal, em resposta a um surto da Doença de Chagas vinculado ao caldo de cana no estado de Santa Catarina. A resolução se aplica apenas ao comércio de sucos de frutas ou hortaliças, água de coco, polpas e saladas de frutas, vitaminas e similares. Por se tratar de produtos muito diversos, de natureza temporária de venda, e pela mobilidade dos vendedores, o trabalho de ação da Vigilância Sanitária dos municípios se restringe a casos de denúncia. (BRASIL ANVISA, 2005; REIS, 2005; SOUZA et al., 2015)

A ausência de regulamentação e fiscalização contribui para a facilidade de contaminação alimentar. Como afirmam Cardoso, Santos e Silva (2009), é incontestável a contaminação bacteriana através da comida de rua. Bezerra, Mancuso e Heitz (2014) apontam que a infraestrutura dos locais de venda contribui ainda mais para agravar a situação: são pontos onde não há banheiro ou água potável disponível, não há destinação adequada do lixo gerado pela produção e venda do produto. Muitas vezes não há sistema adequado de refrigeração dos alimentos e os manipuladores não higienizam mãos, equipamentos e utensílios com a frequência necessária.

Estudos de análise microbiológica e de condições higiênico-sanitárias de manipuladores e dos espaços de venda de comida de rua realizados em diferentes cidades do Brasil apontam as carências em comum, mesmo se tratando de cidades muito diferentes: a falta de conhecimento dos manipuladores sobre noções básicas de higiene e segurança alimentar e a ausência de condições de infraestrutura favoráveis para essa segurança. Nos estudos de contagem microbiológica, 75% das amostras colhidas de mãos de vendedores de cachorro quente em Goiânia (GO) apresentavam contagem superior a adequada de enterobactérias, que é uma indicadora de espécies patogênicas. Estudo semelhante feito em Uberaba (MG) indica que 47% das amostras colhidas também das mãos dos manipuladores estavam com contagem acima da regular de coliformes totais. Em ambos os casos, a falta de higiene pessoal compromete a segurança alimentar das pessoas que consomem diariamente esses produtos. Porém, são resultados previstos, visto que não há acesso à água potável e a banheiros adequados para os trabalhadores em nenhum dos locais onde os estudos foram executados (OLIVEIRA; MAITAN, 2010; SOUZA et al., 2015).

Outra pesquisa semelhante foi realizada por Pereira-Santos et al. (2012) em Santo Amaro de Jesus, na Bahia. O diferencial deste estudo foi que, além das análises laboratoriais e das avaliações das medidas de segurança alimentar adotadas pelos manipuladores, foi realizado também um curso de Boas Práticas de Fabricação (BPF) com os comerciantes. Esse curso resultou em grandes mudanças nos estabelecimentos, com melhorias na estrutura física dos locais de preparo e venda dos alimentos, modificação das técnicas de preparo e conservação e a adoção das medidas de segurança alimentar pelos manipuladores.

Estes estudos evidenciam a carência de informação técnica e formação específica da parcela da população envolvida com esse tipo de comércio de comida, ressaltando a importância da formação para melhorias das condições higiênico-sanitárias tanto dos locais de venda quanto dos manipuladores. A ausência de programas e intervenções públicas para o segmento de comida de rua com estratégias que visem a segurança alimentar para produção e comercialização de alimentos seguros é um dos fatores mais agravantes para a realidade da situação de insegurança alimentar do comércio de comida de rua no Brasil. No estudo feito por Cardoso, Santos e Silva, em 2009, os autores apontam que é necessário que haja um estudo da real situação dessa questão no país, tanto para se compreender a dimensão da prática e dos problemas que a rondam, quanto para que haja reconhecimento da tal pelas autoridades governamentais, e só então as ações das esferas da administração pública podem causar efetivas mudanças e melhorias.

Para além das questões de higiene, a comida de rua possui um caráter cultural e social muito forte e representativo para as pessoas expostas a esse comércio. A escolha por esses alimentos carrega diversos significados, tanto para quem vende quanto para quem compra. O uso de determinados alimentos, a escolha da técnica de preparo, o modo de apresentar o produto, a preparação final em si, estão cercados de valores – culturais, sociais, econômicos – que refletem a realidade do local em que está inserido. Em vista da infinidade de possibilidades que hoje estão disponíveis no ramo da alimentação fora de casa, a comida de rua precisa apresentar para o consumidor benefícios para ser mais atrativa. Como já afirmado, o grande apelo econômico é uma das características mais fortes desse tipo de comércio, a localização estratégica desses pontos também é vantajosa, porém se a comida em si, o resultado final de todo o enredo que a envolve, não for culturalmente aceita, de pouco ou nada vale as demais características. A comida de rua precisa traduzir os gostos e predileções das pessoas do meio em que está inserida para atender a escolha pessoal (FONSECA et al., 2013).

Como citado por diversos autores em pesquisas sobre o tema, a comida de rua possui grande importância e relevância cultural, social, econômica, sanitária e nutricional, e, pela grande reprodução da prática por todo território brasileiro, o assunto merece maior destaque em pesquisas e ações para melhorias da atividade. (CARDOSO, SANTOS e SILVA, 2009; SANTOS, 2011).

AS MULHERES COLABORADORAS DA PESQUISA: QUEM SÃO ELAS E O QUE FALAM SOBRE O TEMA

Foram entrevistadas quatro mulheres de bairros distintos de Fortaleza, com idades entre 30 e 57 anos. Todas as entrevistas foram feitas nos locais de trabalho dessas mulheres, que, na maior parte das vezes, é em sua própria casa, e foram gravadas com autorização das mesmas, com uso de aparelho smartphone para as gravações e caderneta para as anotações das observações feitas em campo. Os nomes das entrevistadas foram alterados e escolhidos aleatoriamente para manter sigilo de suas identidades. Todas as informações contidas nesta pesquisa são frutos das práticas de observação das vendas, bem como dados retirados das próprias entrevistas.

A primeira entrevistada foi dona Regina, de 45 anos, moradora do bairro da Maraponga e que trabalha com venda de pratinho há 6 anos. Dona Regina me recebeu em sua casa e fizemos a entrevista enquanto ela adiantava os bolos que ela vende sob encomenda – há quase três anos ela se aventurou no mundo da confeitaria e além dos pratinhos, ela vende também os mais variados tipos de bolos e docinhos de festa por encomenda. Uma mulher muito simpática e realizada pelo seu trabalho, dona Regina demonstra muito orgulho pela sua história de vida que me conta sem delongas: já foi funcionária no Sistema de Transporte Integrado de Fortaleza e também trabalhou com atendimento ao cliente em uma empresa de administração de condomínios, há 6 anos trocou a vida de carteira assinada em busca qualidade de vida e para se aprimorar no que gosta de fazer:

“[Escolhi trabalhar com comida] para poder passar mais tempo em casa, melhorar a qualidade de vida. Eu não queria mais trabalhar longe de casa, trabalhar em escritório, [queria] fazer meu horário, me aperfeiçoar no que eu gosto, que é cozinhar”. Dona Regina (02/04/2019)

As vendas do pratinho de dona Regina acontecem apenas nos finais de semana, na porta de sua casa onde ela monta uma mesa para apoiar as panelas. A movimentação das vendas, porém, não dura muito: sua comida é tão conhecida e apreciada no bairro que em poucas horas chega ao fim. Dona Regina relatou que já ocorreu de seus clientes formarem filas na entrada de sua casa, antes mesmo da montagem da mesa, a fim de garantir o seu pratinho. Em um ambiente simples, com cadeiras de plástico na calçada para os fregueses que quiserem comer ali, dona Regina tem a preocupação de usar touca descartável enquanto monta os pratinhos – e também as usa durante as preparações, como afirmou. Seu pratinho é composto pelas preparações tradicionais – arroz branco, vatapá de frango, creme de galinha e paçoca – e também por uma preparação diferente que ela muda todos os dias: pode ser escondidinho de carne seca, torta salgada, feijão verde com queijo coalho, enfim, receitas inovadoras que a cozinheira enxergou espaço para inserir para seus fregueses. Ela se porta bem despojadamente durante as vendas, por se tratar de clientes fiéis que já possuem intimidade com a cozinheira, o clima é bem descontraído e divertido.

No Benfica, entrevistamos dona Mariana que trabalha com venda de comida de rua há 22 anos. Uma senhora alegre e receptiva, aos 57 anos dona Mariana afirma que cozinhar é o dom que “*recebeu de Deus*” e que o pratica todos os dias com orgulho. Funcionária pública aposentada, ela começou com a venda de lanches quando ainda era assalariada, para complementar a renda da casa. Passou a vender cachorro-quente e o pratinho na praça da Gentilândia com ajuda de sua mãe, quando esta ainda era viva, e afirma terem sido as pioneiras na venda de comida de rua no bairro:

“[...] tudo o que você imaginar [de comida] eu já fiz, eu fui a pioneira aqui de venda de comida típica na praça [...], de lanches, de tudo. Aí depois que eu expandi o pessoal começou a colocar [também]”. Dona Mariana (29/04/2019)

Hoje, ela vende cachorro-quente e canudo recheado na garagem de casa, todas as noites de segunda à sexta-feira, com ajuda do filho, o André, responsável por manipular o dinheiro durante as vendas enquanto a mãe monta os lanches e os canudos. Dona Mariana tem o cuidado de sempre usar luvas durante o manuseio da comida e de trocá-las várias vezes durante a noite, mas sem perder o charme de estar sempre bem arrumada durante seu

expediente. O espaço possui cadeiras e mesas de plástico para os clientes, estes demonstram ficar bem à vontade no local. André está sempre limpando e organizando o ambiente entre um atendimento e outro. Por estar localizada próximo a um campus da Universidade Federal do Ceará (UFC), o movimento das vendas é grande, e dona Mariana salienta que seu maior público é de estudantes da UFC. A cozinheira é muito receptiva com seus clientes, recebe todos com muitos sorrisos, porém a expressão muda quando começa a montar os lanches e os canudos: torna-se extremamente concentrada e a agilidade e destreza na preparação de seus lanches revela os mais de vinte anos de experiência elaborando e vendendo comida de rua.

A terceira entrevistada também possui mais de duas décadas de venda de comida de rua, aos 50 anos dona Isabel vende pratinho há 21: 18 anos vendendo na porta de casa e há 3 anos no bairro São Gerardo, na praça vizinha ao North Shopping Fortaleza, bastante conhecida na região pela venda de comidas de rua. Dona Isabel trabalhou a vida toda com comida, começou em uma cantina vendendo almoço e, após o nascimento de sua primeira filha, precisou começar a trabalhar em casa para cuidar da mesma. Dona Isabel diz já ter trabalhado com os mais variados tipos de comida e demonstra grande interesse em externar seu conhecimento:

“Eu já vendi de tudo, pratinho, bolos, salgados, marmitta no almoço, todo tipo de comida eu já vendi. [...] hoje eu não sou uma pessoa formada igual você porque na época eu não tinha condição de me formar, se eu pudesse hoje [...] eu seria formada em gastronomia. [...] sempre que dá eu faço cursos com certificado para eu me aprimorar mais.” Dona Isabel (03/05/2019)

Dona Isabel monta sua banca de vendas de segunda-feira a sábado, próximo a um dos bancos da praça. Suas preparações são transportadas dentro de panelas ou de grandes embalagens plásticas cobertas com tampas ou com filmes plásticos. São colocadas sobre mesas plásticas previamente dispostas para esta organização. Sua clientela é muito diversa, conta com clientes fiéis, que reclamam quando a cozinheira deixa de ir à praça, e também com clientes novos, que muitas vezes acabam voltando. Seu ambiente de trabalho ainda conta com outras mesas e cadeiras de plástico para seus clientes e também para sua família que lhe acompanha todas as noites: suas duas filhas e seu marido estão sempre na praça com ela, e a ajudam quando

necessário. Além dos pratinhos, que também possuem preparações adicionais como salada de verduras refogada, salpicão de frango a até lasanha, ela vende também tortas salgadas e bolos.

É com muito orgulho e satisfação que a senhora me conta que tem muito apreço pela comida que faz, e ressalta várias vezes que utiliza apenas temperos caseiros e preza pela comida natural, sem temperos ultra processados. De personalidade muito carinhosa, dona Isabel expressa uma alegria legítima pelo seu trabalho na praça, frisando que o movimento das vendas se assemelha muito mais a um momento de lazer do que a um trabalho:

“[...] eu adoro vender [...] trabalho é o que eu faço em casa, mas aqui é só lazer, não tem trabalho não, já tá pronto, é só montar o pratinho, você ganha o cliente, você conversa, faz amizade, é uma vida nova [...].” Dona Isabel (03/05/2019)

A quarta entrevistada foi Carla, de 30 anos, que aprendeu com a mãe as receitas que vende hoje na calçada de casa, no bairro Jóquei Clube. Há alguns anos, ajudava a mãe na preparação e na venda dos pratinhos em casa. Conta que as duas foram as pioneiras na região no comércio de comida de rua, permanecendo dois anos no ramo. Quando a mãe resolveu parar com as vendas, devido a idade avançada, Carla arrumou um emprego de vendedora de loja, mas há um ano ficou desempregada e voltou a vender os pratinhos, mas, dessa vez, sozinha.

Muito conhecida na rua pela qualidade de sua comida, seus clientes são em sua grande maioria vizinhos e amigos que moram nas proximidades, quase não há clientes novos e nem há tempo para isso: sua clientela fixa forma filas nos dias de venda, toda quinta e sexta-feira à noite. Seu pratinho hoje conta com, além das receitas habituais, preparações diferentes, como estrogonofe, linguíça calabresa frita, batata palha e farofa de cuscuz. Reservada e contida, Carla é muito atenciosa com seus clientes e, por se tratar de pessoas que se tornaram amigos, ela já conhece o gosto de quase todos que compram sua comida. A rua fica bastante movimentada durante as vendas, muitos clientes consomem o pratinho lá mesmo, nas cadeiras de plástico na calçada. Seus clientes afirmam que ela tem uma “mão boa” para cozinhar, porém Carla não enxerga tantas vantagens no seu trabalho quanto seus fregueses. Ao ser questionada sobre o que a venda de comida de rua trouxe para sua vida, Carla respondeu:

“Cansaço, físico e mental, porque como é só eu que faço [...] é repetitivo fazer aquilo ali sempre, sempre a mesma coisa. [...] É a forma

de ganhar dinheiro, então tenho que fazer, mas não tá sendo tão prazerosa”. Carla (09/05/2019)

Apesar do cansaço, Carla afirma que tratar bem seus clientes é sua prioridade, e que gosta do movimento que a venda de comida de rua lhe proporciona nas noites de vendas. Além dos pratinhos, ela também vende bolo confeitado por encomenda.

Após as quatro entrevistas foi possível identificar semelhanças nos discursos, bem como alguns contrastes acentuados e características que serão analisadas considerando os estudos realizados por alguns autores.

TRATAMENTO DOS DADOS

Como já foi pontuado, todas as mulheres entrevistadas já venderam ou ainda vendem o pratinho, com as preparações usuais: arroz branco, creme de galinha, vatapá de frango e paçoca, sendo que cada entrevistada possuía uma preparação adicional diferente ao pratinho. O fato de as cozinheiras prepararem o mesmo prato em diferentes bairros da cidade reforçam como a cultura da venda de comidas típicas é presente em Fortaleza e, pelas observações referentes a quantidade de procura e venda, esta é claramente uma manifestação do gosto popular da capital cearense. Inclusive, dona Regina e Carla afirmaram ter escolhido essas preparações específicas do pratinho justamente por ser o mais comum na venda de comida de rua, sabendo que são comidas bastante populares e procuradas.

Esse fato concorda com a pesquisa de Fonseca *et al* (2013) na qual o autor destaca que os alimentos oferecidos pela comida de rua devem ser aceitos social e culturalmente por quem está exposto a esse mercado. Fruto dessa aceitação, esses alimentos possuem caráter identificador para produtores e consumidores, gerando sensações de pertencimento.

Outra característica absoluta entre as vendedoras é a necessidade de criar uma relação de carinho e amizade com seus clientes, que, na grande maioria, são compradores fixos. Por vezes, esse elo é estabelecido de forma natural pela frequência das compras, porém se destacou nos relatos o quanto essa relação movimentava os negócios e possui relevância significativa para as mulheres. Além disso, o relacionamento com os clientes foi frisado como um dos aspectos que mais lhes agradavam ao estar envolvida com comércio e, ainda, a satisfação dos clientes foi descrita pela dona Isabel e pela dona Regina como uma das motivações para sempre buscar melhorias em seu trabalho.

Dentre as escolhas que as levaram a adentrar em tal nicho de trabalho, já foi citado a predileção pela cozinha pela maioria das entrevistadas, que enxergaram nesse meio uma forma de ganhar dinheiro para completar a renda familiar com algo que gostam de praticar. Com exceção da Carla, todas as mulheres afirmaram que esse trabalho lhes proporciona realização profissional. Ela faz parte do grande número de pessoas que recorrem ao setor de serviços para fugir do desemprego, como aponta Dutra (2012) em seu estudo, o setor se apresenta como absorvedor da mão de obra desempregada, característica que se acentua quando se trata no ingresso de atividades informais.

Interessantes destacar a fala da dona Regina sobre o ingresso neste mercado. A cozinheira frisou várias vezes que trocou de emprego em busca de maior qualidade de vida e hoje, além dos pratinhos e dos bolos por encomenda, ela também dá aulas de reforço escolar para crianças do fundamental I que moram no bairro com o intuito de complementar sua renda em casa:

“Hoje eu trabalho, talvez eu trabalhe mais do que eu trabalhava em escritório, mas eu tô em casa, eu tô de chinelo, [...] eu fico de vestidinho, de touquinha e tudo, mas “tô” tranquila. Pois é, aí é isso que eu busco. Eu sei que quem escolhe trabalhar com comida compromete os finais de semana, sabe? [...] É complicado, mas é isso que eu quero. “Tá aí”, de vez em quando o pessoal me liga oferecendo emprego e eu digo “quero não filho” porque do jeito que eu “tô” aqui eu posso deixar minha filha no colégio, aí eu vou trabalhar em escritório pra ganhar 1200, 1500 reais? Eu dou minhas aulas aqui, me esforçando aqui, eu tiro isso, e “tô” em casa.” Dona Regina (02/04/2019)

Sobre o financiamento inicial para o começar o próprio negócio, todas as mulheres destacaram que o investimento não é necessariamente alto, principalmente por utilizarem equipamentos de casa, e que o retorno é rápido. Todas as mulheres começaram apenas com o próprio dinheiro, com exceção da Dona Mariana, que teve ajuda do filho para comprar o carrinho de cachorro-quente que ela dispõe na garagem, mas ressalta que o dinheiro para o investimento foi devolvido ao André logo que as vendas cresceram. Tal observação condiz com

a afirmação de Dutra (2012) de que o ingresso neste mercado informal de trabalho é facilitado pelo pequeno aporte necessário e pelo uso de equipamentos domésticos, operando em pequena escala.

A respeito de contar com ajuda nas preparações e/ou nas vendas, dona Isabel é a única que tem ajuda em ambas as etapas, enquanto todas as outras mulheres preparam suas comidas sozinhas:

“Tem uma menina que me ajuda lá em casa [na preparação das comidas], e tem meu esposo, ele me ajuda sempre, minhas filhas também, me ajudam mais pra embalar as coisas pra vir pra cá. E nas vendas também, aqui tem filha, tem irmã, o marido, todo mundo ajuda.” Dona Isabel (03/05/2019)

Sobre o consumo dos alimentos para a venda, Carla foi a única que alegou não consumir o que prepara de maneira alguma:

“Eu nem consigo mais comer [risadas], enjoa né.” Carla (09/05/2019)

Enquanto que dona Isabel e dona Mariana, e suas respectivas famílias, consomem todas as noites as preparações que vendem. Dona Mariana ainda ressaltou que gosta de comer o que faz para vender para saber como está o sabor da comida. Já dona Regina afirmou que ela e sua família não tem o costume de comer suas preparações nos dias de venda, mas apenas quando sobra comida no final da noite.

Dona Isabel e dona Mariana também são as responsáveis pela preparação do almoço em suas residências, mas alegaram que essa é uma refeição mais simples, com menos variedades de preparações. Foi unânime entre as vendedoras de pratinho a declaração de que as preparações produzidas para a venda – o vatapá, o creme de galinha, a paçoca – não são feitas com frequência para consumo próprio, sendo preparadas em casa exclusivamente para os pratinhos, reforçando que, mesmo sendo consideradas comidas típicas da cultura alimentar cearense, a comida para venda não é do cotidiano domiciliar alimentar das famílias.

Apesar desta diferença entre comida de casa e comida de venda, todas as mulheres declararam ter o mesmo cuidado no preparo das comidas para venda como se fosse “a comida de casa”. Tal afirmação reflete o pensamento de Pertile (2013) que destaca que a comida feita

em casa remete a maior segurança alimentar e evoca um universo sensorial conhecido pelos sujeitos, mesmo que para cada um o termo “comida caseira” possua diferentes representações.

Questionadas sobre as sobras de comida, dona Isabel e Carla congelam para consumo próprio o que resta no final do expediente, reforçando que não reutilizam essas comidas no dia seguinte. Já dona Mariana doa as sobras para pessoas carentes que moram nas proximidades de sua casa, salientando que não utiliza comida do dia anterior em suas vendas.

Em relação a contribuição financeira, Carla foi a única que afirmou não colaborar com o orçamento familiar, dado que o dinheiro da venda dos pratinhos é apenas de uso pessoal. As outras três mulheres alegaram que a renda oriunda das vendas é uma contribuição para orçamento da casa: o orçamento doméstico de dona Mariana e de dona Isabel conta com a participação dos filhos e do marido, respectivamente, enquanto que dona Regina possui outro trabalho de meio período, como já foi citado.

As últimas perguntas da entrevista eram relativas aos valores subjetivos que a comida e a venda de comida de rua possuíam nas vidas dessas mulheres, o quanto e o que lhes foi agregado por estarem inseridas nesse meio. Como já foi mencionado na pesquisa, Carla é a única que exprime certo descontentamento com o atual trabalho, declarando que o desgaste na profissão é muito grande. Entretanto as respostas das outras mulheres foram bem diferentes: dona Regina afirmou que o trabalho lhe proporciona realização pessoal e profissional e que a satisfação dos clientes é o que lhe motiva a se dedicar sempre mais. Dona Mariana, que tem como maior público alunos da UFC, disse que todas as etapas que envolvem seu trabalho lhe dão prazer, e que adora o movimento que a casa atrai nas noites de venda:

“Eu gosto muito do movimento, das amizades que eu fiz, das pessoas, dos alunos, eu gosto muito, me sinto feliz, realizada. É muito bom ouvir dos alunos “ai tia, o seu cachorro quente não tem igual, já comi em tudo que é canto, mas o seu é o melhor”. É bom fazer essas amizades aqui, eu me sinto muito feliz.” Dona Mariana (29/04/2019)

E dona Isabel também destaca o carinho pelas amizades que o comércio de comida de rua trouxe para sua vida e acrescenta que sente muito orgulho em ser responsável pelo próprio sustento.

É possível identificar muita simplicidade nas falas de todas as mulheres, que relataram seu trabalho com modéstia e naturalidade. Se a satisfação com o emprego não foi

relatada por todas as entrevistadas, no mínimo é viável reconhecer o quanto a comida foi, e ainda é, transformadora nas vidas das mesmas, sendo por meio dela possível contornar situações de desemprego ou de descontentamento profissional.

Para essas mulheres, a comida de rua é provedora não apenas da renda, mas também é responsável pelo contexto social em que estão inseridas, aspecto avaliado positivamente entre todas as participantes da pesquisa. Além dos acréscimos pessoais, o trabalho dessas entrevistadas é promotor da manifestação cultural-gastronômica da capital cearense. O trabalho de cozinheira possui uma jornada exaustiva, mas a comida foi o método fundamental para essas mulheres alcançarem sua estabilidade e independência financeira.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através da pesquisa foi possível observar o quanto essas mulheres estão envolvidas afetivamente e financeiramente com o trabalho que fazem, no geral demonstrando muito orgulho em serem responsáveis pelo próprio negócio e terem participação notável no orçamento familiar. A comida de rua se mostrou para tais mulheres como possibilidade de gerar sua renda mensal e ainda praticar algo que realmente gostam. Podemos destacar a busca por maior qualidade de vida e a fuga do desemprego como os principais motivos de ingresso nessa atividade. É necessário pontuar que tal profissão é desgastante e como foi apontado na pesquisa, nem toda mulher envolvida com esse comércio sente prazer ao desenvolver esse trabalho. Apesar dos diferentes motivos que levaram essas pessoas a aproximarem-se do mercado de comida de rua, fica evidente o quanto ele é responsável por mudanças ocorridas nas vidas dessas mulheres: ao redor desse comércio foram criadas novas relações de amizade, assim como realização pessoal e profissional para a maioria das entrevistadas.

Com a pesquisa também foi possível destacar o pratinho como uma manifestação do gosto popular em Fortaleza, dado sua presença em diferentes bairros da cidade bem como em diversas épocas, salientando não apenas as preparações que compõe o pratinho mas o formato como ele é servido como uma expressão gastronômica-cultural da capital cearense.

Os resultados da pesquisa têm importante papel para o estudo da gastronomia por aprofundar e dar ouvidos para as vivências das mulheres responsáveis por essa manifestação gastronômica-cultural de Fortaleza, muitas vezes invisíveis aos olhos da gastronomia pela informalidade de seu trabalho.

A pesquisa foi desafiadora pelas dificuldades, inclusive pela dificuldade em encontrar estudos sobre o tema, e instigante, por se tratar de uma investigação sobre mulheres que são (re)produtoras de cultura na capital cearense. A proximidade com essas mulheres permitiu observar com precisão o quanto a comida pode ser transformadora e quantos laços são estabelecidos ao seu redor, afirmando que se alimentar é mais do que apenas nutrir-se, pois estabelece vínculos que vão além da comercialização financeira ou do suprimento de nutrientes necessários ao corpo. A carência de publicações com tal objeto de estudo evidencia a pouca relevância que é atribuída para a prática, porém, também deve motivar novas pesquisas e novos pesquisadores.

REFERÊNCIAS

ALMEIDA, Boaventura Cardoso Cordeiro de; ELOY, Antonia Lucia de Souza. Comer fora de casa: o que se come na praça de alimentação do shopping jequitibá e na praça otávio mangabeira em Itabuna-Bahia. *In*: Seminário Sobre Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais, 1, 2012, São Cristóvão. **Anais**. Disponível em <<https://docplayer.com.br/7915502-Comer-fora-de-casa-o-que-se-come-na-praca-de-alimentacao-do-shopping-jequitiba-e-na-praca-otavio-mangabeira-em-itabuna-bahia.html>> Acesso em: 10 mar 2019

BEZERRA, Aída Couto Dinucci; MANCUSO, Ana Maria Cervato; HEITZ, Sarah Jeanne Jorge. Alimento de rua na agenda nacional de segurança alimentar e nutricional: um ensaio para a qualificação sanitária no Brasil. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.l.], v. 19, n. 5, p.1489-1494, maio 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1413-81232014000501489&lng=en&nrm=iso&tlng=>>. Acesso em: 27 set. 2018.

BRASIL ANVISA. Agência Nacional de Vigilância Sanitária. **Resolução de Diretoria Colegiada – RDC 218, de 29 de julho de 2005**. Dispõe sobre o regulamento técnico de procedimentos higiênico-sanitários para manipulação de alimentos e bebidas preparados com vegetais, ago 2005. Disponível em <<http://e-legis.bvs.br/leisref/public/showAct.php?id=18094&word>> Acesso em 28 de setembro de 2018.

CARDOSO, Ryzia de Cassia Vieira; SANTOS, Sandra Maria Chaves dos; SILVA, Edleuza Oliveira. Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento. **Ciência e Saúde Coletiva**, [S.l.], v. 14, n. 4, p.1215-1224, ago. 2009. Bimestral. Disponível em: <https://www.scielo.org/scielo.php?pid=S1413-81232009000400027&script=sci_arttext&tlng=en>. Acesso em: 27 set. 2018.

DUARTE, Rosélia. Entrevistas em pesquisas qualitativas. **Educar**, Curitiba, v. 20, n. 24, p.213-225, dez. 2004. Semestral. Disponível em:

<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-40602004000200011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 20 mar. 2019.

DURÃES, Bruno. José. “Trabalho Informal”: um paralelo entre os trabalhadores de rua da cidade de Salvador no século XIX e no século XXI. **Caderno CRH**. Salvador: v.15 n.37, p.289-308, jul/dez. 2002. Disponível em <<https://portalseer.ufba.br/index.php/crh/article/view/18612>> Acesso em 20 de março de 2019.

DUTRA, Rogéria Campos de Almeida. Comida de rua: estilo alimentar, temporalidade e sociabilidade nas ruas da cidade. *In: Encontro Anual da Anpocs*, 36, 2012, Águas de Lindóia. **Tópico temático**. Disponível em <<https://www.anpocs.com/index.php/papers-36-encontro/gt-2/gt07-2/7917-comida-de-rua-estilo-alimentar-temporalidade-e-sociabilidade-nas-ruas-da-cidade/file>>. Acesso em 27 set. 2018

EL-KAREH, Almir Chaiban; BRUIT, Héctor Hérnan. Cozinhar e comer, em casa e na rua: culinária e gastronomia na Corte do Império do Brasil. **Revista Estudos Históricos**. Rio de Janeiro: v.1, nº 33, p. 76-96, 2004. Disponível em <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/reh/article/view/2213/1352>> Acesso em 10 abril 2019.

ELOY, Antonia Lucia de Souza; REIS, Renata Ramos Vieira dos. A comida de rua como ferramenta na preservação dos alimentos tradicionais. *In: Seminário Sobre Alimentos e Manifestações Culturais Tradicionais*, 1, 2012, São Cristóvão. **Anais**. Disponível em <<https://drive.google.com/file/d/1FZIQJQ-DGA7iuQvLjicz9RP41jPYX3I/view>> Acesso em 10 mar 2019

FONSECA, Marcelo Traldi et al. Comida de Rua na Cidade de São Paulo, SP: Uma Breve Descrição. **Rosa dos Ventos: Turismo e hospitalidade**, Caxias do Sul, v. 5, n. 2, p.311-318, jun. 2013. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/4735/473547093010/>>. Acesso em: 27 set. 2018.

IBGE. **IBGE inicia a Pesquisa de Orçamentos Familiares (POF) 2017/2018**. Agência de notícias IBGE, 26 de junho de 2017. Disponível em <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/10448-ibge-inicia-a-pesquisa-de-orcamentos-familiares-pof-2017-2018>> Acesso em 15 de março de 2019.

LEAL, Cristian Oliveira Benevides Sanches; TEIXEIRA, Carmen Fontes. Comida de rua: um estudo crítico e multirreferencial em Salvador, BA. **Vigilância Sanitária em Debate**, [s.l.], v. 2, n. 4, p.12-22, 25 nov. 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/18019/1/LEAL%202014%20COMIDA%20DE%20RUA%20EM%20SALVADOR.>>. Acesso em: 15 mar. 2019.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli E. D. A. **Pesquisa em educação: abordagens qualitativas**. São Paulo: Epu, 1986.

MAY, Tim. **Pesquisa social: questões, métodos e processos**. 3. ed. Porto Alegre: Artmed, 2004.

OLIVEIRA, Tatiane Bastos de; MAITAN, Valéria Ribeiro. Condições higiênico-sanitárias de ambulantes manipuladores de alimentos. **Enciclopédia Biosfera**, Goiânia, v. 6, n. 9, p.1-14, ago. 2010. Semestral. Disponível em: <<http://www.conhecer.org.br/enciclop/2010/condicoes.pdf>>. Acesso em: 04 out. 2018.

PEREIRA-SANTOS, Marcos et al. Características higiênico-sanitárias da comida de rua e proposta de intervenção educativa. **Revista Baiana de Saúde Pública**, Salvador, v. 36, n. 4, p.885-898, dez 2012. Disponível em: <<http://files.bvs.br/upload/S/0100-0233/2013/v36n4/a3782.pdf>>. Acesso em: 01 out. 2018.

PERTILE, Krisciê. Comida de rua: relações históricas e conceituais. **Rosa dos Ventos: Dossiê Turismo e Gastronomia**, S.i., v. 5, n. 2, p.301-310, jun. 2013. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/1896/pdf_120>. Acesso em: 27 set. 2018.

REIS, Thiago. Em SC, mortes confirmadas por doença de Chagas chegam a cinco. **Folha de S. Paulo**. São Paulo, 24 de março de 2005. Cotidiano. Disponível em <<https://www1.folha.uol.com.br/fsp/cotidian/ff2403200501.htm>> Acesso em 10 de março de 2019.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. São Paulo: Atlas, 2011.

SANTOS, Karla Bethânia. **O comércio da comida de rua no carnaval de Salvador-BA: Desvendando as dimensões social, econômica, alimentar e sanitária**. 2011. 121 f. Dissertação (Mestrado) - Curso de Alimentos, Nutrição e Saúde, Escola de Nutrição, Universidade Federal da Bahia, Salvador, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ri/10493/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o_Nut_Karla%20Santos.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2019

SOUZA, Giovanna Carbonera de et al. Comida de rua: avaliação das condições higiênico-sanitárias de manipuladores de alimentos. **Ciência & Saúde Coletiva**, [S.l.], v. 20, n. 8, p.2329-2338, ago. 2015. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?pid=s1413-81232015000802329&script=sci_abstract&tlng=pt>. Acesso em: 27 set. 2018.

WORLD HEALTH ORGANIZATION. **Essential safety requirements for street-vended foods**. Division of Food and Nutrition. Geneva: 1996. Disponível em <<http://www.who.int/iris/handle/10665/63265>> Acesso em 20 set 2018.