

**UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE**  
**FACULDADE DE LETRAS E CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**DEPARTAMENTO DE ARQUEOLOGIA E ANTROPOLOGIA**  
**CURSO DE LICENCIATURA EM ANTROPOLOGIA**

**Práticas e Representações do acto de comer na rua: Um olhar sobre os  
usuários dos “Restaurantes” Ambulantes na baixa da cidade de Maputo.**

**Candidato:** Ntikama Domingos Malapende

**Supervisor:** Danúbio Lihahé

Maputo, Novembro de 2014

**UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE**  
**FACULDADE DE LETRAS E CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**DEPARTAMENTO DE ARQUEOLOGIA E ANTROPOLOGIA**  
  
**CURSO DE LICENCIATURA EM ANTROPOLOGIA**

**Práticas e Representações do acto de comer na rua: Um olhar sobre os usuários dos “Restaurantes” Ambulantes na baixa da cidade de Maputo.**

**Candidato:** Ntikama Domingos Malapende

**Supervisor:** Danúbio Lihaha

Maputo, Novembro de 2014

Ntikama Domingos Malapende

---

**Práticas e Representações do acto de comer na rua: Um olhar sobre os  
usuários dos “Restaurantes” Ambulantes na baixa da cidade de Maputo**

Trabalho de culminação de curso para obtenção de grau de Licenciatura em Antropologia pela  
Faculdade de Letras e Ciências Sociais da Universidade Eduardo Mondlane.

**O Supervisor**

---

**O Presidente**

---

**O Oponente**

---

Maputo, Novembro de 2014

## **DECLARAÇÃO DE HONRA**

Declaro por minha honra que, este trabalho nunca foi apresentado para obtenção de qualquer grau acadêmico, e o mesmo constitui o fruto/ resultado da minha investigação pessoal, estando indicados no texto e na bibliografia, as fontes por mim utilizadas.

---

Ntikama Domingos Malapende

## DEDICATÓRIA

*Dedico este trabalho do fim do curso aos meus pais, Domingos Malapende e Consolata Filipe Muidumbe.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço imensamente ao meu supervisor dr. Danúbio Lihhe, pelo encorajamento ao longo do meu percurso académico.

A todos os docentes do Departamento de Arqueologia e Antropologia, pelo apoio, aconselhamento e pela orientação, sobretudo dos materiais de lê-los durante a realização deste trabalho.

A todos os colegas de licenciatura, principalmente os da turma de 2010.

Aos meus irmãos Rosalina D. Malapende, Glória D. Malapende, Binora D. Malapende, Charles D. Malapende e Filipe D. Malapende, que durante a minha vida lutaram para me verem a frequentar o ensino superior.

Aos meus sobrinhos Domingas António Abo, António Abo, Tchednma J. Duro, Ogechi J. Duro e Yuvy Filipe.

As palavras não cabem para descrever os feitos dos meus pais, Domingos Malapende e Consolata Filipe que sempre lutarão para ver os filhos irem à escola, pese embora, eles não terem estudado. Mas, hoje, eles sentem-se vitoriosos porque conseguiram encaminhar os seus filhos à escola para uma formação académica.

Por fim, um agradecimento especial a Universidade Eduardo Mondlane, por ter concedido uma bolsa de estudo para que o meu sonho se tornasse uma realidade.

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

**ACI-** Associação dos Comerciantes Informais

**AHM -** Arquivo Histórico de Moçambique

**A POLITÉCNICA-** Universidade Politécnica de Moçambique

**ASM-** Acção Social e da Mulher

**BM-** Banco Mundial

**BN-** Biblioteca Nacional

**CMCM-** Conselho Municipal da Cidade de Maputo

**MISAU-** Ministério da Saúde

**OTM-** Organização dos Trabalhadores Moçambicanos

**PNUD-** Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

**UEM-** Universidade Eduardo Mondlane

**UP-** Universidade Pedagógica

## **RESUMO**

O presente trabalho procura compreender as várias formas através das quais os indivíduos constroem diferentes realidades no contexto do mundo da rua na cidade de Maputo, a partir das práticas e representações sociais do acto de comer na rua. Este trabalho incide sobre os actores sociais, as relações e interacções sociais existentes, suas práticas e representações, em torno da comida e do acto de comer nesses lugares de rua.

Os "Restaurantes ambulantes" são estabelecimentos móveis, nos quais é comercializada a comida. Estes Restaurantes ambulantes são as viaturas que carregam a comida para a comercialização na zona baixa da cidade de Maputo. Essa comida é preparada a partir da residência doméstica e, depois, é transportada para rua com a finalidade de ser comercializada.

Assim, o trabalho tem por objectivo compreender as Práticas e Representações do acto de comer na rua, nos "restaurantes ambulantes", na baixa da cidade de Maputo.

A antropologia se interessou pelas crenças e pelos costumes alimentares dos povos primitivos, pelos aspectos religiosos em torno dos tabus e pelas preferências alimentares, pelos rituais sagrados ou profanos que acompanham a comensalidade e o simbolismo da comida (Canesqui, 2005).

Compreendemos que, os indivíduos no seu quotidiano constroem as suas identidades sociais de forma diferente, através da interacção que vão tendo no seu dia-a-dia.

O nosso estudo assenta-se no quadro teórico de Representação Social, como forma de explicar os processos de interacções entre indivíduos no meio urbano com os outros. Neste caso, o estudo procurou conciliar a metodologia de abordagem qualitativa e o método etnográfico, que nos permitiu descrever e interpretar os fenómenos sociais naquele contexto.

**Palavras-Chave:** Representação social, Comida e Intervenção Social.



## Índice

DECLARAÇÃO DE HONRA.....	ii
DEDICATÓRIA.....	iii
AGRADECIMENTOS.....	iv
LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS.....	v
RESUMO.....	vi
CAPÍTULO 1.....	1
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1. OBJECTIVOS.....	3
1.2. JUSTIFICATIVA.....	4
CAPÍTULO 2.....	6
2. REVISÃO DE LITERATURA E CONCEPTUALIZAÇÃO.....	6
2.1. REVISÃO DA LITERATURA.....	6
2.2. CONCEPTUALIZAÇÃO.....	10
CAPÍTULO 3.....	13
3. METODOLÓGIA.....	13
3.1. TÉCNICAS DE TRATAMENTO DAS ENTREVISTAS.....	13
3.2. MÉTODO.....	14
3.3. TÉCNICAS DE RECOLHA DE DADOS.....	16
3.4. ETAPAS DA REALIZAÇÃO DO TRABALHO.....	17
CAPÍTULO 4.....	18
4. RESULTADOS DA PESQUISA.....	18
4.1. LOCAL DO ESTUDO.....	19
4.2. PERFIL DOS ENTREVISTADOS.....	20
4.3. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS.....	21
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	32
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	35

# CAPÍTULO 1

## 1. INTRODUÇÃO

O presente trabalho tem como o tema: **Práticas e representações do acto de comer na rua: Um olhar sobre os usuários dos “Restaurantes Ambulantes” na baixa da cidade de Maputo.**

Existem várias abordagens que discutem sobre a “ comida de rua, como por exemplo a nutricionista, economicista e social. Essas abordagens discutem sobre práticas e representações da comida, especificamente no contexto do mundo da rua. Contudo, essas abordagens reflectem os comportamentos, atitudes dos consumidores e das vendedeiras, face ao consumo da comida de rua. Aqui, a “comida de rua” é um termo que foi usado para designar as refeições que são preparadas nas residências domésticas com a finalidade de ser vendida na rua.

A problemática da venda e do consumo de comida na rua têm sido abordadas em vários fóruns de carácter social. Porém, o consumo de comida de rua deriva sobretudo da distância que os consumidores percorrem entre o local de trabalho e as suas residências. A maior parte deles usam este serviço, como sendo a única alternativa disponível para se alimentar naquele momento, pois trabalham longe de casa e têm de almoçar próximo do local de trabalho, no centro da cidade. Na maioria dos casos, é uma maneira de optimizar tempo e economizar dinheiro (Casculo, 2011 e Fraga, 2013).

Neste caso, o nosso estudo foi conduzido em duas perspectivas: Nutricionista e Economicista. Para os nutricionistas, como por exemplo (Abreu *et al*, 2003), explicam que a comida de rua representa um perigo para a saúde do indivíduo, perante erros alimentares repetidos. Se nada for feito no sentido de dar ao homem o alimento necessário, em quantidade e qualidade. Será pelos princípios básicos da alimentação racional e equilibrada, nas famílias e colectividades, que se realizará, com segurança, uma profunda melhoria da nutrição em nível de saúde pública.

Contudo, os nutricionistas defendem que é preciso que haja um profissional para fazer um acompanhamento do consumo da “comida de rua” de forma a avaliar a qualidade das refeições. Deve haver uma colaboração entre as vendeiras e os nutricionistas na preparação da comida (Abreu *et al*, 2003).

Para os economicistas, o consumo de comida de rua é uma estratégia da poupança da economia, ou seja, é o uso racional da economia, de modo que as pessoas façam as suas próprias poupanças, devido ao ritmo de nível de vida que, o centro urbano proporciona para as pessoas. A perspectiva economicista explica que, a comida de rua está associada ao preço que é comercializada. Porém, os preços nesses locais de venda variam entre 50 a 80 meticais por cada refeição.

Nesta linha de abordagem, encontramos por exemplo Sahlins (1988), que considera que o preço natural ao qual a receita corresponde à média dos níveis de tais factores da sociedade. Para Sahlins as condições económicas estão em constante mudança, e cada geração encara os problemas de seu tempo de uma forma diferente. E a comida de rua proporciona um bom preço para o consumo humano.

Os economicistas defendem a ideia de que é preciso fazer-se uma racionalidade económica no consumo da “comida de rua”. Porém, as pessoas devem racionalizar as suas economias, quanto maior for acessibilidade no consumo, menor é o seu custo de compra.

De acordo com Cardoso *et al*, (2009), a comida de rua constitui um reflexo da condição económica e social, na medida em que delineia uma alternativa alimentar e nutricional de fácil aquisição, tanto pela acessibilidade física como social, devido ao seu menor custo.

Das duas abordagens apresentadas, nomeadamente a nutricionista e a economicista, procuramos abraçar a teoria de representação social, pelo facto de se adequar com a nossa pesquisa e, porque vai nos permitir a compreender os processos de interacção entre indivíduos e o meio social.

Este é o resultado do modo de vida urbano contemporâneo, que caracteriza a comida pela escassez de tempo para preparo e consumo de alimentos, pelo deslocamento das refeições de casa para alimentação fora deste ambiente, pelo uso de alimentos prontos e diversificados para o

consumo e, ainda, pela flexibilização nos horários das refeições, a comida de rua é compreendida como opção mais viável para grande parte da população (Garcia, 1994).

Numa primeira instância o trabalho traz um resumo geral do assunto em análise/discussão.

O trabalho está organizado em (4) capítulos: No primeiro capítulo iremos apresentar uma nota introdutória do trabalho, onde também faz parte: o problema da pesquisa, Justificativa e a motivação e os objectivos da pesquisa dentre os quais: Objectivo Geral: Compreender as Práticas e Representações do acto de comer na rua nos “restaurantes” ambulantes. Objectivos específicos: Descrever as práticas e representações da comida de rua entre os consumidores e as vendedeiras; Identificar as relações que são estabelecidas no quotidiano entre os usuários de “restaurantes” ambulantes e os utentes; Interpretar os discursos e percepções que as pessoas têm a cerca da comida de rua nos “restaurantes” ambulantes.

No segundo capítulo, esta inserido a Revisão de Literatura e conceptual, onde vamos encontrar os conceitos-chaves, contexto e teoria de abordagem.

No terceiro capítulo, iremos apresentar a Metodologia, onde vamos encontrar: técnicas de tratamento das entrevistas, técnicas de recolha de dados, Etapas da realização do trabalho e o método de abordagem.

No quarto capítulo, iremos apresentar os Resultados da pesquisa, onde vamos encontrar discussão dos resultados, perfil dos entrevistados e local de estudo. Por último, são as Considerações Finais e referências bibliográficas.

## **1.1. OBJECTIVOS**

### **Objectivo Geral**

- Compreender as Práticas e Representações do acto de comer na rua nos “restaurantes” ambulantes.

## Objectivos Específicos

- ✓ Descrever as práticas e representações da comida de rua entre os consumidores e as vendedeiras;
- ✓ Identificar as relações que são estabelecidas no quotidiano entre os usuários de “restaurantes” ambulantes e os utentes;
- ✓ Interpretar os discursos e percepções que as pessoas têm a cerca da comida de rua nos “restaurantes” ambulantes.

## 1.2. JUSTIFICATIVA

Para chegar a este nível de escolha do assunto que pretendíamos analisar, tudo começou numa conversa com minha colega do curso na sala de aulas da faculdade. Nesta conversa, falamos acerca do tema do fim do curso. É, nesse contexto que, abordamos sobre o acto de comer na rua, partindo daquelas senhoras que vendem comida nas viaturas. Em seguida, achamos que o assunto era interessante e que se poderia pensar mais para chegar a um tema coeso de carácter investigativo.

Considera-se inicialmente a presença do tema alimentação nos estudos das Ciências Sociais. Entretanto, a alimentação não é algo novo para Antropologia, essa relação, já existia desde os tempos remotos no campo de Antropologia. Ao compreender o fenómeno alimentar e o seu consumo, em uma abordagem mais qualitativa, pode-se avançar na construção das Ciências nutricionais, privilegiando-se uma abordagem compreensiva sobre o alimento e a alimentação nos dias actuais (Fonseca *et al*, s/d).

As Ciências Sociais estudam as relações sociais, que são estabelecidas entre indivíduos e, também, consideradas como (relações inter-individuais), para procurar explicar os processos sociais e interpretar sobre uma determinada realidade em que nela é construída (Nunes, 1987).

A antropologia tem tratado a alimentação vinculado a diversidade dos costumes, mostrando o carácter simbólico que envolve as actividades humanas. Pese embora, a alimentação não

constitua uma coisa nova para Antropologia, ela depara-se com outro fenómeno, neste caso, a transposição da comida de casa para rua (Romanelli, 2006).

A motivação subjacente a este projecto de pesquisa, foi o interesse pessoal, pois já vinha apreciando questões ligadas à alimentação dentro da Antropologia. Segundo, foi pelo carácter antropológico de abordar os fenómenos sociais, de uma forma particular, de modo a perceber o geral.

O nosso estudo prosseguiu com a seguinte pergunta de partida: Como é que os usuários de “restaurantes” ambulantes na cidade de Maputo representam a comida de rua?

## CAPÍTULO 2

### 2. REVISÃO DE LITERATURA E CONCEPTUALIZAÇÃO

#### 2.1. REVISÃO DA LITERATURA

A revisão de literatura mostra que, o processo de interação entre os consumidores e as vendedeiras da comida de rua, tem sido contínua a cada dia que passa. Por um lado, a revisão de literatura mostra que, a comida de rua é rápida e os preços são acessíveis para o consumo. Por outro lado, o consumo da comida de rua constitui um perigo na manutenção da saúde pública do indivíduo.

No Brasil, por exemplo, desde o começo do século XIX que os alimentos nas ruas ganharam corpo com a chegada de D. João VI e a corte portuguesa, que se estabelecendo na Baía de *Guanabara* no Brasil, estimulou o desenvolvimento do comércio e do urbanismo na região. Após o término do comércio de escravos e a abolição da escravatura em 1888, os negros eram os únicos a cozinham nas ruas, fugindo da pobreza e do desemprego em geral. Foi assim, que a comida de rua passou a ser vista como comércio para os pobres (Cascardo, 2011 e Fraga, 2013).

Para os ambulantes, neste caso, a venda de comida de rua é uma alternativa de trabalho, ou seja, é uma fonte de rendimento para sustentar as suas famílias. Ao passo que, para os consumidores a comida de rua é a mais rápida e os preços são mais acessíveis para o consumo (Santana, 2007).

Segundo Oliveira (1997), a rua é um espaço definido precisamente ao inverso. A rua é o local perigoso. Porém, a ideia de comer na rua remete-nos, primeiro a necessidade da pessoa sentir a fome. Segundo, é que esse consumo dos alimentos torna-se como uma prática material e simbólica que expressa pertença social.

Num outro estudo feito no norte de Moçambique entre os Macondes, o alimento nunca é preparado para a família de cada casa, mas para todos que compartilham o mesmo espaço. Contudo, cada mulher, quando cozinha, envia a metade da refeição para a casa dos homens.

Aqui, a comida que vem para a *chitala*<sup>1</sup> não é para os homens da sua família, mas para todos os que lá estiverem. Sendo assim, a comida é uma prova que pode determinar a relação de amizade entre os Macondes, como documenta os autores (Dias & Dias, 1964).

Num outro estudo realizado no sul de Moçambique sobre os Tsongas, sustenta-se que essas sociedades dedicam-se grandes cuidados à cozinha. Cada prato, cada processo de cozinhar tem o seu nome particular em que a própria sociedade atribui esses significados (Junod, 1912).

A comida de rua surgiu como um trabalho dos negros escravos e, estes, que tinham experiência em cozinhar vendiam alimentos nas ruas. No entanto, era uma forma de escala social, e que poderia levar até mesmo à liberdade, caso fosse possível economizar dinheiro e comprar a sua liberdade (Cascudo, 2011 e Fraga, 2013).

De acordo com Latham (2001-2003), *Food and Agriculture Organization of the United Nations*, afirmam que, o estudo sobre os consumidores de comida de rua estima-se entre 2,5 bilhões de pessoas em todo o mundo que consomem comida de rua diariamente, porque ela proporciona bons preços e, é de fácil aquisição para o consumo humano.

Um estudo realizado na América Latina, estima que cerca de 25 a 30% do gasto familiar nos grandes centros urbanos destinam-se ao consumo de comida de rua. As enfermidades transmitidas por alimentos são consideradas um problema de saúde pública, segundo a Organização Mundial de Saúde (s/d), uma vez que atinge grande parcela da população das diversas partes do mundo, causando prejuízos não apenas à saúde do consumidor como também incapacidade laboral temporária.

---

<sup>1</sup>Chitala é um alpendre que é feita dentro do quintal, através de bambu, pau e capim, em formato circular. Que serve como um sítio de lazer familiar, descanso e um sítio onde pode se resolver problemas familiares. É um lugar reservado para tomar-se as refeições com os amigos e famílias.



Ao estudarmos as práticas e representações sociais entre as vendedeiras e os consumidores, estaremos abordando os significados e a representação da “comida de rua” nos centros urbanos. Mais, concretamente percebermos o padrão alimentar idealizado em suas representações e quais os recursos explicativos utilizados para defini-lo em termos de significados e seu valor simbólico, que a comida representa na vida das pessoas, visto que a comida quando é preparada para o consumo caseiro torna-se sagrada e quando vai à rua é profana (Cândido, 1987).

Com base nessas práticas e representações sociais podemos construir o nosso quotidiano e atribuir significados, os seus valores simbólicos e culturais da alimentação na sociedade, embora ela tenha outra dimensão dessa socialização. No simbólico, o homem procura dar os significados e sentimentos que, ele próprio vivencia no seu quotidiano (Poulin, 2004).

Os estudos aqui apresentados por vários autores sobre a venda e o consumo de comida de rua, permite-nos captar dois factores que estão ligados à venda e o consumo da comida na rua: Primeiro aspecto, está relacionado com a falta de tempo dos consumidores regressarem às suas casas para passarem as suas refeições, como é sabido, eles saem das zonas periféricas. Segundo aspecto, a venda de comida na rua é uma alternativa de trabalho e de estratégia para sustentar as famílias das vendedeiras.

A perspectiva nutricionista olha a comida de rua sob ponto de vista de risco para a saúde pública. Para esta perspectiva a comida de rua deveria ter um acompanhamento de um profissional nutricionista para avaliar a qualidade da comida para o consumo.

Enquanto a perspectiva economicista procura quantificar a quantidade do consumo e do preço da comercialização que é acessível para o seu consumo. Quanto maior for a preparação da comida de rua, menor é o seu custo de venda.

Essas duas abordagens mostram-se limitadas, porque não conseguem explicar e interpretar os significados, os seus valores simbólicos e a representatividade que os consumidores atribuem a comida de rua. Por outras palavras, o que representa a comida de rua na vida das pessoas, enquanto, actores sociais.

A regulação da venda de comida nas ruas se configura como um dos maiores avanços entre as estratégias propostas para o sector, tanto no que se refere ao uso ordenado do espaço público quanto no que trata do controle sanitário, tendo em vista a complexidade dos aspectos relacionados à conformação e à continuidade do segmento.

Para a análise dos discursos dos nossos entrevistados, optamos pelo uso do conceito de Representação Social que foi iniciado por Durkheim e depois foi desenvolvido por Moscovici. A escolha dessa teoria, deveu-se na possibilidade de explicar compreendendo as relações entre os consumidores e as vendedeiras, que são estabelecidas no seu quotidiano sobre a comida de rua. É a partir dessa representação que vamos procurar compreender as formas de convívio entre esses consumidores da comida de rua.

A problemática deste estudo era de compreender de que forma estes actores sociais “os consumidores e as vendedeiras de comida de rua”, olham esses aspectos de comer no contexto da rua. Porém, tendo em consideração que a maior parte dos consumidores passam as suas refeições na rua.

Um dos pontos levantado aqui, é que com a falta de postos de trabalhos formais, baixo poder aquisitivo da população, acesso limitado à educação e ao mercado de trabalho formal, além das migrações das zonas rurais para as zonas urbanas, em virtude da degradação das condições de vida no campo as pessoas são forçadas a abandonar as zonas de origem para os centros urbanos como refúgio de melhoria do seu auto-emprego (Cardoso *et al*, 2009).

Segundo Loforte (s/d), os períodos da guerra e desestabilização militar, económica e política em Moçambique, numerosas famílias foram forçadas a abandonar as suas aldeias e a procuram as zonas urbanas em busca de refúgio e de melhores condições de vida. Essas pessoas refugiaram para os centros urbanos a procura de oportunidade de vida.

## **2.2.CONCEPTUALIZAÇÃO**

Nesta secção vamos apresentar os conceitos por nós usados como a Representação social, Comida e Intervenção social.

### **Representação Social**

Esta teoria, primeiramente, foi da iniciativa de Durkheim, a qual tinha designado por representações colectivas, mais tarde, foi transformada ou desenvolvida pelo Moscovici (1978). Entretanto, Moscovici para chegar à teoria Social partiu do conceito de representação colectiva iniciada por Durkheim, para construir sua própria teoria, na qual esse conceito serviria para caracterizar as acções dos actores sociais.

Segundo Moscovici (1978), uma representação social é um fenómeno do quotidiano, que se produz num determinado contexto social. Ou seja, o indivíduo é actor participante da colectividade e se apropria da produção colectiva acerca de determinados valores sobre os quais a colectividade criou uma ideia comum que deve ser partilhada.

De facto, cada contexto é um contexto, a que vale dizer que, as representações sociais vão de acordo com o meio, onde está sendo desenvolvida para dar o seu próprio sentido.

Uma representação pode ser classificada como social porque é produzida colectivamente, no entanto, para se apreender o sentido do qualificativo social é preferível enfatizar mais a função a que ele corresponde do que as circunstâncias e as entidades que reflecte (Moscovici, 1978).

Representação social, como as formas de conhecimento, do senso comum ao pensamento científico, ou as ideias produzidas socialmente e que não podem ser explicadas como fenómenos da vida individual, pouco podem ser explicados pelos fenómenos psicológicos. Contudo, as representações sociais/colectivas são as formas de pensamento que a sociedade elabora para expressar sua realidade. Essas formas são incorporadas e interiorizadas pelos indivíduos através da vida em sociedade e das normas, regras que formam a estrutura social (Durkheim, 1975).

As representações sociais podem ser definidas como “*imagens construídas sobre real*” Minayo (1994). Elas são elaboradas na relação dos indivíduos em seu grupo social, na acção no espaço

colectivo comum a todos, sendo assim, diferente da acção individual. O espaço público é o lugar onde o grupo social pode desenvolver e sustentar saberes sobre si próprio, saberes consensuais, isto é, representações sociais.

Enquanto Lefebvre (1983) traz uma visão diferente que à apresentada por Minayo, na qual considera que, a representação social é “uma presença na ausência”. Signos, crenças, visões de mundo que se representam são, na maioria das vezes, algo ausente. Contudo, o indivíduo exerce duas funções quer no contexto da rua e em casa. Os papéis que o indivíduo exerce aqui são diferentes, pois no mundo da rua o indivíduo é público, mas em casa é privado com seus valores e significados.

Assim, para Moscovici, Durkheim e Minayo, as representações sociais são construídas no nosso quotidiano para explicar as acções individuais de um real concreto. Esses autores têm a mesma visão inerente a representação social. Porém, foi através desse debate que Geertz (1973) sentiu a necessidade de entrar nesse debate para mostrar que, a realidade é constituída como tal pela significação que lhe é conferida ao ser interpretada. Através da linguagem, a interpretação é o instrumento que constrói a realidade a partir de actividades simbólicas.

### **Intervenção Social**

Os psicólogos, como por exemplo, Casa (s/d), explica que é preciso pensarmos na necessidade de mudança das representações sociais nos grupos sociais, de seus problemas sociais e da forma como cada um dos problemas é enfrentado.

É preciso ter em conta que a intervenção social tem a ver com a forma como o indivíduo pertencente a um grupo social pode intervir nesse processo (Mouro e Simões, 2001). Nesta perspectiva Almeida e Calmo (2002), aliam-se em considerar que a comida de rua ganhou uma nova dinâmica que a sociedade e os centros urbanos enfrentam.

Tanto para a intervenção social e abordagem nutricionista partem do princípio que deve haver uma colaboração entre os actores sociais na mitigação desse fenómeno. Porém, a colaboração deve residir a partir do momento em que os nutricionistas fazem uma intervenção para avaliar a qualidade do consumo da comida (Abreu *et al*, 2003).

## **Comida**

De acordo com Montanari (1998-2004), Comida é cultura quando consumida, porque o homem, embora podendo comer de tudo, ou talvez justamente por isso, na verdade não come qualquer coisa, mas escolhe a própria comida, com critérios ligados tanto às dimensões económicas e nutricionais quanto aos valores simbólicos de que a própria comida se reveste. Por meio de tais percursos, a comida se apresenta como um dos elementos de uma identidade cultural de um determinado povo. É, também, um dos mais eficazes instrumentos para comunicá-la. Isto é, a comida faz com que os homens troquem impressões no seu quotidiano.

Harris e Ross (1987) aliam-se com fio de pensamento trazido por Montanari, da seguinte maneira: a comida tem que satisfazer, em primeiro lugar, o estômago e depois a mente humana: se o alimento é bom para comer, então é bom para pensar. Os mesmos autores acrescentam que, as preferências ou aversões alimentares explicar-se-iam em termos materialistas (económicos ou nutricionais). Os comportamentos alimentares são optimizados (bom) segundo a relação de custos e benefícios. É preciso ter em conta que, a alimentação é fundamental na vida de um indivíduo.

Simmel (1994-1910) entra neste debate para explicar que a refeição é concebida como uma circunstância de partilha na qual pessoas sem ter nada em comum, além da necessidade de comer, podem se agrupar e partilhar a mesa e a comida. Neste caso, a comida torna-se individual a partir do momento da sua ingestão.

## **CAPÍTULO 3**

### **3. METODOLÓGIA**

Neste capítulo, iremos apresentar os procedimentos metodológicos que permitiram a elaboração do presente trabalho. A metodologia é o fio condutor para qualquer tipo de pesquisa. Aqui descrevo os métodos, as técnicas e os instrumentos usados, bem como as etapas da pesquisa e os constrangimentos encontrados.

Por razões de ética e de confidencialidade, não foi possível de apresentar os nomes dos meus entrevistados, de modo a garantir a segurança e a privacidade dos nossos informantes. E, também, entrevistamos um grupo de mulheres que forneceram alguns dados.

#### **3.1. TÉCNICAS DE TRATAMENTO DAS ENTREVISTAS**

Ao logo da nossa pesquisa no terreno, procuramos seleccionar o nosso grupos alvo, com expectativa de fornecer-nos informações úteis para o nosso estudo. Entretanto, durante esse tempo que estivemos no campo a recolher dados trabalhamos com os consumidores da comida de rua e as próprias vendedeiras.

Nesta pesquisa, fazem parte dos consumidores com os comerciantes da rua e os funcionários do sector público e privado.

Nos primeiros dias, foi um pouco difícil trabalhar com este tipo de pessoas, porque era considerado como um estranho no seio deles. Graças a simpatia que uma das vendedeiras teve com o pesquisador, foi possível criar um laço de amizade com ela e essa foi uma das portas de entrada para recolher a informação que se pretendia. Daí em diante, a vendedeira encaminhou-nos para outras vendedeiras para poder ter mais informação. Foi assim, como iniciou.

As vendedeiras de comida de rua trabalham em equipa com suas funcionárias aprendizes coma perspectiva de um dia continuarem com esta prática de vender a comida na rua.

### **3.2. MÉTODO**

Método é um procedimento/ caminho o qual usa-se para alcançar-se um determinado objectivo de pesquisa.

Segundo Moscovici (1995), o objectivo do método é dar os caminhos/ pistas para um determinado estudo, onde o pesquisador vai se conduzir para compreender e observar os fenómenos sociais. É de discernir qual dos métodos pode ser mantido com plena responsabilidade e, qual deve ser abandonado, numa época de mudanças, tanto intelectual como social, sem precedentes.

Na primeira fase, o nosso estudo baseou-se numa pesquisa bibliográfica, que consistiu na leitura de livros, teses e artigos que versam sobre o assunto de pesquisa de forma a estarmos a par sobre o estado actual do tema, tais obras de certa forma conduzem a nossa pesquisa. Após termos feito a pesquisa bibliográfica, o segundo passo do nosso estudo, foi a realização de uma pesquisa exploratória.

O levantamento de dados primários consiste em inteirar-nos directamente com os indivíduos na expectativa de conhecer o seu comportamento e os dados secundários são capturados por meio da pesquisa bibliográfica ao consultar referências teóricas publicadas por meios escritos e electrónicos, permitindo ao pesquisador conhecer o que já se estudou sobre o assunto em análise (Gil, 2002).

Para a nossa pesquisa, escolhemos a abordagem qualitativa, porque partimos do pressuposto que a natureza do nosso estudo, requer manter um contacto entre o pesquisador e o pesquisado.

De acordo com Bauer & Gaskell (2002), a pesquisa qualitativa é um processo social construído por pessoas em suas vidas quotidianas. Essa abordagem oferece condições para se ampliar e compreender o mundo da vida dos pesquisados, buscando narrativas e comportamentos dos sujeitos sociais, através das suas atitudes e valores em um contexto social.

Um dos pontos fundamentais dessa pesquisa reside em estabelecer um contacto com objecto de estudo, de modo que o pesquisador procure fazer o maior possível de compreender os fenómenos, que estão a ocorrer naquele contexto (Triviños, 1987).

Depois, fez-se uma recolha de dados etnográficos no terreno. Porém, como recolha de dados, o nosso estudo foi conduzido numa entrevista semi-estruturada e uma observação directa dos nossos informantes. Na qual, realizamos a nossa pesquisa com os consumidores da comida de rua, onde foram entrevistadas (10) pessoas que passam as suas refeições naquele sítio, (5) foram do sexo masculino com uma idade que varia entre os 25 a 54 anos e, 5 do sexo feminino com uma idade compreendida entre os 27 a 40 anos.

Fazer uma observação participante tem a sua vantagem, porque o pesquisador conhece bem o seu objecto de pesquisa e, os seus valores culturais, práticas e as suas acções que são praticadas no seu quotidiano. Neste caso, como explica Malinowski (ano), o pesquisador não vai emitir os juízos de valor sobre aquela sociedade, ele vai revelar os factos que estão acontecer naquele momento.

Malinowski (1976 numa das passagens na sua obra sobre os “*Argonautas do Pacífico*”, frisa que para compreender as lógicas de cada sociedade é preciso que se faça uma observação no terreno, manter um contacto com o seu objecto de estudo.

Com efeito, nesta pesquisa, foram entrevistados (10) participantes dos quais, cinco (5) foram as vendedeiras e os outros cinco (5) foram os usuários dos “restaurantes” ambulantes. Contudo, o nosso estudo foi realizado na zona baixa da cidade de Maputo, onde fizemos entrevistas em diferentes locais.

Na avenida Zediquias Manganhele, com o cruzamento da Avenida Guerra Popular, perto das Bombas Engel, foram entrevistadas (3) pessoas, duas do sexo masculino e uma do sexo feminino.



Enquanto, na Avenida Samora Machel, com o cruzamento com Avenida Zediquias Manganhele próximo do Jardim Tunduro, foram entrevistadas (4) pessoas, das quais (3) do sexo masculino e (1) do sexo feminino.

O estudo enquadra-se numa abordagem de carácter qualitativa, trata-se de uma pesquisa de carácter exploratório e descritivo. Porém, os dados qualitativos são suportes para qualquer explicação de um estudo realizado.

### **3.3.TÉCNICAS DE RECOLHA DE DADOS**

Como forma de recolha de dados, usamos um bloco de notas, uma caneta e telefone celular. O bloco de notas permitiu-nos registar todos fenómenos que ocorriam no terreno, incluindo as conversas que tínhamos com os nossos informantes.

O telefone celular, permitiu-nos gravar os contactos dos informantes chaves de modo a obtermos informações com mais clareza.

Desta feita, procuramos ministrar usar as entrevistas semi-estruturadas. Locais aos consumidores de comida de rua, nomeadamente os funcionários de diferentes instituições do sector público, privado e vendedores.

Cada um desses funcionários exerce diferentes funções. Com base nas histórias de vida dos nossos entrevistados foi possível percebermos as razões que as pessoas levam a comerem a comida de rua. Pois, ao longo desse processo de entrevista vai se estabelecer um diálogo com os entrevistados de modo que tenhamos um contacto permanente com o nosso objecto de pesquisa.

A técnica de observação participante precisou de um contacto com pessoas que não estavam familiarizadas e procuramos estabelecer um contacto com as mesmas, por meio da amizade.

A técnica de recolha de dados é um procedimento, no qual se faz por meio de entrevistas e de observações com os informantes, de modo a obter-se informações com o objecto de estudo. Essas técnicas de recolha de dados, não têm uma única linha de orientação, na recolha de dados, depende muito mais da estratégia que o pesquisador vai usar, para ter as informações. Por outras palavras, depende da criatividade do pesquisador traçar as formas como ter os dados no terreno.

Com base na técnica de observação, entrevistas semi-estruturadas e conversas informais, permitiu-nos recolher os dados sobre os consumidores e as vendedeiras de comida de rua, na qual vamos compreender as suas práticas e representações da comida no seu quotidiano.

### **3.4.ETAPAS DA REALIZAÇÃO DO TRABALHO**

Importa referir que, o nosso estudo foi realizado em seis (6) etapas a compreender: Na primeira fase, foi realizada a recolha de material em suporte físico e electrónico, na Biblioteca do Departamento de Arqueologia e Antropologia (DAA), Biblioteca do Departamento de Sociologia, Centros de Estudos Africano, Biblioteca Brazão Mazula, Biblioteca Central da Politécnica, Biblioteca Nacional e Biblioteca da Acção Social e da Mulher.

As entrevistas exploratórias, foram efectuadas na baixa da cidade de Maputo, onde se encontram os “restaurantes ambulantes” e, por ser o local onde há maior concentração das vendedeiras e dos consumidores. Como é sabido, a zona baixa é um lugar com maior número dos comerciantes nesta parcela da cidade.

O trabalho foi realizado durante três meses (3) a saber: Julho, Agosto e Setembro de (2013), e participaram nesta pesquisa mulheres com uma idade compreendida entre 27-40 anos e com uma idade entre 25 a 54 anos de idade, todos residentes na periferia da cidade de Maputo.

## CAPÍTULO 4

### 4. RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo apresentam-se e analisam-se os resultados da pesquisa.

Nesta pesquisa constatamos que, tanto para os consumidores como para as vendedeiras, as relações de amizade e afinidade são fundamentais, na medida em que contribuem para a prática deste tipo de comércio informal.

Com base nas conversas que íamos tendo com os nossos entrevistados, achamos conveniente fazer uma entrevista isolada com cada um dos nossos informantes, de modo a facilitar-nos a ter acesso a informação que, eles iam disponibilizando durante a entrevista. Essa entrevista isolada permitiu-nos perceber o que cada um dos entrevistados pensa a cerca da comida de rua.

Entre os consumidores e as vendedeiras de comida de rua existe uma diferenciação socioeconómica. Esta diferenciação verificou-se no terreno e com as conversas que mantivemos com as vendedeiras.

Existem algumas vendedeiras que possuem dois carros de venda de comida naqueles locais. Assim, elas reservam um espaço para levarem a comida em algumas instituições, onde solicitam os seus serviços. Contudo, as vendedeiras consideram que quem tem mais de dois carros, facilita a expansão de venda de comida para outros locais na cidade.

Entre as pessoas entrevistadas, algumas consideram que, a “comida de rua” é boa para ser consumida e é acessível aquisição (compra). Embora, não garanta em termos dos nutrientes compostos, a comida de rua, também não garante uma máxima segurança, para o consumo humano, pois provocar várias doenças na saúde pública do indivíduo.

Praticamente, os consumidores da comida de rua passam as suas refeições com os seus colegas de trabalho, amigos e mais outras pessoas que têm a mesma afinidade com esses consumidores.

Os nutricionistas advogam que a comida de rua deve ser comercializada com base numa intervenção prévia de um profissional, nutricionista para poder avaliar a qualidade do consumo da comida de rua. Enquanto os economicistas associam o consumo da comida de rua ao baixo preço da comercialização da mesma. Outrossim, os resultados aqui apresentados apontam que a cada dia que passa aumentam o número de pessoas que consome a comida de rua, por ela ser boa para o seu consumo ou por ser acessível em termo de custo e rapidez.

#### **4.1.LOCAL DO ESTUDO**

Neste estudo, os “restaurantes” ambulantes aqui abordados, situam-se nos arredores da zona da Baixa da Cidade de Maputo, especificamente nas Avenidas Karl Marx, Samora Machel, Zedequias Manganhela e Fernão Magalhães. O presente trabalho procura estudar as relações e interações sociais existentes, suas práticas e representações, em torno da comida de rua e do acto de comer nesses lugares.

A escolha desses locais foi motivada pelas seguintes razões: primeiro, esses locais mostram maior frequência dos “restaurantes” ambulantes na cidade de Maputo. Segundo, pelo modo como essas vendedeiras preparam a comida e pela simpatia, amizade criada com os consumidores.

Segundo Burgess (2006), os locais podem ser escolhidos onde haja pessoas que querem cooperar, onde a situação é conveniente para o investigador e onde ele tenha alguns contactos já estabelecidos. É de extrema importância que a colaboração das pessoas na pesquisa facilita o andamento do trabalho em curso.

Contudo, a investigação no terreno tem lugar em situações sociais nas quais o investigador participa. Entretanto, a tarefa de um investigador é observar e registar a vida das pessoas tal como ela ocorre, onde define o seu campo de estudo e reduz o âmbito do seu trabalho.

Acreditamos, que certas práticas são delineadas pela própria dinâmica da vida urbana, tal como encontramos no centro da cidade de Maputo. Ao pensar sobre representações sociais no meio

urbano, levou-se em conta as noções de tempo/espço e a diversidade contida nos centros urbanos.

#### **4.2. PERFIL DOS ENTREVISTADOS**

Nesta sessão, irei apresentar o perfil dos entrevistados. Nos “ Restaurantes” ambulantes frequentam todo tipo de pessoas, não há restrição para o consumo da comida, independentemente da posição social do indivíduo. Contudo, alguns consumidores da comida de rua, por exemplo os que fazem os seus negócios próximos dos locais de venda de comida, passam as suas refeições ali. São pessoas que praticam seus negócios no seu dia-a-dia. Para esse grupo de pessoas, a forma de pagamento tem sido pré-pago.

Enquanto outros consumidores da comida de rua são pessoas que trabalham nos sectores públicos e privados. Esses têm um tratamento especial por parte das vendedeiras, quando chega a hora de almoço. Eles possuem o privilégio de assinar um livro de notas e fazem o pagamento no final do mês. Também, fazem parte desse grupo, os transportadores semi-colectivos, vulgo chapa cem e os taxistas mais conhecidos por *Txopela*.

Este cenário corrobora com o posicionamento de Oliveira *et al*, (2007), segundo o qual os consumidores desse tipo de alimento é diversificado, incluindo vários sectores da sociedade que procuram uma refeição melhor, de baixo custo e rapidez no preparo, preocupados inicialmente com o preço, a conveniência e o sabor.

Os estudos sobre a venda e o consumo de comida de rua, sustentam que, (i) a falta de tempo dos consumidores em regressarem para casa e passar as suas refeições, pois, muitos consumidores da comida de rua, são provenientes das nas zonas periféricas; (ii), a venda de comida na rua, é uma alternativa de trabalho e de estratégia para sustentar as famílias.

### **4.3.DISCUSSÃO DOS RESULTADOS**

Nesta secção, apresenta-se e discute-se os resultados, os quais a pesquisa chegou. A análise de dados permitiu-nos a construção de uma nova realidade no nosso campo de pesquisa onde realizamos o nosso trabalho, através das observações, discursos e entrevistas que tivemos com os nossos informantes.

Como é sabido, na Antropologia usa-se o método etnográfico como forma de descrever os factos socioculturais, que se manifestam num determinado contexto, para explicar uma realidade vivida. Pautamos em usar esse método como forma de recolha de dados, para dar sentido à pesquisa levada a cabo nesse estudo, ou seja, para dar coerência à pesquisa.

Para compreender as formas como cada sociedade interpreta, explica e analisa os fenómenos sociais, é preciso que o etnólogo tenha um contacto com o seu pesquisado, de modo a inteirar-se com eles. Deste modo, permite que o etnólogo explique as lógicas, códigos e os sentidos, que os nativos usam no seu quotidiano, como forma de explicar a sua realidade vivida (Malinowski, 1997).

No processo de recolha de dados foram usadas técnicas, métodos, entrevistas e as observações, que nos permitiram verificar as várias formas como os fenómenos sociais se manifestavam no local, principalmente quando chega a hora de almoço, e, as conversas que são produzidas com os nossos informantes, como forma de interagir com os mesmos.

Com base nas técnicas acima referidas, percebemos que, para além das formas como as vendedeiras servem a comida, também, entendemos que entre os consumidores assumem este papel que a refeição traz consigo uma representação simbólica na vida quotidiana.

Assim, foi possível observar as várias formas de interações entre os indivíduos que se fazem presentes quando chega a hora de almoço. Neste âmbito, foi possível observar que, quando chega a hora de almoço, principalmente aqueles que comem naquele sítio de venda de comida, verifica-se uma separação entre pessoas do sexo masculino e pessoas do sexo feminino.

Algumas pessoas do sexo feminino, não se sentem confortáveis, quando estão no mesmo sítio com certas pessoas do sexo masculino. Isso, porque as pessoas do sexo feminino gostam muito de estar ao lado daqueles que têm dinheiro, de modo a lhes pagar a conta quando necessitarem de comer naqueles locais “ restaurantes” ambulantes.

Enquanto para as pessoas do sexo masculino partem do princípio de que a comida faz o homem a conviver com os outros. Também, foi possível verificar que entre os consumidores existem um complexo de inferioridade entre eles, porque segundo a entrevista que tivemos com essas mulheres (consumidoras) relatam que:

*[Nós não gostamos de comer no mesmo sítio com pessoas que não são do nosso nível é, por isso que não gostamos de nos juntar com eles para almoçar. Primeiro, gostamos de homens que pagam as refeições para nós. Segundo, é que devem ser homens que não têm dificuldades financeiras, mesmo que sejam casados, o que nós queremos é que eles paguem as refeições para nós” [grupos de mulheres dos 35 anos de idade].*

Durante as conversas que tivemos com as vendedeiras de comida de rua, foi possível captar que, existem algumas vendedeiras que têm uma idade superior a 40 anos. E, também, existem aquelas vendedeiras que têm uma idade inferior a 30 anos. E, durante as conversas que tivemos com os nossos informantes, constatou-se que, este é um comércio rentável para essas pessoas, é uma forma de garantir a sustentabilidade das suas famílias, ou seja, é fonte de rendimento para as famílias.

*“Eu passo as minhas refeições todos os dias aqui na rua. Existem outros factores que me levam a comer aqui na rua, um dos factores que me leva a comer esta relacionado com a distância entre a minha casa e a cidade. Eu vivo na Matola, sair daqui para lá, envolve transporte de chapa, para não gastar com chapa, prefiro ficar aqui, a passar as minhas refeições todas, porque sei que os preços são acessíveis para o consumo, diferente daquela comida que é vendida nos restaurantes modernos. Eu não me arriscaria a ir comer nesse restaurante sabendo que, tenho família para sustentar”.*

Esta explicação enquadra-se na perspectiva economicista. A segunda está inserida na escolha do espaço para o consumo. Nesta perspectiva percebe-se que, as pessoas vão comer nos "restaurantes" ambulantes para poupar as suas economias, com vista a garantir a sustentabilidade das suas famílias. A escolha de espaço de consumo, deve ser feita de acordo com as economias pessoais para garantir a sustentabilidade, porque não adianta fazer muitos gastos sabendo que deve sustentar a família.

Em geral, as pessoas já se familiarizaram com as senhoras que vendem a comida de rua. Esta confiança reside da forma como essas senhoras preparam a comida.

Entretanto, a maior parte dos consumidores de comida de rua, são pessoas que saem das zonas periféricas dos centros urbanos da cidade de Maputo. Como é sabido, o centro urbano é um espaço onde atrai os indivíduos de modo a procurarem as melhores condições de vida.

### **Discurso e Percepções que as pessoas têm a cerca de comer na rua nos “ restaurantes” ambulantes.**

*[A comida que preparam essas senhoras é boa, não há diferença com aquela que agente come em casa. Hoje em dia, para ter um emprego é difícil, talvez essa seja uma das formas que essas senhoras optaram em fazer este tipo de comércio de vender a comida na rua. Uma das senhoras que vende conheço, é uma vizinha lá no bairro, onde agente vive. Praticamente, ela cozinha uma boa comida e, eu como com gosto. Ela cozinha um pouco de tudo, como a Xiguinha e kakana, um prato típico da minha terra de origem].*

Com esta declaração percebe-se que, com a falta de um emprego melhor nos centros urbanos, as pessoas são obrigadas a praticarem este comércio de venda de comida na rua, como uma estratégia de sobrevivência e sustentabilidade das suas famílias.



*[Passo as minhas refeições aqui na rua, todos os dias, por que gosto a maneira como essas senhoras preparam a comida, mas existem algumas pessoas que estranham essa comida. O importante é comer, para satisfazer as nossas necessidades. A única diferença que posso encontrar entre a comida da rua e de casa é o próprio espaço que esta é servida].*

*“Comparando a comida que essas senhoras preparam aqui na rua e àquela que preparam nos restaurantes luxuosos, eu vejo que não há diferença em termos de valores nutritivos. A única diferença que podemos encontrar é o espaço, em que um é reconhecido pelo Estado e outro não é reconhecido pelo Estado, neste caso os ambulantes”.*

Com esta afirmação entende-se que, este tipo de comércio ainda não é reconhecido pelo Estado, para legitimar como um comércio formal.

*“Este comércio veio facilitar-nos a nós, os consumidores, porque não era possível deslocarmo-nos à casa para almoçar. Mas, este negócio veio minimizar os nossos custos, pois ao invés de irmos comer nos restaurantes luxuosos, onde a comida é muito cara, com o nível de vida que agente leva, é difícil comermos nesses sítios, comemos a comida de rua, pois o nosso financiamento suporta a penas a uma certa quantia, de comermos a comida de rua. As nossas condições financeiras não suportam os gastos para ir nesses estabelecimentos”.*

De acordo com Polanyi (s/d), a economia é um processo instituído de interação entre o homem e o ambiente natural e o social que o rodeia, o qual resulta em contínua oferta de meios para satisfazer as necessidades humanas.

Com o nível de vida que se verifica nos centros urbanos, as pessoas procuram forma de minimizar as suas economias, de modo a suportar outras despesas. A vinda deste negócio de venda de comida de rua, as pessoas procuram formas de fazer o uso racional das suas economias.

Quanto mais for a comida confeccionada para o consumo, menos é o seu valor de venda, em que no mercado de comercialização dos alimentos é uma estratégia de sobrevivência, na qual o consumidor é actor activo e a vendedeira é actriz passiva, no acto da reciprocidade de compra e venda (Sahlins, 1988).

“A alimentação permite ao actor social construir representações culturais, instrumentalizar memórias, exercitar práticas, trocar e negociar produtos e produzir discursos de pertença que articulam as noções de local e global” (Araújo, 2009:53).

Uma outra entrevistada diz também que:

*“Este negócio é muito bom, ajuda-nos muito para resolvermos os nossos problemas na família. Eu não tenho marido para ajudar-me a resolver as outras despesas de casa, tenho filhos que estão a estudar e eles precisam de dinheiro para custear os estudos. Este é o nosso quotidiano como forma de ganhar o pão, para sustentar as nossas famílias”.*

Para as vendedeiras, este é um negócio que lhes facilita a resolver algumas despesas de casa. Essa foi uma das formas, que elas encontraram para fazer assistência das suas famílias, automaticamente elas têm um emprego e são empreendedoras.

As pessoas olham para este comércio de venda de comida de rua, como forma de renda para sustentar as suas famílias e os preços são acessíveis para o consumo humano.

Um outro entrevistado referiu-se da seguinte maneira:

*“Meu filho, eu gosto da comida que essas senhoras preparam, quando consumo, sinto-me como se estivesse a comer a comida que a minha esposa prepara em casa. Os preços são acessíveis para o consumo. Mas, para além dos preços que agente tem associado o comer na rua, eu gosto a maneira como essas senhoras preparam a comida. E até uma delas é minha tia.*

De acordo com estas declarações, percebemos que, para além dos preços da comida serem acessíveis para o consumo, as pessoas vão comer nos restaurantes ambulantes, por meio de

afinidade com as vendedeiras, é uma forma de incentivar as pessoas para continuar com este negócio.

De acordo com Araujo (2009), para os consumidores a comida de rua é rápida e os preços são acessíveis para o consumo.

*“As pessoas devem comer, porque gostam da maneira como é preparada a comida, e não devem associar com questões de amizade, por que, a comida pode não estar boa. A comida de rua proporciona um preço acessível para o consumo humano”.*

Com este depoimento colocado pelo nosso entrevistado, deixa claro que, para além das questões das amizades que as pessoas têm no seu quotidiano sobre a comida de rua, as pessoas devem comer por gosto e não pela essa particularidade (de amizade).

*“Só para tu veres, as pessoas que comem aqui são pessoas que vêm da periferia da cidade, que vêm para trabalhar, mas com a falta de tempo para irmos à casa para almoçar, porque o tempo não nos permite para irmos. Primeiro, envolve a questão de transporte. Segundo, o tempo não é suficiente para fazer essa trajectória”.*

A comida de rua não garante uma segurança alimentar para o consumo humano, pode se manifestar de diversas formas, como doenças associadas à má alimentação, à fome e ao consumo de alimentos que não são seguros e, portanto, prejudiciais à saúde. Ainda, o autor afirma que, a comida saudável é aquela em que o nutricionista recomenda para o consumo (Silva, 2010).

### **As Relações entre os usuários os “restaurantes” ambulante e as vendedeiras**

*[Existe uma boa relação com os meus clientes, antes deles serem os meus clientes alguns, já estabelecíamos uma relação de amizade, há longas datas, praticamente, os considero como filhos de casa, são clientes que sempre comem a comida que eu preparo”. Aqui tem um caderno onde, eles assinam para e pagar no final do mês. Cada vez mais eu ganho clientes para fornecer a comida].*

Nem todos consumidores têm o mesmo privilégio de serem tratados da mesma forma nos “restaurantes” ambulantes. Por exemplo, os que trabalham nas instituições públicas e privadas têm o privilégio de assinar um caderno de notas para pagarem no final do mês. Enquanto, os outros consumidores ambulantes não têm esse privilégio, devido a confiança que não têm com as vendedeiras de comida de rua.

Um outro entrevistado teceu a seguinte consideração:

*“Quando chega a hora de almoço, tenho convidado meus colegas de serviço para irmos almoçar a comida que prepara minha prima. Ela cozinha com muito gosto e sabe conquistar clientes para comprarem a comida que ela prepara. Eu faço a questão de lhe trazer, cada vez mais, pessoas para virem comer aqui”.*

Este depoimento deixa claro que, as relações de amizade e afinidade são fundamentais em algum momento, entre os consumidores e as vendedeiras de comida de rua. Alguns consumidores fazem a questão de convidarem os seus amigos, para irem tomar as refeições que as vendedeiras preparam. A maior parte dos consumidores passam as suas refeições aqui nos “restaurantes” ambulantes por indicações de alguém. Por exemplo, se X come a comida que é preparada por essas vendedeiras, faz a questão de convidar Y a comer no mesmo sítio, é assim, como as coisas funcionam nesses lugares, nos “restaurantes” ambulantes.

Uma outra entrevistada diz que:

*“Existe uma boa relação com os nossos clientes, já vínhamos tendo um contacto há bastante tempo com eles. Praticamente, eles já depositaram um voto de confiança na comida que nós preparamos. É através dessa confiança que incentiva-nos a continuar com o nosso negócio”.*

Com esta declaração concedida pela nossa entrevistada, percebemos que, este negócio está tendo muita aderência das pessoas, como o resultado de amizade entre as vendedeiras e os consumidores. Entre os consumidores e as vendedeiras existe um intercâmbio de ambas partes.

Se existe este negócio até hoje, é porque as pessoas gostam da forma como as vendedeiras preparam a comida de rua.

Durante as conversas que tivemos com os nossos informantes, os consumidores, foi possível captar que, alguns passam as suas refeições na rua, através das relações de amizade e de afinidade:

*“Eu comecei a gostar a comida de rua, através da minha mãe. Ela tem uma amiga que vende e a comida que ela prepara é muito boa e sinto-me bem, quando vou almoçar lá. Sinto-me segura, porque estou a comer uma comida boa e de segurança, por que conheço a senhora que prepara. Ela cozinha muito bem e tem muita higiene e, sabe conversar com os clientes para garantir a compra da comida dela”*

A conversa aqui apresentada mostra que, para além do preço e da rapidez na preparação da comida, algumas pessoas vão comer nesses sítios por que conhecem a vendedeira, através de vários locais de interações que essas pessoas tiveram através das convivências familiares, amizades e afinidades.

A comida de rua participa da trajectória social, cultural, nutricional e comercial de uma determinada sociedade, tanto para os comerciantes ambulantes, assim como para os consumidores que se beneficiam (Santana, 2007).

Um outro entrevistado disse:

*“ Eu como aqui por que conheço a pessoa, foi amiga da minha tia e sempre vinha na casa dos meus pais. Eu não sabia que faz esse negócio, mas quando a minha tia me convidou para irmos almoçar no estabelecimento da amiga que havia me apresentado, foi ai que passei a conhecer o tipo de negócio que ela faz. Mas, no inicio, estranhava a comida que essas senhoras preparam.*

Aqui verifica-se que, para além dos preços e do gosto da comida, as pessoas comem na rua, através das relações de amizade que já foi construída há bastante tempo.

*“Eu gosto a comida que essas senhoras preparam e os preços são acessíveis para se consumir. Hoje em dia, parece que, já não há necessidade de ir nos restaurantes luxuosos, sabendo que temos senhoras que preparam bem a comida e com bons preços para todos”.*

### **Praticas e Representações da comida entre os usuários de “restaurantes” ambulantes.**

*“No início, meu marido não aceitava que eu fizesse este negócio, pensava que poderia gastar muito dinheiro. Nos primeiros dias, o negócio não tinha saída porque eram poucas as pessoas que comiam aqui nas ruas. Eu não parei por aí, insisti praticá-lo e, até agora, consigo ajudar os meus filhos em necessidades da universidade e, comprei um carro que tem ajudado a transportar a comida de casa para rua.”*

Com a força e vontade fazem com que as pessoas concretizem os seus sonhos a tornarem-se em realidade. Com este posicionamento, ela demonstra o seu orgulho em ter superado as dificuldades que teve no princípio do seu negócio.

As práticas alimentares podem representar maneiras de expressão dos indivíduos, contribuir na afirmação das suas identidades culturais dos indivíduos e no processo de construção dessas identidades (Poulin, 2004). A partir do momento em que o indivíduo se auto-identifica, através do tipo de comida que a pessoa pretende comer. Porém, as vendedeiras de comida de rua preparam quase todo tipo de comida das regiões de Moçambique.

Os alimentos comercializados nas ruas são produtos prontos para o consumo, preparados no próprio local de comercialização, situado prioritariamente, em regiões de grande afluência do público como: mercados, escolas, jardins, praças e feiras (Oliveira *et al*, 2007).

A praça de alimentação e os restaurantes oferecem um comer rápido, a um preço acessível, com pratos considerados de boa qualidade ou, pelo menos, razoável. Essa avaliação é reconhecida e, é comum entre os consumidores destas refeições. Embora, não tenham laços sociais mais profundos, partilham uma leitura expressa nesse hábito (Collaço, 2003).

Um outro entrevistado diz:

*“Essas senhoras preparam bem a comida e os preços são acessíveis para o consumo, apesar de correremos os riscos de apanharmos várias doenças, mas comemos para mantermos a energia no corpo. Sabemos que estes sítios frequentam várias pessoas e não sabemos o que cada um traz em termo de higiene. E, também, o espaço não permite muita segurança para o consumo, porque a rua esta sujeita de muita poluição”.*

De acordo com esta explanação do nosso entrevistado, verifica-se para além dos preços que os consumidores consideram serem razoáveis, associam um outro factor ao consumo, que tem a ver com os riscos de contraírem várias doenças. Como é sabido, a rua é um espaço na qual não garante boa segurança, é um local perigoso, principalmente quando a questão está relacionada com o consumo da comida de rua.

De acordo com Abreu *et al*, (2003), consideram que, essas tendências podem representar um perigo na manutenção da saúde do indivíduo perante erros alimentares repetidos, poderá comprometer a perpetuação da espécie, se nada for feito no sentido de dar ao homem o alimento necessário, em quantidade e qualidade.

Ainda um outro entrevistado diz o seguinte:

*“Meu filho, eu gosto da comida que essas senhoras preparam, quando como, sinto-me como se estivesse a tomar as refeições que a minha esposa prepara lá em casa. O que mais me incentiva é a maneira como elas atendem os clientes. Elas sabem acarinhar um cliente para estar a comprar cada vez mais naquele local.”*

Nas práticas alimentares, que vão dos procedimentos relacionados à preparação do alimento ao seu consumo propriamente dito, a subjectividade veiculada inclui a identidade cultural, a condição social, a religião, a memória familiar, a época, que passa por esta experiência diária, (Garcia, 1994).

É sobre as práticas alimentares, vitalmente essenciais e quotidianas, que se constrói o sentimento de inclusão ou de diferença social. É pela alimentação que se tecem e se mantêm os vínculos sociais (Poulin, 2004).

Os nutricionistas consideram que é preciso ter em conta que, a alimentação de hoje é profundamente diferente daquela praticada por nossos antepassados, que viviam em contacto com a natureza, alimentavam-se de tudo quanto ela lhes oferecia. Mas, na actualidade, o cenário é outro, os alimentos são produzidos e transformados segundo técnicas modernas, que algumas vezes alteram seu valor nutritivo (Abreu *et al*, 2003).

Nesta exposição inicial estaremos propondo o uso do conceito de representações sociais para entendermos o convívio das pessoas nos “restaurantes” ambulantes e as suas práticas alimentares. Nas práticas alimentares, que vão dos procedimentos relacionados à preparação do alimento ao seu consumo propriamente dito, a subjectividade veiculada inclui a identidade cultural e a condição social” (Garcia, 1994).



## 5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente trabalho pretendia compreender as Práticas e Representações do acto de comer na rua nos “restaurantes” ambulantes, na zona baixa da cidade de Maputo.

Partindo da dinâmica que o centro urbano enfrenta hoje, coloca aos indivíduos numa situação em que alteram o ritmo e o consumo dos alimentos nesses centros urbanos, tomem um outro rumo da sua sobrevivência. Porém, as relações sociais que são construídas no seu quotidiano entre as vendedeiras e os consumidores, possibilitam que, as vendedeiras fiquem, cada vez mais motivadas a praticarem este tipo de negócio.

Nesta situação, como é que elas conseguem sobreviver a partir desse negócio, alimentar as suas famílias, tendo em conta que dependem desse negócio? Aqui, procuramos clarificar que, no processo de interações com os consumidores, este processo contribui para que as vendedeiras continuem a praticar este negócio.

De facto, a maior parte dos consumidores saem das zonas periféricas da cidade de Maputo. Esses passam as refeições de rua, devido à falta de tempo de irem passar as refeições nas suas residências quando chega a hora de almoço.

No cômputo geral, esses consumidores, familiarizaram-se com as vendedeiras de forma como elas preparam a comida. Ora, elas preparam bem a comida e os consumidores gostam de forma como elas confeccionam as refeições. Outrossim, alguns consumidores possuem algum grau de parentesco as vendedeiras e, isso permiti-lhes, consumirem as refeições em forma de crédito.

Alguns consumidores alegam dois factores que os levam a comer na rua: primeiro, falta de tempo para se deslocarem às suas casas; segundo, é que a comida de rua tem bons preços “acessíveis” e é rápida para o consumo.

Quando chega à hora de almoço, todos os consumidores ficam numa fila, de modo a obedecer a regra de consumo. No entanto, em termos de funcionamento da parte das vendedeiras, prestam bons serviços para os seus clientes. Desde o momento que estávamos no terreno, não verificamos

nenhuma anomalia ou irregularidade, tanto por parte dos consumidores, assim como por parte das vendedeiras, o que se presume que haja uma boa relação de ambas partes.

Também constatou-se que, quando a comida de uma das vendedeiras acaba, ela faz a questão de indicar os seus clientes para uma outra mais próxima. Este cenário mostra que, entre as vendedeiras existe uma rede de comercialização dos seus produtos, pois sempre que uma delas termina as suas refeições, remete os seus clientes à vendedeira próxima dela.

A maior parte dos consumidores vai almoçar nesses locais por convite de um amigo ou por laços de afinidades criadas.

É um pouco problemático considerar-se que, as pessoas que vendem a comida na rua, sejam pobres. Porque, o que é pobreza para uns, pode não ser pobreza para os outros. É preciso que haja uma compreensão das diversidades dos fenómenos sociais, se não podemos cair no erro da abordagem da teoria evolucionista, que consideravam como uns civilizados e os outros não civilizados, enquanto uns avançam os outros são atrasados. É a partir dessa diversidade que, podemos aceitar o outro com os seus traços e diferenças culturais.

O nosso estudo deixa algumas recomendações, tendo em conta que passar as refeições na rua seja um fenómeno novo. O Estado moçambicano deveria reconhecer este tipo de negócio de venda de comida na rua, na cidade de Maputo, como forma de subsistência das famílias. E, as vendedeiras devem garantir uma boa higiene dos alimentos para os consumidores. Também, os consumidores deveriam estar um pouco distante do local, onde se vende a comida logo após a sua compra, de modo a evitar a transmissão e as infecções dos alimentos.

Será que a venda e o consumo de comida de rua estão ligados com a pobreza ou status social?

As preferências dos alimentos entre os indivíduos têm a ver com o processo de vínculo que são estabelecidas no seu quotidiano. O indivíduo enquanto ser racional tem essa capacidade de integrar-se no meio social com os outros, como forma de trocar impressões.

Em termos de preços, a comida de rua proporciona um valor razoável para o consumo. Mas, não tem nenhuma recomendação nutricionista, facto que constitui um risco para a saúde pública. O

nosso estudo teve algumas limitações olhando para a abordagem nutricionista e economicista por não ter conseguido captar os significados que as pessoas atribuem a comida de rua.

Durante a pesquisa, o nosso estudo encontrou algumas limitações a cerca da comida de rua, especificamente o significado e o que representa a comida na vida das pessoas. As mais comuns, que verificamos do nosso estudo foram o perigo a saúde pública para as pessoas. Segundo, é que as pessoas que vendem a comida na rua serem consideradas, como pobres. Terceiro e último, as pessoas comem na rua por falta de opções e os preços de venda serem razoável.

Em relação ao preço o estudo constatou que cada refeição custa no intervalo de 50 a 80 meticais. Esses preços variam mediante a refeição que cada cliente pede para consumir. No que respeita as motivações de comer na rua, alguns consumidores alegam a distância de regressarem as suas casas para almoçar. Outros associam os preços, amizade e afinidade, os preços são acessíveis para se consumir. As motivações são subjectivas.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

**ABREU**, Edeli Simioni de; **TORRES**, Elizabeth Aparecida Ferraz Silva (2003). *Restaurante “por quilo”: vale quanto pesa? Uma avaliação do padrão alimentar em restaurantes de São Paulo*, SP. *Nutrire*, São Paulo.

**ARAÚJO**, W.M.C. *et al* (2005). *Da alimentação à gastronomia*. 1ª ed. Brasília: Editora UnB, 102p.

**BAUER**, M.W; **GASKEL**, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som: um manual prático*. Petrópolis: Vozes.

**BURGESS**, Robert. (2006). *Pesquisa no terreno: Uma Introdução*. Oeiras: Celta Editora.

**CÂNDIDO**, António (1987). *Os parceiros do Rio Bonito*. 7ª. ed., São Paulo: duas Cidades.

**CANESQUI**, AM., and **GARCIA**, RWD, orgs.(2005). *Antropologia e nutrição: Um diálogo possível*. Rio de Janeiro: Editora FOICRUZ. Antropologia e saúde collection. ISBN 857541-055-5 Available from SciELOBooks<[http:// SciELO.Boocks.Org](http://SciELO.Boocks.Org)>.

**CARDOSO**, R.C.V et al (2009). *Comida de rua e intervenção: estratégias e propostas para o mundo em desenvolvimento*. *Ciência e Saúde Colectiva*, v. 14, n.4, p. 1215-1224, jul./ago.

**CASAS**, Ferran. s/d. *Desafios actuais da psicologia social na intervenção social*. Espanha, Universidade Aberta,

**CASCUDO**, L. C (2004). *História da alimentação no Brasil*. s/ed. São Paulo: Global.

**CARMO**, Hermano. 1999. *Desenvolvimento Comunitário*, Lisboa Universidade Aberta

**COLLAÇO**, J.H.L (2003). *Restaurantes de comida rápida: soluções à moda da casa representações* *Dissertação. (Mestrado em Antropologia) 201f* Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas – Universidade de São Paulo.

**DIAS, Jorge & DIAS, Margot.** (1964). *Os Makondes de Moçambique*. Lisboa: Editora: Junta de Investigação do Ultramar Centro de Estudos de Antropologia Cultural.

**DURKHEIM, Emile.** (1975). *Representações Individuais e Representações Colectivas. Filosofia e Sociologia*. 2.ed. Rio de Janeiro: Forense Universitária, p.15-49.

**FONSECA, Marcelo Traldi.** (2009). *Acervo pessoal, vendedor ambulante de alimentos*. Nova Iorque,

**FRAGA, Olívia.** Artigo sem título. In: KRAIG, Bruce; T. SEN, Collen. *Street food around*.

**GARCIA, Rosa Wanda Diez** (1994). *Representações Sociais da Comida no Meio Urbano: algumas Considerações param o estudo dos aspectos simbólicos da alimentação*. In: Revista Cadernos de Debate, uma publicação do Núcleo de Estudos e Pesquisas em Alimentação da UNICAMP, São Paulo, Vol. II / 1994.

**GEERTZ, Clifford.** (1973-1978). *Interpretação das culturas*. Rio de Janeiro: Zahar.

**GIL, António Carlos.** (2002). *Como elaborar projectos de pesquisa*. 3<sup>a</sup> ed. São Paulo: Atlas.

**HARRIS, M. B. e ROSS, E.** (1987), *Food and Evolution. Towar Human Food Habits*, Filadelfia, Temple University Press.

**JUNOD, A. Henri** (1996). *Usos e Costumes dos Bantu, Tomo I. Maputo: Arquivo Histórico de Moçambique*.

**LATHAM, M. C.** Street foods. In: FAO. Food and Nutrition Series. Human Nutrition in the developing World 2001-2003.

**LEFEBVRE, Henri.** 1083. *La presencia y La Ausência: Contribuição a la teoria las representaciones*. Cidade do México: Fundo de cultura Económica.

**LOFORTE, Ana Maria.** (s/d). *Um perfil das crianças de rua em Moçambique (um estudo de caso nas maiores cidades do país)*. in M. da saúde ANAS. Maputo. Editora: Globo.

**MALINOWSKI**, Bronislaw. (1976). *Argonautas do Pacífico Ocidental: Um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné – Melanésia*. Coleção os Pensadores. Abril Cultural, São Paulo.

**MINAYO**, Maria Cecília S. (1994). *O conceito de representações sociais dentro da sociologia clássica*. In: GUARECHI, Pedrinho A. e JOVCHELOVITCH, Sandra. *Textos em representações Sociais*. Petrópolis - RJ: Vozes, (Ministério da Saúde Secretaria de Atenção à Saúde Departamento de Atenção Básica 2011).

**MOURO**, Helena; Simões, Dulce (coord). 2001. Cem anos de serviço, Coimbra Quarteto

**MONTANARI**, Massimo (Orgs.). *História da Alimentação*. Tradução de: Luciano Vieira Machado e Guilherme J. F. Teixeira. São Paulo: Estação Liberdade, 1998.

**MOSCOVICI**, S. (1978). *Representação Social da Psicanálise*. Rio de Janeiro: Zahar.

**NUNES**, A Sedas (1987). *Questões preliminares sobre as ciências sociais*: Lisboa: Editorial presença. 9 Edição.

**OLIVEIRA** ACG, et al (2007). *Percepção dos consumidores sobre o comércio de alimentos de rua e avaliação do teste de mercado do caldo de cana processado e embalado em seis municípios do estado de São Paulo*. Brasil.

**OLIVEIRA**, Silvana P. de (1997). *Estudo do consumo alimentar: em busca de uma abordagem multidisciplinar*. Rev. Saúde pública.

**ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE SAUDE** (S/d). *Saúde Mental: Nova concepção, nova esperança*. In Relatório Mundial da Saúde. Lisboa: S/ed.

**POLANYI**, K. (s/d). El sistema económico como o processo institucionalizado, Maurice Godelier (ed.) in Antropologia e Economia.

**POULIN, J. P** (2004) *Sociologias da Alimentação: O Comedor e o Espaço social Alimentar*. Fpolis, UFSC.

**ROMANELLI, G.**2006. O significado da alimentação na família: uma visão antropológica. Medicina Ribeirão Preto;

**SANTANA, S. T. de A. M.** (2007). *Culinária sul-baiana: mulher e diversidade cultural*. In: revista urutágua, n.º 13. Ago./set./out/Nov. Maringá, Paraná.

**SAHLINS, Marshall** (1988). *Economia tribal*. In *Economia Tribal in Sociedades Tribais, Rio de Janeiro: Zahar Editores*.

**SILVA, Samara Mendes Araújo** (2010). *Do Altar aos Quintais Residenciais: as práticas alimentares piauienses na quaresma e na semana santa no século XX*.IN: Anais do V Simpósio Nacional de História Cultural. Brasília (DF): UNB.

**SIMMEL, G** (1994). The Sociology of the Meal (M. Symons, Trans.) Food and Floodways (1ª edição original 1910).

**TRIVINOS, Augusto N.S** (1987). *Introdução à Pesquisa em Ciências Sociais*. 1ª Edição. São Paulo: Editora Atlas S.A.