



Rubiane Maia, O jardim, Performance [2 meses]. Exposição 'TERRA COMUNAL + Marina Abramovich + MAI' SESC POMPÉIA, São Paulo, Brazil, 2015.  
Fotografias: Tete Rocha, Hick Duarte, Victor Nomoto e Victor Takayama

# COMIDA DE RUA COMO CARTÃO POSTAL DO RIO DE JANEIRO:

debates sobre o caso dos food trucks e sua proposta artesanal

GABRIELA ELIS DA CUNHA\*

DOI: <https://doi.org/10.35699/2316-770X.2023.40665>

**RESUMO:** Este artigo busca traçar algumas considerações sobre a comida de rua artesanal ofertada pela atividade dos food trucks no Rio de Janeiro. Para tanto, apresento nesta escrita apontamentos sobre como aspectos legais e econômicos foram importantes para a ascensão da atividade a partir de 2014. O artigo elenca, ainda, breves apontamentos sobre como a comida é tensionada por processos institucionais legais, que acabam por colocá-la em novas posições dentro dos diferentes contextos sociais.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comida de rua. Artesanal. Food trucks. Rio de Janeiro. Patrimônio.

## The written and the unwritten: scarcity in the core of Carolina Maria de Jesus' vocabulary

**ABSTRACT:** This article seeks to outline some considerations about artisanal street food offered by food trucks in Rio de Janeiro. To this end, I present in this writing notes on how legal and economic aspects were important for the rise of the activity from 2014 onwards. The article also focuses on presenting brief notes on how food is stressed by legal institutional processes, which end up placing it in new positions within different social contexts.

**KEYWORDS:** Street food. Artisan. Food trucks. Rio de Janeiro. Heritage.

\* Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro – Unirio

1 O artigo O escrito e o não escrito: a escassez na medula do vocabulário de Carolina de Jesus foi escrito a partir da participação do autor, como bolsista de iniciação científica pelo CNPq, no projeto de pesquisa intitulado Intérpretes da fome na literatura brasileira, sob orientação da professora-doutora Sabrina Sedlmayer.

## 1 Introdução

A conformação da ideia da gastronomia como “um conhecimento fundamentado de tudo o que se refere ao homem, na medida em que ele se alimenta” é atribuída a Brillat-Savarin (2011, p. 61-62). Mas a consolidação de uma etnografia sistêmica dos hábitos alimentares e da interpretação cultural destes vem sendo construída de forma transdisciplinar desde a metade do século XIX.

Os hábitos culturais da alimentação – ou seja, os tipos de alimentos consumidos, as diferentes formas de preparação da comida, as combinações aceitas pelo público ao qual se destinam as receitas e as formas como são comercializados os preparos – são constantemente alvos de tensão social. As disputas simbólicas se estabelecem afim de renovar a experiência dos indivíduos em cada época.

No contexto do Rio de Janeiro, uma importante etapa de profusão de debates sobre a comida como uma expressão cultural que cria identidades, mantém costumes e renova tradições e representações vêm ocorrendo em diferentes esferas e de forma mais intensa desde 2010. O tombamento de bares e botequins como elementos tangíveis e intangíveis constituintes da cultura carioca, a criação do Marco Referencial da Gastronomia como Cultura no Estado do Rio de Janeiro e decretos de lei para incentivar determinados segmentos, como a permissão para atuação de *food trucks*, são algumas das principais ocorrências legais do período mencionado.

No caso específico dos *food trucks*, a atividade ganhou tração a partir de 2014, num momento de grandes mudanças para a cidade em razão da realização de megaeventos, como a Copa do Mundo 2014 e as Olimpíadas de 2016. A atividade dos caminhões de comida estabeleceu-se, especialmente, nos bairros da Zona Sul e Centro, as áreas mais turísticas da cidade. Com a presença dos *food trucks*, a chamada “comida de rua artesanal” (termo meu) foi amplamente difundida em detrimento a outras formas de comida ofertadas na rua.

Para Da Matta, a “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 o ingere” (DA MATTA, 1986, p.33). Ainda segundo o autor, as escolhas de cada alimento para compor uma refeição, a forma

como esta será compartilhada e com quem, explicam muito da cultura e dos papéis sociais representados em cada contexto social.

Essa dinâmica fica evidente no período analisado no presente artigo e será discutida a seguir.

## 2 Metodologia

Esse artigo é construído a partir dos resultados de uma pesquisa (Cunha, 2020) que teve como objetivo produzir um trabalho de Memória Social a partir dos fundamentos da antropologia interpretativa, baseada em observação dos fatos sociais, conforme propõe Geertz (1989).

Para maximizar o olhar sobre a teia de significados na qual a comida está inserida no contexto analisado, especialmente aquela praticada pelos *food trucks*, considerou-se necessário fazer uso de uma composição de métodos, dentre eles as técnicas de observação participante, de entrevistas não estruturadas, de pesquisa bibliográfica e fontes digitais (site de notícias). Tanto para a pesquisa de fontes como textos de decretos e leis, disponíveis *on-line*, quanto ao usar a internet como fonte de dados para busca simplificada, utilizou-se termos como “*food trucks*”, “Rio de Janeiro”, “Prefeitura”, “Patrimônio”, o que acabou por revelar extratos da base de dados do acervo digital da imprensa local e de órgãos oficiais. Tal método de pesquisa pode ser denominado Antropologia Digital, segundo a leitura de Ferraz e Porto (2017).

## 3 Contextualização

A institucionalização da gastronomia no Rio de Janeiro e a renovação de práticas culturais suportadas pela comida

A sistematização da comida como expressão cultural e também como patrimônio, por parte das instituições, não é algo novo no Brasil. Em Dutra (2004), por exemplo,

vemos uma importante revisão sobre como a imposição de um projeto nacional, desde a época do Brasil colonial, trabalhou as noções de *região*, *cidadania* e *Nação* por meio da construção de cozinhas regionais. Uma leitura adicional de Gimenes-Minasse (2015) identifica os usos acerca do patrimônio gastronômico, das cozinhas e de pratos regionais, especialmente nos últimos 30 anos, por parte dos agentes que operam o campo do Turismo.

No âmbito do turismo, a necessidade de reverter a hegemonia do turismo de sol e praia aliada ao aparecimento de um novo perfil de turistas – desejoso de maior interação com a realidade visitada (VALLS, 2004) – e o acirramento da competitividade entre destinos turísticos deu novo fôlego ao turismo cultural, o que ampliou a própria noção de atrativos culturais - expandido o rol daqueles percebidos como tradicionais (como museus e monumentos históricos) para a inclusão de festas, tradições e produtos e práticas gastronômicas, além de outros bens culturais de caráter imaterial, como elementos de destaque (SIMEON e BUONINCONTRI, 2009). Nesta lógica, as motivações se concentram no prazer obtido através da alimentação, mas favorecendo aquilo que é percebido como genuíno e, como observa Long (2004, p. 4), mais do que provar novas e exóticas comidas (concentrando-se na experiência sensorial de uma degustação), espera-se estabelecer contato com um outro contexto cultural e o estilo de vida de seus habitantes. (GIMENES-MINASSE, 2015, p. 180).

Contudo, foi só em 2002 que o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) passou a promover a salvaguarda de bens culturais intangíveis, o que englobou a alimentação. Assim, naquele momento, notabilizaram-se os seguintes bens culturais: o Ofício das Paneleiras de Goiabeiras, uma tradição indígena de mais de 400 anos que origina o utensílio típico usado no preparo da moqueca capixaba, prato símbolo do Espírito Santo; o Ofício das Baianas de Acarajé, que vendem a comida em tableiros na rua e em festas religiosas; o Modo Artesanal de Fazer Queijo de Minas, dos pequenos produtores das regiões do Serro, Serra da Canastra e do Salitre; e o Sistema Agrícola Tradicional do Rio Negro, que tem um modo único de produção, conservação e sustentabilidade da floresta amazônica. Esses registros – que suscitaram avaliações estaduais e municipais sobre as manifestações gastronômicas – deram-se na esteira da ampliação do campo do Patrimônio em nível mundial, que a partir de 2003, incluiu a Gastronomia como uma expressão de Patrimônio Cultural Imaterial.

No caso do Rio de Janeiro, em 2008, a gastronomia foi reconhecida como elemento constituinte da Economia Criativa do Rio de Janeiro.

A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (Firjan) organizou o primeiro estudo sobre o conjunto de atividades fortemente baseadas em criatividade, capazes de gerar valor simbólico, trocas culturais e desenvolvimento econômico. Nesse levantamento sobre a Economia Criativa, foi possível verificar que 4,0% do produto interno bruto (PIB) e 2,4% dos empregos, no ano de 2006, eram gerados a partir das atividades compreendidas em mais de 20 segmentos, entre eles a gastronomia; e também cultura popular, patrimônios material e imaterial, artesanato, entretenimento, eventos e turismo cultural.

Do ponto de vista institucional, a importância de tais segmentos foi ratificada com a criação do Programa de Desenvolvimento da Economia Criativa do Estado do Rio de Janeiro, por meio do Decreto Governamental nº 44.159, em 2013. Dentro do escopo do Programa, a gastronomia é exemplificada por utilizar ativos intangíveis para dar origem a bens que têm alto valor agregado no mercado. No fluxograma da cadeia da Indústria Criativa no Brasil da Firjan, a gastronomia está incluída no eixo Cultura, que engloba ainda as seguintes expressões culturais: artesanato e folclore. Ao se observar os empregos formais entre 2013 e 2015, verificou-se que o campo da Cultura foi o que apresentou a maior expansão entre todos os segmentos criativos. Por trás desse resultado, aponta a entidade, estaria a consolidação da gastronomia como expressão cultural e área de interesse da sociedade (FIRJAN, 2016, p. 15).

Neste mesmo contexto, com a criação do Instituto Rio Patrimônio da Humanidade (IRPH) como órgão estruturado no Gabinete do Prefeito do Rio de Janeiro, ratificado pela Lei n. 5547, de 27 de dezembro de 2012, foram realizados diferentes estudos a fim de subsidiar o tombamento de elementos tangíveis e intangíveis constituintes da cultura carioca. Foi a partir desse levantamento, por exemplo, que foi criado o decreto que reconheceu como patrimônio da cultura carioca os bares e botequins tradicionais. Foram elegíveis para o decreto municipal aqueles que se enquadravam nos seguintes critérios: 1) mais de 50 anos de existência; 2) preservar saberes, técnicas e/ou produtos considerados tradicionais; 3) ter uma marca tradicional; 4) comércio transmitido entre gerações; 5) comércio reconhecido por moradores e frequentadores da região como símbolo do bairro.

Apesar de não enunciarem uma só cozinha emblemática, tal como conceitua Maciel (2005), os preparos desses bares se entrelaçam com a memória gastronômica do contexto citadino pesquisado. Casos do sanduíche de filé do Bar e Restaurante Cervantes, em Copacabana; a omelete de bacalhau da Casa Paladino, no Centro; o kassler acompanhado por chucrute e salada de batatas do Bar Brasil, na Lapa, para citar alguns.

Ao pensarmos a alimentação como um ritual coletivo, que tem seus próprios modos de fazer, por vezes origina festas e, em alguns casos, está atrelada a um determinado lugar, encontramos a noção de *suportes da memória*, proposta por Abreu (2016). Ou seja, as experiências materiais e imateriais que carregam um valor único para os grupos. É aqui, segundo a pesquisadora, que o campo do patrimônio se apresenta com seus vários desdobramentos. A chancela dada aos bares objetiva renovar a experiência nestes locais, os sentimentos vividos e atribuídos a eles, e demarcar as características de tais locais como um objeto que mobiliza emoções e desejos.

Ainda em relação à construção de um ambiente propício para o reconhecimento da gastronomia e do setor que tal prática movimenta, por meio de um grupo constituído pela sociedade – e posteriormente pelas instituições –, foi criado o Marco Referencial da Gastronomia como Cultura no Estado do Rio de Janeiro. As pesquisas realizadas por Casemiro (2019), por Cunha (2020), por Oliveira e Cunha (2020), e por Ferreira e Oliveira (2020) são algumas das que abordam a Lei nº 1042/2015, cujo objetivo é “dar visibilidade e fortalecer os modos de vida e as práticas alimentares das populações tradicionais, os saberes enraizados no cotidiano, as atividades produtivas, comerciais, culturais, educacionais e artísticas, que decorrem da relação com a comida, a sociedade e o território”.

O Marco Referencial da Gastronomia como Cultura no Estado do Rio de Janeiro, em seu inciso II, considera a gastronomia como algo relacionado aos conhecimentos tradicional, popular e científico, que representa os modos de vida, produção, utilização/preparação dos alimentos e da alimentação, sob uma perspectiva social, cultural e política. Cabe registrar que a aprovação do projeto se deu no ano em que a definição de gastronomia de Brillat-Savarin, no livro *A Fisiologia do Gosto* (2011), completava 190 anos.

À luz desses acontecimentos, a ascensão do interesse em torno das práticas culturais suportadas pela comida propiciou que novas dinâmicas sociais, vinculadas à alimentação e à gastronomia, se estabelecessem no recorte temporal analisado. Uma

delas foi o surgimento e o fortalecimento de determinados serviços em alimentação, como os *food trucks* e sua “comida de rua artesanal”. Nesse sentido, debruçamo-nos sobre o momento de popularização do movimento dos *food trucks*.

## 4 As escolhas dos food trucks e a oferta de uma representação da comida de rua artesanal

Em Cunha (2020), vemos que, na capital fluminense, a presença dos *trucks* – carros ou *trailers* motorizados – deu-se, principalmente, a partir de 2014, antes mesmo de haver uma legislação específica para estarem nas ruas. Para orientar a atividade em expansão, foi formado o Conselho Diretor da Associação de Comida Artesanal sobre Rodas do Rio de Janeiro<sup>1</sup> (ACASO). Posteriormente, ao final daquele ano, medidas começaram a ser debatidas na esfera do Executivo.

As primeiras definições sobre a atividade dos *food trucks* na cidade do Rio de Janeiro ocorreram com o Decreto Rio nº 40.251, de 12 de junho de 2015, que dispõe sobre os critérios para a comercialização de alimentos em veículos automotores (comida sobre rodas) em áreas públicas. Por meio do referido decreto, 87 pontos da cidade, em 26 bairros, foram definidos como pontos de parada de *food trucks*. Pelo texto, o decreto buscava promover a atividade gastronômica em bairros com oferta deficitária de bares e restaurantes e traçar um roteiro de Comida sobre Rodas no município.

Segundo Pértile (2013), comer na rua passou a ser entendido como uma atividade ligada ao lazer na virada do século XXI, o que colaborou para a consolidação da ideia de uma gastronomia de rua como expressão cultural desse tempo. Ademais, como demonstram Oliveira e Cunha (2020), a partir do processo de reconhecimento do bem “Rio de Janeiro: Paisagens Cariocas entre a Montanha e o Mar” como Patrimônio Mundial da Humanidade inserido na categoria Paisagem Cultural pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), os *food trucks* tiveram uma inserção importante nos atos narrativos encampados pelos setores da administração pública relacionados ao turismo, cultura e desenvolvimento econômico.

A cidade vivia uma profusão de grandes eventos e passava por uma busca da renovação de seus atributos simbólicos. Nesse contexto, a atividade dos *food trucks* logo se destacou, por ofertar uma comida de rua preparada, em geral, com produtos de me-

1 GUIMARÃES, Cleo. Associação carioca de ‘foodtrucks’ ganha nome oficial. O Globo, Rio de Janeiro, 15 jan. 2015. Disponível em: <http://blogs.oglobo.globo.com/gente-boa/post/associacao-carioca-de-foodtrucks-ganha-nome-oficial-558690.html>. Acesso em: 12 out. 2017.



lhor qualidade em comparação às opções encontradas nas convencionais carrocinhas de preparo de lanches. Considerando o período de 2014 a 2018, constatou-se que, de forma recorrente, os cozinheiros e empreendedores que se valeram *dos food trucks* buscaram enaltecer os itens dos seus cardápios por meio do uso do termo *artesanal*. Pela observação presencial(?), percebeu-se a recorrência do termo para descrever diferentes comidas que passam pela responsabilidade da realização manual em alguma etapa que antecede a venda. Ou seja, a polissemia de significados está no bojo deste *artesanal*. Pode estar no processo de fabricação dos alimentos que são usados nas receitas e também no modo de preparo da comida dentro das cozinhas sobre rodas.

Essa estratégia não se dá de forma injustificada. Se, no princípio do processo de transformação urbana, o objetivo da alimentação fora do lar era ter uma refeição ágil e atender à utilidade primária da nutrição, nas últimas décadas, a alimentação fora do lar, entendida de forma ampla, também passou a expressar uma demanda dos indivíduos por uma comida que se aproxime de laços identitários e de gostos familiares. Tal demanda também pode ser admitida no caso da comida de rua, o que pode ser entendido como um elemento adicional para o crescimento dos *food trucks* como modelo de negócio de alimentação fora do lar.

Se pensarmos como a intencionalidade do mercado “fora do lar” transmuta-se para a comida de rua dos *food trucks*, podemos pressupor que, para o pão colorido de um sanduíche ou o molho *barbacue* de tomates pelados serem ofertados por um determinado *truck*, é preciso um mínimo de processos que evoquem a criatividade e o zelo – aspectos, em tese, difíceis de serem imitados em escala, por resultarem de um trabalho que remonta à figura do artesão. A presença desses dois elementos ajudaria a distanciar essa comida de rua dos produtos prontos ou ultraprocessados de redes de *fast-food*, por exemplo.

É importante destacar que o emprego do termo *artesanal* para o preparo de hambúrgueres pelos *food trucks* é o mais representativo dentro da pesquisa realizada por Cunha (2020), pois nenhuma outra comida foi ofertada em tamanha recorrência dentro do contexto citadino e período pesquisado. De todo modo, outros exemplares importantes foram observados.

Ao analisarmos, por exemplo, as escolhas do *food truck* Frites, o caminhão de comida vencedor de Melhor *food truck* do Rio na premiação Veja Rio 2015<sup>2</sup> e um dos



Figura 1 - Food trucks no Rio de Janeiro: hambúrguer artesanal se diferencia com pães coloridos e sabores agregados, como pimenta. Fonte: Acervo Pessoal (2019).

precursores do movimento dos *trucks* no contexto pesquisado, vemos a ideia da criação de uma batata frita *artesanal* inspirada na batata belga. A batata belga é um alimento declarado, em 2014, Patrimônio Cultural Imaterial da Bélgica, devido ao grande interesse de turistas estrangeiros quanto às chamadas *frikoten*. No modo belga de fazer batatas, o diferencial é a fritura. Feita em gordura animal, o processo tem duas etapas, havendo um descanso entre estas – para proporcionar mais crocância e cor. Na batata do *food truck* Frites, a receita usa óleo de amendoim, os cortes são rústicos, com casca, e servidos sequinhos e crocantes por fora, mas com interior macio, conforme verificado no registro do portal de notícias mencionado.

Para conseguir a consistência da batata belga, a reportagem aponta que “os sócios desenvolvem com produtores locais uma maneira de cultivar a batata tipo *bintje*, usada na Europa e rara por aqui, mas ideal para a empreitada. Outra aposta é uma variedade mais doce do tubérculo, de cor laranja”. Para viabilizar tal proposta foi necessário priorizar produtores do Rio de Janeiro<sup>3</sup> e comprar sempre dos mesmos fornecedores.

Já no *food truck* Sudtruck, o uso de produtos artesanais nos preparos de sanduíches era uma das principais características do trabalho da *chef* Roberta Sudbrack, que

2 VEJA. Frites, 2015. Disponível em: <https://veja-rio.abril.com.br/estabelecimento/frites/>. Acesso em: 20 jul. 2020.

levou as práticas de seus premiados restaurantes para as ruas a bordo da cozinha sobre rodas.

É importante ressaltar que, do ponto de vista formal, enquanto movimento, não há um só prato nem uma só noção de *artesanal* guiando as práticas e técnicas dos *trucks*. As escolhas feitas, principalmente pelos primeiros empreendimentos, acabaram por forjar uma espécie de orientação para quem prepara comida de rua nos *trucks*. Ou seja, uma espécie de “definição” sobre quais elementos constituem o modo de preparo da comida de rua *artesanal*.

Todavia, vemos que parte do movimento dos *food trucks* busca se aproximar – ainda que a seu modo – da premissa do Marco Referencial da Gastronomia como Cultura. Uma das condições do Marco é o reconhecimento dos grupos já constituídos e identificados nos territórios, bem como a valorização das redes de produção de alimentos. Ao considerar as escolhas elencadas aqui como exemplo, é possível identificar uma intenção de que a comida de rua artesanal emulada pelos *food trucks* esteja em conexão com as referências destes e de outros grupos, congregando diferentes aspectos culturais em um determinado preparo.

Outro aspecto a se observar é sobre a convivência em razão da comida de rua.

No ambiente favorável em que as inúmeras diretrizes foram criadas, muitos *food trucks* também apostaram em engendrar uma ambiência nas ruas, a fim de promover uma sociabilidade específica, não sendo incomum encontrar ambientes com música, bancos e mesas, e até iluminação especial para criar uma “experiência completa”. Aqui admitimos que as cozinhas sobre rodas criam na rua uma vivência que flerta com a cozinha afetuosa de casa ou com a cozinha segura de um restaurante, ao trazer, de uma outra maneira, os símbolos dos sistemas culinários, conforme visão de Gonçalves (2007) sobre “refeições”: isto é, situações sociais (cotidianas e rituais) em que se preparam, exibem e consomem determinados alimentos; equipamentos culinários e como são representados (espaços, mesas, cadeiras, esteiras, talheres, painéis, pratos etc.).

A percepção é de que, ainda que muitos cheguem, permaneçam e partam sozinhos, e/ou pareçam interagir somente com seus pares, os indivíduos que buscam por essa comida de rua participam de uma partilha simbólica vinculada ao comer e também ao lazer, ao lúdico e à descontração gerado pelos *trucks*.

3 Segundo o Relatório Por Culturas, produzido pela Empresa de Assistência Técnica e Extensão Rural do Estado do Rio de Janeiro-EMATER-RIO/CPLAN/NIDOC, foram contabilizados 54.789 produtores rurais no ano de 2018 no Estado do Rio. A produção colhida nos 92 municípios foi de 3.965.240,61 toneladas, numa área de 139.229,11 hectares. Disponível em <<http://www.emater.rj.gov.br/images/cul2018.htm>>. Acesso em: 18 jan. 2020.

4 Em um âmbito mais abrangente, Casemiro (2019, p. 53) aponta ainda a inegável influência do Marco para que outros estados e municípios também realizassem ações no sentido de promover a gastronomia na esfera pública. A esse respeito, o autor cita o exemplo do estado do Mato Grosso, que instituiu seu Marco da Gastronomia como Cultura no ano de 2016, por meio da Lei Nº 10468/2016 (MATO GROSSO, 2016), e o município de Goiânia, capital de Goiás, que instituiu, por meio da Lei Nº 10142/2018, uma política pública de incentivo e promoção da economia criativa, incluindo a gastronomia em seu rol de atividades (GOIÂNIA, 2018).

Obviamente, as carrocinhas convencionais também sustentam em si uma sociabilidade própria decorrente das relações nas quais estão inseridas, sociabilidade esta que é atualizada conforme as dinâmicas de cada tempo. Podemos até não lembrar do *podrão* (como é chamado em muitos lugares os lanches preparados nestes suportes) pelos elaborados ou exclusivos sabores do sanduíche em si, mas o *podrão* ou o *trailer* convencional também oferece elementos de rememoração e de vivências importantes, que rendem uma análise adicional e futura por si só.

A questão que se propõe aqui é refletir sobre os *food trucks* da maneira como estes buscam se colocar – de forma mais ou menos intencional: numa posição de interlocutores das tradições, ao mesmo tempo em que trabalham para estabelecer uma memória identitária para a comida de rua de um Rio de Janeiro “criado”. Dentro do recorte temporal analisado, os *food trucks* têm na sociabilidade a centralidade da sua proposta, mas é possível admitir, também, que há uma ação narrativa de renovação da experiência e mobilização de novos sentimentos em torno da comida de rua.

## Conclusão

Ao buscar elencar alguns dos principais eventos recentes que englobam a comida como expressão cultural no contexto citadino do Rio de Janeiro, esse artigo buscou explicitar as repercussões culturais e econômicas abarcadas pela comida de rua proposta pelos *food trucks*.

Ainda que não tenha sido reconhecida de maneira “formal e explícita” no texto do Marco Referencial da Gastronomia como Cultura, a comida e o fazer dos *food trucks* foram beneficiados por ele, gerando desdobramentos para além da sua prática. Como vemos na profunda revisão teórica feita por Casemiro (2019) <sup>4</sup>, após o Marco Referencial, ocorreu a criação da Política Estadual de Incentivo e Fomento a Feiras Gastronômicas e à Comercialização de Alimentos em Veículos Automotores, por meio da Lei Nfl 7252/2016 (RIO DE JANEIRO, 2016) <sup>5</sup>. A política se destina a amparar *trailers*, vans, furgões, caminhões e veículos similares, conhecidos como *food trucks*, que comercializem alimentos em logradouros, vias e áreas públicas e privadas, em caráter permanente ou eventual, de modo estacionário ou itinerante, em veículos automotores. Semelhante ao que se almejou com o Marco Referencial, a Lei Nfl 7252/2016 também busca estimular a organização de feiras gastronômicas em cada uma das 92 cidades fluminenses.

Tal contextualização que se apresenta até aqui demonstra como o crescimento de atividades vinculadas à gastronomia como cultura coincide com o momento de popularização do movimento dos *food trucks*. A ocorrência simultânea desses acontecimentos reflete o momento multifacetado vivido pela cidade, que se constituiu um ambiente propício para uma nova representação da comida de rua, especialmente na área mais turística da capital fluminense. Compreendemos que os *food trucks* se encaixaram numa função mais ampla, a de promover uma sociabilidade adequada aos objetivos de ressignificação de regras e costumes, seja das práticas vinculadas à comida, seja na própria dimensão do contato com a cidade.

5 O GLOBO. Lei cria política de incentivo às feiras gastronômicas com food trucks. O Globo, Rio de Janeiro, s./d. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/lei-cria-politica-de-incentivo-as-feiras-gastronomicas-com-food-trucks-19038131>. Acesso em: 23 jul. 2020.

Nessa ótica, podemos entender que a comida de rua apresentada pelos *food trucks* não é meramente uma mercadoria. Ela sofre transformações culturais por parte dos grupos sociais com os quais interage. É o resultado desse encontro que deve ser entendido como a mercadoria, ou seja, a releitura de preparos que gera um saber-fazer denominado *artesanal*.



Figura 2 - Food trucks no Rio de Janeiro: na feira Babilônia Feira Hype, trucks atraem o público. Fonte: Acervo pessoal (2019).

## Referências

- ABREU, R. M. R. M. *Memória Social: itinerários poéticos-conceituais*. *Morpheus (UNIRIO. Online)*, v. 1, p. 41-67, 2016. Disponível em: <[http://www.memoriasocial.pro.br/painel/pdf/publ\\_19.pdf](http://www.memoriasocial.pro.br/painel/pdf/publ_19.pdf)> . Acesso em: 20 set. 2021.
- BRILLAT-SAVARIN, J. A. *A Fisiologia do Gosto*. Rio de Janeiro: Companhia das Letras, 2011.
- CASEMIRO, I. de P. *Marco referencial da gastronomia como cultura no estado do Rio de Janeiro: o “mise-en-place” para a gastronomia carioca está posto? Desdobramentos e perspectivas no âmbito da gastronomia e da cultura para o Rio de Janeiro*. *Revista Brasileira de Gastronomia, Florianópolis*, v. 2, n. 1, jan./jul. 2019, p. 48-67.
- Autor. *Gastronomia sobre rodas, memória e patrimônio: os food trucks no Rio de Janeiro*. Dissertação (Mestrado em Memória Social) – Universidade Federal do Estado do Rio de Janeiro, Programa de Pós-Graduação em Memória Social, Rio de Janeiro, 2020.
- DAMATTA, R. *O que faz o Brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
- DUTRA, Rogéria. *Nação, região, cidadania: a construção das cozinhas regionais no projeto nacional brasileiro*. Campos. *Revista de Antropologia Social*. Curitiba, Universidade Federal do Paraná, 2004.
- FERREIRA, H. C. H.; OLIVEIRA, MARIA AMÁLIA SILVA ALVES DE. *Turismo, comida e patrimônio: políticas públicas no âmbito de áreas protegidas*. *PAPERS DO NAEA (UFPA)*, v. 29, p. 92-108, 2020.
- FERRAZ, C. P.; ALVES, A. P. *Da etnografia virtual à etnografia online. Deslocamentos dos estudos qualitativos em rede digital*. 41<sup>fl</sup> Encontro Anual ANPOCS, 2017, Caxambu. *Anais do 41<sup>fl</sup> Encontro Anual ANPOCS*, 2017, p. 1-25.
- FIRJAN. *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro, 2016.
- GEERTZ, Clifford. *Uma descrição densa: por uma teoria interpretativa da cultura*. In: GEERTZ, CLIFFORD. *A interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.
- GIMENES-MINASSE, Maria Henriqueta S. G. *Para turista ver (e provar): dos usos do patrimônio gastronômico no contexto do turismo*. *Tessituras, Pelotas*, v. 3, n. 2, p. 175-194, jul./dez. 2015.
- GONÇALVES, J. R. A. *Antropologia dos objetos: coleções, museus e patrimônios*. Rio de Janeiro: Editora Garamond Ltda., 2007.
- MACIEL, M. E. *Olhares antropológicos sobre a alimentação: identidade cultural e alimentação*. In: CANESQUI, A. M.; GARCIA, R. W. D. (Orgs.). *Antropologia e nutrição: um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Editora FIOCRUZ, 2005.
- MENESES, U.; CARNEIRO, H. *A História da Alimentação: balizas historiográficas*. *Anais do Museu Paulista*, v. 5, p. 9-91, jan./dez. 1997.
- OLIVEIRA, Maria Amália Silva Alves de; Autor. *Desdobramentos do Processo de Patrimonialização da Paisagem Carioca na Alimentação: o caso dos food trucks*. *CADERNO VIRTUAL DE TURISMO (UFRJ)*, v. 20, p. 123-137, 2020.

PERINI, K. P.; GUIVANT, J. S. *Comer em food trucks à luz da Teoria das Práticas. Estudos Sociedade e Agricultura*, v. 25, n. 2, p. 305-326, jun. 2017.

PERTILE, K. *Comida de rua: relações históricas e conceituais. Revista Rosa dos Ventos*, v. 5, n. 2, p. 301-310. 2013.

PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014 Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p.

PREFEITURA DO RIO DE JANEIRO. Instituto Rio Patrimônio da Humanidade. *Relatório de Gestão 2009-2016. Rio de Janeiro: Paisagens Cariocas entre a Montanha e o Mar. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/uploads/ckfinder/arquivos/Dossi%C3%AA%20portugu%C3%AAs%2028%20mar%C3%A7o%202011%20RJ.pdf>>. Acesso em: 14 abr. 2018.*

RIO DE JANEIRO. *Lei Nº 7180 de 28 de Dezembro 2015. Estabelece, no Âmbito do Estado do Rio de Janeiro, O Marco Referencial da Gastronomia como Cultura e dá Outras Providências. Rio de Janeiro, RJ, dez 2015. Disponível em: <[http://www3.alerj.rj.gov.br/lotus\\_notes/default.asp?id=53&url=L2Nvbni-RsZWkubnNmL2IyNGEyZGE1YTA3NzgoN2MwMzI1NjRmNDAwNWQoYmYyLzA2MDMzZjIoYzM2OTdkYWl4MzI1N2YzMTAwNWlxZDM2PogwZW5Eb2N1bWVudCZFeHBhbmRTZWNoaW9uP-SooJTJDLTULMkMtMiNfU2VjdGlvbjQ=>](http://www3.alerj.rj.gov.br/lotus_notes/default.asp?id=53&url=L2Nvbni-RsZWkubnNmL2IyNGEyZGE1YTA3NzgoN2MwMzI1NjRmNDAwNWQoYmYyLzA2MDMzZjIoYzM2OTdkYWl4MzI1N2YzMTAwNWlxZDM2PogwZW5Eb2N1bWVudCZFeHBhbmRTZWNoaW9uP-SooJTJDLTULMkMtMiNfU2VjdGlvbjQ=>)>. Acesso em: 07 set. 2019.*



Rubiane Maia, O jardim, Performance [2 meses]. Exposição 'TERRA COMUNAL + Marina Abramovich + MAI' SESC POMPEIA, São Paulo, Brazil, 2015.  
Fotografias: Tete Rocha, Hick Duarte, Victor Nomoto e Victor Takayama