

**UNIVERSIDADE FEDERAL FLUMINENSE
INSTITUTO DE ARTE E COMUNICAÇÃO SOCIAL
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CULTURA E TERRITORIALIDADES**

BRUNO NAJJAR CAROLI SENA

**DOS BALCÕES DO SAARA ÀS BARRACAS DE SALGADO:
PAISAGENS CULINÁRIAS ÁRABES NAS RUAS DO RIO DE JANEIRO**

Niterói
2024



BRUNO NAJJAR CAROLI SENA

**DOS BALCÕES DO SAARA ÀS BARRACAS DE SALGADO:
PAISAGENS CULINÁRIAS ÁRABES NAS RUAS DO RIO DE JANEIRO**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Cultura e Territorialidades da Universidade Federal Fluminense, como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Cultura e Territorialidades.

Niterói

2024

Ficha catalográfica automática - SDC/BCG
Gerada com informações fornecidas pelo autor

S474b Sena, Bruno Najjar Caroli
Dos balcões do Saara às barracas de salgado : Paisagens
culinárias árabes nas ruas do Rio de Janeiro / Bruno Najjar
Caroli Sena. - 2024.
118 f.

Orientador: Daniel Bitter.
Dissertação (mestrado)-Universidade Federal Fluminense,
Instituto de Arte e Comunicação Social, Niterói, 2024.

1. Culinária. 2. Cidade. 3. Migração. 4. Vendedor
ambulante. 5. Produção intelectual. I. Bitter, Daniel,
orientador. II. Universidade Federal Fluminense. Instituto de
Arte e Comunicação Social. III. Título.

CDD - XXX

RESUMO

A partir do trabalho de campo realizado em restaurantes e lanchonetes na região do Saara, no Rio de Janeiro, e junto a vendedores autônomos de “salgados árabes”, esta dissertação se propõe ser um estudo sobre a “comida árabe” de rua, os discursos e relações sociais criadas em torno dela, além de suas dimensões locais na cidade do Rio de Janeiro. Colocando “comida árabe” entre aspas, procura-se explicitar o interesse em analisá-la não enquanto a culinária de um povo, mas sim enquanto uma foodscape (Adema, 2006; Dolphjin, 2005; Johnston, 2014). O primeiro capítulo é dedicado à região do Saara, importante centro comercial e “marco zero” da imigração árabe para a cidade. Em seguida, a atenção se volta às “barracas de salgado árabe”, surgidas com a chegada de sírios em situação de refúgio a partir de 2011 e operadas por pessoas de diversas origens. Finalmente, o trabalho discute categorias e discursos culinários ligados à “comida árabe” no Rio de Janeiro e no Brasil.

PALAVRAS-CHAVE: Comida e Cultura; Migração; Comida de Rua; Rio de Janeiro; Comida árabe

ABSTRACT

Based on fieldwork conducted in restaurants and snack bars in Rio de Janeiro's Saara district and among independent vendors of "Arab salgados", this work aims to study "Arab street food," the discourses and social relations created around it, and its local dimensions in the city of Rio de Janeiro. By putting "Arab food" in quotation marks, I seek to emphasize my interest in analyzing it not only as the cuisine of a people, but as a foodscape (Adema, 2006; Dolphjin, 2005; Johnston, 2014). The first chapter is dedicated to the Saara district, an important commercial center and "ground zero" for Arab immigration to the city. The focus then turns to the "Arab salgado stalls," which emerged with the arrival of Syrian refugees from 2011 onwards but are operated by people of diverse origins. Finally, the work discusses culinary categories and discourses linked to "Arab food" in Rio de Janeiro and Brazil.

KEYWORDS: Food and Culture; Migration; Street Food; Rio de Janeiro; Arab Food

AGRADECIMENTOS

Antes de tudo, gostaria de agradecer à Tayanne, mas não apenas por ter aceitado se tornar minha esposa. Ao longo destes dois anos, foi amando e ajudando o outro que fomos capazes de enfrentar nossos próprios desafios.

À Sandra Najjar, minha mãe, por todo o amor e apoio incondicionais. Não é nada fácil aguentar as crises e chilikues de um pós-graduando.

Ao professor Daniel Bitter, meu orientador, por toda a paciência e liberdade que me deu para experimentar e escrever.

À professora Mirian Alves, por tudo até hoje. Esta dissertação só existe como parte da trajetória acadêmica que iniciei em uma de suas disciplinas eletivas na graduação. Durante o mestrado, me supervisionou no estágio docência, me incentivou como pesquisador e ainda investiu em mim como produtor cultural.

Aos amigos do Projeto “Marronage encontra Teatro do Oprimido”: Benvindo, Fatima, Hadi, Mohammed, Nianga, Sylvia e Thays.

Ao professor Graham Pitts e a Diogo Bercito, por todo incentivo e interesse na minha pesquisa.

A Alexandre Najjar e Luciana Keller, que discutiram e criticaram meu projeto de mestrado com todo o carinho e rigor que um primo recém-graduado gostaria de receber. Sem eles, a chance de conseguir minha bolsa teria sido bem menor.

A todos os colegas do PPCULT, principalmente à amiga Larissa Mayumi, pelo companheirismo.

Aos meus irmãos Renan, Mar, William, Letícia e Cauê. Mesmo em municípios separados estamos mais unidos do que jamais estivemos.

À minha nova família escolhida, Íris e Rodolfo, que me deu o privilégio de ser padrinho do Otto, o menino mais bonito de Minas Gerais.

Finalmente, mas não menos importante, aos amigos que me acompanharam nesta jornada e tornaram meu tempo livre mais agradável: Christiano, Deborah, Guilherme, Leonardo, Madruguinha, Maria Victoria, Rachel, Rafael Najjar, Raphael Pequeno e Thiba.

SUMÁRIO

Introdução	9
1) Saara: Arabicidade e comida em um bairro (multi)étnico	19
1.1 Balcões como ponte e como barreira.....	24
1.2 O Saara pelos proprietários.....	29
Interlúdio - A Tijuca.....	46
2) Os sírios do salgado	50
2.1 Principais interlocutores.....	56
2.2 O dia a dia da barraca.....	65
2.3 Chegadas e Despedidas.....	77
3) “Comida árabe” na Rua: Categorias e Discursos	87
3.1 Salgados Árabes: “O Hambúrguer do brasileiro”,.....	88
3.2 O que é Salgado?.....	96
3.3 Kebab-Shawarma e Falafel.....	99
3.4 Nossos árabes/ Árabes “de lá”.....	107
Considerações finais	113
Referências Bibliográficas	117

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Mapa do Levante.....	13
Figura 02 - Mapa do Saara.....	22
Figura 03 - Banner da “Batata do Saara”.....	30
Figura 04 - Fachada do restaurante El-Gebal.....	33
Figura 05 - Eduardo Paes e Eduardo Blumberg, ex-presidente da SAARA, em evento no El-Gebal em 2021.....	36
Figura 06 - Fachada da Padaria Bassil.....	39
Figura 07 - Salão da Padaria Bassil.....	39
Figura 08 - Fachada da Nagib 80.....	42
Figura 09 - Entrada para a fábrica da Nagib 80.....	43
Figura 10 - Barraca de Zakaria.....	73
Figura 11 - Estufa de Zakaria.....	74
Figura 12 - Peça publicitária do Habib’s.....	91
Figura 13 - Loja da Kebab Shop.....	105
Figura 14 - Cardápio do restaurante Camelo’s.....	106

INTRODUÇÃO

A história das comunidades levantinas no Brasil é marcada por uma trajetória de ascensão econômica e social, assim como pela popularização de práticas ligadas a essas comunidades na esfera pública brasileira. Diferente de comunidades médio orientais em outros contextos, principalmente na Europa e América do Norte, esses grupos alcançaram não só a sonhada integração, mas também um lugar de destaque na hierarquia étnica do país adotado. Parte das práticas alimentares trazidas por esses imigrantes também se integrou ao *corpus* de receitas e pratos corriqueiros no Brasil. Hoje em dia, é comum que brasileiros de diversas origens adotem pratos “árabes” em suas refeições diárias, não só em restaurantes típicos, mas em outros tipos de estabelecimentos e até em suas residências, onde receitas anteriormente estrangeiras se tornaram parte importante dos cadernos de receitas das famílias brasileiras (Najjar, 2021).

O consumo na esfera privada, onde estas receitas são passadas entre gerações e os pratos fazem parte daquilo conhecido como “familiar” contrasta, no entanto, com discursos ligados à produção, comercialização e consumo dessas práticas alimentares na esfera pública, baseados na busca por autenticidade a partir da sua exotização. Figuras como a do *sheikh, dos camelos e dos oásis* decoram os ambientes e nomeiam as casas junto a imagens de desertos e fortalezas norte-africanas. Com isso em mente, é possível dizer que a relação que o brasileiro não-árabe tem com o que é conhecido como “comida árabe” se mantém em um vai-e-vem entre o nativo e o exótico (Najjar, 2021).

O projeto que culminou nesta dissertação foi concebido no contexto da escrita de meu Trabalho de Conclusão de Curso em Estudos de Mídia, apresentado em 2021, em que fiz um trabalho de observação participante virtual em um grupo de *Facebook* chamado RECEITAS DE COMIDA ÁRABE¹, onde membros de origens étnicas árabes e não-árabes discutem e compartilham receitas e práticas culinárias ligadas a países do Oriente Médio e Norte da África. Durante o trabalho de campo, ficou claro que na construção de uma reputação de bom professor ou bom cozinheiro dentro do grupo pouco importava a origem étnica do usuário, mas sim sua habilidade culinária e disposição de compartilhar ensinamentos sobre a “comida

1O grupo pode ser acessado em <https://www.facebook.com/groups/366090560488953>

árabe”. Graças a isso, algo próximo à metade dos líderes do grupo, sejam moderadores ou usuários mais populares, eram de origem não-árabe. A partir de conversas e análises de interações no contexto do grupo, foi possível observar que as relações afetivas e pessoais que membros não-árabes possuíam com as receitas “árabes” que compartilham não diferiam tanto assim daquelas entre árabes e suas receitas, sejam eles membros do grupo ou não, como me deparei ao resgatar meu próprio histórico familiar.

Antes de inserir a história de minha própria família no texto, considerando minha proximidade com o tema pesquisado, tive receio de acabar misturando demais memórias afetivas ao trabalho analítico, a ponto de não conseguir estranhar o familiar (Velho, 1978). No entanto, considerando a importância das memórias familiares e da questão de gênero nos estudos sobre alimentação, cultura e etnicidade, achei imprescindível para esta introdução e para minha pesquisa de mestrado como um todo demarcar minha posição no universo da “comida árabe”, para que então seja mais fácil à leitora entender as minhas tentativas iniciais de inserção no universo estudado.

Cresci em uma família de origem árabe-brasileira. Meu avô materno, Nassim Georges Al-Najjar chegou ao Rio de Janeiro em 1951, aos 21 anos, vindo do pequeno vilarejo de Darchmezzine, localizado na província setentrional libanesa de Koura e com uma população majoritariamente Cristã Ortodoxa. Aqui, conheceu minha avó Leda da Rocha Vieira, brasileira de origem “misturada”, e teve quatro filhos, sendo a caçula minha mãe. Vindo de e chegando a sociedades muito masculinistas, meu avô nunca aprendeu a cozinhar. Até o fim de sua vida, era piada recorrente na família que ele não sabia “fritar nem um ovo”, pois via isso como uma atividade eminentemente feminina, mas, ao mesmo tempo, exigia manter as tradições culinárias de seu país natal dentro de casa. Minha avó, não tendo origem árabe, preparava receitas de pratos libaneses aprendidos com as esposas, irmãs e mães dos amigos e colegas de trabalho de seu marido, criando assim um paladar coletivo (Menasche, 2008) familiar transmitido através de relações de amizade.

A reconstrução da trajetória de certas performances étnicas de minha família reafirmou uma tendência que já havia observado durante o trabalho de observação virtual que realizei no grupo RECEITAS DE COMIDA ÁRABE. Lá, tanto “primos” quanto “simpatizantes”, categorias étnicas que se referem, respectivamente, a

membros que possuem e não possuem origem árabe, compartilham receitas que são parte do paladar coletivo de suas famílias, mas foram passadas por amigos, vizinhos e “aparentados” com origem em algum país do Oriente Médio. A partir destes dados etnográficos e baseados em trabalhos que olham para a inserção e distribuição de imigrantes árabes e suas práticas culturais no Brasil, surgimos com uma hipótese de que, paralelamente à sua popularização pela expansão da rede Habib’s, como sugere Karam (2009), a “comida árabe” furou a bolha do grupo étnico e se tornou algo amplamente consumido em contextos de esfera privada a partir de relações de relacionalidade, lente de análise que Janet Carsten (2000) se utiliza para expandir e tensionar o que se conhece como estudos de parentesco na Antropologia, fugindo de concepções focadas apenas em reprodução ou aliança e pensando em processos de formação de *kinship* mais ligados a cada contexto específico.

Grande parte dos imigrantes levantinos no Brasil, diferente de outros grupos, como alemães e japoneses, não se dedicou à agricultura, mas a ocupações mais ligadas à vida urbana, como o comércio (Truzzi, 1993; Lesser, 2015; Pinto, 2010), impedindo a criação de grandes núcleos de colonização árabe, como aconteceu com os grupos citados acima. Presentes em todo o território nacional e com grandes números nos centros urbanos, esses imigrantes e seus descendentes vivem lado a lado e mantêm um contato intenso com brasileiros e estrangeiros de múltiplas origens, que passam muitas vezes a ser parte do mesmo núcleo de relações próximas, seja pelo casamento ou como amigos, vizinhos e “agregados”. A partir dessas relações, as práticas e saberes ligados à “comida árabe” são introduzidas e transferidas do grupo étnico “original” para fora dele, transformando o repertório de pratos e técnicas de residências não-árabes e, conseqüentemente, a imagem que a “comida árabe” tem na imaginação de pessoas em todo o Brasil. Para Toni Haddad, dono do El-Gebal, um dos mais tradicionais restaurantes “árabes” da região do Saara, não interessa ao árabe no Brasil se fechar entre os seus:

“O imigrante libanês quando veio, ele é um imigrante que se mistura. é um imigrante que faz amizade, mesmo os donos de restaurantes tradicionais. Meu pai... A pessoa vinha e ele: “ Prova isso aqui!”, e trazia um negócio pra provar. Então acho que primeiro veio dessa interação com o estilo do imigrante libanês e aí aos poucos o brasileiro foi conhecendo um pouco da culinária e aí foi gostando. Acho que teve a ver com essas duas coisas, a

questão do relacionamento que é muito fácil. O libanês imigrante não é um cara que vem e se fecha aqui.” (Toni Haddad, Caderno de campo)

Partindo desse processo de pesquisa, mas em particular dos dados sobre popularização de pratos “árabes”, surge uma vontade de continuar a explorar os significados, discursos e relações sociais em torno da “comida árabe” no Brasil, sejam elas relacionadas a pessoas árabes ou não-árabes. Essa vontade me levou a olhar inicialmente para o Saara, importante zona de comércio popular historicamente ligada à imigração vinda do Oriente Médio e à chegada da “comida árabe” na cidade do Rio de Janeiro, ideia que estava presente no projeto inicial de TCC mas foi abandonada graças às dificuldades criadas pela pandemia da COVID-19 e suas consequências. Decidi então por escrever um projeto de mestrado e concorrer a uma vaga ao PPCULT, programa que, ao mesmo tempo próximo ao departamento em que me graduei, me permitiria ir além da área da comunicação e pesquisar também “na rua”.

Além da importância histórica e sociológica do bairro, também possuo uma ligação forte com o Saara, já que nasci em um contexto em que, após a morte prematura de minha avó em 1977, a relação com a “comida étnica” da família Vieira Najjar passou por uma profunda mudança. Sem uma mulher adulta para reproduzir diariamente tal paladar coletivo da família árabe-brasileira, seus membros se voltam para os restaurantes como lugares centrais para a manutenção e atualização de identidades familiares e étnicas. O almoço familiar de domingo, onde todos comiam quibes, charutos e lentilhas, deu lugar às comemorações de aniversários e outras datas festivas em restaurantes nos bairros da Tijuca, Copacabana e, principalmente, Saara, onde ainda haviam casas tradicionais especializadas em tais pratos. Portanto, investigar as múltiplas dimensões da “comida árabe” no antigo bairro árabe do Rio de Janeiro seria também, de certa forma, investigar minha própria forma de “ser árabe”. Ao longo do amadurecimento da pesquisa, com a necessidade de enfrentar questões surgidas durante o levantamento bibliográfico e início do trabalho de campo, mais perguntas foram surgindo, problemas aparecendo e a abrangência do campo trabalhado acabou tendo que passar por uma expansão.

Estudando “comida árabe”: considerações sobre teoria e método

Este trabalho, da maneira mais sucinta possível, procura ser um olhar sobre aquilo conhecido como “comida árabe”, os discursos sobre ela e suas dimensões locais na cidade do Rio de Janeiro. O que é conhecido como “comida árabe” no Brasil tem origem nas práticas culinárias trazidas por imigrantes de regiões muito específicas do mundo árabe, chamadas conjuntamente de Levante² e atualmente também engloba ingredientes, práticas, rituais e ideias que virtualmente ninguém em nenhuma parte do mundo árabe reconhece como sua. Ao oferecermos, por exemplo, uma esfirra de calabresa com requeijão a um Libanês ou a um Sírio, que provavelmente cresceram consumindo esfirras cotidianamente, eles não irão reconhecê-las enquanto esfirras, da mesma forma que um Turco, ao ser apresentado a uma esfirra, mesmo que feita de uma maneira “tradicional”, enquanto “comida árabe” não irá concordar com esta definição, já que muito provavelmente irá reconhecê-la como *lahmacun*, um prato que considera Turco.

Figura 01: Mapa do Levante



Fonte: Encyclopædia Britannica.

2A região do Levante é formada pelos países do Líbano, Síria, Palestina, Israel, Jordânia e parte de países como Turquia, Egito e Iraque. Seu nome em português remete ao nascer do sol, já que a região compreende grande parte do *Mashriq*, parte oriental do Mundo Árabe.

Ao colocar “comida árabe” entre aspas, procuro explicitar que não estou interessado em enxergá-la enquanto a culinária de um povo, no sentido de um sistema de regras e práticas alimentares de um grupo específico, definição trazida por autores como Mary Douglas (1972), seja esse povo um grupo étnico, a população de uma região ou mesmo de todo um país (Appadurai, 1988), mas sim enquanto uma paisagem culinária. O conceito de *Foodscape* nos servirá como uma útil lente de observação, sendo utilizada também por pesquisadores das ciências humanas que se debruçam no estudo das relações entre comida, identidade, território e imaginação (Adema, 2006; Dolphijn, 2005; Johnston, 2014). O termo tem como inspiração principal as múltiplas *-scapes*, conceitos formados pelo sufixo da língua inglesa que remete à palavra paisagem, cunhados pelo antropólogo indiano Arjun Appadurai (1996) como forma de enquadramento do que ele chama de mundo pós-nacional, surgido com a explosão tecnológica do século XX e a consequente intensificação dos fluxos culturais, econômicos e demográficos. Segundo Appadurai, esse enquadramento nos permite:

“[...] indicar as formas fluidas e irregulares dessas paisagens, formas que caracterizam o capital internacional tão profundamente como fazem com estilos internacionais de vestimenta. Estes termos com o sufixo *-scape* em comum também indicam que essas não são relações objetivamente dadas que aparecem da mesma forma sob todos os ângulos de visão mas, na verdade, que são constructos profundamente perspectivos, moldados pelo posicionamento histórico, linguístico e político de diferentes tipos de atores: estados nação, multinacionais, comunidades diaspóricas, assim como grupos e movimentos subnacionais (sejam eles religiosos, políticos ou econômicos), e até grupos presencialmente íntimos, como vilarejos, vizinhanças e famílias.” (Appadurai, 1996 P.33. Tradução do autor)

Ao pesquisarmos sobre “comida árabe” no Brasil, encontramos uma longa lista de trabalhos e autores que trabalham com as relações entre as comunidades árabes no país e suas práticas culinárias, seja na esfera pública ou privada, tocando em questões como memória, identidade étnica e integração de imigrantes (Ayupe, 2013; Karam, 2009; Pinto, 2010), mas há pouco sendo escrito sobre a participação de não-árabes neste universo. Olhar a “comida árabe” a partir das lentes da ideia de *foodscape* nos permite fugir da tendência usual de estudar uma “culinária étnica” apenas a partir de membros do grupo étnico “original” e trazer para o centro da

análise todos que de alguma forma habitam essas paisagens formadas por redes supranacionais de imaginações e discursos. Pessoas em todo o Brasil diariamente consomem, comercializam e produzem tabules, quibes, e outros preparos em inúmeras versões que, como dito anteriormente, muitas vezes não são reconhecidas como autênticas pelo grupo étnico “original”. Mesmo assim, ao considerarem que estão preparando ou comendo uma comida “árabe”, frequentarem lanchonetes e restaurantes decorados com palmeiras, mesquitas e camelos ou até mesmo assumindo uma influência árabe em preparos reconhecidos enquanto autenticamente locais, pessoas de todo o Brasil e também de outras partes acabam participando desse mundo imaginado (Appadurai, 1996).

Nesse sentido, defino a ideia de “comida árabe” utilizada neste trabalho como uma *foodscape* formada por tudo aquilo que é relacionado a práticas e culturas alimentares vistas como “árabes”, tanto no Brasil quanto por brasileiros. Paralelamente, me inspiro na terminologia de Karam (2009) e utilizo a palavra “arabidade”³ para nomear o caráter “árabe” das coisas e pessoas citadas. É importante sinalizar a centralidade da perspectiva, pois apropriando-se de um sufixo originado da palavra inglesa para “paisagem”, os pesquisadores que se utilizam do conceito de *foodscape* pensam nele como um jeito de articular as múltiplas dimensões de culturas culinárias ligadas a grupos de pessoas em/ou uma localidade, sem perder de vista que tais dimensões estão sempre subordinadas a alguma perspectiva, não havendo um “mundo objetivo” a ser estudado:

Da mesma forma que uma análise de paisagem chama nossa atenção, ao mesmo tempo, para o espaço físico e para o pintor, o estudo de uma *foodscape* requer que nós examinemos tanto os seus agentes criativos quanto a materialidade e as práticas alimentares sendo mostradas.” (Johnston, 2015, p. 3, Tradução do autor)

Quando menciono múltiplas dimensões, quero explicitar que a análise de uma *foodscape* precisa passar obrigatoriamente por suas dimensões materiais, como a própria fisicalidade da comida e suas relações de produção e comercialização, e dimensões imateriais, principalmente ligadas a saberes, tradições e discursos sobre o que é comido, sempre lembrando também que, como Adema (2006) nos avisa, as 3“Arabness”, no original.

foodscapes podem não estar visíveis num primeiro momento, no sentido de seus habitantes não saberem que estão inseridos nelas, mas da mesma forma são construídas por e têm parte importante na construção da imaginação das pessoas que as habitam.

De forma a definir melhor o escopo desta dissertação, considerando que seria impossível alcançar uma análise de toda essa *foodscape* chamada de “comida árabe”, este trabalho se propõe a estudar a “comida árabe” em suas manifestações como comida de rua na cidade do Rio de Janeiro. O que chamo de “comida de rua” não se limita apenas à comida servida literalmente nas ruas, seja em carrinhos, barracas ou por ambulantes, mas também a servida em estabelecimentos maiores e mais estruturados, desde que ligados a uma ideia de comida rápida e acessível. O termo “comida de rua” também nos lembra da centralidade da cidade do Rio de Janeiro, seus bairros e aspectos históricos, sociais, culturais e urbanísticos para este trabalho, que a enxerga “não como mero cenário, mas parte constitutiva do recorte de análise.” (Magnani, 2002, p. 18). Como ponto de partida para esta empreitada, também me inspirei na ideia de *vizinhança* (Appadurai, 1996), que pensa a produção do “local” a partir de um processo dialógico com contextos “globais”:

“Pelo fato das vizinhanças serem imaginadas, produzidas e mantidas a partir de alguma base (social, material ambiental), elas também requerem e produzem contextos sobre os quais sua própria inteligibilidade se forma. Essa dimensão criadora de contextos das vizinhanças é um fator importante pois ela nos dá os fundamentos de um ângulo teórico sobre a relação entre as realidades globais e locais. Mas como? A forma em que as vizinhanças são produzidas e reproduzidas requer a construção contínua, ao mesmo tempo prática e discursiva, de uma *ethnoscape* (necessariamente não-local) na qual práticas e projetos locais são imaginados como pertencentes.” (Appadurai, 1996 P.184 Tradução do autor)

Está claro que para analisarmos a produção de uma cultura local de “comida árabe” é imprescindível que não deixemos de lado o contexto maior a partir do qual este contexto local se baseia. Levando isso em consideração, esta dissertação foi escrita a partir de dados produzidos com diversas ferramentas metodológicas que, em conjunto, nos permitem abordar o local, o global, o material e o imaterial ao mesmo tempo. Inspirado também na ideia de etnografia multissituada (Marcus, 1995), adotei uma estratégia de, começando pelo seu “marco zero”, lugar onde houve seu nascimento simbólico, seguir a “comida árabe” de rua pela cidade, me

fazendo presente em muitos dos locais centrais para essa paisagem culinária.

A observação em ambientes centrados na “comida árabe” de rua e o convívio com os atores centrais destes ambientes, feitos entre abril de 2022 e Novembro de 2023, nos permite não só experienciar as relações e interações sociais que nascem nestes lugares, mas também explorar questões econômicas, simbólicas e espaciais, como a organização espacial dos ambientes e as formas com que discursos e sentidos mediam a interação dos indivíduos com tais espaços. Se a imaginação é algo tão importante para a existência de uma *foodscape*, então as entrevistas formais nos ajudam a entender com maior clareza o que se passa na cabeça dos atores, assim como a sua relação pessoal com a “comida árabe”. Finalmente, ao olhar para a história e analisar obras literárias, audiovisuais e jornalísticas procuro acompanhar o contexto histórico e discursivo maior em que essas comidas, atores e lugares estão inseridos.

O interesse deste trabalho não é tentar descrever este universo de forma definitiva ou surgir com análises que buscam explicar de forma amarrada como todas as suas manifestações locais estão ligadas, mas apresentar algumas janelas de observação e pontos de vista que poderão ser explorados e aprofundados futuramente em outros trabalhos feitos por mim ou outros pesquisadores.

A dissertação

No primeiro capítulo, escreverei sobre a região do Saara e seus estabelecimentos especializados em “comida árabe”. Próximo do Pier Mauá, local onde desembarcaram a grande maioria dos imigrantes vindos do Oriente Médio para cidade do Rio de Janeiro, este bairro era conhecido até o início do século XX como “Pequena Turquia”, devido a presença de muitas famílias vindas de lugares que já foram parte do Império Otomano. Mesmo indo morar em outras partes da cidade, muitas destas famílias continuaram trabalhando na região, que ganhou seu nome atual em 1962 e virou um importante centro comercial. Hoje em dia, apesar de haver cada vez menos famílias árabes operando seus negócios lá, o Saara ainda é uma grande referência em “comida árabe” na cidade, mesmo que vários estabelecimentos tradicionais sejam operados por não-árabes.

O segundo capítulo dará atenção às barracas de salgado árabe, seus

funcionários, assistentes e proprietários. Aproveitando a ampla aceitação de “comida árabe” no Brasil, muitos sírios que chegaram ao Rio de Janeiro no contexto da Guerra Civil passaram a trabalhar vendendo salgados árabes em pontos de grande movimentação, criando um novo nicho comercial. Este nicho, longe de envolver apenas sírios, é mantido também por brasileiros e estrangeiros de inúmeras origens e está intimamente ligado a fluxos migratórios nacionais e internacionais.

Finalmente, a partir de dados produzidos no trabalho de campo, utilizarei o terceiro capítulo para propor discussões sobre algumas das categorias culinárias centrais para a “comida árabe” no Rio de Janeiro. Ao olhar para os sentidos que comidas como esfirras, falafels e sanduíches de shawarma carregam, vemos, por exemplo, a separação entre uma comida árabe “nossa”, que é vista como familiar pelo brasileiro e ligada à história das colônias árabes no país e outra “cosmopolita”, mais ligada à ideia de Norte Global, por ser vista como algo de imigrantes árabes na Europa ou na América do Norte. Paralelamente, parto do conceito de *foodscape* para criticar uma ideia de “culinária brasileira” baseada no regionalismo ou do “mito das três raças”, sem levar em consideração todos os fluxos culinários que partem, chegam ou passam pelo Brasil.

1) SAARA: ARABICIDADE E COMIDA EM UM BAIRRO (MULTI)ÉTNICO

A região do Saara, um dos principais símbolos do comércio popular do Rio de Janeiro, é onde cariocas e turistas de toda parte e classe social conseguem “encontrar qualquer coisa” entre as dezenas de bazares, *boutiques*, lojas e *stands*, sempre a preços convidativos. Apesar de não ser mais uma área residencial, esta região é intimamente ligada ao estabelecimento da colônia de imigrantes levantinos no Brasil, a ponto de ter sido por um período de tempo conhecida como “Pequena Turquia”, o que pode ser visto na análise feita por Ribeiro (2000) sobre os censos da cidade:

“O último censo do século XIX indica que a cidade crescia; vias públicas eram construídas, a Estrada de Ferro já possuía mais do que o dobro das estações em relação ao ano de 1870. A população crescia vertiginosamente. Em relação aos estrangeiros, aumentava o fluxo de imigrantes e, considerando-se o contexto do Distrito Federal, a freguesia de Sacramento é a que apresenta, no censo populacional de 1890, o maior número dos oriundos da “Arábia”. Os imigrantes de origem “turca”, como referência o censo, também constavam como maioria nessa freguesia, o que indica o início da configuração dessa região da cidade, que os imigrantes chamaram de “pequena Turquia” (Ribeiro, 2000, p. 57).

Depois de quase cento e quarenta anos, as imagens e imaginações em torno do Oriente Médio continuam sendo algo importante para aqueles que habitam ou ouvem falar do lugar. Segundo Mohammed El-Hajji (2008), estes poucos quarteirões constituem um oásis étnico no meio do centro da cidade do Rio de Janeiro. Seu nome, organização urbanística e até a forma como seus estabelecimentos comerciais operam, nos remetem a uma certa ideia difusa de “arabidade”, ao lembrarem, respectivamente, o deserto norte-africano, as medinas e os bazares do mundo árabe (El-Hajji, 2008). Até mesmo sua reputação de lugar onde se encontra de tudo está de certa forma ligada à reputação comercial das diásporas árabes no Brasil (Karam, 2009). Inicialmente, pode nos parecer estranho pensar essa pequena região enquanto um “oásis étnico”, já que o Rio de Janeiro é conhecido enquanto uma cidade multicultural por excelência. No entanto, ao nos debruçarmos sobre a literatura que trata sobre etnicidade e imigração no Brasil, veremos como essa expressão casa muito bem com o contexto deste bairro.

Jeffrey Lesser (2015), ao buscar entender as relações das comunidades imigrantes não-europeias no Brasil com a ideia de “brasilidade”, se utiliza da comparação dos contextos brasileiro e norte-Americano de forma muito útil. Para Lesser, enquanto nos Estados Unidos há uma predominância muito forte de identidades hifenizadas, como teuto-americano ou coreano-americano, no Brasil, o hífen não costuma aparecer muito na esfera pública. Não é que não haja identidades híbridas ou hifenizadas entre os brasileiros, mas esses hífen foram historicamente ocultados, já que ideologias centrais para a identidade nacional, como a da “mestiçagem” e da “democracia racial”, pregam uma unificação nacional que seria prejudicada por identidades étnicas marcadas. Ao longo do livro “A Invenção da Brasilidade” (Lesser, 2015), o autor nos descreve as ferramentas utilizadas por algumas comunidades diaspóricas para tentar modificar a ideia de “Brasilidade”, de forma que pudessem ser incorporadas à esfera pública nacional mantendo, ao mesmo tempo, discursos e performances abertamente étnicas. O caso do Saara talvez seja o mais emblemático deste processo na cidade do Rio de Janeiro.

A sigla que originou o nome da região foi criada para se referir à Sociedade de Amigos das Adjacências da Rua da Alfândega (S.A.A.R.A.), associação comercial fortemente influenciada por instituições étnicas e formada por comerciantes da região para conter a construção da Avenida Diagonal, que causaria a remoção do mercado popular (Vieira da Cunha, 2019). A influência da questão étnica se vê pela própria construção da sigla que nomeia a instituição. Ao prestarmos atenção à sua grafia percebemos que ela não faz sentido sintático, pois ao ser lida literalmente não inclui a Rua da Alfândega, lugar da fundação da organização. Isso mostra um interesse da maioria de seus fundadores, de origem árabe ou sefardita⁴, de reafirmar a importância de seus grupos étnicos para a história do bairro, apesar de isso ser negado por eles. (Ribeiro, 2000) Na década de 2010, um grupo de comerciantes insatisfeitos com a gestão da associação e a “centralização das decisões na figura de uma pessoa”⁵ se juntam, assumem a diretoria da SAARA e começam um

4Os sefarditas são um grupo etno-religioso formado por judeus com origem na península Ibérica. Como consequência de séculos de perseguição e expulsão forçada de Portugal e Espanha, seus membros se espalharam por todo o mundo. Até a criação do Estado de Israel em 1948, a maior parte das famílias estava estabelecida há gerações em países do Oriente Médio e do Norte da África. A maior parte dos Sefarditas da Pequena Turquia eram de origem síria ou libanesa (Ribeiro, 2000), mas também há no Brasil milhares de origem Marroquina, principalmente na região amazônica, no Rio de Janeiro e em São Paulo (Lesser, 2015).

5Trecho da fala de Toni Haddad, dono do Restaurante El-gebal e uma das figuras centrais na

processo de reestruturação do órgão, que em 2013 passa a se chamar Polo Saara, como forma de melhor traduzir as pretensões modernizadoras do grupo e seu projeto de fazer a região ser conhecida como um “Shopping a Céu Aberto”.

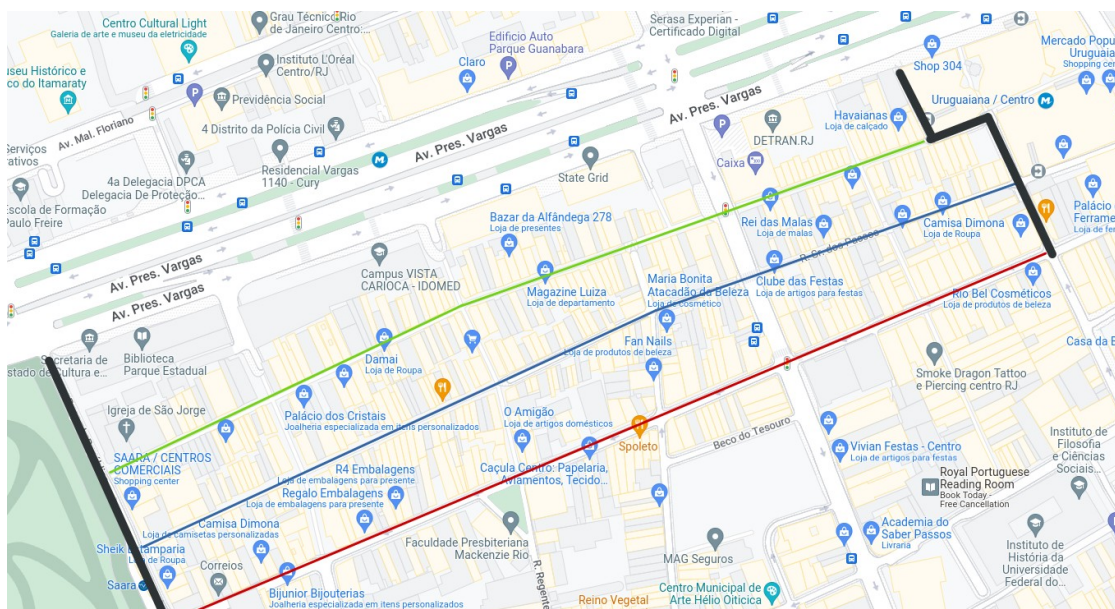
Ao longo do século XX, as famílias de origem levantina que ali residiam e trabalhavam se dispersaram pela cidade ao mesmo tempo que brasileiros não-levantinos e outros imigrantes passaram a intensificar sua presença comercial e demandar reconhecimento de sua presença na região. Junto deste processo, houve um movimento de *place branding*⁶ pela instituição, que visava o reconhecimento do Saara enquanto uma “pequena ONU” (Ribeiro, 2000), onde comerciantes de diversas origens nacionais, étnicas e religiosas conviviam harmonicamente. Apesar de enfraquecer um discurso arabizante pregresso, a ideia de “Pequena ONU” continua a estar alinhada com o histórico da associação de promover o comércio por meio do fortalecimento de identidades hifenizadas.

Apesar do histórico muito atuante da Associação na criação e manutenção da imagem da região, foram cristalizadas também na imaginação coletiva dos habitantes da cidade ideias sobre o Saara que não passam necessariamente pela Instituição. Com isso, a delimitação geográfica oficial passou a ter pouca validade na prática, já que os limites do território mudam de acordo com quem se está falando (Ribeiro, 2000). No entanto, se não há um consenso em relação aos limites exatos do que constitui o Saara, podemos traçar um denominador comum de todas as concepções.

reformulação (Caderno de Campo)

⁶Conjunto de ações e políticas, geralmente coordenadas, que buscam associar um lugar a ideias ou imagens positivas.

Figura 02 - Mapa do Saara



Fonte: Google Maps

Na imagem acima, nota-se um fragmento do centro da cidade entre as estações de metrô da Central do Brasil e da Uruguaiana. Neste mapa, o que salta aos olhos inicialmente são as duas linhas imaginárias traçadas em preto, que utilizei para assinalar o que, junto da avenida Presidente Vargas, chamo de fronteiras duras do Saara. A fronteira à esquerda, que configura os limites do campo de Santana, sempre existiu, pois o parque é anterior ao estabelecimento dos imigrantes que iriam constituir a Pequena Turquia no quarteirão ao lado. A fronteira da direita, no entanto, é mais recente e requer contextualização.

A instituição SAARA nasceu no sobrado de um imigrante português no ano de 1962 e congregava principalmente comerciantes da Rua da Alfândega, principal rua de comércio popular do centro da cidade na época. Inicialmente, a que área caía na alçada da Associação começava nos limites da Praça da República e continuava até a Avenida Passos, mas com o tempo foi se expandindo para o sul e para o leste. Segundo Paula Ribeiro (2000), existem discursos conflitantes sobre a expansão dessa fronteira, com alguns dizendo que ocorreu de forma natural ao longo do tempo e outros afirmando que foi necessário um forte *lobby* e aproximação pessoal com a diretoria para que outras ruas fossem adicionadas à área de atuação. Nos dias atuais, o limite leste do Saara se dá no mercado da Rua Uruguaiana, que representa

uma forma de comércio rechaçada pela antiga associação e pelo atual Polo, que sempre trabalharam intensamente para coibir a atividade de camelôs na região.⁷

As linhas coloridas são as ruas da Alfândega (Verde), Senhor dos Passos (Azul) e Buenos Aires (Vermelho), consideradas as principais artérias do território. Também há uma profusão de ruas e vielas que cortam essas três vias principais, assim como a grandiosa Avenida Passos, que serve de ponte entre a Avenida Presidente Vargas e a Praça Tiradentes, importante para motoristas que precisam cruzar rapidamente o Saara, que é dominada por na maior parte pelo fluxo intenso de pedestres.

Mesmo com o fim da Pequena Turquia, a promoção da ideia de “Pequena ONU” e a dominação do território por comerciantes de origens leste-asiáticas, o caráter de “bairro árabe” do Saara continua vivo no imaginário urbano, em grande parte pela ampla oferta de estabelecimentos especializados em um conjunto de pratos cotidianamente conhecido como “comida árabe”. Estes estabelecimentos, inicialmente criados para servir às famílias levantinas que moravam e trabalhavam nos arredores, permaneceram e se proliferaram mesmo após o fim do antigo enclave étnico, criando uma tradição local que, apesar de baseada no imaginário de “arabidade”, é mantida e reinventada também por não-árabes de diversas origens.

Em 2022, quando fui ao Saara pela primeira vez enquanto pesquisador, tive a sensação de estar planejando um estudo sobre um livro que já tinha lido várias vezes. Para mim, após toda uma vida frequentando o bairro e comendo em seus estabelecimentos como se estivesse na mesa de jantar de um familiar, seria muito fácil conseguir os dados etnográficos necessários para a escrita da dissertação. Por isso, quando terminei a parte majoritariamente bibliográfica da pesquisa e me senti preparado para entrar em campo de forma mais incisiva, passei a fazer visitas frequentes ao Saara para me fazer notado.

Sendo um dos maiores centros de comércio popular da cidade (e vizinho de outro), o volume e a concentração de pessoas que diariamente passam por esse punhado de quarteirões do centro da cidade é muito grande. Nos dias de maior

⁷Além do contato constante com a guarda municipal, também houve a contratação de seguranças privados imbuídos com a missão de proteger o comércio das lojas. A única exceção que vi foram ambulantes que vendem café e pequenos lanches, o que seria esperado, já que abastecem também os funcionários e donos de loja.

movimento⁸, mais de duzentas mil pessoas passam pelas ruas do bairro mas, ao mesmo tempo, com o declínio da Pequena Turquia e após a ascensão da instituição SAARA, cada vez menos pessoas passaram a fixar residência lá.

Se visitamos o Saara por volta das oito horas da noite, uma hora após o fechamento das últimas lojas, nos encontramos com um território completamente deserto, com exceção de alguns corajosos que o usam, por exemplo, como atalho entre a região da Carioca e a Central do Brasil. Abrindo e fechando como se fosse um estabelecimento comercial, o SAARA enquanto bairro existe, antes de qualquer outra coisa, para o exercício do comércio.

Minhas idas ao Saara começavam com uma rápida viagem de metrô entre as estações Afonso Pena e Presidente Vargas, que passa a se chamar Saara/Presidente Vargas a partir do dia 10 de Junho de 2022, por meio de um trabalho conjunto entre o Polo Saara e o deputado estadual Alexandre Knoploch. Ao sair da estação de metrô e, enquanto me aproximava da esquina da Rua Regente Feijó, o barulho incessante das dezenas de carros e ônibus que passam pela Avenida Presidente Vargas começava lentamente a dar lugar a uma cacofonia de vozes, música, gritos e passos. Ao virar a esquina, dava de cara com uma pequena barreira de metal que separa a avenida e seus carros em constante movimento de uma via exclusiva para pedestres. A Rua Regente Feijó, nesse trecho inicial, é nada mais do que uma pequena travessa com algumas lojas de roupas e meia dúzia de lanchonetes e cafés. Ao andar mais para frente, junto do alargamento gradual da via, passava a notar também o aumento no fluxo de pedestres, que, como um afluente que é transformado em um grande rio, logo é absorvido pela Rua da Alfândega, a maior das artérias que mantém o Saara vivo em suas horas de atividade.

1.1) Balcões como ponte e como barreira

Andar pelas ruas da Alfândega, Senhor dos Passos e Buenos Aires é estar imerso em estímulos de toda ordem. Letreiros e cartazes anunciando marcas, queimas de estoque e condições especiais de pagamento competem pela nossa atenção com araras, manequins e caixas com produtos na moda ou em promoção,

⁸Dados apresentados pela diretoria do Polo Saara em uma matéria publicada no portal do Jornal Extra em 07/08/22. Disponível em : <https://extra.globo.com/noticias/rio/polo-saara-no-centro-do-rio-vai-virar-sessenta-com-menos-arabes-mais-chineses-25552380.html>

estrategicamente posicionados no meio das calçadas como forma de atrair o cliente para dentro da loja. Acima de nossas cabeças, o som alto da Rádio Saara toca a mesma seleção de poucos *jingles* (“*atacadão biju, o magazine da moda....*”) e esquetes publicitárias voltadas a promover lojas que participam da estrutura do Polo. Se algum desses chamarizes nos prende a atenção e decidimos nos deslocar até uma loja específica, é preciso cautela, pois provavelmente teremos que ir contra as correntezas formadas pelo fluxo intenso de pessoas que atravessam as ruas do mercado.

É no meio desses rios de pessoas e estímulos aos sentidos que tanto os visitantes quanto o pesquisador precisam saber navegar para chegarem ao seu destino. Por isso, nos primeiros dias de trabalho de campo, ao invés de me deslocar direto a um restaurante ou lanchonete específica, passava um tempo considerável à deriva pelas ruas do Saara como forma de me acostumar com seus fluxos, em uma espécie de observação flutuante. Colette Pétonnet (2008), ao nos descrever um trabalho de campo feito no cemitério Père Lachaise, em Paris, nos explica o conceito:

“Ele consiste em permanecer vago e disponível em toda a circunstância, em não mobilizar a atenção sobre um objeto preciso, mas em deixá-la “flutuar” de modo que as informações o penetrem sem filtro, sem a priori, até o momento em que pontos de referência, de convergências, apareçam e nós chegamos, então, a descobrir as regras subjacentes.” (Pétonnet, 2008 p.4)

Chegava geralmente no fim da manhã e, percorrendo as ruas sem direção certa, muitas vezes andando em círculos, olhava as fachadas das lojas, recolhia fragmentos de conversas entre pedestres e tentava reconhecer algum padrão no meio de todo o caos. Após esse primeiro passeio flutuante, que geralmente acabava devido ao cansaço de andar ou ao calor, me dirigia ao estabelecimento árabe mais próximo, onde fazia um pequeno lanche ou comprava algo para comer mais tarde em casa. A partir deste itinerário, que seguia quase religiosamente ao visitar o Saara, comecei a perceber a centralidade dos balcões nos restaurantes e lanchonetes da região.

Para atrair o cliente, que flui entre as ruas, avenidas e travessas em uma forte correnteza, e fazê-lo entrar em seu negócio, os donos e funcionários se utilizam de várias ferramentas. As mais ilustres vão desde a exibição de mercadorias nas

calçadas, forma mais tradicional, até a utilização de locutores altos, que anunciam em um volume maior ainda o preço popular e o sabor caseiro dos *self-service* sem balança que operam em alguns sobrados. Além destas, formas mais sutis também são utilizadas.

Ao andar pelas vias do Saara, rapidamente notamos a profusão de estufas exibindo salgados de diversos tipos e origens, seja em padarias, pastelarias chinesas, lanchonetes e até restaurantes árabes. Outros lugares precisam de métodos mais incisivos, seja pelo caráter supérfluo de seus produtos, ou, no caso dos restaurantes situados em sobrados, menos imediatamente acessíveis aos clientes. Os lugares que vendem salgados só precisam destas estufas para passar a mensagem de que estão vendendo aquilo que muitos dos visitantes precisam no momento: comida rápida, barata e, no caso dos “árabes”, tradicional. A Casas Pedro, famosa rede de empórios alimentícios que começou no Saara como uma mercearia libanesa, mantém, além de duas lojas, três balcões “soltos”⁹ nas ruas do Saara, que vendem exclusivamente quibes, esfirras e doces árabes. Estratégia semelhante ocorre em tradicionais e antigos restaurantes, que servem salgados e doces, café e bebidas em balcões na calçada, atuando como uma espécie de ponte entre o cliente, que está procurando um lanche rápido, e o salão, onde esse cliente poderá voltar em outro momento e consumir uma refeição mais lucrativa:

“É aquilo que te falo, cara, vai ali comprar um negócio, aqui na frente e ele vai fazer um lanche. Acho que utilizar esse meio, é a conveniência de já ter um cliente ali, em algum momento ele vai sentir fome. Se ele sentir fome, tá aqui o meu balcão.” (Toni Haddad, dono do El-Gebal)

A centralidade dos balcões para a cultura culinária do Saara, inicialmente bem-vinda como um elemento que nos ajudaria a melhor entendê-la, se mostrou um presente de grego para o trabalho de campo, pois enquanto eles são uma ponte entre o cliente e o negócio, se mostraram uma fronteira quase que intransponível entre o pesquisador e seus potenciais interlocutores. Um dia, entrei na fila do balcão de salgados do restaurante El-Gebal, onde tinha maior familiaridade com a equipe, para comprar um *maamoul*, biscoito de sêmola amanteigado e recheado, e um café. Quando chegou minha vez, vi que quem estava atendendo era uma funcionária

⁹Utilizo aqui a palavra “solto” para diferenciar esses balcões, que funcionam como carrinhos de lanche comuns, daqueles que estão ligados a restaurantes ou lanchonetes.

muito simpática, com quem eu já havia tido algumas conversas amistosas e despreziosas em um dia que sentei no salão do restaurante para comer um sanduíche. Aproveitando o momento para tentar começar uma conversa e talvez conhecer mais sobre a equipe do estabelecimento, disse que aquele doce era o favorito da minha mãe e perguntei quem é que era o responsável por ele. Para minha surpresa, muito ríspida ela respondeu “os meninos lá da cozinha”, virou, anunciou meu pedido à outra atendente e saiu do caixa. Esse episódio foi o primeiro de muitos em que, ao tentar me aproximar casualmente dos funcionários enquanto consumia, minhas investidas eram rapidamente neutralizadas por respostas rápidas e o anúncio do pedido.

Em sua tese de doutorado pelo Museu Nacional, Antônio Carriço (2016), estudou questões relacionadas ao trabalho em padarias da cidade de Petrópolis. Durante seu trabalho de campo, aproveitou seu diploma de formação de padeiros, conseguido durante o trabalho de campo que fez para seu mestrado, quando estudou a formação profissional da classe, para procurar emprego na área. Enquanto não era contratado, também visitou as padarias diariamente enquanto cliente para observar as interações que ocorrem nos balcões:

“Algo que muitas vezes escapa a um observador externo (um cliente que chega à padaria, passa quinze minutos fazendo um lanche e se vai, por exemplo) e que pude abordar a partir da minha experiência de trabalho (no balcão, também, mas sobretudo na padaria, onde permaneci por um período mais longo), é que o trabalho no balcão não se limita ao que indicaria o termo “balconista”, e tampouco se limita às interações que se estabelecem com os clientes.” (Carriço, 2016 p.53)

Não tendo experiência pregressa com trabalhos etnográficos, inicialmente achei que o problema estava na forma em que eu tentava me aproximar dos funcionários, mas em outro dia, quando estava em pé no balcão bebendo meu café, vi que não era necessariamente o caso. A mesma funcionária atendia um homem que parecia ser um cliente antigo, pois o recebeu com um enorme sorriso e o chamou pelo nome. Após perguntar o que teria acontecido para que ele estivesse tanto tempo sem aparecer por lá, ela fez um movimento parecido com aquele que fez comigo, ao rapidamente cortar o assunto quando seu interlocutor começou a se estender. Ao vender comida rápida, os balcões obedecem a um ritmo mais rápido ainda, em que não há tempo para conversas mais longas, mesmo em momentos

onde não há ninguém mais na fila, pois há trabalho a ser feito em outro local.

Com isso em mente, percebi que não teria como empenhar uma observação participante num sentido mais clássico já que, diferente de Carriço, não possuio nenhuma experiência ou treinamento profissional na área, muito menos dinheiro para me deslocar ao Saara e consumir diariamente nos estabelecimentos. Resolvi então mudar a estratégia e tentar travar um contato direto com os proprietários. A ideia seria explicar rapidamente o projeto e convencer os donos a ajudarem em minha inserção nestes espaços, seja me apresentando a seus funcionários para que pudesse sugerir entrevistas mais formais ou me permitindo permanecer nos espaços para além do balcão.

Os proprietários que consegui contato se mostraram bem abertos de início, mas conforme eu tentava marcar alguma conversa mais formal, cada vez mais dificuldades apareciam. Primeiramente, os únicos momentos da semana em que estas conversas poderiam ocorrer eram nas segundas e terças-feiras à tarde, geralmente a partir das dezesseis horas, pois eram os dias e o horário de menor movimento de clientes. Em seguida, descobri que, apesar de estarem mais livres, chegar ao Saara nestes períodos não garantiria uma audiência com os patrões, pois poderiam estar ocupados com alguma demanda repentina ou apenas sem vontade de me receber naquele momento. Paralelamente, buscava também entrar em contato com as famílias que algum dia tiveram estabelecimentos na região, o que foi infrutífero já que, sem exceção, todas recusaram a dar depoimentos ou até responder às minhas mensagens, e-mails ou ligações. O tempo foi passando e, ao chegar o fim de 2022, os únicos com os quais consegui criar algum tipo de relação, por mais superficial que fosse, me pediram para voltar após o carnaval, já que os próximos meses seriam de muito trabalho e não teriam tempo para sentar e conversar com calma comigo.

Ao me deparar com a dificuldade constante de me estabelecer no campo, decidi por ampliar minha área de atuação e procurar também outros ambientes em que a comida árabe está bem estabelecida. Essa mudança no projeto inicial, que contemplaria apenas o bairro, se mostrou bastante acertada, já que me permitiu ter o tempo necessário para fortalecer a relação com alguns interlocutores e negociar entrevistas e encontros junto a habitantes do Saara ao mesmo tempo que não impedia minha ida a campo e a produção de dados em outros lugares e junto a

interlocutores mais abertos. O primeiro proprietário de loja no Saara com quem consegui efetivamente ter uma conversa mais longa, foi o senhor Iran José da *Padaria Bassil*, tradicional panificadora. Ao longo do tempo, talvez por minha insistência, outros interlocutores começaram a se mostrar mais disponíveis, mesmo que fosse apenas para que eu parasse de aparecer sempre.

1.2) O Saara pelos proprietários

Neste tópico, apresentarei o resultado de minhas conversas com alguns personagens importantes para o universo da “comida árabe” no Saara. Por ter tido, na maioria das vezes, interações rápidas com eles, conseguindo realizar poucas entrevistas formais, a maior parte das informações foi produzida de forma fragmentada, mas são suficientes para começarmos a esboçar uma ideia sobre a vida dessas pessoas, assim como as relações que mantêm com a “comida árabe” e com o próprio Saara.

Ao começar a entrar em contato com os proprietários, precisei fazer uma escolha em relação aos estabelecimentos onde iria concentrar minha atenção. Apesar de acharmos quibes e esfirras em qualquer lanchonete ou padaria, assim como pratos “árabes” em qualquer restaurante a quilo da região, escolhi frequentar apenas aqueles estabelecimentos que, de alguma forma, assumem um caráter “árabe”, seja ele qual for. Se escolhesse fazer campo em todos aqueles que servem “comida árabe” não haveria tempo suficiente para fazer a pesquisa sozinho, já que, por ser uma região de comércio popular e bem próxima a inúmeros prédios de escritórios, há uma vasta oferta de restaurantes, lanchonetes e padarias para alimentar os trabalhadores e transeuntes. Além desses estabelecimentos, há também aqueles que não servem nada que podemos identificar como “comida árabe”, mas que se aproveitam do imaginário árabe do Saara em sua caracterização e/ou publicidade, como é o caso do Batata do Saara, lanchonete especializada em batata frita “no cone”, que se utiliza do nome da região para trazer uma temática de deserto para a loja, inclusive, tendo um camelo sorridente como mascote. Lugares como esse, apesar de não nos dizerem nada sobre “comida árabe”, servem como sinais da importância da arabidade para a identidade local do Saara e, por isso, devem ser levados em consideração, mesmo que eu não tenha efetivamente os

frequentado durante o trabalho de campo.

Figura 03: Banner da “Batata do Saara”



Fonte: Foto do autor

Abaixo, apresento um quadro relacionando os restaurantes e lanchonetes que contemplam o requisito definido para a pesquisa de campo, assim como algumas informações sobre eles:

Quadro - Listagem de estabelecimentos “árabes”

Nome do Estabelecimento	Fundação	Donos	Origem
El-Gebal	1958	Toni Haddad	Líbano (imigrante)
Nagib 80	1989	Augusto e “Assis” Catão	Brasil (Paraíba)
Rei do Quibe	1976	Família Ferreira	Brasil (Rio de Janeiro)
Cedro do Líbano	1948	Família	Espanha

(fechado)		Dominguez	(descendentes)
Padaria Bassil	1913	Iran José Bezerra Sebastião	Brasil (Rio de Janeiro) ou Líbano (aparentado)
Restaurante Sírio e Libanês	1963	Luciana Ghazi	Líbano (filha de imigrante)
Casas Pedro	1932	Família Mussalem	Líbano (descendentes)

Primeiramente, gostaria de chamar atenção ao ano de fundação dos estabelecimentos. Mesmo o mais novo entre eles já existe há mais de trinta anos, o que nos mostra que não houve a criação de novos estabelecimentos “árabes” no Saara desde a década de 1980, ou se houve algum, não conseguiu se manter em funcionamento por muito tempo. Isso dá força a um discurso, muito repetido tanto pela imprensa quanto pelos próprios proprietários, que dá uma especial importância ao caráter tradicional e à longevidade dos estabelecimentos, que se mantiveram abertos durante os altos e baixos de popularidade da “comida árabe” ao longo das décadas. Outra informação importante é que dos sete estabelecimentos citados, quatro deles são geridos por não-árabes, o que confirma a tendência, citada anteriormente, de não-árabes continuarem a tradição iniciada na época em que a região era conhecida como Pequena Turquia.

O caso mais famoso entre eles é o do Restaurante Cedro do Líbano, que por muitos anos foi amplamente considerado, entre clientes e guias culinários, como um dos mais tradicionais restaurantes “árabes” da região do Saara. Inclusive, alguns conhecidos, ao saberem que eu estava fazendo trabalho de campo na região, disseram que era impossível falar de “comida árabe” na cidade sem mencioná-lo. Segundo o site do próprio restaurante¹⁰, o Cedro do Líbano foi fundado em 1948 por um imigrante Libanês, que tocou o empreendimento até 1954, ano em que vende o restaurante para dois sócios, um português e um espanhol, que transformam o restaurante na instituição que passou a ser. Na década de 1970, o português resolve se aposentar e acaba vendendo sua parte no negócio para seu sócio espanhol.

¹⁰Apesar do site estar fora do ar desde o encerramento das atividades do restaurante, consegui visualizar a versão que estava no ar em 2019 por meio da Wayback Machine, ferramenta online de preservação da história da internet.

Desde esse momento até o encerramento das atividades do restaurante em 2021, ele foi tocado pela família deste espanhol, sendo sua última proprietária a senhora Lícia Dominguez, sua filha. Infelizmente, o empreendimento não sobreviveu ao choque criado pela pandemia de COVID-19, que durante meses obrigou os restaurantes e lanchonetes da região a fecharem ou trabalharem exclusivamente com entregas. Tentei entrar em contato com a família Dominguez de diversas formas ao longo de alguns meses, mas meus pedidos para uma conversa não foram respondidos.

De forma semelhante a este caso, o filho de um imigrante Libanês ex-proprietário de uma famosa marca de pão árabe carioca, me comunicou que não gostaria que o pai fosse entrevistado, pois relembrar seus anos à frente da fábrica, que precisou vender durante a pandemia, resultaria em uma piora na sua já afetada saúde mental. O silêncio ou a recusa de relembrarem o antigo negócio, que recebi também de todos os outros proprietários de estabelecimentos que pereceram durante a pandemia, indica o tamanho do impacto que a crise sanitária teve tanto na vida de comerciantes e funcionários quanto na própria história, economia e paisagem física e culinária da cidade.

El-Gebal

Toni Haddad nasceu em 1972 em Nabaa El Safa, vilarejo turístico localizado no distrito de Chouf, Líbano, chegando ao Brasil aos 11 anos de idade. A trajetória de sua vida é bastante singular, se comparada às de dezenas de imigrantes árabes que fizeram a vida no Saara ao longo dos últimos 120 anos, já que sua chegada se deu bem tardiamente, em um período em que havia poucos libaneses imigrando para o Rio de Janeiro e nenhum árabe se instalando comercialmente na região, sendo os “árabes” do Saara naquela época em sua maioria filhos ou netos de imigrantes. Apesar de ter nascido e passado a maior parte de sua infância no Líbano, sua família já estava estabelecida na cidade do Rio de Janeiro desde a década de 1950, quando seu pai, Youssef Said Haddad, imigrou para o país e, em 1958, abriu o restaurante El-Gebal, que Toni veio a assumir em 1996. Desde a chegada de seu pai a família se manteve dividida entre Brasil e Líbano, mantendo residências e negócios em ambos os países.

Figura 04: Fachada do restaurante El-Gebal



Fonte: Foto do autor

O Restaurante El-Gebal, nas palavras de Toni, se constitui enquanto “três negócios em um”, o que podemos ver refletido na arquitetura do estabelecimento. Na parte da frente, nos deparamos com um espaço, chamado de lanchonete, destinado a servir salgados e doce “árabes”, assim como café e outras bebidas quentes e geladas, ocupada em sua maior parte por um grande balcão, que começa bem na entrada, onde está o caixa, e se estende até a parede do fundo. Paralelo a este balcão há dois balcões suspensos que servem como apoio para os clientes consumirem os produtos, um deles colado a uma parede espelhada e outro formando uma ilha central entre os dois outros. Na parede do fundo da lanchonete, há uma porta de vidro que dá para o salão do restaurante, onde são servidos sanduíches e refeições em mesas de madeira. As paredes, revestidas com um granito cor de areia que remete a um revestimento de pedra comum nas casas libanesas, são adornadas com quadros ilustrando as belezas naturais do país, assim como artesanatos feitos de Cedro do Líbano e/ou portando a imagem da árvore, símbolo da República Libanesa. O terceiro negócio não é visível, já que se resume

na produção de doces e salgados “árabes” sob encomenda, seja para outros estabelecimentos ou para o consumidor final.

Minha relação com o El-Gebal não é recente. Apesar de não ter conhecido Toni pessoalmente até minha ida a campo, minha família compra seus doces há décadas e meu avô, segundo minha mãe, era amigo do senhor Youssef, que veio a falecer em 2001. Apesar de não reconhecer o nome de Nassim Najjar, essa informação ajudou em muito a “quebrar o gelo” com Toni no início de nossas conversas. Outro fator de aproximação foi sua participação como um dos interlocutores centrais de Paula Ribeiro (2000) em sua dissertação de mestrado em história, texto essencial para minha contextualização no universo do Saara. Portanto, quando começamos a conversar, eu já possuía um certo contato com a história de vida e opiniões de Toni, o que o deixou particularmente contente, já que ficou muito satisfeito com o resultado do “trabalho da Paula”.

Em um fim de tarde em março de 2023, Toni me recebeu para uma entrevista no salão do restaurante após aproximadamente dez tentativas frustradas por sua agenda ocupada ou por imprevistos. Vestido com camisa e calça social bem arrumadas e com o cabelo perfeitamente penteado para trás com gel, ele não parece com os outros proprietários que tinha conhecido até então, que sempre faziam outras coisas enquanto conversavam comigo. Muito pelo contrário, tanto sua postura quanto a forma que se dirigia a mim mostravam ao mesmo tempo grande naturalidade e um esforço genuíno de parecer cem por cento preocupado em responder minhas perguntas e surgir com questões. Outra diferença é que Toni está não só acostumado a receber pesquisadores, inclusive, citando seus nomes para saber se eu tenho notícias de algum, como também possui um grande interesse no trabalho final, como ficou claro quando me perguntou como seria a estrutura da minha dissertação e me deu sugestões de metodologia.

Seu jeito cortês e sua aparência elegante, desde a primeira vez em que o abordei para pedir uma entrevista, sempre me pareceu como aquele de um político lidando com o público. Todas as vezes que estive no El-Gebal para tentar marcar uma data essa impressão só crescia, pois estava sempre recebendo alguém nos fundos do restaurante, o que me fazia ter que esperar na lanchonete até que um de seus funcionários indicasse que era minha vez de ter uma audiência com o patrão. Quando finalmente consegui entrevistá-lo, minha impressão se mostrou verdadeira,

pois Toni faz parte do grupo de comerciantes da região que tomou o poder da SAARA e montou o atual polo, que chegou a presidir por anos:

“O movimento foi assim...foi um grupo que viu que não havia como entrar na administração da antiga Saara, que era centralizada em uma pessoa só, que fez muito pelo Saara, mas que em certo momento, quando você não tem troca de poder, não refresca as ideias, não tem a ajuda de outras pessoas, fica tudo mais difícil. Criou-se o Polo Saara. Temos eleição a cada dois anos. Temos uma diretoria constituída com Conselho, Presidente, claro, enfim... Então é a Associação do Saara, o Polo do Saara. A gente tem contato com o poder público, sempre por ser reconhecida oficialmente. Ainda bem que fizemos, senão não ia ter nada, porque o Saara estava prestes a acabar.” (Toni Haddad, caderno de campo)

Atualmente, apesar de não estar mais na cúpula da instituição, ainda participa ativamente da articulação com a câmara dos vereadores e a prefeitura, que a partir do pedido feito por comerciantes locais por um portal de entrada, que visava finalmente delimitar o que é ou não Saara, resolveu iniciar um grande projeto de revitalização da região. Esse projeto, que alguns acreditam ser mais um que não irá para frente, pretende criar espaços de convivência, alargar calçadas, trazer mais acessibilidade à região e melhorar a circulação de pedestres e veículos, modificando o bairro para melhor se enquadrar no conceito de “shopping a céu aberto” defendido tanto pela diretoria do polo quanto pela própria prefeitura. Não só no caso deste projeto, mas em outras parcerias entre o Polo Saara e o poder público da cidade, o Restaurante El-Gebal foi escolhido pela associação comercial como o lugar onde as reuniões são feitas, as fotos tiradas e as leis assinadas. “É só pesquisar ‘Eduardo Paes Saara’ e você vai achar várias fotos daqui”.

Figura 05 - Eduardo Paes e Eduardo Blumberg, ex-presidente da SAARA, em evento no El-Gebal em 2021



Fonte: Prefeitura do Rio de Janeiro

Quando Toni vai falar sobre o sucesso e a permanência da “comida árabe” no Saara, coloca forte ênfase na longevidade dos estabelecimentos, o que, segundo ele, passa uma ideia de qualidade e tradição, e na adoção desses estabelecimentos e da própria “comida árabe” por não-árabes em seu cotidiano:

“Enfim, não tem aquele movimento de gente vindo, isso faz com que diminua mesmo e quem está aqui se estabelece. Eu acho que continua com essa marca porque quem frequenta, mesmo não sendo descendente, gosta disso. As pessoas vêm pra cá porque sabem que tem restaurante árabe aqui. No Rio você não tem muitos como referência. O que funciona no comércio é a referência porque sabem que são antigos. Posso falar aqui do El Gebal, o El-Gebal existia há muito tempo, às vezes a pessoa pode não ter ideia que funciona desde 58 mas sabem que é antigo, que é de família e persiste também por isso. Mesmo não tendo movimento de migração contínuo, o que já não tem mesmo, persiste por conta das pessoas que englobaram isso ao dia a dia delas. O Saara ser Saara, como uma referência árabe, libanesa, síria, faz parte do cotidiano do carioca.”

Dentro desse Saara que se tornou referência de “comida árabe” na cidade, o restaurante El-Gebal, assim como seu fundador, aparece no discurso de Toni como um pioneiro que ditaria muito daquilo que se tornou comum em outros estabelecimentos da região:

“T -Aliás, meu pai foi visionário em várias coisas, né. Ele foi o primeiro a colocar ar condicionado no restaurante.

B - Olha...

T - Então, sei lá. No início dos anos 80 o pessoal olhava e achava esquisitíssimo. Entrava e falava “Ué, aqui é banco? por que tem ar condicionado?”

B - (risos)

T - É, a gente hoje acha meio surreal mas... Foi o primeiro a colocar café expresso. Tinha uma máquina de café expresso também na década de 80. Ninguém sabia muito o que era. As pessoas estranhavam, tinha gente que torcia o nariz. Depois virou aquela febre, né, do café expresso. “Tem que ser expresso” A gente foi o primeiro. Viu, achou interessante e botou. Ele fazia umas coisas um pouco... um pouco a frente, né.”

Entre essas inovações no serviço, a que pareceu dar mais orgulho a Toni foi a montagem de balcões à frente dos restaurantes. Segundo ele, o El-Gebal não foi apenas o primeiro, como é o estabelecimento que melhor serve o cliente desta forma, pois não se dá como satisfeito tendo um “balcãozinho largado na rua” e faz questão de montar todo um salão de lanchonete.

Se o Saara é referência de “comida árabe” na cidade, a esfirra representa a maior referência culinária do Saara. Apelidada por ele de “hambúrguer do brasileiro”, por ser um alimento rápido, saboroso, que “não escorre” e que dá pra ser consumido enquanto andamos pela rua, é seu líder máximo em vendas. Como imigrante, reconhece que o que conhecemos no Brasil enquanto esfirra é mais uma marca do que efetivamente um prato, já que engloba diferentes tipos de preparos levantinos. No entanto, isso não o incomoda, pois acredita que essa nomenclatura facilitou a popularização destes preparos e a venda pelos estabelecimentos.

A questão das adaptações culinárias ao gosto dos brasileiros e às necessidades do mercado nacional foram um assunto recorrente em nossa conversa. Apesar de não se sentir particularmente ofendido com mudanças extremas na feitura e apresentação de pratos libaneses, como quando mencionei o cardápio da rede Habib's ou os diferentes sabores de quibes e esfirras que encontramos pela cidade, Toni acredita que há uma linha que não pode ser passada caso o cozinheiro queira chamar esses pratos de “comida árabe”. Para ele, esse tipo de inovação culinária é válida, tem seu lugar, mas não é esfirra ou quibe e deve ser chamada por outro nome. Parte da importância do Saara estaria justamente em ser o lugar onde as pessoas sabem que essa linha não é cruzada.

Padaria Bassil

A Padaria Bassil é o estabelecimento “árabe” mais antigo da cidade do Rio de Janeiro. Fundada em 1913 pelo Libanês Toufic Bassil e gerida como um negócio familiar desde então, é referência entre a comunidade sírio-libanesa da cidade pelo seu pão. Além de sua longevidade e qualidade reconhecida pelo público, a Bassil é conhecida também como uma das personagens principais de um ilustre caso do futebol carioca. No ano de 1962, os jogadores Jordan, que na época atuava pelo Flamengo e Garrincha, grande astro da seleção e jogador do Botafogo, ambos clientes assíduos da padaria, fizeram uma aposta. Seus times iriam se enfrentar no Maracanã pelo título do campeonato carioca daquele ano e o jogador do time perdedor teria que pagar uma reforma completa da padaria, que seria toda decorada com as cores do time vencedor. Após o Botafogo ganhar a partida por 3 a 0, Jordan cumpriu sua parte no acordo e definiu o que seria o visual da Bassil desde então.

O salão da padaria possui pouco espaço para os clientes. Pequeno e cortado ao meio por um grande balcão, ainda é ocupado por duas geladeiras de bebidas, onde os clientes devem se servir. Todas as paredes são revestidas com azulejos brancos e pretos, as cores do Botafogo, em uma disposição de tabuleiro de xadrez, carregando quadros com páginas de jornal sobre o estabelecimento, fotos com celebridades que consumiram no local e, como na maioria dos comércios de famílias árabes, um grande retrato do patriarca fundador. Na parede atrás do balcão, vemos a porta para a fábrica instalada na parte traseira da longa casa histórica, assim como um único azulejo diferente, que ilustra o brasão do time vencedor daquela partida em 1962.

Figura 06: Fachada da Padaria Bassil



Fonte: Foto do Auto

Figura 07: Salão da Padaria Bassil



Fonte: Foto do Autor

Em uma das minhas visitas à Bassil, conheci uma testemunha do dia da famosa aposta. Encostado no balcão lateral enquanto comia uma esfirra de carne, percebi que um idoso ao meu lado contava a outra cliente a história de Jordan e Garrincha naquele fatídico dia. Aposentado há muito tempo, havia décadas que ele não ia ao Saara e, como estava por perto, aproveitou para ver se a padaria ainda estava de pé.

Seu Ivo trabalhava como caixa em um banco localizado na Rua da Quitanda desde o fim da década de 1950, e sempre visitava a padaria Bassil quando ouvia falar que os dois jogadores estavam lá. De acordo com ele, se encontravam no estabelecimento toda segunda-feira para “bebericar”: tomar cerveja e conversar. Quando estavam lá, costumava haver uma aglomeração de pessoas ao redor dos dois, que atentamente escutavam suas conversas e tentavam passar um tempo com os famosos jogadores. Ivo estava acostumado com essa dinâmica e, apesar de não estar presente no momento da aposta, contava esta história detalhadamente a todos que quisessem ouvir. Como os antigos habitantes do Catumbi, que acompanhavam Mello e Vogel pelo bairro reconstituindo a partir da memória construções e dinâmicas sociais e culturais cotidianas que foram destruídas para dar lugar ao novo, seu Ivo performava uma espécie de arqueologia urbana (Vogel, 1984), ao me indicar que a padaria Bassil de antigamente era completamente diferente da atual. Apontando para as paredes, lembrou que o estabelecimento era muito maior, tomando também pelo menos uma das duas lojas vizinhas e se estendendo para muito mais fundo, onde hoje em dia funciona a panificação.

O proprietário é o senhor Iran José, um homem baixo de voz mansa e personalidade tímida, mas que tem uma grande desenvoltura ao participar de entrevistas. Inclusive, demorou um pouco para fazê-lo entender que meu trabalho não era uma reportagem, e que estava interessado em um contato de longo prazo com ele e seus funcionários. Muito solícito, se mostrou disponível para contribuir, mesmo com a dificuldade de arrumar tempo para me receber por períodos mais extensos. De qualquer forma, tivemos a oportunidade de ter conversas informais que levantaram questões muito importantes para o trabalho.

Apresentado em múltiplas reportagens e entrevistas enquanto Iran Bassil, terceira geração da família Bassil a tocar a padaria, Iran não possui origem étnica árabe. Imagino que para alguns jornalistas, a história de uma centenária padaria

familiar árabe perderia força caso soubessem que seu atual proprietário não é um Bassil propriamente dito. Digo isso pois Iran não faz questão de esconder essa informação, como quando mencionei a expressão “terceira geração” e ele imediatamente me corrigiu, dizendo não ser neto de seu Toufic: “Eu não sou da família, mas sou filho de consideração, né. Emprestado...”. Da mesma forma que Iran foi alçado a dono da Bassil por sua “família emprestada”, está em processo de treinar Hugo, sobrinho de sua esposa.

Outro indivíduo central para a história recente da Bassil é o senhor Edson, que trabalha há mais de 30 anos no estabelecimento como padeiro e atualmente comanda a fábrica. Em um dos primeiros contatos, enquanto explicava minha pesquisa para Iran, o proprietário foi bastante taxativo ao dizer que se tem alguém que conhece mesmo “comida árabe” na Bassil era Edson. Ao perguntar ao chefe da panificação se havia aprendido a fazer “comida árabe” na Bassil ou se tinha alguma experiência pregressa em outros estabelecimentos, ele me disse que aprendeu em casa. Assim como a gestão da empresa, a operação da fábrica também é passada de geração em geração. O pai de Edson trabalhava como chefe da fábrica durante a gestão de Maurício Bassil, pai de consideração de Iran, e treinou seu filho para sucedê-lo. Nos dias de hoje, Edson faz o mesmo com a nova geração, já que boa parte dos funcionários da padaria é formada por seus filhos e sobrinhos.

De certa forma, a Padaria Bassil além de ser o estabelecimento “árabe” mais antigo do bairro, acaba também por espelhar suas mudanças demográficas ao longo do tempo, ao mesmo tempo que mantém a ideia de arabcidade como algo central para a história e identidade local. Assim como em outros estabelecimentos, como o já citado Cedro do Líbano, a continuidade da tradição foi feita a partir da transferência do ponto comercial para não-árabes. Diferente do finado restaurante, no entanto, esta transferência foi feita dentro da própria família, mesmo que não-biológica. A transmissão de saberes e práticas culinárias, além de paladares familiares (Menasche, 2008), de árabes para não-árabes por meio de amizade, vizinhança e relacionalidade (Carsten, 2000) e a subsequente manutenção de tradições culinárias “árabes” por famílias não-árabes, que aparecia constantemente na esfera privada durante meu trabalho de campo na graduação, aparece no mais antigo e tradicional estabelecimento “árabe” do Rio de Janeiro também enquanto transmissão de ofícios e autoridade.

Nagib 80

A lanchonete Nagib 80, localizada na Rua Regente Feijó e em frente à praça do mascate, é especializada em salgados árabes, principalmente quibes e esfirras, mas também produz outros tipos de salgados fritos e assados. Meu primeiro contato no estabelecimento durante o trabalho de campo se deu com Francisco de Assis, um dos proprietários, que ao ouvir do que se tratava minha pesquisa, achou que não teria muito como contribuir e me indicou conversar com seu irmão Augusto, que além de seu sócio também chefiava a fábrica de salgados.

Figura 08: Fachada da Nagib 80



Fonte: Foto do autor

Conseguir uma conversa com Augusto é complicado, pois seu cargo o faz estar sempre ocupado durante a manhã, momento em que toda a produção é feita, e ausente à tarde, pois, segundo ele mesmo, não fica lá nem um segundo a mais do que o necessário. Portanto, a janela de tempo em que se encontra disponível é muito pequena e para conseguir encontrá-lo eu precisava chegar exatamente às 14 horas, momento em que acabou seu turno e está tomando banho antes de voltar

para casa. Se acertava o momento, um dos funcionários o avisava que tem alguém para vê-lo e conseguia trocar umas palavras com ele por alguns minutos. Graças à pressa de Augusto de voltar para casa, nossas conversas se deram na entrada da fábrica de salgados, uma porta localizada ao lado da lanchonete, que não imaginaria fazer parte do estabelecimento se não fosse por um grande pôster ilustrando construções no Mali, que tenta passar uma ideia de “oriente”, mesmo que o país não tenha nenhuma relação com os produtos vendidos na loja.

Figura 09: Entrada para a fábrica da Nagib 80



Fonte: Foto do autor

Augusto Catão nasceu em Campina Grande, no estado da Paraíba, e veio ainda jovem para o Rio de Janeiro, onde trabalhou “em escritório” durante alguns anos até a década de 1980, quando “a bagunça do governo Sarney” o fez ficar desempregado. Sem nenhuma perspectiva de trabalho e em um ambiente econômico desfavorável, conseguiu um emprego “na pia” de um restaurante árabe no Saara, onde trabalhava raspando e higienizando os tabuleiros que eram utilizados para a produção de esfirras. Com o passar dos anos, foi crescendo na

hierarquia do restaurante até virar um dos responsáveis pelos salgados.

No fim da década de 1980, Mildson Moyses Izaac, um dos vários amigos árabes¹¹ que fez pelo Saara, o convenceu a largar seu emprego e fundar junto a ele uma lanchonete. Os dois, junto a Francisco de Assis, irmão de Augusto, fundaram um estabelecimento na Rua Regente Feijó 72, que alguns anos depois iria se mudar para o número 80 da mesma rua e passaria a se chamar Nagib 80, nome que remete a seu endereço e ao apelido de Mildson.

Durante nossas conversas, Augusto se mostrou uma pessoa bem vaidosa, não só pelo chapéu de sambista e os vários cordões que sempre usa fora do expediente, mas principalmente pela forma em que via a si mesmo e seu estabelecimento dentro do Saara e de todo o contexto maior da “comida árabe” no Rio de Janeiro. Enquanto Iran e Toni parecem sempre apoiar sua autoridade na longevidade de seus estabelecimentos e nas tradições familiares em que os dois nasceram e hoje carregam nas costas, Augusto se baseia em sua habilidade, longa experiência como “esfirreiro” e nos anos que passou treinando junto a Jorge Abrahão, dono do restaurante onde começou sua carreira, que considera o melhor que já existiu na região. Mesmo não fazendo parte de uma família árabe tradicional do bairro, ele se vê como representante de uma grande linhagem culinária, que o coloca em pé de igualdade ou, muitas vezes, em um lugar superior a cozinheiros e proprietários de origem árabe.

Essa *expertise* que acumulou nos anos sob Jorge Abrahão o fez ser convidado para treinar “esfirreiros” em todo o país, como quando um rico imigrante libanês o chamou para fazer uma consultoria no “restaurante árabe de elite” que estava abrindo em Brasília. No fim deste trabalho, o tal imigrante fez uma proposta para que ele gerisse o empreendimento, que recusou por preferir “não ter patrão” e ser dono de seu próprio negócio. Mesmo assim, disse que gosta de contar essa história pois ela mostra como “até os árabes mesmo” preferem seu trabalho ao de outros imigrantes.

Além da qualidade de seu trabalho, Augusto também parece ser bastante orgulhoso das conexões que possui. Perto do fim da única entrevista que fizemos fomos interrompidos por um homem vestido com um uniforme das Casas Pedro, que

¹¹Augusto não sabe dizer exatamente a origem de Mildson, mas garante que veio de “de lá” (Oriente Médio).

tinha vindo buscar uma encomenda. Depois de chamar Fábio, seu braço direito, e o pedir para que ele resolvesse os trâmites junto ao homem, voltou a se sentar e aproveitou a situação para mais uma vez falar sobre a importância que tem no Saara, pois aquela encomenda era de salgados que seriam vendidos nos balcões “soltos” que a rede de mercearias possui na região. Seu trabalho como fornecedor das Casas Pedro, me disse, fazia parte da longa relação de amizade que possui com os donos da rede, a poderosa família Mussalem.

Durante esta entrevista, ele se mostrou bastante insatisfeito com a “qualidade” e com a “ética” de muitos estabelecimentos e trabalhadores da “comida árabe” fora do Saara. Comentando sobre a Rotisserie Sírio-Libaneza, tradicional e midiática lanchonete na Zona Sul que produz uma das esfirras mais famosas da cidade, Augusto garante que não há como terem surgido sozinhos com uma receita tão boa de esfirra, pois seus donos são de origem portuguesa e nunca trabalharam como ele em restaurantes árabes. Sua teoria, que apresenta sem nenhuma prova substancial, é que em algum momento devem ter contratado algum cozinheiro que passou por alguma casa do Saara. Para ele, esse é o cenário mais provável porque “só é possível fazer uma boa esfirra sendo brasileiro se o cozinheiro passou um tempo no Saara ou veio de São Paulo”.

O receio de ver o trabalho feito pelos estabelecimentos do Saara sendo roubado também apareceu quando eu quis saber sua opinião sobre as barraquinhas de salgado operadas por migrantes vindos da Síria ou de outros países. A pergunta o fez lembrar dos muitos sírios que já visitaram sua loja para provar seus salgados e tentar replicá-los, me garantindo sempre que nenhum conseguiu ainda chegar perto do que faz na Nagib 80:

“O cara pode vir de lá com a receita da mãe, da avó, mas se não tiver experiência não vai fazer um bom trabalho. A esfirra é a parte mais fácil. Difícil mesmo é você ter uma casa respeitável, que faça um bom serviço pro cliente. E isso não se consegue da noite pro dia, não. Bota aí pelo menos quinze anos de trabalho.”

Mesmo no caso da famosa “Esfirra do Largo do Machado” não tiver como origem algum antigo esfirreiro do Saara, a insistência de Augusto no assunto, assim como seu incômodo com a chegada de uma nova geração de esfirreiros sírios mostram que a ideia de “tradicional” que ele defende para o Saara está muito ligada a sua própria trajetória profissional, pois significa menos continuar e adaptar no

Brasil uma tradição vinda do Líbano ou da Síria, como é o caso de Toni e de Iran, e mais com a continuação de uma tradição culinária e comercial do próprio bairro, inspirada por valores como trabalho duro, experiência, excelência e longevidade.

INTERLÚDIO - A Tijuca

O Restaurante e Lanchonete Camelo's está localizado no fim da Rua Soares da Costa, que se inicia na Praça Saens Pena e segue na direção do Morro do Salgueiro, na Tijuca. Apesar de ser lotada de comércios, bares e restaurantes por toda sua extensão, há uma diferença perceptível entre o início e o fim da rua. Enquanto a parte mais próxima da praça é mais movimentada e barulhenta, com seus ambulantes e pedestres, aquela onde se encontra o restaurante, muito arborizada e formando esquina com trechos predominantemente residenciais de casas e prédios pequenos, se diferencia por seu clima pacato, que lembra o de uma cidade de interior.

Cheguei por volta das quatro horas da tarde, como havíamos combinado por *whatsapp*, e encontrei o dono do Camelo's, o senhor Taj Din, sentado em uma mesa do outro lado da estreita rua jogando gamão com seu vizinho, ritual que, segundo ele, repete quase que religiosamente às tardes, após o fim da hora do *rush* do almoço. Junto deles, havia um homem de barba perfeitamente alinhada fumando um narguile grande, que depois descobri ser o chef de cozinha do restaurante¹². Me tratando como um repórter, Taj continuou compenetrado em seu jogo enquanto respondia brevemente a algumas perguntas que fazia sobre ele e seu estabelecimento. Quando percebi que o jogo e a entrevista estavam se atrapalhando mutuamente, resolvi parar de fazer perguntas e me transformei em um expectador da disputa entre ele o vizinho.

Taj Din nasceu no Brasil e foi ainda criança para a Síria, país natal de seus pais, onde cresceu. Na adolescência foi à Romênia estudar, como milhares de jovens sírios que se formaram academicamente e/ou profissionalmente em instituições de ensino de países socialistas na época. Acabou se formando no curso de engenharia de telecomunicações e, com o diploma à mão, voltou ao Brasil em busca de trabalho. De volta ao país natal, descobriu que seu diploma romeno não

¹²Visando sua privacidade, omiti o nome do chef nesta dissertação. Além de mal termos trocado palavras, não tive a oportunidade de perguntá-lo se permitia sua utilização.

poderia ser revalidado, o que o fez começar a trabalhar no ramo de comida.

Antes de ter um restaurante de comida síria, Taj já possuiu outros negócios na área da alimentação, como uma churrascaria e uma fábrica de empadas. Segundo ele, resolveu abrir o Camelo's em 2010, após uma estadia prolongada em Tartous, sua cidade da infância, onde passou alguns meses trabalhando no restaurante de um conhecido para aprender novas técnicas e receitas "direto da fonte". Ao voltar, além de dono, atuou também como chef de cozinha, ocupação que manteve até o ano de 2022, quando contratou o atual *chef* para o cargo. Antes de se mudar para o Brasil, o patrão me contou, orgulhoso, que seu funcionário havia trabalhado em restaurantes de comida Síria em países como Grécia, Emirados Árabes Unidos, Turquia e Egito.

O vizinho que acompanhava Taj é Michel, um homem risonho, magro e que ostenta uma grande barba branca. Em um momento, quando Taj me pergunta se eu sei falar árabe e respondo que esqueci a maior parte do que havia aprendido durante minhas temporadas no Líbano, Seu Michel rapidamente intervém: "Mas palavrão você sabe, né? Ninguém esquece palavrão!". Foi então que descobri que seu Michel, assim como Taj e o chef, é de origem síria. Seus pais nasceram na cidade de Antakya, atualmente parte da Turquia, em uma época em que a região ainda fazia parte da província otomana da Síria. Seu pai, inclusive, possuía uma loja de tecidos no Saara.

Conforme Ribeiro (2000) nos descreve, a partir da metade do século XX, há um grande êxodo de famílias de origem levantina residentes do Saara para bairros residenciais, e entre os bairros para onde estas famílias passaram a morar, o que mais concentrou tanto pessoas quanto instituições étnicas é o da Tijuca. Mesmo não possuindo o mesmo peso que o Saara no imaginário da cidade, o bairro (assim outros lugares, como Copacabana e a município de Nova Iguaçu¹³) se tornou um importante centro para as colônias árabes no Rio de Janeiro. Tendo isso em vista, e considerando a facilidade de acesso por eu mesmo ser morador da região, quando chegou o momento de continuar o trabalho de campo em outras regiões da cidade, ela surgiu como a resposta óbvia de lugar para ir em seguida:

Na Tijuca (re)criam espaços de sociabilidade que asseguram a

13Em "Árabes no Rio de Janeiro: Uma identidade plural", Pinto (2010) nos apresenta um mapa da cidade que indica as regiões com a maior concentração de famílias árabes na região metropolitana do Rio de Janeiro.

permanência de seus costumes e tradições. Os judeus construíram sinagogas e escolas judaicas, instituições de auxílio, lares para as crianças e idosos, e clubes. Os árabes cristãos construíram a igreja maronita Nossa Senhora do Líbano na rua Conde de Bonfim, a principal rua do bairro, a sede da Liga Libanesa, e seus filhos passaram a frequentar as boas escolas da Tijuca. Muitos parentes e amigos moravam perto uns dos outros, às vezes, em uma mesma rua ou em um mesmo prédio. Alguns imigrantes chegaram a comprar um terreno e construir um prédio, no qual a família vivia próxima desfrutando um modo de vida similar. (Ribeiro, 2000 p.50)

A imagem de três homens bebendo café, fumando narguile e jogando gamão, que voltaria a me deparar na maioria das minhas visitas ao restaurante, parece saída diretamente de uma reportagem de João do Rio ou do depoimento dos antigos moradores do Saara em sua época de Pequena Turquia¹⁴. O Camelo's, que tem como *slogan* a frase “Comida Árabe feita por árabes” e um dono que se orgulha em apenas servir receitas tradicionais, serve também como um ponto de referência e de encontro para muitos sírios que residem ou já residiram na cidade. Inaugurado em 2010, um ano antes da eclosão da Guerra Civil Síria, o restaurante e a fábrica que produz os doces e salgados vendidos no balcão, serviram como casa e primeiro emprego de incontáveis jovens que chegaram ao Brasil nos anos mais agudos da crise de refugiados ocasionada pelo conflito. Estes jovens, em sua maioria, eram filhos ou amigos dos filhos de seus amigos da época em que morava na Síria:

“Eu ia buscar às vezes dois, três, quatro garotos no aeroporto. Qualquer hora que fosse, às vezes de madrugada. Tinha ali a fábrica na (Rua) General Roca, e a (...) ia fazer almoço pros funcionários e tinha que fazer às vezes pra quarenta pessoas. E comiam, viu. Só de café da manhã eram cem pães por dia”. (Taj Din, caderno de campo)

Das dezenas de “garotos” que passaram pelo Camelo's, nenhum mora mais no restaurante, muitos desistiram de viver no Brasil, indo para países como Canadá e Alemanha e muitos outros continuaram trabalhando com comida em outros estabelecimentos ou como empreendedores, seja nas “barracas de salgado árabe” que surgiram na última década ou em outros tipos de comércio. “De vez em quando vêm alguns aqui me visitar. Gostam muito de mim, ficam até beijando minha mão. Lá

¹⁴Analisando os depoimentos dos antigos moradores do Saara, Ribeiro dá destaque à nostalgia de relações comunitárias que se perderam com o fim da “Pequena Turquia”: “A época que os imigrantes ali moravam, que conversavam à janela, que botavam as cadeiras nas ruas ou sentavam nas soleiras das portas para jogar dama ou gamão (que uns chamavam de taule e outros de frangie), conversar e fumar o narguile há muito deixou de existir. A época em que a calçada pertencia à casa, e era quase sua extensão, também acabou.” (Ribeiro, 2000, p. 186)

na Síria se beija a mão só de quem você respeita muito!”

Mesmo que o fluxo contínuo de migrantes vindos do Levante para o Brasil não tenha o mesmo volume que tinha no século passado, ele continuou a trazer novas formas de se pensar, produzir e consumir “comida árabe” na cidade, que passaram a se mesclar àquelas que foram criadas localmente ou que vieram de fora e já fincaram raízes no Rio de Janeiro.

2) OS SÍRIOS DO SALGADO

Desde 2011, com o início da Guerra da Síria, aproximadamente 5,6 milhões¹⁵ de pessoas foram obrigadas a se deslocarem para outros países. Destes milhões de migrantes, 3762 foram reconhecidos pelo governo brasileiro enquanto refugiados no país até 2022, segundo dados do Comitê Nacional para Refugiados (CONARE), sem contar aqueles que, como veremos, fixaram residência no país a partir de outros meios ou que ainda estão solicitando refúgio.

Como podemos observar pelos números, mesmo com fortes laços históricos e demográficos entre os dois países, o Brasil não está entre os destinos mais populares entre sírios em situação de refúgio.¹⁶ Grande parte da culpa está nas políticas de acolhimento do país, que apesar de terem facilitado a entrada de refugiados do conflito sírio e fortalecido uma retórica que aponta para o cuidado a estes migrantes, os deixam “entregues à própria sorte ou a instituições da igreja católica” (Revista Diáspora, 2016) Segundo Paulo Hilu da Rocha Pinto, o perfil dos refugiados sírios que costumam chegar no Brasil são homens jovens “que podem ‘se virar’ de alguma maneira aqui e também para quem a situação, tanto dentro da Síria quanto nos países do entorno, é extremamente perigosa.” (Revista Diáspora, 2016). Os dados do CONARE para o ano de 2022 confirmam essa tendência, já que dos sessenta e um pedidos de refúgio de pessoas com a nacionalidade síria, cinquenta e dois vieram de homens, enquanto apenas nove foram feitos por mulheres. (Junger da Silva et al., 2023)

Impossibilitados de seguir trabalhando nas ocupações que tinham na Síria, muitos destes migrantes que chegaram ao Rio de Janeiro acharam no comércio de comida árabe a forma de obter seu sustento. Entre as ocupações mais comuns estão o trabalho na cozinha de restaurantes árabes ou a montagem de negócios de produção, venda e entrega de pratos árabes de suas próprias casas, mas aquela que esse capítulo abordará é um nicho de negócios específico, que recebeu os apelidos de “barracas de salgado árabe”, “Sírios do salgado” ou “Sírios da esfirra”. Muitos destes migrantes passaram a trabalhar vendendo lanches em bancas ou

¹⁵Dados da ACNUR - Agência da ONU para Refugiados. Disponível em: <https://www.acnur.org/portugues/dados-sobre-refugio/>

¹⁶Segundo dados da ACNUR, os três países com maior número de refugiados sírios são Turquia (3,115,344), Líbano (779,645) e Jordânia (631,656).

carrinhos instalados em locais com um grande fluxo de pedestres, como em praças, centros comerciais e em frente a estações de metrô, principalmente no centro da cidade e nas regiões da Zona Sul e da Grande Tijuca, apesar de existirem alguns poucos espalhados por outras áreas da cidade. Nos primeiros anos de operação, esses negócios se especializavam em quibes e esfirras de vários sabores, campeões de venda até os dias atuais, mas passaram a comercializar também outros tipos de produtos, como coxinhas e “joelhos”, processo que se intensificou após a pandemia, com a diminuição das vendas e a necessidade de atingir novos clientes. Além dos lanches e das bebidas para acompanhar, alguns vendedores que sabem fazer ou possuem algum fornecedor de confiança, também oferecem uma pequena seleção de doces sírios, como *baklava*, *ma’amoul* e *barazek*¹⁷.

Apesar de serem frequentemente referidos enquanto “Sírios”, nem todos os que trabalham nas barracas são provenientes da Síria ou vieram fugindo de sua guerra civil. No dia 13 de Janeiro de 2016, uma operação da Secretaria de Ordem Pública apreendeu as mercadorias de três “sírios” que trabalhavam em diferentes pontos da cidade, causando grande indignação na opinião pública. Ao saber do que havia acontecido, o prefeito Eduardo Paes, que na época estava em seu segundo mandato, mandou localizar os migrantes e os convidou à prefeitura, onde os presenteou com licenças para trabalharem como ambulantes. Em seu perfil do *Facebook*, o prefeito publicou o seguinte anúncio, ilustrado com uma foto dele e dos três homens segurando suas licenças e algumas caixas de quibes e esfirras :

“Rami, Ahmad e Mohamoud chegaram ao Rio há quatro meses fugindo da Guerra na Síria e logo conquistaram uma clientela fiel vendendo salgados típicos da sua terra natal em Botafogo.

Ontem fiquei sabendo aqui mesmo pelo Face que eles estavam enfrentando dificuldades porque não tinham autorização pra vender os salgados na rua. Foram tantos apelos que eu convidei os três pra virem à Prefeitura receber licenças pra trabalhar. Batemos um papo e eu tive a chance de provar os quibes e esfirras fresquinhos. Depois disso, ficou fácil entender como eles conquistaram tão rápido o coração dos cariocas. Que delícia!

Agora, com a situação regularizada, eles podem trabalhar tranquilos e reconstruir a vida na cidade que os recebeu de braços abertos.”

Na postagem, o prefeito frisa as dificuldades sofridas pelos três “sírios” que, fugidos da guerra civil, precisaram recomeçar suas vidas no Brasil e, sem mencionar

17Ma’amoul é um biscoito amanteigado de sêmola de trigo e costuma ser recheado de nozes, pistache ou tâmaras. O Barazek é um biscoito fino de gergelim.

que foi uma de suas secretarias que impossibilitou o trabalho deles, fez questão de assegurar aos eleitores que seu mandato estava contribuindo para que a vida dos três no Rio de Janeiro fosse mais tranquila e próspera. A coluna de Anselmo Gois sobre o caso também menciona uma fala do prefeito, que afirma que “Não dá para conseguir fugir do Estado Islâmico e ser perseguido pelo ‘rapa’, né?”, mais uma vez fazendo referência à guerra civil. O que ninguém pareceu fazer questão de saber ou preferiu não mencionar é que dos três ambulantes, um é Palestino e o outro Etíope. Não consegui mais informações sobre o terceiro, mas mesmo que seja realmente Sírio, não diminui o fato de que o fenômeno dos “Sírios do salgado” é mais plural do que normalmente se assume.

Ao longo do trabalho de campo, pude ter contato e ouvir falar de “sírios” oriundos de diversos países, como Palestina e Etiópia, mas também Líbano, Marrocos, Nigéria e Colômbia. Durante sua entrevista, Maria El-Warrak, refugiada venezuelana de origem libanesa que trabalha vendendo pratos libaneses por *delivery*, contou a história de um dia em que levou uma fornada de salgados árabes para vender em uma feira gastronômica de refugiados no Clube Renascença, importante centro de cultura negra localizado no bairro do Andaraí, mas voltou para casa no fim do dia com prejuízo. O motivo foi que, apesar de não haver mais de uma mesa representando cada nacionalidade, sua venda foi canibalizada pelas mesas da Síria e da Nigéria, que também levaram quibes e esfirras para vender. “Imagina só! Venezuela, Nigéria e Síria vendendo a mesma coisa.”. Todos ficaram frustrados com esse “azar” e o Sírio fez questão de brigar com as colegas de evento, afirmando que as duas não tinham direito de comercializar a comida de seu país, o que considerou uma espécie de roubo.

Rindo, ela me diz que mesmo sendo desconfortável para todos os envolvidos essa situação ilustra muito bem a força da “comida árabe” no Rio de Janeiro, que a levou a desistir da ideia de se especializar em culinária venezuelana e abraçar sua origem árabe no trabalho de cozinheira profissional. No Rio de Janeiro, assim como em outras grandes cidades pelo mundo, muitos migrantes trabalham com “comida étnica”. O que foi possível observar em campo, no entanto, é que muitas vezes essa comida não “pertence” ao grupo étnico do migrante que a comercializa. Alguns migrantes recém-chegados e que vão trabalhar com comida, não possuindo meios financeiros, acesso a ingredientes típicos ou a uma clientela certa para trabalharem

com a culinária do país natal, se aproveitam da ampla popularidade da “comida árabe” no país, símbolo da integração e ascensão social das primeiras levas de imigração levantina, como meio de inserção no mercado de trabalho e forma de se integrarem mais facilmente ao país de destino. “Faço comida libanesa porque brasileiro nenhum troca tapioca por arepa”, diz Maria.

A dificuldade inicial de produzir e/ou vender produtos culinários do país natal não significa, no entanto, que estes migrantes irão continuar trabalhando com comida árabe após se estabilizarem. Latifa, a nigeriana do caso contado por Maria, começou vendendo quibes e esfirras que encomendava dos mesmos fornecedores das barracas de “Sírio” até o momento que conseguiu migrar para a venda de comida nigeriana. No momento da escrita desta dissertação, ela trabalha com *delivery* e em feiras de rua, além de ter se tornado uma importante referência em gastronomia africana na cidade.

Ao lermos a pequena porém crescente literatura sobre o fenômeno das barracas de salgado árabe no Rio de Janeiro, veremos que os debates propostos costumam ficar restritos àqueles ligados à chegada, acolhimento e integração de refugiados sírios. Mesmo trabalhos que tocam em questões relacionadas a essa prática comercial acabam por fazê-lo como forma de melhor entender as experiências dos migrantes dessa única categoria, sem se aprofundar na prática em si, muito menos nas outras pessoas que as praticam. Além dos Sírios e dos migrantes de outros lugares, encontramos também brasileiros de diversas origens trabalhando e rodeando essas barracas, seja como funcionários, “auxiliares” ou familiares dos proprietários.

Minha primeira incursão pelas barracas de salgado no contexto do trabalho de campo se deu na esquina das ruas Conde de Bonfim e General Roca. A ideia inicial era ficar apenas entre as barracas da Tijuca, devido ao histórico de imigração árabe, a grande concentração de barracas e a minha familiaridade com os restaurantes da região. No entanto, as questões surgidas em campo me faziam passar cada vez mais tempo nas barracas e, o que era para ser uma parte de uma análise maior da “comida árabe” no bairro, acabou ofuscando todo o resto. Sendo levado por estas questões, comecei a procurar uma perspectiva melhor sobre o ramo em si, o que me fez percorrer a linha 1 do metrô e visitar barracas nas mais diferentes partes do Centro, Zona Sul e Grande Tijuca, tentando travar contato com seus proprietários e

funcionários.

Um conceito útil para o debate em torno das “barracas de salgado árabe” é o de negócio de rua transnacional (Ravnbøl et al., 2023). Este termo é utilizado para se referir especificamente a práticas econômicas de migrantes que acontecem nas ruas ou estão ligadas a atividades nas ruas, como prostituição, cafetinagem, medigagem e comércio ambulante e para analisar os contextos locais e econômicos onde essas práticas ocorrem, além os agentes que habitam esses contextos. Ao colocar ênfase na migração, na rua e as práticas econômicas ligadas a esses âmbitos, este conceito nos ajuda a abordar mercados que emergem em resposta direta à necessidade de migrar e às tentativas destes migrantes de ganhar a vida nos locais de destino (Ravnbøl et al., 2023):

“Abordamos esses mercados emergentes como “nichos de negócios pop-up”, já que eles surgem e desaparecem rapidamente, dependendo da disponibilidade e demanda do mercado (Ravnbøl 2019; Yu et al. 2018). Os nichos de negócios *pop-up* começam sempre como uma reação a algo, seja uma mudança legislativa, novas políticas, novas oportunidades sociais ou a chegada de novos atores no contexto econômico. A lista de razões é tão extensa e dinâmica quanto os próprios negócios temporários, e eles surgem como uma forma de testar ideias e potencialidades com resultados incertos.” (Ravnbøl et al., 2023, p. 9. Tradução do Autor)

Os restaurantes e lanchonetes de “comida árabe” do Saara surgem em um contexto de bairro étnico e mesmo hoje o discurso de seus proprietários, a decoração dos espaços e identidade visual dos cardápios remetem a ideias como tradição e longevidade. Mesmo os estabelecimentos tocados por não-árabes funcionam a partir de uma dinâmica familiar, que preza pela continuidade. Por outro lado, as barracas de salgado árabe representam um bom exemplo de nicho *pop-up*, ao terem surgido como uma resposta inicialmente, e constantemente, informal aos desafios econômicos, burocráticos e legais de um grupo de migrantes, neste caso, pessoas forçadas a sair da Síria devido à Guerra Civil. Dinâmico, este tipo de comércio está constantemente se adaptando aos contextos da rua, da clientela e do momento econômico em que se encontra, adotando ou abandonando características “familiares” e “exóticas” conforme a necessidade. Ao longo tempo, passou a ser realizado também por pessoas de diversas origens étnicas e nacionais.

Mesmo sendo um fenômeno intimamente ligado a fluxos migratórios para o Brasil e tendo começado enquanto um conjunto de operações de uma só pessoa, as

barracas foram gradativamente se profissionalizando, crescendo e necessitando de mais trabalhadores para atender à demanda dos clientes. De forma análoga aos não-árabes que seguem a tradição de comida árabe no Saara, esses brasileiros são uma parte importante da reprodução deste ramo que chamo de barracas de salgado árabe e, portanto, para o trabalho de campo, decidi acompanhá-los enquanto atores de importância igual à dos trabalhadores migrantes, mesmo que muitas de suas questões sejam diferentes.

A aproximação com os trabalhadores das barracas de salgado árabe se mostrou um trabalho mais complicado do que parecia ser inicialmente. Como estratégia de aproximação, costumava fazer uma primeira visita apenas enquanto cliente, de forma a observar o temperamento e as interações dos vendedores com os outros clientes e, se houvesse, seus colegas de trabalho. Feita essa primeira visita, voltava em outro dia para lanchar e iniciar o contato com eles, explicando o tema da minha dissertação e declarando interesse em entrevistá-los.

Com a presença constante do conflito sírio nos noticiários durante anos e o aumento expressivo de refugiados em território nacional na última década, os vendedores de salgado árabe, por serem facilmente localizáveis em seus comércios, se tornaram personagens constantes em reportagens, trabalhos acadêmicos e documentários, assim outros tipos de mídia, como vídeos no Youtube, que tratam do conflito sírio ou a questão do refúgio. No entanto, para grande parte dos trabalhadores que conversei durante o trabalho de campo, não há mais vontade de participar de entrevistas, reportagens ou trabalhos de “escola”. Primeiramente, há um certo cansaço deste tipo de interação, surgido após anos de participações repetitivas. Zakaria, sírio proprietário de uma barraca em Botafogo, quando mencionei um dia em que um conhecido seu havia se recusado a conversar comigo, me lembrou que, apesar de não se incomodar em conversar com jornalistas, estudantes e pesquisadores, diz entender a reação de seus colegas. Segundo ele, nos primeiros anos desta onda de migração da Síria os refugiados eram vistos como uma “novidade” interessante e, por isso, recebiam quase que semanalmente convites e pedidos de entrevista. Há também uma certa insatisfação com a maneira com que muitas dessas entrevistas são conduzidas. Era comum ouvir de trabalhadores das barracas que um dos motivos principais de não fazerem mais nenhum tipo de entrevista é que os jornalistas/estudantes só estão interessados em

memórias de sofrimento, seja na guerra, no processo de migração ou nos primeiros meses em território brasileiro, obrigando-os a constantemente lembrar e reviver os momentos mais dramáticos de suas vidas.

Finalmente, há em muitos uma recusa em serem fotografados/filmados que acaba se estendendo para qualquer tipo de participação em projetos, seja por não quererem mais sua imagem “por aí” após muitas aparições ou apenas por uma questão de privacidade, mas há também os casos onde é um evento específico que cria essa recusa. No primeiro contato que tive com Daoud, que mantém um ponto nos arredores da estação Carioca do metrô, ele me disse que não dá mais nenhuma entrevista desde que foi vítima de uma “pegadinha” enquanto trabalhava. Uma mulher e um homem, de aproximadamente vinte anos, chegaram um dia em sua barraca apontando uma câmera em direção a ele e perguntando as direções para um lugar inexistente. Conforme ia pedindo alguma referência, os dois diziam o nome de outros lugares inexistentes, de forma a fazer graça da confusão da vítima. Daoud considerou esse episódio um grande desrespeito com seu trabalho e sua pessoa, afirmando ainda que a sua escolha como vítima dessa peça provavelmente se deu por ser estrangeiro e não ter o português como primeira língua. No fim, consegui convencê-lo a conversar comigo desde que não houvesse nenhuma câmera envolvida.

Como bem ilustrado pelo caso acima, tive que trabalhar na maior parte das vezes a partir do “não” e, aos poucos, ir conseguindo convencer alguns deles a, primeiramente, conversarem comigo e, se possível, me deixarem acompanhar seus dias de trabalho. O que muito me ajudou durante a prospecção de possíveis interlocutores foi o movimento de, ao explicar a temática da pesquisa, deixar claro desde o início que o foco de minhas perguntas e indagações seria apenas o trabalho como ambulantes, e que apesar de interessado também em suas vidas pessoais, deixaria que eles mesmos mencionassem o assunto, caso se sentissem confortáveis para tal.

2.1) Principais Interlocutores

Lady

Filha de baianos, Lady nasceu em 1993 na cidade de Rio Verde, interior de

Goiás, onde viveu até os cinco anos, quando a mãe a levou para morar com ela na casa da avó, nos arredores de Ilhéus, Bahia. A avó de Lady, ex-mãe de santo da Umbanda que se converteu ao protestantismo neo-pentecostal durante a primeira infância da neta, aparece em suas falas como alguém de extrema importância, tanto positivamente quanto negativamente, para sua trajetória de vida e sua formação moral e espiritual.

A semente de sua mudança para o Rio de Janeiro foi justamente devido ao desgaste da relação com a avó, que atingiu níveis críticos quando Lady tinha quinze anos de idade, período em que sua homossexualidade foi descoberta pela família. Ela conta que, após ser vista por uma vizinha aos beijos com outra menina, foi expulsa de casa e precisou dormir dois dias seguidos ao relento nas praias de Ilhéus. Foi necessária a intervenção de um vizinho muito bem quisto por todos para convencer a avó de deixá-la voltar a dormir debaixo de seu teto. Não muito tempo depois deste incidente, não conseguindo lidar nem aceitar a sexualidade de Lady, a avó a mandou para morar mais uma vez com a mãe, que neste meio tempo havia se envolvido com um homem e se mudado para o bairro de Itaipu, em Niterói, onde viveram juntas por dois anos.

Quando tinha 17 anos, sua mãe se separou do companheiro e decidiu voltar a morar com a avó de Lady em Ilhéus. Lady conta que este foi o momento que ela precisou escolher entre continuar seguindo as regras de sua família e do interior, “muito limitadas”, em sua opinião, ou viver sua vida do jeito que quisesse, sem se pautar pela opinião de quem quer que fosse. Foi então que comunicou à família que continuaria no estado do Rio de Janeiro sozinha, como esteve desde então. Durante esses anos morou em Niterói e em alguns bairros da Zona Norte do Rio de Janeiro, mas atualmente mora a poucos quarteirões da praça Saens Peña.

Durante o período em que trabalhou em uma hamburgueria artesanal no bairro de Benfica, Lady conheceu e acabou nutrindo uma amizade com Mohammed, refugiado Sírio e primo de seu patrão. Anos depois, quando Mohammed passou a precisar de alguém para trabalhar temporariamente em sua barraca de esfirra, aproveitou os anos de amizade e a confiança que tinha em Lady e a convidou para ocupar a vaga. Quando conheci Lady, em fevereiro de 2023, ela estava em seu terceiro mês de trabalho vendendo salgados para Mohammed.

Em minha primeira visita de reconhecimento pela praça Saens Peña, resolvi

me encostar na parede exterior da agência do Banco Itaú instalada na esquina, a fim de observar o movimento das barracas e o comportamento de seus atendentes. Após cerca de dez minutos de pura observação fui repentinamente abordado pela responsável por uma das barracas com um alto e afetuoso grito: “Ei meu amor, vai um salgado árabe?”. Um pouco constrangido, como só um bisbilhoteiro pego no ato consegue ficar, acatei a sugestão e comprei uma caixa de esfirras de berinjela como forma de iniciar uma conversa, em que inseri algumas perguntas básicas sobre o funcionamento da barraca e seu dia a dia como vendedora. Bastante comunicativa, Lady respondeu às minhas perguntas facilmente e sem nenhum tipo de constrangimento ou hesitação, o que me permitiu explicá-la ali mesmo meu motivo de estar ali e a proposta de minha dissertação. Ouvindo atentamente e mesmo sem entender naquele momento o que exatamente eu esperava dela, se pôs à disposição para conversar comigo quando eu quisesse e também para servir de ponte com os proprietários e funcionários das outras duas barracas próximas. Me propus então a fazer visitas recorrentes à esquina das ruas Conde de Bonfim e General Roca em que, sob a proteção de Lady, passaria horas sentado ao seu lado observando o movimento, conversando com clientes e ambulantes próximos e acompanhando o dia a dia das três barracas.

Logo no início da minha relação com Lady, percebi que, na verdade, essas visitas seriam bastante irregulares, pois dependiam muito de Ahmed, primo do patrão de Lady e auxiliar da barraca. Enquanto ele não estava, não haviam restrições algumas à minha presença, no entanto, se estivesse na barraca, eu acabava ficando à mercê de seu humor e paciência no dia. Houve um dia, por exemplo, que cheguei na barraca no início da tarde para uma visita e após alguns minutos fui informado que Ahmed tinha pedido a ela me avisar que hoje não era um bom dia, pois ele estava “sem paciência”. Já em outra visita, Ahmed não estava no momento da minha chegada, mas Lady me mandou ir embora antes mesmo de abrir minha cadeira de praia, pois Ahmed não estava em um dia bom, voltaria a qualquer momento e ela temia que se me visse lá poderia me tratar mal de alguma forma ou até proibir a minha volta. Quando acontecia de ser convidado a me retirar por qualquer motivo, esperava pelo menos mais uma semana para tentar outra visita, pois Lady sempre frisava a possibilidade de algum superior dela “cismar” comigo e acabar vetando minhas idas e recomendava um pequeno hiato após algum episódio

destes.

Apesar de seu temperamento muitas vezes difícil e até mesmo explosivo, Ahmed sempre fez questão de me tratar com muita cordialidade, e sempre que estava de bom humor e com pouco movimento na barraca, fazia questão de puxar algum assunto comigo, seja pessoal ou sobre meu trabalho enquanto pesquisador, que nunca pareceu compreender totalmente. Com ele, tive algumas conversas e interações importantes, mas costumava perder a vontade de conversar quando sentia que eu estava conversando “a trabalho” e não apenas passando o tempo. Eu e Lady estávamos articulando uma maneira de marcar com ele uma entrevista mais formal quando ele repentinamente se mudou para fora do Brasil. Com a saída de Ahmed, o dono da barraca precisou voltar a assumir a operação diária do negócio, o que acarretou em um controle maior do patrão sobre o tempo e o trabalho de Lady e, conseqüentemente, a criação de novas regras de conduta. No que tange à esta dissertação, a mais importante foi a proibição do “papo furado” e a permanência de outras pessoas além dos clientes, o que impossibilitou totalmente minhas visitas. No entanto, minha relação com Lady já estava tão consolidada a este ponto que a impossibilidade de visitas não acarretava necessariamente a impossibilidade de contato, e passamos a nos falar fora de seu horário de trabalho, seja pessoalmente ou por mensagens.

Zakaria

Natural da cidade de Aleppo, na Síria, e residente do município de São João de Meriti, Zakaria chegou ao país em 2014 como refugiado. A escolha pelo Brasil se deu por ter conhecido, anos atrás, uma brasileira pelo MSN, serviço de troca de mensagens instantâneas muito popular no Brasil até o início da década de 2010. A relação, que começou apenas como a de correspondentes que trocam impressões sobre seus respectivos países, evoluiu primeiro para uma amizade virtual e depois para um namoro à distância.

Com o tensionamento da Guerra Civil, a cidade de Aleppo, conhecida por ter sido uma das mais afetadas pelo conflito, nas palavras dele, “deixou de existir”, assim como toda a esperança que tinha na economia local e em qualquer perspectiva de trabalho a longo prazo. É neste contexto que Zakaria e sua então namorada decidiram que ele deveria pedir refúgio no Brasil, onde teria o apoio dela e

de sua família, além de poder morar com eles durante o tempo que fosse necessário. Um tempo após a chegada, com a entrada de Zakaria no mercado de trabalho e a conseqüente melhora na situação econômica do casal, se mudaram para outro imóvel próximo ao da família dela. Sobre os primeiros seis meses morando no país, Zakaria disse não ter se ocupado de nada profissionalmente, pois utilizou esse tempo para ficar na casa dos pais de sua namorada aprendendo português e se acostumando com a “cultura e o jeito” brasileiro.

Sua entrada no ramo de venda de “salgados árabes” se deu entre o fim de 2015 e o início de 2016 (não consegue se lembrar a data exata), tendo trabalhado antes disso durante um ano em outras ocupações, como caseiro de um sítio, vigilante de uma loja do calçadão de Duque de Caxias, importante área comercial localizada no centro do município da Baixada Fluminense, e em um caminhão, realizando o transporte, carga e descarga de produtos em supermercados da região metropolitana do Rio de Janeiro.

Durante um dia de trabalho no caminhão, enquanto sentava no banco da carona esperando o motorista terminar uma conversa que estava tendo com um funcionário de um supermercado na Glória, região central do Rio de Janeiro, Zakaria encontrou o que viria a ser sua ocupação pelos próximos anos. Quando seu colega motorista voltou, lhe disse que havia encontrado com “seu primo”, e ao ser perguntado que primo seria esse, apresentou Zakaria a um outro sírio que trabalhava vendendo salgados em uma barraca instalada à frente do estabelecimento. Diz ele que os dois conversaram longamente naquele dia e pouco tempo depois seu compatriota, de origem étnica curda, acabou o convidando para trabalhar em seu ramo. O dono da barraca onde trabalhava, um palestino nascido no Líbano, tinha outras barracas pela cidade e precisava de um árabe como reforço na unidade que mantinha em frente ao cinema Estação NET Rio na Rua Voluntários da Pátria, em Botafogo. Nesta barraca, começou como auxiliar, que gerencia o negócio enquanto o proprietário não se encontra, mas há cerca de dois anos o patrão resolveu emigrar mais uma vez, passando um ano no Líbano com a família e depois indo viver na Inglaterra, onde está até hoje, deixando a operação da barraca de Botafogo, e seu lucro, para Zakaria em troca de um pequeno valor mensal.

Ouvi falar em Zakaria pela primeira vez quando atuava como produtor assistente do projeto “Marronage Encontra Teatro do Oprimido”, peça de teatro

formada por um elenco de refugiados e baseada em dados etnográficos sobre refúgio e burocracia estatal. Meu amigo Hadi Bakkour e a professora Mirian Alves, do PPGJS da UFF, respectivamente diretor e escritora/produtora da peça, possuem uma longa relação de amizade com Zakaria, e quando souberam que eu estava tendo dificuldades em achar mais algum vendedor de salgados que me permitisse acompanhar seu dia a dia, logo mencionaram o amigo, que me descreveram como alguém “muito tranquilo” e que “sabe o que é campo”, devido ao fato de também ser interlocutor da professora Mirian. Foi então que Hadi me deu seu número de telefone, que usei para apresentar a mim mesmo e minha pesquisa por mensagens de *Whatsapp*, além de perguntar se ele gostaria de marcar um dia para conversarmos. Zakaria me respondeu que não era necessário marcar uma data e que me receberia em qualquer dia, desde que fosse à tarde, pois era o momento que o fluxo menor de clientes lhe permitiria dar mais atenção a mim.

Na primeira visita, que acabou se transformando quase que em uma entrevista formal, Zakaria me contou por alto praticamente toda sua jornada, desde sua vinda ao Brasil até os dias atuais, sinalizando os eventos que considerava mais importantes. No fim deste primeiro encontro, me disse que não estava acostumado a conversar muito durante o trabalho e se considerava alguém de poucas palavras, mas que não se importaria que eu lhe visitasse sempre que quisesse. “Se quiser vir aqui todo dia passar a tarde comigo pode vir” é uma frase que passei a escutar constantemente, principalmente ao me despedir mencionando qual dia pretendia voltar.

Apesar da opinião sobre si próprio, Zakaria se mostrou uma pessoa extremamente cordial e comunicativa, apesar de tímido. Não era incomum vê-lo tendo longas e às vezes acaloradas conversas com clientes e ambulantes próximos, desde que fosse o outro que iniciasse-nas. Em muitas destas conversas ele fazia questão de me apresentar a seu interlocutor, principalmente quando achava que a pessoa poderia trazer algo interessante à minha pesquisa, ou apenas porque se tratava de outro “neto de libanês” igual a mim. Foi em interações deste tipo que Zakaria convenceu Ali e Andreia, funcionários de uma outra barraca próxima, a me receberem também.

Mazen

Conheci Mazen há anos na condição de cliente, já que o ponto de venda que ocupa desde que começou a trabalhar com salgados no Rio de Janeiro é na praça Afonso Pena, localizada no bairro da Tijuca, onde nasci e vivi durante toda minha vida. Desde o início do trabalho de campo junto às barracas de “salgado árabe” até o mês de Julho de 2023, tinha problemas de encontrá-lo na praça, pois passou um período vendendo salgados apenas como complementação à renda que obtinha em um emprego no departamento administrativo de um hospital particular, mantendo uma frequência irregular em seu ponto, pautada pela sua escala de plantões. Por isso, apesar de ser uma escolha óbvia de interlocutor principal, considerando que já nos conhecíamos anteriormente, passamos a maior parte do meu tempo em campo tendo conversas esparsas.

Natural da cidade de Tartous, é filho de mãe síria e pai brasileiro, que por sua vez é filho de imigrantes sírios chegados ao país por volta da metade do século XX. Seu pai nasceu em Belo Horizonte, onde viveu até os vinte anos de idade, quando seus pais decidiram que era o momento dele “voltar” ao país natal da família. Apesar de não ter gostado do início de sua nova vida e planejado sua volta ao Brasil assim que possível, acabou rapidamente conhecendo e se casando com aquela que iria se tornar mãe de seus filhos, frustrando os planos de volta ao seu país natal, que não visita desde então.

Mazen, assim como seus irmãos Ahmed e Zayn, cresceram tendo o Brasil como uma grande referência e, em 2016, resolveu migrar para o país natal de seu pai para fugir do alistamento obrigatório nas forças armadas sírias. Diferente da grande maioria dos outros “sírios da esfirra” pela cidade, ele não pode ser considerado legalmente um refugiado, já que, por ser filho de um homem nascido no Brasil, teve direito à sua cidadania brasileira desde que nasceu, tendo entrado no país enquanto cidadão brasileiro.

Sem nenhuma rede de apoio, chegou ao Rio de Janeiro e foi morar junto com um amigo sírio na casa da tia deste amigo, que já residia no Brasil há décadas. Depois deste período inicial, acabou conhecendo outro sírio pela internet, que lhe ofereceu um trabalho de esfirreiro em Florianópolis. Mazen conta que essa foi uma experiência traumática, pois “a única coisa que o cara pagou foi minha passagem

para lá”, já que, ao chegar, encontrou um ambiente de trabalho extremamente precário, inclusive passando a maior parte de seu período na capital catarinense sem receber nenhum tipo de pagamento. Vendo que estava sendo passado para trás, resolveu voltar a viver com seu amigo no Rio de Janeiro.

Desta vez, no entanto, a tia de seu amigo não ficou feliz em ter mais um jovem desempregado morando em sua casa e, com medo de “acabar se tornando responsável pelos dois”, os comunicou que não poderiam mais continuar lá. Eles foram morar, então, primeiro em uma *kitnet* “minúscula” no bairro da Usina, que Mazen descreveu como um lugar horrível de se viver e depois em outra *kitnet* que, apesar de melhor que a primeira, ainda não garantia o conforto adequado aos amigos.

Enquanto esperava sua licença sair, Mazen trabalhou vendendo esfirras de forma irregular na praça Afonso Pena. Sobre a licença, inclusive, ele gosta de frisar que seu processo de regularização provavelmente foi adiantado por um de seus clientes habituais. Assim que Mazen me mostrou sua foto de perfil no *WhatsApp*, acabei o reconhecendo enquanto um ilustre morador da Tijuca, famoso entre a boemia da cidade por ter sido sócio de bares no circuito de rodas de samba e música ao vivo, entre os *foodies* cariocas como uma referência de conhecimento sobre bares e restaurantes na cidade e atualmente por também fazer parte da administração de Eduardo Paes em seu terceiro mandato enquanto prefeito do Rio de Janeiro. Mazen não possui certeza absoluta de que o cliente interviu para acelerar seu processo de credenciamento, mas acha difícil não ter sido o caso, pois o telefonema que recebeu para ser avisado da emissão de sua licença ocorreu pouquíssimo tempo depois de ter comentado com ele sobre as dificuldades que estava passando enquanto ambulante irregular e sua impaciência em relação à demora do processo.

A primeira vez em que mencionei a ele minha pesquisa de mestrado foi durante um encontro acidental fora do restaurante Camelo's. Tinha passado a tarde acompanhando o trabalho de Lady na praça e ao anoitecer, como costumava fazer, fui ao restaurante acompanhar as partidas de gamão sendo jogadas no dia e me deparei com ele, sozinho, na mesa onde o jogo costuma acontecer. Me convidei para acompanhá-lo e começamos a conversar. Descobri que trabalhou por cerca de um ano no Camelo's como cozinheiro e, apesar de ser um primo distante de Taj (seu

avô era primo do avô do antigo patrão), eles foram se conhecer apenas no Brasil, apresentados justamente por aquela tia de seu amigo, antiga conhecida de Taj, que negociou o emprego para ele.

A pandemia da Covid-19 foi de longe seu período mais crítico desde que chegou ao Brasil. Com o início das medidas sanitárias, quando já estava bem estabelecido em seu ponto na praça, Mazen se viu impossibilitado de trabalhar na Tijuca. Ao descobrir por um conhecido que em São João de Meriti havia uma tolerância maior à quebra de medidas de combate à pandemia pelas autoridades locais, ele conseguiu outra licença para operar lá e passou a fazer ponto no centro da cidade. No entanto, problemas com a milícia local e um caso de xenofobia e islamofobia sofrido por ele durante o trabalho, algo que disse nunca ter passado antes ou depois nos seus anos como ambulante, o fizeram repensar e desistir desse ponto, ficando assim sem fonte de renda alguma. Dívidas com o estacionamento de seu carrinho, que estava há meses parado, resultaram no confisco e venda de seu instrumento de trabalho e, conseqüentemente, na piora de suas perspectivas de renda.

Sabendo de seus problemas financeiros, uma cliente rica se solidarizou e se propôs a ajudá-lo dando algumas de suas roupas de grife para que ele as vendesse no site Enjoei, especializado na venda de artigos de segunda mão e conhecido por ser mais utilizado por pessoas de maior renda em comparação a seus concorrentes. O combinado era que ela forneceria as roupas e ele faria todo o trabalho de anunciar, negociar e vendê-las, dividindo o lucro arrecadado igualmente entre os dois. Foi essa mesma cliente que, algum tempo depois, conseguiu o emprego para Mazen no Hospital.

Sobre este emprego, Mazen disse ser razoavelmente fácil e “tranquilo”, já que seus plantões aconteciam em dias intercalados e não costumavam ser estressantes. No entanto, em junho de 2023, quando nos encontramos na praça para uma entrevista, ele me disse que tinha pedido demissão na semana anterior, pois fez as contas e percebeu que ganharia mais ficando todos os dias em seu ponto vendendo suas esfirras do que dividindo seu tempo entre os salgados e o hospital. A partir deste momento, passei a ver Mazen com mais frequência, a ponto de desenvolvermos uma amizade e passarmos a nos ver socialmente também. Devido à nossa proximidade pessoal e geográfica, Mazen se tornou meu “posto ipiranga”,

onde eu ia quando precisava confirmar informações ou sanar alguma dúvida pontual sobre as barracas.

2.2) O dia a dia da barraca

Apesar de não formarem uma rede de estabelecimentos propriamente dita, já que seus operadores trabalham como autônomos e se orgulham de sua independência, a maioria das barracas de salgado operam de forma similar. Ao fazer tal afirmação, é necessário que fique claro que nem todas as barracas operam de forma idêntica, havendo exceções e inovações, mas com a profissionalização do ramo, a convivência com outros tipos de ambulantes e a formação de redes de amizade e/ou negócios entre os trabalhadores deste nicho, formou-se um repertório compartilhado de práticas e estratégias comerciais. Neste item, descreverei algumas delas conforme presenciei durante o trabalho de campo, chamando atenção também para os discursos que as acompanhavam.

O comércio

É possível pensar em três formatos principais de venda, que costumam indicar diferentes momentos na vida do negócio. O primeiro deles é a forma mais básica de repassar ao consumidor a comida comprada com os fornecedores e consiste na venda de esfirras, quibes e falafels em “caixinhas” de plástico, que geralmente comportam seis quibes, oito esfirras ou oito falafels, em banquetas ou pequenas mesas montadas na rua. Esse é o formato comumente adotado nos primeiros meses dos empreendimentos, enquanto o dono não dispõe do capital para adquirir um carrinho e/ou da documentação necessária para se instalar regularmente em um ponto. Apesar de ser o modelo praticado por iniciantes, um vendedor veterano pode também ter que recorrer a ele em momentos de crise, como já visto anteriormente no caso de Mazen, que acabou perdendo seu carrinho durante a pandemia. Uma de suas principais reclamações sobre este formato é que, apesar de conseguir garantir-lhe aproximadamente dois salários mínimos de lucro mensal, o necessário para os gastos básicos, o espaço reduzido da mesa que monta diariamente na praça Afonso Pena limita a quantidade e variedade dos produtos ofertados, acaba o prejudicando em atingir novos públicos e, conseqüentemente,

expandir.

O segundo formato de venda de salgados é aquele feito em carrinhos de alumínio, que oferecem mais espaço e praticidade para o comércio. É a partir da aquisição do carrinho que o negócio passa a poder contar com estufas para exposição de alimentos, podendo iniciar a venda de salgados grandes paralelamente à das caixinhas. Uma prática comercial que também passa a ser adotada neste momento é a venda de bebidas geladas, como refrigerantes, sucos e refrescos, para acompanhar os salgados grandes. Elas podem ser armazenadas em caixas térmicas cheias de gelo, no caso das bebidas embaladas ou em grandes garrafas térmicas, no caso dos refrescos que são incluídos no valor do salgado.

Finalmente, existem também as barracas maiores que, além de oferecerem todos os produtos do formato anterior, também passaram a vender lanches preparados na hora, que podem ser etnicamente marcados, como o falafel e os sanduíches no pão árabe, ou não, como o misto quente e o pão com ovo.

Com exceção desse último tipo de barraca e algumas que também vendem doces árabes, nenhum produto é produzido pelos donos das barracas ou seus funcionários. Todas as esfirras, quibes e falafels comercializados nesses pontos de venda são feitas em algumas poucas fábricas possuídas e geridas por outros migrantes. Por produzirem quase exclusivamente para as barracas, essas fábricas não são facilmente acessíveis, fazendo com que eu dependesse de meus interlocutores para intermediar o contato, o que não aconteceu, pois sempre que mencionava o assunto, me diziam que provavelmente eles não estariam dispostos. “O pessoal da fábrica é muito fechado. Não adianta nem pedir que eles não vão falar”. Por isso, todas as informações que temos sobre eles chegaram a mim por meio de conversas informais com vendedores, como o fato de que a maior parte do fornecimento às barracas é feito apenas por duas grandes fábricas. Isso foi me dito por inúmeros interlocutores e corrobora com os achados do mapeamento realizado por Diniz et al. (2022).

Durante o período do trabalho de campo, a unidade das caixinhas, independente de formato de venda, estava custando R\$10,00¹⁸ em todos os pontos visitados, enquanto o preço do salgado, que também dá direito a um copo do

¹⁸Durante o período final de escrita desta dissertação, o preço das caixas de salgados aumentou para R\$12,00.

refresco produzido na barraca, costuma variar entre R\$4,00 e R\$6,00. Essa variação se dá apenas entre diferentes regiões da cidade, pois os preços costumam ser decididos em comum acordo entre barracas próximas. Em uma das tardes que passamos juntos, Zakaria me perguntou quando estava custando um salgado com refresco nas barracas da Tijuca. Quando eu disse que estava quatro reais, um real a menos do que cobrava em sua barraca, ele não pareceu se surpreender. “Lá eles podem”, falou fazendo referência ao fluxo muito intenso de clientes naquela região, que os permite manter a faixa de lucro baixa e ganhar com o volume de vendas. No seu caso, o aumento da inflação, junto com uma diminuição drástica nas vendas pós-pandemia de COVID 19, obrigou ele e o dono da barraca da praça Nelson Mandela a se reunirem no início de 2023 para acertarem um aumento no preço dos salgados, que passou a valer após o carnaval:

“O preço tem que ser combinado, porque imagina se eu passo a vender o meu salgado a cinco reais, mas a barraca lá da praça continua vendendo por quatro? Posso acabar perdendo muito cliente pra ele, porque ele vai estar aqui pertinho vendendo o mesmo produto mais barato.” (Zakaria, caderno de campo)

O acordo mencionado acima beneficiou ambas as partes e conseguiu ser realizado pela proximidade entre elas, o que nem sempre é o caso. “Tudo aumenta. Luz, aluguel, comida...Só o que não aumenta é a esfirra”, Mazen me disse de forma jocosa quando perguntei o motivo das caixinhas estarem há tanto tempo custando dez reais:

“Todo lugar tá dez. Se eu chegar e aumentar pra doze ninguém vai querer comprar comigo, porque na São Francisco Xavier vai estar dez, na Saens Pena vai estar dez. O único jeito de aumentar é juntar todo mundo e decidir que vai aumentar ” (Mazen, caderno de campo)

No caso de Mazen, que trabalha apenas com as caixinhas, a negociação de preços se torna mais difícil porque a venda das caixinhas depende menos de impulsividade, por se tratar de um produto que é comprado para consumo posterior, diferente dos salgados grandes, que são consumidos na hora. Isso permite que o consumidor possa planejar onde irá comprar a sua caixinha, considerando que todas vêm do mesmo fornecedor, o que faz com que ele acabe concorrendo também com barracas mais distantes, e não apenas com aquela logo ao seu lado.

A precificação depende também das negociações feitas com os fornecedores,

que são descritos como “difíceis”. Constantemente mencionadas em reportagens de forma a exacerbar sua importância no processo de integração de refugiados, as fábricas não deixam de ser negócios e seus donos não deixam de ser empresários, o que fica claro em momentos em que seus interesses não convergem com os dos vendedores. Devido à concentração de mercado na mão destas poucas fábricas, acaba havendo uma desigualdade na influência que cada parte pode exercer na negociação e definição de preços, o que por sua vez pode causar conflitos. Por exemplo, logo após a diminuição das restrições sanitárias e a volta de muitas barracas para seus pontos, uma das fábricas repentinamente decidiu aumentar o valor cobrado pelos salgados grandes, que eram R\$2,50 e passariam a ser R\$3,50. Como na maior parte das barracas o preço para o consumidor final, incluindo um copo de refresco, varia entre R\$4,00 e R\$5,00, esse aumento reduziria sua faixa de lucro a quase zero, se contassem com outros gastos do negócio. Foi necessária a articulação de vários pontos e a ameaça de um grande boicote para que a mudança de preço não ocorresse.

Este caso de boicote me foi contado como uma exceção, já que a completa independência entre os pontos de venda é um dos assuntos que mais aparece nas falas dos vendedores com quem conversei, seja de forma negativa ou positiva. Ao mesmo tempo que essa reafirmação constante de independência protege o ponto de ser associado a outros que mantêm más práticas, como carrinhos sujos e atendentes mal-educados, ela também foi mencionada enquanto um impeditivo de uma articulação maior entre os pontos e a organização de seus proprietários enquanto uma categoria.

Auxiliares e funcionários

Em relação às relações trabalhistas no contexto das barracas de salgado árabe, podemos observar três tipos de trabalhador. O proprietário, como o próprio nome já indica, é o dono do carrinho e detentor da autorização de prática de comércio ambulante, se houver alguma. Segundo a legislação do município do Rio de Janeiro, o proprietário do comércio ambulante tem direito a um empregado, chamado de “auxiliar”, que deve ser devidamente registrado e identificado no documento de autorização. O auxiliar, além de trabalhar no comércio dos produtos, também responde pelo empreendimento na ausência do proprietário, não só diante

das autoridades, mas também dos fornecedores. Nestes momentos, também é sua responsabilidade observar os estoques e, se necessário, fazer novos pedidos de salgados, gelo ou bebidas embaladas. Não previsto em lei, mas amplamente adotado nas barracas de salgado, é o cargo de “funcionário”. Diferente do auxiliar, o funcionário não está oficialmente registrado e, por isso, não pode responder em nome do comércio, por exemplo, durante uma operação de fiscalização da Secretaria Municipal de Fazenda. No entanto, apesar das responsabilidades diferentes, tanto auxiliares como funcionários não costumam possuir vínculo empregatício algum com os proprietários, além de receberem valores similares, que variam de cem a cento e setenta reais por diária.

Segundo os proprietários com quem conversei, a escolha por funcionários e auxiliares, principalmente estes últimos, é algo que deve ser feito com muita cautela. Por serem em sua maioria de origem estrangeira, mesmo aqueles que se naturalizaram, os proprietários se vêem em desvantagem durante disputas trabalhistas ou em casos que precisam lidar com funcionários problemáticos. Para eles, o fato de serem refugiados/imigrantes dificulta tanto a navegação por instâncias como a polícia ou o judiciário, quanto a capacidade de se impor durante conflitos com funcionários brasileiros, prejudicada justamente pela dificuldade de acesso a estas instâncias. Outra questão é o alto índice de informalidade no ramo, que faz com que a maior parte dos combinados sejam feitos verbalmente e dependam de confiança mútua entre as partes. Graças a isso, a escolha por auxiliares e funcionários costuma ser feita entre conhecidos e familiares do proprietário ou de pessoas de confiança. Lady, como já vimos anteriormente, antes de começar a trabalhar como funcionária na barraca de Mohammed, trabalhou durante algum tempo para o primo dele e se tornou parte de seu ciclo de amigos. Já Andreia foi convidada a trabalhar como vendedora de salgado árabe por seu primeiro patrão, justamente porque era funcionária da gráfica que produz os adesivos que adornam diversos carrinhos pela cidade:

“Eu conhecia já quase todo mundo porque eu trabalhava na gráfica que faz esses adesivos aí. Eles todos já sabiam como eu sou, como eu trabalho. Aí um dia o (...) veio e me perguntou: ‘Você não quer trabalhar vendendo salgado aqui comigo não?’ Aí a esposa dele me explicou tudo num dia só... e no dia seguinte eu já tava trabalhando aqui sozinha” (Andreia, caderno de campo)

No caso dos auxiliares, que possuem responsabilidades mais importantes e precisam lidar diariamente com as fábricas de salgado, todas geridas por sírios, um outro migrante costuma ser o escolhido, apesar de haver casos de auxiliares brasileiros também¹⁹. Isso garante um maior controle do proprietário sobre o empregado, que tem mais a perder por estar “marcado”, já que tem menos opções de trabalho que um brasileiro nato e depende mais de conexões dentro da comunidade de migrantes sírios na cidade, sendo mais suscetível à pressão social. Um dia em que conversávamos sobre o assunto, Zakaria me contou a história de quando seu antigo patrão começou, em sociedade com uma brasileira, uma barraca de salgadinhos fritos na hora. Foi combinado entre os dois que o palestino entraria com o capital, comprando o carrinho, utensílios, máquinas e ingredientes, enquanto a brasileira, que tinha experiência de trabalho em cozinhas, produziria os salgadinhos e gerenciaria a barraca. Depois de alguns meses de operação, desentendimentos entre os dois e uma insatisfação do palestino em relação ao atendimento que a sócia dava aos clientes fez com que ele desistisse da sociedade. No dia em que foi buscar tudo o que havia comprado para o comércio, sua antiga sócia se recusou a devolver o equipamento:

“Ele chegou no ponto um dia pra pegar o carrinho e a fritadeira de volta e ela falou ‘Nada aqui te pertence mais’...Ele perdeu mais de 15 mil por causa disso.” (Zakaria, caderno de campo)

Para Zakaria, o que possibilitou que a sócia se sentisse segura para se apossar dos equipamentos, além da inexistência de um contrato, foi o reduzido capital social de seu antigo patrão. “Ela deve ter pensado: ‘vou roubar esse árabe otário porque não tem como ele fazer nada comigo’. O que um refugiado faz numa hora dessas?”

Enquanto os proprietários reclamam da dificuldade de encontrar trabalhadores em que possam confiar seus carrinhos, a maior parte das reclamações que ouvi de Andreia e Lady enquanto funcionárias eram relacionadas ao que ambas identificam como diferenças culturais entre Brasil e Síria. Segundo elas, discursos e comportamentos “árabes demais”, tanto de seus patrões quanto de outros árabes

19 A própria Andréia já atuou como auxiliar durante um breve período.

que habitam o universo das barracas, têm um grande potencial de atrapalhar a relação que mantém com eles, seu bem estar no trabalho e o próprio faturamento do negócio. A dificuldade ou falta de vontade de muitos árabes de “bater papo” com seus clientes por um período de tempo maior que o necessário para efetuar a venda ou criar relações de maior proximidade foi algo constantemente comentado não apenas por funcionários/auxiliares, mas também por alguns proprietários com quem conversei, que destacaram a importância de ter brasileiros no atendimento, pois acreditam que eles entendem melhor a forma como o cliente brasileiro gosta de ser atendido.

Nas reclamações de cunho mais pessoal, como virtualmente todos os proprietários são homens, a questão de gênero está quase sempre presente, o que faz com que sempre estejam prontas para “impor respeito”. Lady, por exemplo, me contou que, com exceção de Mohammed e Ahmed, os sírios que visitavam os dois na barraca ou que trabalham nas barracas próximas frequentemente ignoravam sua presença ou, quando dirigiam a palavra à ela, só o faziam para dar ordens, sendo necessária a adoção de uma postura “brigona” como forma de ser tratada com “o mínimo de respeito”. Andreia também passou por questões similares, como quando seu antigo patrão, com quem tinha criado uma relação de amizade ao longo dos anos, repentinamente passou a falar com ela apenas o mínimo necessário para que o trabalho fosse feito, tendo como motivo o fato de ter se casado. “Lá na Síria quando o homem casa ele não pode continuar falando com outras mulheres assim. Não pode ter amiga mulher”, ela me disse, ao relatar a justificativa dada por seu antigo patrão ao ser questionado.

Apesar de gerar momentos de tensão e conflito, as diferenças culturais também são citadas como a melhor parte de se trabalhar no ramo. Lady diz que antes de começar a trabalhar em barracas não conhecia muito sobre a “culinária árabe”, mas que hoje em dia não consegue mais viver sem ela, pois se encontra entre suas “comidas favoritas”. O impacto da convivência em Andréia, por outro lado, foi muito maior. Segundo ela, as conversas com seus colegas e patrões sobre a cultura, história e a vida no Oriente Médio a interessaram tanto que, ao buscar se aprofundar nesses aprendizados, se apaixonou pelo Islã e decidiu se converter há alguns anos. Mesmo sem nunca ter frequentado uma mesquita, ter desistido de usar o *hijab* e ainda consumir bebidas alcoólicas, atualmente se autodenomina

muçulmana e não se importa com o fato da religião não recomendar estas práticas, já que mora no Brasil e seus amigos árabes, que atuam como seus professores nesta jornada espiritual, garantem que não viver da mesma forma que as pessoas “de lá” não faz ninguém menos muçulmano.^{20 21}

O carrinho

Como o principal instrumento de trabalho do vendedor de salgado, o carrinho aparece constantemente em discursos como a manifestação física de sua ética de trabalho, planos e aspirações. Histórias sobre compra, venda, herda e perda de carrinhos podem ser vistas, na verdade, enquanto histórias de avanço ou recuo na carreira dos vendedores, suas tentativas, sucessos e falhas. Descrições sobre possíveis mudanças estéticas e cosméticas podem indicar também futuras mudanças na forma de se trabalhar. Por isso, olhar para estes carrinhos, assim como conversar sobre eles, nos permite abrir uma janela para observar como estes trabalhadores vêem o próprio trabalho, mas também como querem apresentá-lo ao público.

Estruturalmente, os carrinhos de salgado árabe não se diferenciam tanto daqueles usados por vendedores de outras comidas de rua, como a pipoca e os “podrões”. São feitos majoritariamente de alumínio e vidro e equipados com rodas para maior mobilidade, já que não ficam fixados em seus pontos e precisam ser levados de/para os espaços onde são guardados fora do horário de funcionamento. A altura pode variar entre aproximadamente um metro e sessenta e mais de dois metros e, em relação à largura, podem medir de aproximadamente um metro, no caso dos menores, até mais de dois metros, no caso daqueles que também produzem lanches feitos na hora. Enquanto uma largura maior permite a diversificação de produtos e a instalação de máquinas como prensas de sanduíche e chapas, a altura ajuda a determinar a comodidade e praticidade durante o trabalho, pois determina o tamanho de estruturas essenciais para o trabalho do vendedor, o

20Segundo Ferraz (2015), a demografia da mesquita da Luz, a única do Rio de Janeiro, é formada majoritariamente por brasileiros convertidos, também sendo frequentada por muitas pessoas de origem árabe e africana. Sendo uma comunidade multiétnica, acabam ocorrendo inúmeros atravessamentos e conflitos gerados a partir de diferenças da forma em que cada grupo “vive o Islã”.

21A grande maioria dos Sírios que tive contato durante o trabalho de campo é Alauíta. Essa subdivisão do Islã é constantemente atacada por membros das outras por, entre outros motivos, ser mais leniente em relação a, por exemplo, o uso do *hijab* e o consumo de bebidas alcoólicas. Ahmed, inclusive, já me disse que alauítas costumam ser vendedores melhores que sunitas e xiitas porque, de acordo com ele, entendem melhor o jeito “tranquilo” e “festeiro” do brasileiro.

baú inferior e a prateleira superior. Na prateleira superior, que também pode ser em formato de nicho, é onde fica tudo aquilo que o vendedor precisa acessar com rapidez, desde pacotes fechados de guardanapos e embalagens de refresco em pó até utilidades como baterias extras para o celular e o envelope contendo a documentação da barraca. Já o baú inferior é onde tudo que não é preso ao carrinho é armazenado fora do horário de funcionamento, além de ser o local onde ficam instalados o botijão de gás e/ou bateria elétrica, caso haja.

Figura 10: Barraca de Zakaria



Fonte: Foto do autor

Acesso à energia elétrica ou a utilização de fogo não é algo comum, sendo feito majoritariamente pelas barracas maiores ou instaladas em locais com iluminação pública precária. No entanto, os salgados grandes são quase sempre servidos quentes, independentemente do tamanho do ponto. Para oferecer os salgados neste padrão, os vendedores inserem nas estufas pequenos recipientes de cerâmica, comuns em restaurantes com *buffet*, armazenando pequenas quantidades de álcool em gel, que ao ser inflamado, mantém o interior da estufa em uma temperatura alta, mantendo o “frescor” dos salgados. A atenção à temperatura da

estufa e a manutenção do estoque de álcool queimando, inclusive, são frequentemente mencionadas enquanto características essenciais de um bom vendedor, enquanto o “descuido com o álcool”, como Andreia chamou uma vez, é visto como algo que afeta negativamente as vendas. A completa ausência deste sistema de aquecimento, inclusive, já foi mencionada como um claro exemplo de falta de profissionalismo e qualidade de uma barraca específica. “Eles nem usam o álcool...servem o salgado frio, de qualquer jeito. Aquilo ali não dá nem pra considerar concorrência...ninguém quer comprar”.

Para a comodidade tanto do vendedor quanto do cliente, as barracas costumam contar com duas ou três prateleiras retráteis. A prateleira maior, que fica na frente do carrinho, costuma ser utilizada para expor os produtos vendidos em caixinhas, além de deixar molhos e condimentos à disposição do cliente. Já a lateral, que pode ser uma ou duas, é onde ficam as grandes garrafas térmicas onde é armazenado o refresco vendido junto ao salgado. Também vale a pena mencionar os objetos que ficam ao redor das barracas, como o isopor que guarda as bebidas embaladas, cadeiras de plástico para o conforto dos clientes e um banco alto de madeira, utilizado pelos vendedores para se sentarem sem perder a visão daqueles que passam à frente da barraca.

Figura 11: Estufa de Zakaria



Fonte: Foto do autor

Assim como em outros ramos de comida de rua no Rio de Janeiro, o *marketing* é feito a partir de adesivos que envelopam todo o carrinho. No caso das barracas de salgado árabe, estes adesivos costumam informar o nome da barraca, a lista dos produtos vendidos e seus respectivos preços, além de informações sobre pagamento, tudo em uma temática orientalizante. Caglar (2011), ao escrever sobre barracas e lanchonetes de *kebab* geridas por imigrantes turcos na Alemanha, nos descreve a importância do *marketing* étnico para a consolidação dos estabelecimentos de *kebab* em sua fase inicial:

“A apresentação e marketing do doner kebab nesta época estavam imersos em um discurso folclórico de turquicidade. Doner Imbisses ofereciam esta especialidade “turca” em uma atmosfera folclórica e oriental altamente acentuada. Posters turísticos sobre a Turquia, diversos tipos de *souvenir* da Turquia. As associações étnicas e exóticas do doner kebab ocupavam o primeiro plano. Na venda de doner, a estratégia dos donos dos Imbisses era promover sua turquicidade e exotismo; eles exploravam suas associações étnicas.” (Caglar, 2011 p.420, Tradução do autor)

Assim como nos *imbisses* turco-alemães, a maioria das barracas de salgado árabe se utilizam de um conjunto de imagens, cores e palavras que remetem ao Oriente Médio no geral ou à Síria em particular. Os adesivos, que costumam ser desenhados em uma paleta de cores quentes que remetem ao calor do deserto e/ou com detalhes dourados são frequentemente ilustrados com camelos, palácios e crescentes islâmicas, já as palavras são escritas em fontes inspiradas em alfabetos do Oriente Médio, como o árabe e o hebraico. Uma outra estratégia, que pode ser utilizada sozinha ou paralelamente às anteriores, é colocar a Síria em primeiro plano, utilizando a bandeira do país ou suas cores para decorar o carrinho. Em relação ao nome das barracas, é comum a utilização de expressões como “Salgado sírio” ou “Salgado árabe”, mas também outros nomes que remetem à condição de estrangeiros de muitos dos seus trabalhadores, como “Gringo Lanches”, “Lanches do Sírio” ou “Kalifa”. Uma terceira forma de nomear as barracas é com o nome ou sobrenome de seu proprietário, que pode também ser aportuguesado, como é o caso da barraca “Armando”, propriedade de um sírio chamado Ahmed. Esta prática não começou com as barracas de salgado, existindo desde as primeiras levas de imigração levantina para o Brasil. O exemplo mais famoso é o da Casas Pedro, famosa rede de lojas de produtos alimentícios nascida no Saara, que foi batizada a partir do aportuguesamento do nome de seu fundador, Betrus Mussalem, conhecido

como “Pedro” desde sua chegada ao Rio de Janeiro.

Durante uma visita à barraca de Zakaria em um dia fraco de vendas e sem muitos acontecimentos, ele aproveitou o tempo ocioso para me explicar os novos planos para sua barraca. Anos depois de ter assumido o ponto de seu antigo patrão, decidiu empreender algumas mudanças estéticas no carrinho, algo que nunca havia feito. Passou então a me mostrar no seu celular as imagens que seriam impressas como novos adesivos para o carrinho, já que os antigos começavam a desbotar e “ficar com cara de velho”. Abandonando as cores da bandeira síria e as fontes inspiradas no alfabeto árabe, além de não fazer mais menção alguma a comida árabe ou a salgados árabes, a nova identidade visual apostava na predominância da cor amarela e em elementos visuais que remetem a ideia de fast food, porém não-marcados etnicamente. O próprio nome da barraca, que fazia menção ao proprietário legal da licença e do carrinho, é abandonado e substituído por “I <3 Lanches”, que faz alusão à rapidez e praticidade de se comer em uma barraca de salgado, não mais ao caráter supostamente “exótico” ou “tradicional” dos preparos sendo vendidos ali. Quando perguntei-lhe o motivo do abandono da temática árabe, me respondeu de forma jocosa que isso era coisa do passado. “Vou acabar com essa palhaçada de comida árabe, já deu! Acabou a novidade... não tem mais porque continuar nisso.” Para Zakaria, como os salgados não-marcados etnicamente passaram a fazer parte considerável de seu faturamento, o anúncio de “comida árabe” e a temática orientalizante dos adesivos que adornam a barraca poderiam confundir o cliente que está interessado apenas em “salgados brasileiros”. Em algumas barracas, como é o caso da que trabalham Ali e Andreia, a venda destes últimos já ultrapassou a de árabes, e vendedores como Mazen, que só trabalham com produtos “árabes”, viram suas vendas caírem consideravelmente.

“Hoje em dia é muito mais difícil. Teve a pandemia... e também tem muito mais gente vendendo esfirra do que quando eu comecei. Antigamente, vamos dizer, tinha eu aqui na Afonso Pena e alguém só lá (gesticulando como se fosse muito longe) pra Saens Peña. Hoje em dia não, tem um no estácio, eu aqui na Afonso Pena, outro na São Francisco Xavier, Saens Peña, Usina... Aí os clientes se dividem e a venda cai. Todo mundo tá vendendo salgado árabe agora, até padaria e lanchonete que não servia agora tem, aí a gente deixa de ser os únicos.” (Mazen, caderno de campo)

A proporção de venda entre as duas categorias está ligada a fatores como

bairro onde o ponto está instalado, o perfil da clientela e a proximidade de escolas/locais de trabalho. Independentemente das vendas em cada barraca, no entanto, a adoção de “salgados brasileiros” já é mencionada por muitos interlocutores como um dos marcos que separam um “antigamente”, lembrado como uma época de prosperidade e oportunidades comerciais, de um “agora” mais difícil e que requer adaptações na maneira de se trabalhar:

“Antigamente eu chegava na praça e vendia em um dia cem, cento e cinquenta caixinhas dessa. É só fazer a conta: na época eu pagava cinco reais na caixinha, vendia a dez. Aí você multiplica cinco reais de lucro por 100, 150: dava quinhentos, setecentos reais todo dia. Eu ainda tirava o dinheiro do meu almoço, da minha passagem...ia ou voltava de uber às vezes, bebia uma cerveja com um churrasquinho na praça depois de fechar a banca...mesmo assim chegava no fim do mês, eu pagando todas as minhas coisas, ainda sobrava dois mil, dois mil e quinhentos pra mim” (Mazen, caderno de campo)

A palavra *pop-up* no inglês se refere a algo que aparece de repente e, na percepção de algumas pessoas, aleatoriamente. A palavra ficou famosa por causa dos “*pop-up ads*”, anúncios *online* que “pipocam” em páginas separadas e nos “restaurantes *pop-up*”, que possuem data certa para inaugurar e fechar. Um nicho de negócios *pop-up* (Ravnbøl et al., 2023) tem esse nome pois, da mesma forma em que surgem de repente e de acordo com o contexto social/econômico e as necessidades dos migrantes que os formam, podem também desaparecer da mesma forma, caso esses contextos e necessidades mudem ou se extingam. Conforme vimos nas falas de Zakaria e Mazen, o enfraquecimento da imagem das barracas de salgado árabe enquanto algo “novo”, a saturação do mercado e o grande choque econômico trazido pela pandemia de COVID-19 fizeram muitos proprietários repensarem seu modelo de negócios. Apenas o tempo dirá se a mudança fará com que este nicho desapareça ou apenas se adapte à nova realidade.

2.3) Chegadas e Despedidas

Como já dito anteriormente, a falta de políticas eficazes de acolhimento e integração, somada à instabilidade econômica e aos casos abundantes de racismo e discriminação sofridos por refugiados e imigrantes, faz com que o Brasil não seja

visto como um bom destino final por muitos daqueles que se vêem obrigados a saírem de seus países. No entanto, a relativa facilidade de entrada no país e a possibilidade de se obter um passaporte brasileiro, que facilita a entrada no Norte Global por pessoas nascidas em diversos países da África, América Latina e Oriente Médio, fazem com que o Brasil sirva de ponte para milhares de migrantes, formando um fluxo constante de chegada e saída de pessoas.

Por se tratar de um ramo formado majoritariamente por migrantes, o universo das barracas de salgado árabe é profundamente influenciado por esses fluxos. Paralelamente a isso, a centralidade da ideia de arabicidade para o ramo e o fato da maioria dos trabalhadores de origem estrangeira, por sua vez, serem árabes vindos principalmente do Levante, fazem com que ele seja também influenciado pelo fluxo contínuo, maior ou menor de acordo com a época, de pessoas indo e vindo entre o Brasil e a região. Esse vai-e-vem, como apareceu nas trajetórias de muitos interlocutores até agora, está intimamente ligado aos laços sociais, econômicos e familiares criados e mantidos ao longo dos últimos quase cento e cinquenta anos de imigração árabe para o país.

No trabalho de campo, a influência destes dois fluxos migratórios foi primeiramente notada quando tentava procurar pessoas que trabalham ou já trabalharam em barracas no período inicial deste nicho comercial, que dizem ter surgido por volta de 2014, como forma de tentar entender melhor sua formação e desenvolvimento. No entanto, conforme indicava esse desejo aos interlocutores mais próximos, logo me diziam ser difícil encontrar alguém que se enquadrasse no perfil, já que a maioria não estava mais no Brasil. Inclusive, alguns complementavam repetindo algo que escutei muito em campo: muitos colegas se recusam a formar laços afetivos com o país, querendo apenas um passaporte brasileiro para migrarem para um país mais rico. Central para o ramo das barracas de salgado árabe no Rio de Janeiro é a grande rotatividade das pessoas envolvidas e o eterno estado liminar em que grande parte delas vive.

O conceito de liminaridade está intimamente ligado à ideia de transição. Van Gennep (1960), ao descrever padrões cerimoniais que marcam a transição de *status* social de indivíduos, surge com uma estrutura que divide os ritos de passagem em três subcategorias, que também representam três estágios da transição. No primeiro, chamado estágio de separação, o indivíduo é separado de seu ponto inicial

na estrutura social. O segundo, estágio de margem, é o momento em que o indivíduo já se separou de seus *status* social anterior mas ainda não possui um novo, não pertencendo a nenhuma posição social determinada. Finalmente, no estágio de incorporação, ele é reintegrado à estrutura e passa a assumir um novo lugar na sociedade.

O segundo estágio, também chamado de estágio liminar, é fortemente marcado por ambiguidades e incerteza, já que o indivíduo vive em um entre-lugares, não sendo nem *isso* nem *aquilo*. A adolescência, o período de noivado e os anos de seminário são exemplos claros de períodos liminares. Aqui, o indivíduo não é nem criança nem adulto, solteiro nem casado, leigo nem padre. Sendo algo que foge à categorização, a persona liminar e seu processo caótico de transição precisam ser gerenciados, de modo a que não atrapalhem a estrutura social, daí a necessidade de ritos de passagem.

Turner (1977), ao expandir o conceito de liminaridade, afirma que este estado *betwixt and between* que se encontram as pessoas marginais faz com que representem um perigo para a estrutura, da mesma forma em que Douglas (2001) caracteriza tudo aquilo que que cai entre classificações como sujo, poluente ou perigoso. Se o refúgio é um espaço liminar, o refugiado representa uma figura marginal e marginalizada, que desafia categorias jurídicas e a ordem nacional das coisas (Malkki, 1995). Vistos recorrentemente como ameaça externa, podem ser reconhecidos também por sua criatividade e engenhosidade. A incerteza que domina o estágio liminar leva constantemente a novas formas de pensar e fazer.

É fácil ver como essa conceituação é útil para o debate sobre as barracas de salgado. Surgido a partir das necessidades da comunidade de refugiados²² no Rio de Janeiro e ainda largamente movido à mão de obra deste grupo, este nicho *pop-up* só pode ser entendido se levarmos em conta que grande parte de seus membros vê seu trabalho como transitório, um meio que arrumaram para alcançarem o sonho de imigrar para o Norte Global ou se consolidarem em outra profissão.

Se fôssemos utilizar o esquema original de Van Gennep, seria fácil dizer que Mazen está bem incorporado ao Brasil. Diz adorar a vida que leva aqui e, mesmo com as dificuldades financeiras que vem enfrentando nos últimos anos, não gostaria

²²Na maior parte sírios, mas também de outras nacionalidades, como vimos na história do prefeito com os três vendedores.

de viver em qualquer outro país. Entende que em lugares como a Alemanha há um conjunto mais robusto de políticas de acolhimento, o que faz com que muitos sírios prefiram ir para estes países, mas não concorda com a necessidade que alguns possuem de viver na Europa de qualquer maneira.

Durante um dos encontros pós-expediente que tivemos, me contou uma história que ouviu dizer “por aí”, sem saber exatamente com quem foi ou se realmente aconteceu, mas que garante ser a prova da “maluquice” de alguns de seus conterrâneos. Um refugiado sírio, após vários anos no Brasil, devidamente naturalizado e com uma vida profissional, financeira e social bem estruturada no Rio de Janeiro, repentinamente fez uma viagem a um país europeu e, ao chegar lá, “rasgou os documentos brasileiros e jogou fora” para então se apresentar às autoridades do país como um refugiado sírio sem nenhuma rede de suporte. Para Mazen, não foi necessária prova alguma para contar essa história como algo que aconteceu como o descrito, pois a saída repentina de um conterrâneo do país é algo que costuma ver com certa frequência.

Durante meu trabalho de campo junto a Lady, procurei de muitas formas me aproximar de Ahmed, gerente da barraca em que ela trabalhava. De temperamento difícil e jeito desconfiado, foi aos poucos sendo mais receptivo às minhas perguntas, mesmo não gostando daquelas que envolviam seu trabalho. Após passar alguns dias conversando banalidades, senti firmeza em nossa relação e pedi à Lady que me ajudasse a conseguir uma entrevista com ele, já que tinha me dito que conversaria de trabalho num dia marcado. Alguns dias depois, em uma segunda-feira, retornei à esquina para passar a tarde com Lady e ao chegar vi que Ahmed não tinha aparecido para trabalhar. De acordo com ela, ele tinha “metido o pé” repentinamente e, sem avisar a ninguém, pegou um avião em direção a um país que ela tinha quase certeza de ser a Holanda. A irritação era clara no semblante da funcionária, que acabou tendo que trabalhar por duas pessoas naquele dia, já que não encontraram um substituto a tempo. Alguns segundos praguejando o colega, no entanto, se transformaram em um tom mais ameno quando perguntei se ela não faria o mesmo se surgisse a oportunidade. “É mesmo, né? Ele não não tem nada que prende ele aqui.”

Partindo do comentário de Lady, gostaria de fazer um breve apontamento metodológico. Ao reler todas as minhas anotações durante a escrita deste capítulo,

confirmei algo que tinha percebido no fim de meu período em campo. A maior parte dos trabalhadores de origem migrante, seja refugiados ou imigrantes, que me aceitaram por perto e não possuíam restrições em relação a perguntas foram aqueles que de certa forma possuem algo que os “prende” ao país: família, relacionamentos amorosos ou um plano de negócios. Zakaria tentou explicar dizendo que muitos colegas de origem migrante que planejam sair logo do Brasil evitam a criação de qualquer laço afetivo e social com sua vida carioca, até mesmo “conversa fiada” com clientes, de forma a não dificultar a hora de sua partida. Seja qual for a explicação, não tive a possibilidade de conversar com alguém em seus últimos momentos de vida no Brasil.

A única exceção, mesmo que parcial, é a de Ali, jovem sírio que divide as funções de funcionário com Andreia em Botafogo. Ex-estudante de economia, curso que precisou abandonar durante sua vinda, não quer continuar trabalhando em barracas de salgado. Adora conhecer pessoas e praticar seu português durante o trabalho, mas gostaria de poder participar de algo mais “grandioso” do que um carrinho de rua. Há um tempo possui um plano junto a alguns amigos que moram em Beirute de abrir um negócio no Líbano e está esperando apenas o atingimento de algumas condições. Por uma questão de superstição, se recusa a dizer para pessoas de fora qual é o projeto ou até que condições são essas que precisam ser atingidas, mas garante que, assim que tudo der certo, vai embora para voltar apenas como turista. Quando o conheci, em setembro de 2023, Ali garantia que sua partida seria em aproximadamente três meses, mas o tempo foi passando e no momento da escrita desta dissertação ele ainda trabalha lá.

Outra história contada por Mazen, desta vez ocorrida com ele próprio, começa quando um querido professor dos seus tempos de escola entrou em contato pedindo para que recebesse e acolhesse seu filho no Rio de Janeiro. Mazen lembrou, irritado, que precisou lidar com toda a burocracia estatal brasileira, enviando seus documentos e redigindo uma carta convite, em que anunciava ser o principal responsável pelo outro jovem que nunca tinha falado na vida. Apesar de complicado e trabalhoso, disse que passou por todo o processo sem reclamar, pois guardava muito afeto por esse professor, que foi marcante em sua trajetória de vida. Este carinho, no entanto, foi logo posto à prova.

No seu primeiro dia na cidade, o filho do professor se mostrou um hóspede

intransigente, ao insistir que os anfitriões precisavam encontrar maconha de qualidade para seu consumo. Mazen, que bebe pouco e não tem afeição por drogas ilícitas, quis agradar o hóspede e, sem saber onde encontraria o produto, percorreu as praias na Zona Sul em busca de alguém que vendesse a droga. Ao final do dia, e já profundamente irritado, conseguiu o contato para o rapaz. No entanto, dois dias depois o hóspede simplesmente desapareceu. Mazen descobriu seu paradeiro após meses de dúvida, quando soube por conhecidos na Síria que ele tinha pego um voo até Macapá, onde descobriu uma forma de passar pela fronteira com a Guiana Francesa, onde viveu por um tempo antes de conseguir finalmente chegar legalmente à França continental.

Communitas, de acordo com Turner, é “...um comitatus, comunidade ou até comunhão não estruturada ou rudemente estruturada e relativamente não-diferenciada de indivíduos iguais que se submetem juntos...” (Turner, 1977:96). Formadas constantemente em períodos liminares, defendem a igualdade e a fraternidade entre membros e costumam dar uma ênfase especial nas idéias de bondade e humanidade.

“A pedagogia da liminaridade, portanto, representa uma condenação de dois tipos de separação do vínculo genérico de communitas. O primeiro tipo é agir apenas em termos dos direitos conferidos a alguém pela incumbência de um cargo na estrutura social. O segundo é seguir os impulsos psicobiológicos em detrimento dos semelhantes.” (Turner, 1977, p.105)

Apesar de ser brasileiro nato e ter construído uma vida que considera boa no Rio, Mazen ainda se sente parte da comunidade internacional de exilados sírios. Após passar por todo o processo burocrático de convidar oficialmente o hóspede, estava também planejando a inserção do filho do professor na venda de esfirras de forma a garantir a ele alguma forma de renda e facilitar seu estabelecimento na cidade. A revolta de Mazen com a fuga inesperada se dá não apenas por ser uma resposta mal agradecida às boas ações que fez, mas principalmente porque, em sua visão, os traidores desrespeitaram o laço de solidariedade compartilhado por aqueles que passaram pela mesma experiência de exílio. Depois de chegar sozinho a um país estranho, apesar das histórias do pai, aprender uma língua nova e reconstruir sua vida do zero, esperava utilizar todo esse aprendizado e estrutura acumulados para, como uma espécie de mentor, facilitar o caminho do conterrâneo, da mesma forma que fez quando seu irmão chegou ao país. Ao fugir do Rio de

Janeiro sem dar nenhuma explicação para se arriscar na travessia até o país europeu, o filho do professor também desrespeitou todos aqueles que não conseguiram ter uma rota segura de fuga como a sua. “Muita gente quer uma oportunidade dessa”, diz Mazen.

Outro conceito útil para pensar o contexto das partidas é aquele de liminaridade relativa (Prates, 2012). Ao longo do trabalho de campo que realizou junto a comunidades de refugiados palestinos nas cidades de Mogi das Cruzes e Burj Al-Barajneh, Líbano, Prates percebeu um paradoxo. Ao mesmo tempo em que muitos dos palestinos no Brasil se mantinham firmes no desejo de voltar ao Oriente Médio, também operavam uma série de estratégias de integração (Prates, 2012), fixando sua residência e criando “raízes” no Brasil, aquilo que Lady chamou de “coisas que prendem” alguém a algum lugar:

“Esse quadro nos permite pensar em uma dinâmica de liminaridade relativa: se, por um lado, os refugiados valem-se de estratégias de integração e lutam por construir uma vida que os insere no Brasil, o que configuraria a etapa final de seu processo ritual – sua agregação –; por outro mantêm-se na margem, desejando retornar ainda à etapa anterior, a da separação, reintegrando-se à sociedade árabe de outrora ; ou ainda, mantendo-se em movimento e migrando para outros países ditos “ocidentais” onde possuem laços familiares – como Estados Unidos, Canadá, Suécia, entre outros.” (Prates, 2012, p.112)

Zakaria trabalha em uma barraca que assumiu de seu antigo patrão, pagando um valor mensal pela utilização do carrinho e da licença, que continua no nome de seu antigo operador, mesmo estando fora do país. Ele disse que além dos documentos da prefeitura não serem transferíveis, o motivo principal deste acordo é que tudo ainda permanece incerto na vida inglesa do dono da barraca, o que faz ele não querer queimar suas pontes com o Brasil, mantendo negócios em ambos os países. Prates nos explica:

“...liminaridade relativa precisa ser pensada com um espaço heterotópico em que o antes e o depois são tocados a partir de agenciamentos que buscam a superação de uma liminaridade que se mantém através do conflito entre forças contrárias; portanto, o processo em que os refugiados palestinos se encontram não é inexorável, pois percebe-se um desejo de retorno ao estágio anterior simultâneo ao desejo de agregar-se.” (Prates, 2012, p.113)

O antigo patrão, um Palestino nascido no Líbano e detentor de cidadania brasileira, entrou em território inglês portando um visto de turista com a duração de

noventa dias, mas estourou esse limite há muito tempo e atualmente vive como imigrante irregular. Sua escolha em manter um carrinho e um CNPJ em um país em que não pretende mais viver, segundo Zakaria, é baseada antes de tudo no medo de não alcançar estabilidade financeira e legal no país escolhido e acabar decidindo voltar ao Brasil. “Se der tudo errado pra ele lá ele ainda vai ter alguma coisa esperando ele aqui”. De forma semelhante àquela dos refugiados acompanhados por Prates, o dono da barraca de Zakaria mantém sua mente ao mesmo tempo no Brasil e no Reino Unido, desejando a incorporação no novo país e mantendo raízes no anterior.

Se até agora vimos casos de partida apenas, é porque eles são os mais frequentes. No entanto, o fluxo de pessoas também se dá no caminho inverso e, apesar de terem diminuído bastante, levando em consideração que a maior parte dos trabalhadores de barraca de origem migrante que teve contato chegou ao Brasil entre 2014 e 2017, tive oportunidade de também observar alguns casos de chegada e volta ao país

Quando um ponto de venda cresce de tamanho, seja trocando a banquinha por um carrinho ou adquirindo um carrinho que comporta chapas ou prensas de lanche, se torna necessária muitas vezes a contratação de novos funcionários ou gerentes. Paralelamente, com a ascensão econômica, alguns donos finalmente se vêem capazes de trazer familiares e amigos que ainda esperam para sair do país natal. Neste momento, ao invés de buscar entre a comunidade de migrantes árabes ou pedir a amigos a indicação de brasileiros procurando trabalho, muitos donos de barraca juntam “o útil ao agradável”. A partir desta dinâmica, muitas pessoas, em sua maioria homens jovens, começam sua vida no Brasil trabalhando nas barracas de seus amigos de infância, primos ou irmãos.

O dono de uma das barracas na esquina em que Lady trabalhava na Tijuca se tornou também sócio de uma das fábricas de salgados que abastecem todos os carrinhos. Hoje em dia ele não trabalha mais diretamente na venda nem no transporte de produtos para seu ponto, deixando este trabalho na mão de um amigo que “mandou trazer” da Síria. Na mesma barraca, vi algumas vezes uma senhora idosa de cabelos brancos chegando com mais estoque, checando se está tudo bem com o ponto e indo embora. Na segunda ou terceira vez que a vi, perguntei à Lady e descobri que ela era avó do dono e trabalhava junto a ele em ambos os negócios.

Com a profissionalização das barracas, muitos donos passaram a ter dinheiro suficiente para se reunirem com seus familiares no Brasil. Com isso, é cada vez mais comum ver barracas adotando aspectos de negócios familiares.

Em maio de 2023, Mazen sorrindo me cumprimenta em seu ponto na Tijuca. O motivo da animação, segundo ele, é a chegada de seu irmão caçula ao Brasil. Irmão mais velho de três filhos homens, Mazen chegou em território brasileiro aos vinte anos de idade, aproveitando a cidadania herdada do pai para fugir do alistamento obrigatório nas forças armadas sírias e a possibilidade de lutar em uma guerra civil que já durava cinco anos. Alguns anos depois, já estabelecido no Rio de Janeiro, seu irmão do meio chega na idade de alistamento e faz o mesmo caminho que ele. Agora, sete anos depois de sair de casa rumo ao Brasil, Mazen estava prestes a ver pessoalmente o irmão que não pôde ver crescendo.

Para esta família que depende da venda de salgados para se sustentar, o trabalho e as relações formadas ao redor das barracas foram parte importante do processo de trazer o membro mais novo do país natal. Junto ao apoio dos pais, o financiamento da viagem e dos primeiros momentos de Zayn no Brasil foram feitos, em grande parte, por uma série de ações nos pontos de venda dos irmãos já estabelecidos. Na barraca de Ahmed, por exemplo, o dono e seus amigos se juntaram para fazer uma rifa entre os clientes. Muitos deles, inclusive, se solidarizaram com o “refugiado”, como aconteceu nas histórias de Latifa e do vendedor egípcio agredido, e realizaram contribuições para a viagem. Nas malas do caçula também vieram uma grande quantidade de pequenos tapetes artesanais produzidos na Síria, que foram postos à venda nos pontos dos irmãos mais velhos. Muito mais caros que as caixinhas de salgado vendidas por Mazen, a venda destas “muambas”, como ele próprio chamou, foi fonte importante de renda para a família nos meses que sucederam a chegada Zayn.

Alguns dias depois daquele encontro em maio, passo pelo ponto de Mazen e o vejo acompanhado de um garoto de cabelos raspados e olhar atento. Zayn havia chegado há menos de quarenta e oito horas e já estava vendendo salgados no ponto do irmão. Sem saber ainda o português, respondia todas as perguntas dos clientes com “dez reais”, preço de qualquer produto à venda. Quando perguntei sobre a rapidez com que o irmão já foi posto em sua banca, Mazen disse que aproveitou o clima bom do primeiro dia para levá-lo para beber algumas cervejas na

mureta da Urca, mas que o segundo dia já era momento de trabalhar. Para ele, quanto mais cedo aprendesse a trabalhar no ramo, mais rápido o irmão iria adquirir autonomia e independência no novo país.

Algumas semanas se passaram e Zayn deixou de aparecer. Mazen, rindo, me disse que o período de aprendizado do caçula acabou e que agora ele possui a própria banca de salgados no centro da cidade. Nasce assim mais um ponto de vendas.

3) “COMIDA ÁRABE” NA RUA: CATEGORIAS E DISCURSOS

Comer é uma necessidade fisiológica necessária para a manutenção da vida humana, e apesar de ser um ato a princípio individual, considerando que “o que se come não pode, de modo algum, ser igualmente comido por outro” (Simmel, 2004 p.160), também é um ato social e cultural, dotado de sentido e regulado por regras religiosas, éticas e legais (Douglas, 1972).

Segundo Fischler (1988), a relação entre a comida e o simbólico está intimamente ligada ao que chama de Paradoxo do Onívoro. Não sendo confinado pela necessidade de consumir apenas um tipo de alimento para sobreviver, o ser humano pode se nutrir com qualquer recurso disponível. Por outro lado, a falta de especialização de seu sistema digestivo faz com que ele seja obrigado a diversificar sua dieta. Essas características contraditórias, segundo o autor, criam um paradoxo onde:

“De um lado, ao precisar de variedade, o onívoro está inclinado em direção à diversificação, inovação, exploração e mudança, que podem ser vitais para sua sobrevivência; mas do outro lado, ele precisa ser cuidadoso, desconfiado, “conservador” em sua comilança: qualquer comida nova e desconhecida é um perigo em potencial” (Fischler, 1988 p.277. Tradução do autor)

Essa contradição eterna cria uma ansiedade permanente no comensal, que é aliviada, em parte, pelos mecanismos biológicos presentes no organismo, que ajudam a repelir alimentos nocivos à saúde física. No entanto, a principal forma em que o comensal humano navega nesse mundo de possibilidades alimentares com segurança é guiado pela culinária de seu grupo. Esse conjunto de regras, categorias e práticas “domam” os recursos alimentares disponíveis e os tornam familiares e confiáveis, biologicamente e simbolicamente, para o consumo.

Lévi-Strauss (1991), nos deu, talvez, o exemplo mais citado de uso de categorias culinárias nas ciências sociais. Considerando a culinária uma manifestação humana universal da mesma forma que a linguagem, o autor a analisa a partir do chamado “triângulo culinário”, um esquema tripartite formado pelas categorias cru, cozido e podre, que representam, respectivamente, o alimento *in natura*, o que foi transformado pela cultura e aquele que foi transformado pela natureza. Douglas (1972), no entanto, desafia a efetividade da metodologia de Lévi-

Strauss para a compreensão de culturas culinárias na prática. Uma de suas críticas é que, ao focar demais em procurar uma “mensagem pré-codificada e pan-humana na linguagem da comida” (Douglas, 1972, P.62), Lévi-Strauss abandonou a análise do dia-a-dia. Para ela, é nas relações de pequena escala onde são criadas as categorias, que também servem para sustentá-las. Portanto, as categorias utilizadas em qualquer análise devem surgir do próprio contexto estudado.

Este capítulo se debruçará em algumas categorias culinárias centrais para o universo da “comida árabe” no Rio de Janeiro a partir das observações feitas durante o dia-a-dia do trabalho de campo. Se nos dois últimos capítulos o foco estava no comércio da comida, seus espaços e atores, o atual olhará para os sentidos que as comidas sendo comercializadas carregam, servindo de janela de observação não apenas para a paisagem culinária em questão, mas também para outras paisagens - midiáticas, ideológicas, econômicas, étnicas, etc. - que se cruzam com ela.

3.1) Salgados árabes: “O hamburger do brasileiro”

Facilmente encontrados nas estufas de lanchonetes e padarias em cidades brasileiras de todos os tamanhos, onde são preparadas de inúmeras formas e recheadas com os mais diversos ingredientes, os preparos conhecidos como “salgados árabes” têm origem na chegada de imigrantes levantinos ao longo do século XX. Após sua popularização por todo território nacional na segunda metade do século, passaram a serem vistos pela população brasileira em geral como comidas totem (Barthes, 2001) de todo o Mundo Árabe, assim como a pizza representaria a Itália ou o Sushi representaria o Japão. John Karam (2009), ao analisar representações midiáticas de políticos brasileiros de origem árabe, nos mostra como essa representação opera em um caso em que a esfirra aparece como um importante símbolo da arabicidade de alguns políticos paulistanos de origem libanesa pegos em um esquema de corrupção. Também observamos frequentemente em conversas corriqueiras e em peças midiáticas a utilização do quibe ou da esfirra para, de forma orientalista, fazer alusão ao Mundo Árabe ou ao “oriente”. Um caso conhecido é o da música “Ralando o Tchan”, lançada em 1997 pelo grupo de pagode baiano É o Tchan, em que, se anunciando como fruto da

“mistura do Brasil com o Egito” é toda baseada em uma temática orientalista sexualizante, lotada de camelos, odaliscas e pirâmides. O quibe, por sua vez, aparece de forma jocosa e de duplo sentido, representando ao mesmo tempo uma comida supostamente apreciada pelas mulheres “orientais” e os órgãos sexuais do eu-lírico.

Antes de tudo, é necessário primeiro entendermos que “esfirra” e “quibe” no contexto brasileiro não são apenas pratos, mas subcategorias culinárias formadas pela influência de inúmeros preparos originados na região do Levante, no Brasil e também em outras partes do mundo. No Líbano, a palavra *sfiha* se refere a um pequeno pão aberto, recheado com carne de cordeiro, *pinoli*, cebola, tomate, especiarias e famoso enquanto um dos pratos tradicionais da cidade de *Baalbek*. Já no Brasil, a palavra esfirra/esfiha é utilizada para nomear qualquer tipo de pão recheado “árabe”, como a própria *sfiha*, mas também outros como *lahm bi ajin* (esfirra aberta de carne), *manouche* (esfirra de zatar), *fatayer* (esfirra fechada) e *sambousek* (esfirra frita), assim como outros preparos inspirados por estes e outros pães. A palavra quibe, por outro lado, nomeia pratos baseados em uma massa de trigoilho (*bulghur*, em Árabe), amplamente conhecida como “trigo para quibe”, que pode ser frita, assada ou cozida (apesar desse último ser mais incomum no Brasil) e recheada de carne, vegetais e/ou queijos diversos²³. Das diferentes formas de ser feita, apenas a frita costuma ser considerada um “salgado”, mas todas são amplamente consumidas tanto em casa quanto na rua, seja em estabelecimentos “árabes” ou não.

Nos dois cadernos de receitas especializados nas esfirras e produzidos comunitariamente pelos usuários do “RECEITAS DE COMIDA ÁRABE”, grupo de Facebook que analisei em meu trabalho de conclusão de curso na graduação, achamos bons exemplos de como a ideia de “Esfirra” no Brasil, mesmo entre aqueles de origem árabe, inclui também as versões que pouco lembram aquelas até hoje produzidas e consumidas no Oriente Médio :

Nos dois volumes produzidos vemos que as receitas ditas “tradicionais” não são as únicas a terem destaque. Somos apresentados a esfirras que levam gema de ovo ou banha de porco na massa. Além das claras influências da panificação portuguesa, também vemos as versões criadas no mundo do

²³Segundo Pitts (2021), a história do *kibbe* como categoria culinária no Líbano é longa e está intimamente ligada à própria ideia de identidade nacional libanesa.

fast-food, como calabresa e quatro queijos, e versões “light” ou mais refinadas, como é o caso esfirra de ricota com alho poró. A escolha de nomenclaturas são idênticas também àquelas praticadas nos balcões Brasil afora. (Najjar, 2021, P.54)

Muitas destas formas de preparo foram popularizadas pela rede Habib's, grande franquia de *fast-food* brasileira que nasceu como uma rede de “comida árabe” e até hoje, apesar de ter expandido seu cardápio para incluir pizzas, sanduíches e outros tipos de lanche, continua sendo conhecida nacionalmente como uma referência na popularização e abrasileiramento de pratos “árabes”. Seu produto principal são as esfirras, chamadas de “bib'sfilhas”, e se destaca no mercado por oferecer lanches a preço baixo, característica que sempre explora em peças de publicidade.

Desde que entrei para o PPCULT, houveram inúmeras vezes em que, ao explicar o tema da minha pesquisa a conhecidos, o nome do Habib's de repente surgia, quase sempre em uma piada. “Vai estudar o Habib's?”, é o que diziam no meio de uma risada. Para estas pessoas, o preço muito baixo, a produção industrial e as receitas “abrasileiradas” ou “industrializadas” demais, fazem os produtos do Habib's serem vistos como comidas sem qualidade e que se afastaram tanto da “tradição” que não podem nem ser mais consideradas “comida árabe”. Essa visão sobre a rede é compartilhada também por muitos daqueles que convivi durante o trabalho de campo, seja no Saara, na Tijuca ou ao redor das barracas. Mesmo aberta a adaptações culinárias, por escolha ou necessidade, a maioria dos donos de restaurante e vendedores de salgados com quem conversei vê o Habib's como exemplo de adaptação a não ser seguido, como é possível ver na fala de Toni Haddad, que acusa o Habib's de excessos, como o uso de farinha de milho para evitar que as esfirras, feitas em quantidades industriais, não grudem nas travessas quando forem assadas.

Se estes “excessos” incomodam outros produtores de “comida árabe” e aqueles interessados em receitas “tradicionais” são, por outro lado, parte importante do *marketing* da rede. O exemplo mais extremo de abrasileiramento das esfirras que pude presenciar durante meu trabalho de campo foi feito pela própria Habib's e nos serve como um bom exemplo de como muitas vezes, de tão adaptado ao “gosto” ou à “cultura” nacional, este prato passou a ser apresentado, vendido e consumido sem

referência alguma ao Mundo Árabe.

No dia 6 de fevereiro de 2023, o site da Revista Exame publicou em sua seção de negócios um *release* publicitário sobre a mais nova campanha de *marketing* do Habib's. Em homenagem ao carnaval deste ano, a rede estaria comercializando até o fim daquele mês quatro versões limitadas das bib'sfihas, inspiradas em drinks da moda. Chamadas de Catuaba, Chevette, Caipirinha de Maracujá e Piña Colada, essas coloridas esfirras especiais, além de preparadas de forma a lembrarem os sabores dos drinks que lhes emprestam os nomes, também teriam um leve volume alcoólico, como forma de, segundo o diretor de *marketing* da empresa, “enaltecer e celebrar o Carnaval com os amantes da folia e de bons drinks” (Revista Exame, 2023). Ao deixar em segundo plano a arabicidade e relacionar suas esfirras à maior festa popular do Brasil e a drinks intimamente ligados à cena de festas e boates das cidades brasileiras²⁴, o Habib's deixa para trás o *marketing* baseado na exotividade do Mundo Árabe para se apresentar enquanto “o maior *fast food* genuinamente brasileiro e a maior marca de comida *árabe do mundo*”, processo que vem se intensificando nos últimos anos com o desaparecimento da temática árabe de seus restaurantes e cardápios, assim como da perda de protagonismo de Habib, gênio da lâmpada que serve como mascote da marca,

Figura 12 - Peça publicitária do Habib's



Fonte: Revista Exame

²⁴Com exceção da Piña Colada, todas as bebidas que inspiraram as Bib'sfihas alcoólicas foram criadas no Brasil, seja como drinks em bares ou produtos engarrafados e prontos para o consumo. Mesmo que criada fora, a Piña Colada, feita com suco de côco e abacaxi, remete a uma ideia de tropicalidade, que faz parte da identidade nacional brasileira.

Além do abasileiramento pelo paladar, os “salgados árabes” também são abasileirados discursivamente de diversas formas, sendo uma delas a de fazer com que sua arabicidade seja parte importante da noção de brasilidade. Para promover a comunhão entre árabes e não-árabes no grupo RECEITAS DE COMIDA ÁRABE, os dois volumes do caderno de receitas previamente citados trabalham com a ideia de que a própria culinária brasileira é fruto de uma tradição culinária árabe milenar, como podemos ver em um texto traduzido por uma das editoras para apresentar o primeiro volume. Nele, um norte-americano de origem árabe se surpreende ao ouvir um mexicano dizer que a *Paella* que serve em seu restaurante era também de origem árabe:

“Além do México, todo o mundo de língua latina deve grande parte de suas tradições culinárias aos árabes. Os 900 anos que passaram na Península Ibérica e seus quase 400 anos na Sicília e no sul da França, primeiro como conquistadores e depois conquistados, deixaram uma influência duradoura nos alimentos árabes e no tempero das terras de língua latina. O dono do restaurante, sem conhecer a sofisticada história da comida árabe, apreende a essência da grandeza da odisséia culinária árabe” (RECEITAS DE COMIDA ÁRABE, 2020 [2])

Utilizando de um caso passado no México para ilustrar uma herança árabe supostamente compartilhada por todas as culturas culinárias latinoamericanas, a moderadora do grupo responsável pelos capítulos introdutórios dos volumes aciona o que Ella Shohat chama de inconsciente mourisco da América latina (Shohat, 2016):

“Se a Ibéria testemunhou séculos de uma ideologia que justificava a limpeza de seu passado Mourisco/Sefardita “orientalizado”, a América Latina, como um lugar complexo de encontros globais e ambivalências diante a metrópole colonial, também testemunhou uma certa nostalgia por aquele passado “Oriental”. O imaginário tropical foi parcialmente formado por o que se pode chamar de “Inconsciente mourisco” da América Latina, onde negação e desejo por aquela origem esquecida têm coexistido” (Shohat, 2016. P.54.Tradução do autor)

Para Shohat (2016), por serem ambos braços da epistemologia eurocêntrica, é impossível desassociar Ocidentalismo, no sentido de Mignolo (2005), e Orientalismo, no sentido de Said (2007). Sendo assim, assumir a existência desse inconsciente mourisco nos permite não apenas entender melhor a trajetória das

comunidades árabes-latinoamericanas e das práticas culturais a elas relacionadas, mas também as formas como as relações entre estas e outras comunidades participam na modificação e manutenção de identidades étnicas e nacionais na região²⁵.

Durante uma entrevista com Maria El Warrak, refugiada venezuelana de origem libanesa que trabalha produzindo e vendendo “comida árabe” de sua casa na Tijuca, a questão deste inconsciente apareceu de uma forma inusitada. Ao discorrer sobre o sucesso inesperado de seu empreendimento, me disse que apesar da grande maioria de sua clientela ser composta por não-árabes, são muito comuns as referências a prováveis antepassados árabes por parte dos clientes, que os utilizam como uma suposta razão genética por sua predileção por “comida árabe”: “Todo mundo diz que tem um parente árabe”, segundo Maria. Esse tipo de discurso comum em países latinoamericanos, junto ao amplo consumo de “comida árabe”, principalmente a esfirra, em contextos públicos e privados por brasileiros de todas as origens, nos permite repensar a ideia de uma “Culinária Brasileira” para incluir na discussão também práticas e pratos vistos como “árabes”. Para introduzir meu argumento, voltarei ao México, onde há um prato que possui uma trajetória comparável à esfirra no Brasil.

Apesar de serem muito menores que as do Brasil, as comunidades levantinas mexicanas, principalmente aquelas de origem libanesa, possuem também grande influência na esfera pública nacional (Alfaro-Velcamp, 2016). Se, no Brasil, após mais de meio século de *lobby*, foram finalmente incorporados ao esquema das “três raças” dentro da categoria “branco”, no México, esses imigrantes e seus descendentes passaram a ocupar um lugar de destaque na formação da futura *raza cosmica* de José Vasconcelos dentro da categoria de *uropeos*. Em relação a comida, o processo de adoção do prato totem (Barthes, 2001) dos árabes pelo gosto nacional também ocorreu de forma semelhante nos dois países.

Feito com tortilha de milho e recheado de carne de porco temperada com suco de abacaxi, *adobo* e pimentas *pastilla* e *guajillo*, o *taco al pastor* surgiu no norte do México e se difundiu pelo resto do país a partir da década de 1960. Segundo

²⁵Ironicamente, é possível ver o inconsciente mourisco em ação até nas críticas mais mordazes a essas identidades, como é o caso de Gloria Anzaldúa, que ao discutir sobre sua identidade *mestiza*, assume uma herança judaica, que enxerga no nariz aquilino e cabelo encaracolado de seu pai. (Anzaldúa, 2000 p.89)

García-Garza (2010) e Pilcher (2012), o sucesso inicial do *taco al pastor* se deve em grande parte a sua origem imigrante e, portanto, aos olhos da burguesia nacional, mais refinada e cosmopolita. Enquanto no Brasil a visão da esfirra como um prato familiar ou exótico passa por um movimento pendular constante, no México este pêndulo pende mais para o lado nativo, já que este prato é amplamente reconhecido como genuinamente mexicano, a ponto de ser um dos principais símbolos de uma “autêntica” culinária de rua mexicana nos Estados Unidos. Levando isso em conta, o primeiro autor acha necessário, ao explicar a origem de alguns tipos de taco, explicitar que o *al pastor* é menos mexicano do que se pensa, por ser a mexicanização do *shawarma* levantino (Garcia-Garza, 2010).

Entendo sua motivação historiográfica. Conforme Hannerz (1996) nos descreve em seu modelo sequencial sobre a trajetória de práticas culturais, que começam como exclusivas a um pequeno grupo e depois se tornam amplamente difundidas, é comum que a comercialização de pratos típicos por comunidades diaspóricas acabe por modificá-los como forma de conquistar a clientela fora do grupo étnico a partir de um processo de comoditização étnica. No entanto, pensar estes pratos, principalmente após sua ampla difusão por um país, como menos pertencentes à cultura alimentar “de um lugar” do que aqueles chancelados com uma vaga no cânone da “culinária nacional” nos impede de enxergar a importância dos fluxos culinários pelo mundo.

O texto original do Projeto de Lei federal nº6562/2013, que buscava introduzir a “Gastronomia Brasileira” como uma das áreas beneficiadas pela Lei Rouanet, descreve gastronomia da seguinte maneira:

“A gastronomia – vasto e fascinante universo que abarca ingredientes, utensílios, equipamentos e saberes humanos – é parte integrante da história e da cultura de um povo. Assim, o nosso modo de comer e de preparar o alimento é característica essencial que nos distingue e nos define como brasileiros. A nossa cozinha, forjada com ingredientes comuns que a tornam reconhecível em qualquer parte do mundo e, ao mesmo tempo, com combinações tão originais em cada diferente região do País que a tornam múltipla, complexa e rica, é um dos alicerces da identidade nacional, devendo, portanto, ser apoiada, estudada, preservada e difundida como qualquer outra manifestação da nossa cultura.” (Câmara dos Deputados, 2013 P. 3)

Tainá Marajoara, pesquisadora, cozinheira e ativista paraense, ao criticar a forma com que este projeto de lei pensa a Gastronomia Brasileira, nos dá um bom

ponto de partida para discutir essas questões. Segundo ela, em uma entrevista dada ao sociólogo Carlos Alberto Dória, uma ideia de “Gastronomia Brasileira” pensada apenas como o conjunto de denominadores comuns do comer no Brasil ou suas variações regionais “foi concebida para desconsiderar as matrizes da cultura brasileira, como a matriz africana, a matriz dos imigrantes do leste europeu...” (Dória, 2015). Ao nos chamar atenção para as inúmeras matrizes ligadas à formação e aos diferentes contextos que os habitantes do Brasil se inserem, Tainá²⁶ tem o cuidado de não cair na armadilha do mito das três raças e da “democracia racial”, que vê a cultura brasileira como um amalgamento de diversas contribuições culturais e a culinária brasileira, especificamente, enquanto uma síntese harmônica de culturas, fruto de uma mestiçagem entre europeus, africanos e indígenas. Paralelamente, ela também recusa a divisão geográfica da comida brasileira em regiões, que só beneficia a indústria do turismo e atrapalha a compreensão dos fluxos culinários dentro do Brasil e pelo mundo.

Por outro lado, é importante que, ao abandonar o mito das três raças, resistamos ao ímpeto de cair em um discurso muito ligado ao neoliberalismo progressista (Fraser, 2019) e à subcultura transnacional dos *foodies* (Johnston, 2014), que vêem as culturas alimentares de forma semelhante àquilo que Silvia Cusicanqui chama da versão masculina da identidade, característica central de seu conceito de multiculturalismo estatal: “cuestión de minorías: el territorio étnico, el espacio circunscrito y cercado por fronteras, emblematizado en símbolos y signos corporales” (Cusicanqui, 2018), ou seja, confinadas à categoria de “comida étnica”, que só pode ser consumida enquanto algo exótico e apartado do nacional, mesmo que esta comida, e as pessoas que a produzem, já façam parte da vida do país há gerações.

Ao utilizarmos o enquadramento que o conceito de *foodscape* nos oferece, conseguimos resolver este problema, pois ao falarmos da “comida árabe” enquanto uma paisagem formada por tudo aquilo que é relacionado à práticas e culturas alimentares vistas como “árabes”, tanto no Brasil quanto por brasileiros, podemos falar em “comida brasileira” também como uma outra paisagem, que mantém interseções com a primeira. Fazendo isso, abandonamos qualquer tipo de ideia

²⁶Escolhi me referir a ela por seu nome próprio tendo em consideração que “Marajoara” não é seu sobrenome, mas uma referência à sua origem indígena.

sobre “comida étnica” ou “comida do Brasil” para focarmos, ao invés disso, em pensar a comida **no** Brasil. Ao deixarmos de lado qualquer pretensão de procurar o que é nacional ou estrangeiro, categorias estas autoritárias e engessadas, ficamos mais livres para explorar as relações e interseções das diversas matrizes que formam o que é produzido e comido pelas pessoas no país.

Partindo deste enquadramento, podemos observar que, com a popularização de esfirras e quibes em todo o país e ao longo das décadas, estas subcategorias de uma “culinária étnica” acabaram sendo “traduzidas” para categorias culinárias locais. Como Toni Haddad me disse em uma de nossas conversas, a esfirra pode ser considerada “o hambúrguer do brasileiro”, e parte disto se dá pela inserção desta e outros preparos na categoria culinária “salgado”, frequentemente utilizada no país. O que difere um salgado “árabe” para um salgado “brasileiro”, como os trabalhadores de barraca chamam, é justamente a arabicidade atribuída a eles, seja pelo formato, sabor ou nome utilizado.

3.2) O que é Salgado?

Apesar da centralidade dos “salgados árabes” para o trabalho de estabelecimentos e vendedores autônomos de “comida árabe”, poucos dos que eu conversei durante o trabalho de campo, sejam proprietários, funcionários ou clientes, tinham uma definição clara do que se constitui um salgado, mesmo que não houvessem muitas discordâncias sobre qual prato é um salgado ou não.

Intrigado, levei a pergunta “O que é um salgado?” a conhecidos, amigos e familiares. Da mesma forma, a maioria foi incapaz de surgir com uma resposta sem gaguejar ou pensar um pouco. Mesmo sendo uma categoria de comida muito consumida, me dei conta que talvez as pessoas não pensem muito nos salgados, como pensam em outros pratos e categorias culinárias de seu dia-a-dia²⁷.

Dos perguntados, alguns falam “é um pão recheado”, mas essa definição exclui aqueles salgados que, como o quibe e a coxinha, não são feitos com massa de pão, ou mesmo a esfirra aberta, que é um pão aberto e achatado. As respostas que se baseiam em forma de cocção também erram, pois salgados podem ser tanto

²⁷É só pensarmos em palavras como “moqueca”, “cuscuz” ou “canjica”. Dependendo da região do país, estas palavras definem este ou aquele tipo de preparo, causando disputas pelo “verdadeiro” sentido destas palavras.

fritos quanto assados. O esforço de meus interlocutores para produzirem uma resposta, junto com a centralidade do salgado tanto para comida de rua da cidade tanto para a própria ideia de “Comida Árabe”, me inspirou a tentar eu mesmo esboçar uma definição que abarque a diversidade de salgados encontrados nos balcões, pelo menos em estabelecimentos do Rio de Janeiro.

Lívia Barbosa (2007), a partir de métodos qualitativos e quantitativos, traça um panorama dos hábitos alimentares dos brasileiros na esfera privada com o objetivo de começar a pensar em um sistema de refeições brasileiro (Barbosa, 2007) que ajudaria a nos inserir no contexto maior das práticas e discursos sobre alimentação no Brasil. Segundo Barbosa, apesar da literatura especializada e das instituições ligadas a alimentação no país insistirem em que esse tal sistema de refeições brasileiro se constitui de seis refeições diárias (café da manhã, lanche da manhã, almoço, lanche da tarde, jantar e lanche), a pesquisa realizada mostra que, devido a fatores diversos, como ritmo diário, distância entre casa e trabalho e a falta de tempo, a maior parte da população brasileira faz entre três e quatro refeições diárias (café da manhã, almoço, lanche e jantar) que podem ser pensadas dentro de três subsistemas: semanal, fim de semana e ritual.

A base do lanche, independente de gênero, faixa etária e renda, são os carboidratos “sob a forma de pães, massas de diferentes tipos e salgadinhos” (Barbosa, 2007 p.106). Considerando que o que a autora chama “salgadinhos” é uma das principais comidas consumidas durante essa refeição, fica claro que qualquer definição de salgado necessita contemplar suas principais características, a portabilidade e a mobilidade (Barbosa, 2007):

“As pessoas lancham em uma situação predominantemente de mobilidade: no balcão de uma loja de salgadinhos, no balcão de um bar ou botequim, comendo enquanto trabalham ou como um “coffe-break” (expressão usada) em sua própria mesa de trabalho. (Barbosa, 2007 p. 106)

Se o momento do salgado é o lanche, seu lugar é o balcão. Primeiramente, esta afirmação nos mostra que o salgado é um alimento que costuma ser produzido e comido fora de casa. Também é a partir dela que vemos a diferença mais notável do salgado para outras comidas ligadas ao lanche, como o sanduíche e os bolos: o comer em pé. Seja nos balcões do Saara, das barracas ou de estabelecimentos não-árabes, como padarias e lanchonetes, geralmente é esperado que o cliente coma

seu salgado rapidamente e em pé, de forma a não ocupar, caso haja, as mesas do estabelecimento.

Durante uma visita à lanchonete Nagib 80, me deparei com a seguinte cena: de frente para o balcão, um cliente com um salgado em uma mão e uma bebida na outra sente seu telefone tocando, repousa a lata ou copo no balcão e atende a chamada. Seu interlocutor pergunta alguma coisa e ele responde: “Tô aqui no Saara comendo um salgado”. Apesar de ser mais uma variação de uma cena vista inúmeras vezes, desta vez a frase do cliente me lembrou o “chupar frutas” que Van de Port e Mol (2015) nos descrevem. Para os autores, a ideia de “comer” é um fato material-semiótico, já que diferentes línguas e palavras carregam diferentes formas de pensar e entrar em contato com a comida. Eles nos mostram então a diferença entre “comer” e “chupar” frutas no português, expressões que carregam sentidos bem diferentes entre si e com a ideia de “*eating a fruit*” do Inglês. Enquanto o primeiro se faz com frutas cortadas em pedaços, o segundo representa uma forma muito mais fluida de *engajar* a fruta. Além disso, o corpo que “chupa” existe de forma e tempo completamente diferentes daquele que está “comendo”.

“Comer um salgado” carrega inúmeros sentidos. Por exemplo, se formos pensar a partir de técnicas corporais (Mauss, 1974), podemos dizer que é algo feito geralmente em pé e que costuma ter a mão não-dominante como a principal, enquanto a outra fica livre para pegar o troco, o copo de bebida, o telefone ou algum condimento a ser adicionado por cima. Da mesma forma, a expressão “comer um salgado” aparece na boca de clientes, funcionários e proprietários também enquanto um tipo barato de lanche reforçado, ou meio-almoço, que sustenta o corpo durante algumas horas mas não substitui um almoço de verdade. Zakaria, ao me explicar as qualidades de seu ponto em Botafogo, disse que a maioria de seus clientes não é de adultos que moram neste bairro nobre, mas estudantes e pessoas que estão em Botafogo a trabalho, como motoristas de caminhão, taxistas e porteiros. Segundo ele, é difícil encontrar um lanche tão barato “que sustente” nas redondezas, e se o trabalhador tiver pouco dinheiro ou tempo, dois salgados “servem como um almoço”.

Se tentar descrever os salgados a partir de tipo de cocção ou ingredientes não tem dado certo, proponho pensarmos na categoria “salgado” levando em conta

também as maneiras e contextos de consumo. Diferente de outras categorias culinárias como o próprio quibe, que se baseiam em ingredientes e/ou técnicas, a definição de salgado é mais complexa e envolve não só formato e tamanho, características que afetam a mobilidade e portabilidade do preparo, mas também a forma de consumir e o contexto, como o estabelecimento e o preço²⁸. Portanto, o salgado é uma comida de rua rápida, portátil, barata e pensada para se comer com as mãos. A diferença desta categoria para outras que podem ser descritas assim, como *fingerfood* ou salgadinho está no fato de que o salgado, por seu tamanho, costuma fazer parte da refeição “lanche”, e não do que Barbosa chama de “beliscar”, ato de comer entre as refeições.

Essa definição de salgado nos permite entender melhor tanto a ampla adoção quanto o “abrasileiramento” de esfirras e wuibes no Brasil, pois permite a possibilidade de “salgadização” de comidas que não surgiram como salgado. Pode ver este processo, por exemplo, ao visitar uma “lanchonete árabe” na Tijuca e ver que ofereciam na estufa de salgados falafels, que costumam ser pequenos, do tamanho de um punho fechado. Segundo a atendente, esta criação foi feita para aqueles que gostam do bolinho poderem comer de forma rápida e prática.

3.3) Kebab-Shawarma e Falafel

Em uma sexta-feira nublada no ano de 2019, eu e um amigo percorremos as ruas da região da Lapa, no centro do Rio de Janeiro, carregando uma grande caixa térmica vermelha decorada com cedros verdes e faixas brancas de espuma, de forma a aludir à bandeira do Líbano, anunciando a todos que passavam que vendíamos falafels tradicionais a um preço acessível a qualquer um. O falafel é um bolinho frito feito de grão-de-bico e/ou fava e costuma ser temperado com cebola, alho, ervas e especiarias. Criado entre o Levante e o Egito, se popularizou em países do Norte Global a partir dos anos 1970 e hoje representa um dos maiores símbolos culinários tanto do Levante quanto do Oriente Médio em geral, tendo, inclusive, um lugar de destaque em concepções de identidade nacional de alguns países da região, como podemos ver na disputa entre palestinos e israelenses por

²⁸Um *Croissant* recheado, por exemplo, é considerado um salgado ao ser consumido em uma lanchonete ou pastelaria, mas pode não ser em uma *Boulangerie*, padaria de tradição francesa.

sua posse.

Meu companheiro, que tinha acabado de se formar em um curso de gastronomia e possui, segundo ele próprio, um tino para o comércio, sempre se considerou um fã da receita de falafel que eu costumava fazer em reuniões e festas entre amigos e me convenceu que seria uma ótima ideia comercializá-la nas ruas, já que faltava no Rio, em sua opinião, lanchonetes especializadas no bolinho de grão-de-bico que servissem “gente dura”. Escolhemos a região da Lapa por seu caráter boêmio e pela grande presença de um público jovem, que achávamos que seria nosso principal mercado consumidor. Graças à ameaça de chuva que pairava na cidade naquele dia, poucas pessoas resolveram ir à Lapa, o que acarretou em um prejuízo para nós dois e o abandono do projeto. No entanto, minhas memórias desta sexta-feira que se tornou minha primeira e única experiência como trabalhador da “comida árabe”, muito antes de sequer imaginar que pesquisaria tal universo, são muito esclarecedoras no que tange sua relação no Rio de Janeiro com os fluxos globais de pessoas, ideias e produtos no século XXI.

Além da chuva, um dos grandes empecilhos para o nosso sucesso comercial foi o desconhecimento sobre o produto por grande parte do público que frequentava o bairro boêmio naquela noite. Uma das poucas clientes que tivemos foi uma mulher bem vestida de aproximadamente trinta e cinco anos, que bebia com um grupo de amigos também bem vestidos em uma mesa externa de um dos bares sofisticados da região. Inicialmente, disse que não se interessava pelo produto, mas mudou de ideia quando dissemos que as vendas estavam baixas por causa da chuva e, talvez em um ato de solidariedade, comprou uma unidade. Ao comer, decidiu comprar mais alguns e tentou convencer seus colegas de fazer o mesmo. Surpresa com o sabor do meu produto, me parabenizou pela receita e fez uma espécie de profecia de que eu e meu amigo teríamos um ótimo futuro na nossa empreitada, já que ela tinha visitado a Alemanha e nossos falafels eram muito similares àqueles que tinha comido por lá. Mesmo não tendo se concretizado, essa profecia, que na época me pareceu um tanto curiosa, considerando que minha receita era de origem libanesa e que à primeira vista não tem nenhuma relação com a Alemanha, foi justamente a interação que me fez começar a prestar mais atenção na posição em que o falafel, assim como alguns outros pratos “árabes”, possuem dentro do imaginário sobre a “comida árabe” no Brasil.

Outro prato, ou categoria culinária, para qual gostaria de chamar atenção é a do Kebab-Shawarma. A palavra *kebab* no Mundo Árabe geralmente se refere a alguma carne, seja de boi, frango ou cordeiro, assada em espetos de diversos tamanhos. Já Shawarma se refere à carne temperada, assada em grandes espetos giratórios e muitas vezes transformada em sanduíches, técnica conhecida no Brasil também como “churrasco grego”, termo que faz alusão ao Gyros, prato grego com uma origem comum ao shawarma. Assim como o falafel, o kebab-shawarma também se difundiu pelo Norte Global e hoje é amplamente consumido em países fora do Oriente Médio e do “Mundo Muçulmano” como uma *fast food étnica*. A versão mais popular desta categoria no Norte Global é um sanduíche chamado de *döner kebab*, inventado na segunda metade do século XX por imigrantes turcos na Alemanha como uma adaptação ao gosto alemão de uma série de preparos de seu país natal (Caglar, 2011). Este lanche, muito similar ao sanduíche de shawarma levantino, é considerado hoje em dia um dos pratos-símbolos da Alemanha e talvez tenha sido um dos principais causadores da transformação, na Europa e na América do Norte, da palavra Kebab em um metonímia para qualquer sanduíche “médio-oriental” à base de carne.

No artigo “Unmaking Levantine Cuisine: The Levant, The Mediterranean and the World”, Harry Eli Kashdan (2021) explora alguns dos significados que pratos de origem levantina carregam ao redor do Norte Global. Para isso, parte de um método que batizou de *culinary close reading*, em que, inspirado pela crítica literária e pela semiótica, enxerga receitas e pratos, sejam eles em qualquer uma de suas múltiplas formas e manifestações, como textos a serem rigorosamente analisados de forma a descortinar as histórias e imaginários por trás deles.

Ao se referir especificamente à categoria kebab-shawarma, Kashdan nos propõe um questionamento: seriam o shawarma levantino, o *döner* teuto-turco e o *al-pastor mexicano* a mesma coisa, considerando que existem poucas diferenças materiais entre essas manifestações? Por mais que haja uma constância no preparo, o autor nos indica as diferentes denominações, que se multiplicam de acordo com a origem étnica dos produtores e o local onde esses pratos estão sendo comercializados.

Esta questão das nomenclaturas apareceu de forma inusitada em uma interação de certa forma similar à que tive com minha cliente, ocorrida durante a

festa de aniversário de uma prima em Novembro de 2022. Enquanto conversava com alguns amigos presentes sobre gafes cometidas em conversas com estrangeiros, contei a história de uma viagem que fiz ao Líbano em 2018, quando uma tia que possui uma lanchonete em seu vilarejo ficou bastante incomodada quando me referi como “kebab” ao sanduíche de shawarma de cordeiro que servia em seu estabelecimento. Segundo ela, era uma vergonha para mim enquanto libanês confundir um sanduíche de shawarma com um sanduíche de kebab, já que seriam coisas completamente distintas.

Ao ouvir o relato do sermão que levei, uma das convidadas da festa que não estava na roda de conversa intercedeu para tentar corrigir a fala de minha tia, pois tinha morado durante dois anos na França enquanto fazia seu mestrado em Cinema e lá “todo mundo chama isso de kebab”. Quando respondi que sabia disso, mas que estava falando de como os libaneses definem no Líbano seus diferentes tipos de sanduíche, ela respondeu de forma sucinta e confiante: “Ué...mas até os árabes chamam de kebab lá na França!”. Para ela, mesmo o relato de alguém que possui alguma “autoridade” sobre o tema como eu ou minha tia, no sentido de fazer parte da comunidade étnica “dona” do prato, não a convence de que as formas e nomenclaturas que viu sendo utilizadas em Paris para tais preparos não sejam as únicas corretas, pois para ela o kebab não é um prato “árabe” da mesma forma que uma esfirra ou um quibe são, mas faz parte de um conjunto de manifestações culturais relacionadas à imigração de grupos étnicos do Oriente Médio e do Norte da África para as grandes cidades da Europa.

Kashdan (2021), na parte final do artigo, argumenta que muito do que pode ser chamado de “comida levantina” ou “comida árabe” acaba sendo transformada em outras categorias mais vendáveis em contextos do Norte Global, como “culinária mediterrânea” ou o que ele próprio chama de “comida global”, um conjunto de práticas culinárias que já perderam completamente seu contexto geográfico e referências às suas origens. O motivo dessa transformação está intimamente ligado a discursos xenofóbicos e orientalistas que representam o Levante, o Islã e os povos árabes como violentos e atrasados. A solução encontrada por proprietários de restaurantes e lanchonetes foi representar essas práticas culinárias como pertencentes a uma suposta grande cultura mediterrânea, que é vista enquanto representante de ideais como sensualidade, saúde e beleza. Apesar de não estar,

talvez por influência destes contextos do norte, completamente desligado de uma ideia de mediterrâneo, o imaginário local sobre kebab-shawarma/falafel e, conseqüentemente, a forma em que esses pratos são apresentados no Rio de Janeiro, frequentemente remete a um suposto cosmopolitismo dos grandes centros urbanos europeus, que dá a eles e a muitos dos estabelecimentos que os servem um ar de sofisticação e exclusividade.

Para Hannerz (1996), as cidades do mundo, além de serem lugares físicos, atuam também como grandes *hubs* dos fluxos transnacionais de informação, produtos, migração e manifestações culturais. Entre as principais características de uma cidade do mundo e essencial para o funcionamento delas enquanto tal, está a presença de quatro categorias sociais: elites gerenciais, especialistas da cultura, imigrantes do sul global e turistas. O vai e vem destas categorias, principalmente as duas últimas, **para** e **de uma** cidade do mundo faz com que, além de nascente de fluxos culturais, elas se tornem também suas mediadoras, fazendo com que muitas vezes os fluxos se dêem não apenas da periferia para o centro, mas também façam um caminho circular periferia-centro-periferia:

“Esses cidadãos do Terceiro Mundo que retornam de uma cidade do mundo ou outra podem adquirir a aura de sofisticados, eles se tornaram o que é conhecido na África anglófona como “beentos”. Juntos, todos eles, assim como os turistas retornados também podem se tornar condutores do fluxo contínuo vindo da cidade do mundo, tendo sua atenção sempre voltada para lá e algum investimento, mesmo que emocional, em manter canais abertos.” (Hannerz, 1996, p. 139. Tradução do autor)

Tanto minha cliente quanto a convidada da festa, enquanto uma turista e uma imigrante/especialista em cultura, respectivamente, saem de cidades do mundo rumo ao Brasil trazendo do Norte Global “novidades culinárias” com ares de sofisticação e uma certa autoridade auto-imbuída sobre essas manifestações. As cidades de Paris e Berlim, enquanto alguns dos exemplos mais cristalinos de “cidades do mundo” até para Hannerz, podem ser vistas nos relatos anteriores ao mesmo tempo enquanto pontos de origem e de mediação de imaginários culinários. Origem já que são nessas e em outras grandes cidades européias onde é criada a categoria “Kebab” da forma em que é entendida por essas pessoas, que está de fora da categoria “comida árabe” e surge em um processo de certa forma similar ao da criação do *curry* como uma categoria colonial de comida indiana (Appadurai, 1996). Já o papel de mediação se dá porque atuam como lugares de encontro e trocas

culturais entre os imigrantes do Oriente Médio/Norte da África que trabalham produzindo kebab-shawarma-falafel nas capitais européias e também entre esses imigrantes e a categoria de brasileiros “viajados” que minhas duas interlocutoras fazem parte. É justamente por esta categoria que estes pratos, que já haviam chegado ao Brasil junto às ondas de imigração levantina dos últimos dois séculos, mas que de alguma forma não criaram raízes, foram trazidos por uma segunda vez e finalmente popularizados na esfera pública brasileira.

Ao seguir o exemplo de Kashdan e começar a prestar uma atenção especial nas histórias contadas pelos cardápios e pela decoração de estabelecimentos cariocas especializados em falafel e/ou kebab-shawarma, vi estas narrativas sendo constantemente inspiradas, senão totalmente contadas, na visão desta categoria social. Como primeiro exemplo, vejamos parte de uma entrevista/*release* publicitário dada pelo português Gonçalo Carvalho, sócio da Kebab Shop, franquia de *fast-food árabe*, como ela mesmo se denomina, fundada em 2021 no Rio de Janeiro por ele próprio e Mokhtar “Moux” El Ariss, um Libanês:

“— Nosso sanduíche é extremamente saudável porque é preparado com pães artesanais, com baixo teor de glúten, além de as proteínas de cortes bovinos e frango não receberem adição de gorduras e de as saladas serem feitas exclusivamente com ingredientes frescos, como alface, tomate, picles, salsinha e hortelã. Também temos uma opção vegetariana, preparada com grão-de-bico. A ideia é agradar a todos os paladares, mas, sem dúvida alguma, o nosso carro-chefe, o campeão de vendas, é o kebab de carne bovina — diz o empresário, referindo-se à receita de maior sucesso da marca, que inaugurou a primeira unidade no Centro, em 2021.

Na cozinha, os diferenciais da Kebab Shop começam no preparo das carnes, marinadas por 24 horas e finalizadas em espetos giratórios que chamam a atenção dos clientes no balcão.

— Nosso produto é tendência mundial. A meta é fazer da Kebab Shop a maior rede de sanduíches árabes do país. Novas unidades serão lançadas em 2022...” (Victor, 2022)

Apesar de se autointitular “comida árabe”, o sócio português da Kebab Shop, ao ser entrevistado, vende seu produto não a partir de uma ideia de autenticidade, que poderia ser utilizada por se tratar de uma restaurante gerido por um libanês *de verdade*, mas sim enquanto uma “tendência mundial”. Ao utilizar essa expressão, a Kebab Shop apela para as ideias de modernidade e futuro, que contrastam com a ideia de tradição presente na caracterização dos restaurantes e lanchonetes

“árabes” mais tradicionais, como aqueles que encontramos no Saara. Isso é visto também na própria estrutura física das lojas.

Figura 13 - Loja da Kebab Shop



Fonte: Instagram

Como visto na imagem acima, diferente de um estabelecimento usual de “comida árabe”, onde quase tudo remete a uma arabicidade romantizada, com imagens orientalistas de desertos, camelos, cedros e mesquitas, as lojas da Kebab Shop investem em um visual limpo, claro e iluminado, que remete justamente ao moderno e ao minimalista. Apesar de ter uma placa onde vemos a palavra “shawarma”, não há menção a essa categoria no cardápio, que chama os sanduíches de “kebab”, até aqueles que têm como base o falafel. Uma nomenclatura similar é utilizada no restaurante Camelo’s, na Tijuca. Comandado por um proprietário sírio-brasileiro crescido na Síria, e um chef de cozinha sírio recentemente chegado ao país, o restaurante se vende como “Comida árabe feita por árabes” e é famoso por seu buffet de “comida árabe tradicional”, onde os pratos são denominados com seus nomes em árabe, para a confusão de vários clientes. Mesmo assim, seu cardápio apresenta expressões como “kebab de shawarma”, que mostra a origem levantina de seus produtores sem abandonar a nomenclatura que seus clientes conhecem. Quando perguntei a Taj o motivo de ter escolhido chamar

seus sanduíches de kebab, ele me respondeu que “só quem conhece pelo nome certo são os árabes” (imigrantes e descendentes) e que, para não perder clientela, escolheu vender os sanduíches com o nome europeu: “Foi uma escolha puramente comercial, né. Se eu chamasse de shawarma muita gente ia ficar com um pé atrás”

Figura 14: cardápio do restaurante Camelo's



Fonte: Foto do autor

Também presente em ambos os tipos de estabelecimento, e que está explícita na fala do sócio da Kebab Shop, é a ideia do falafel e do kebab-shawarma como comidas “frescas” e “saudáveis”. Mesmo frito como o falafel ou produzido com carnes gordas²⁹ como o kebab-shawarma, esses pratos são contrastados com outros tipos de *fast-food*, principalmente o hamburger e a pizza. O falafel, especificamente, é o que mais passa por esse processo, sendo frequentemente vendido e consumido de forma completamente descolada tanto de uma “arabidade” quanto de um “cosmopolitismo” em restaurantes veganos ou de “comida saudável”. Tanto Taj quanto os vendedores de salgado árabe com quem tive contato unanimemente concordam que o falafel é um dos melhores produtos para atingir o público vegetariano/vegano, apesar de ter ouvido também de muitos donos de barraca que o produto, que vendem geralmente apenas no formato de caixinhas, é o preparo de menor qualidade no cardápio que oferecem. A forma

29O shawarma geralmente é feito a partir de partes animais ricas em gordura, quando não há ainda a adição de pedaços de gordura a mais. Ela impede o ressecamento da carne durante as muitas horas de cocção.

correta de consumi-lo, de acordo com eles, é logo após de ser frito, enquanto ainda está bem quente e ainda possui certa crocância. Essa percepção de estar vendendo um produto ruim, juntamente com fatores que veremos a seguir, faz com que a oferta de falafel nas barracas esteja em queda, com muitas delas passando a excluir as caixinhas de falafel da lista de encomendas para os fornecedores.

3.4) Nossos árabes/ Árabes de lá

Perto do fim daquela noite de trabalho em 2019, enquanto eu e meu colega passávamos em frente à Sala Cecília Meirelles, fomos abordados por um grupo de turistas paulistanos um pouco mais novos que nós. Um deles parecia ligeiramente incomodado com a nossa presença e, enquanto uma de suas amigas se mostrava muito animada por ter achado um “lanche vegano” tão tarde da noite, ele apontou para as cores e símbolos da bandeira libanesa na nossa caixa térmica e perguntou, em um tom acusatório, se algum de nós era de origem árabe. Ao ouvir que, de fato, eu tinha origem libanesa, sua feição mudou instantaneamente e, em seguida, permitiu que sua amiga adquirisse uma porção dos falafels.

Com o avanço da integração dos mercados mundiais e a intensificação dos fluxos migratórios pelo mundo durante o século XX, diversas cidades do mundo passaram por um aumento significativo no número de restaurantes étnicos (Hannerz, 1996). Inicialmente focados em atender a demanda dos imigrantes e descendentes de suas comunidades, esses estabelecimentos passaram a ter que depender também do maior volume de vendas que o consumo por pessoas de fora da colônia traz (Lu, 1995; Mori, 2003; Caglar, 2011). Isso, somado a indisponibilidades de alguns ingredientes típicos, resultou na criação de múltiplos pratos adaptados ao paladar e à realidade dos países adotados. Esses pratos, com suas diferenças e referências aos consumidos no país natal, tornam-se uma ponte com a população local em um movimento duplo de auto-exotização e familiarização. Em uma dualidade aparentemente paradoxal, as estratégias de *marketing* desses estabelecimentos focam no caráter étnico de seus produtos, exacerbando traços estéticos “exóticos” na apresentação dos pratos e na caracterização do lugar, ao mesmo tempo que retiram ou assimilam tudo aquilo que for exótico demais, pois tais comidas ainda precisam ser seguras simbolicamente para o consumo (Douglas,

1972).

Döner Kebabs e outros pratos adaptados tornaram-se símbolos da forte presença das comunidades imigrantes em grandes cidades do mundo (Caglar, 2011), ao mesmo tempo que geram profundas discussões dentro e fora do grupo étnico “original” sobre a autenticidade cultural dessas receitas (Lu, 1995). Com a popularidade dessas novas criações, alguns restaurantes passam a focar exclusivamente em servir a não-membros ao mesmo tempo em que certos setores da colônia passam a procurar lugares mais representativos da culinária da terra natal, num processo de reafirmação da fronteira étnica (Barth, 1998) após a perda de referências identitárias importantes, causada pelas necessidades do mercado.

Um outro grupo que também sai a procura de estabelecimentos que supostamente representam melhor as culturas alimentares “originais” é o da subcultura *Foodie*. Interessados em experimentar e aprender sobre culturas culinárias diversas sem se preocuparem com a antiga separação entre alta e baixa cultura, os *foodies* frequentemente legitimam seus conhecimentos e experiências gastronômicas a partir de valores como “autenticidade” ou “exotismo” (Johnston, 2014). A partir do século XXI, com a proliferação de blogs, portais e conteúdo audiovisual sobre a culinária mundial e o fácil acesso a ingredientes e restaurantes étnicos em centros urbanos, está cada vez mais fácil ser um *foodie*, seja como consumidor ou como cozinheiro amador.

Quando foi minha vez de devolver a pergunta ao turista paulistano, pois achava que se tratava de um árabe-brasileiro ou um *foodie* preocupado com questões de autenticidade e autoridade sobre o prato, descobri que não era esse o caso. Meu interlocutor, um não-árabe sem nenhuma obsessão aparente por culturas culinárias do mundo, estava preocupado com questões éticas ligadas à compra do meus falafels, já que não acharia correto comprar de não-árabes, pois estaria assim supostamente financiando e encorajando um processo de apropriação cultural de um “povo que já sofre muita discriminação e xenofobia”. Desacreditado nas promessas do neoliberalismo progressista (Fraser, 2019), meu interlocutor de certa forma concorda com Fischler (2011), que vê a comensalidade, ao funcionar a partir reciprocidade e dependência entre os participantes³⁰, como portadora de uma

³⁰Segundo Fischler (2011) “A comensalidade muitas vezes transmite uma noção mais restritiva do que simplesmente comer com outras pessoas. Ela pode envolver um sentido de compartilhamento habitual da comida, assumindo que há algum grau de dependência de uma ou várias das partes em

grande capacidade de promover laços de fraternidade e igualdade entre grupos e indivíduos diferentes, mas que também pode ser igualmente utilizada, dependendo do contexto do consumo, como ferramenta de criação e manutenção de hierarquias e segregação econômica, social e política.

O exemplo do *Döner Kebab*, prato-símbolo da cidade de Berlim enquanto cidade do mundo, ilustra bem como a comida opera nas relações hierarquizadas entre imigrantes e nativos. Os turcos e seus descendentes na Alemanha, apesar de serem universalmente creditados como criadores desse símbolo da capital, continuam sendo vítimas de uma cultura discriminatória e de recorrentes ataques xenofóbicos, além de todos os outros problemas envolvendo sua integração econômica, social e cultural na sociedade alemã. Desta forma, enquanto sua cultura culinária é admirada e celebrada como enriquecedora, os imigrantes que as produzem diariamente continuam sendo relegados ao *status* de cidadãos de segunda classe.

hooks (2015), ao discutir questões sobre representações midiáticas e desejo sexual por pretos no contexto dos Estados Unidos, chama esse tipo de processo duplo de desejo pela cultura e marginalização do indivíduo de “comer o outro”. Grupos historicamente mais poderosos passam a consumir culturas (e corpos) de forma predatória, comodificando a diferença sem reconhecer os direitos e a humanidade desse “outro”, se apropriando assim de sua cultura para alimentar um sistema social e econômico que o oprime. Diferente dos conceitos de “comer” e “digerir” utilizados por movimentos artísticos como o Modernismo Brasileiro e a Tropicália, que tentavam inventar maneiras de absorver características culturais estrangeiras como forma de gerar uma síntese entre o “eu” e o “outro”, no “comer” que hooks se refere não há troca entre as partes, muito menos agência daquela com menos poder, apenas a desapropriação e consumo (no sentido pejorativo) daquilo que forma a identidade desse outro. O antropólogo anglo-brasileiro Peter Fry (1982), ao descrever a transformação da feijoada, do Samba e do Candomblé em símbolos nacionais, talvez tenha escrito o texto mais citado sobre este processo em contextos culinários no Brasil. Segundo Fry, essas manifestações, que anteriormente eram desprezadas e perseguidas por estarem ligadas a populações pretas e pobres,

relação a outra, ou algum grau de compromisso/envolvimento recíproco.” (Fischler, 2011 p.573. Tradução do autor)

foram apropriadas e “domesticadas” pelas burguesias brancas como forma de gerar lucros políticos e econômicos, ao mesmo tempo em que a seus criadores continuou sendo negada uma posição de destaque na esfera pública do país.

Mesmo levando toda essa literatura em consideração, a indignação do turista paulistano me pareceu muito inesperada no contexto em que estávamos inseridos, já que o brasileiro cidadão está acostumado a consumir quase que diariamente “*comida árabe*” produzida por não-árabes e, muitas vezes, desconectada daquilo que é considerado parte da “cultura original”. Além disso, a própria ideia de “árabe” na opinião pública brasileira, pelo menos desde a década de 1990, passa por uma relação de proximidade deste grupo étnico com as elites econômicas e políticas no Brasil, resultado de uma trajetória de ascensão social da colônia árabe-brasileira ao longo do século XX e a atuação de setores da colônia como pontes entre produtores/empresários brasileiros e os ricos mercados consumidores do Oriente Médio, principalmente aqueles do Golfo Pérsico, papel que Karam (2009) chama de “parceiros da pátria exportadora”. Estaria meu cliente apenas equivocado, tão acostumado a ler sobre o contexto Norte Global que não consegue ler aquele em que se encontra? Inicialmente, isso era o que eu imaginava. No entanto, a partir do trabalho de campo que desenvolvi no Saara e junto dos vendedores de salgados, cheguei à conclusão de que, provavelmente, o que teria levado meu interlocutor a se preocupar com a questão da apropriação cultural não foi uma confusão em relação ao próprio contexto, e sim uma diferença na forma em que ele categoriza diferentes pratos “árabes” e, conseqüentemente, acaba por criar diferentes categorias de *peçoas árabes*.

Voltando ao trabalho de Karam (2009), somos informados das diferenças entre os imaginários sobre o árabe nos contextos brasileiros e norte-americanos. Após a Guerra do Golfo em 1990 e, principalmente, os ataques terroristas de 11 Setembro de 2001, a imagem do árabe/muçulmano nos Estados Unidos passa a ser intimamente ligada à chamada “Guerra ao Terror”, criando uma onda de discursos xenofóbicos que perduram por mais de vinte anos, contrapondo esses indivíduos a uma suposta cultura européia/judaico-cristã do país. Já no Brasil, além da posição privilegiada de muitos árabes na elite, há uma predominância dos ideais de “miscigenação” e “democracia racial” em discursos sobre identidade nacional, fazendo com que os árabes e suas práticas culturais sejam geralmente abraçados

como parte constituinte do que é ser brasileiro, processo inseparável da ideia de inconsciente mourisco que Shohat (2016) nos apresenta. Essa diferença se mostra também na aceitação de uma culinária “árabe” nos dois países, como vimos no artigo de Kashdan e no meu relato de campo.

Com isso tudo em mente, explico melhor o argumento. O falafel e o kebab-shawarma, ao estarem desconectados do que é frequentemente conhecido como “comida árabe” no Brasil, acabam também desconectados, na imaginação dos comensais, de toda a história da comunidade árabe-brasileira que se desenvolveu ao longo do século XX, assim como de sua posição na hierarquia racial do país. Enquanto a esfirra e o quibe são representantes do “nosso árabe”, que tem certo prestígio e é reconhecido como brasileiro, o falafel e o kebab-shawarma são comidas dos povos árabes/muçulmanos que habitam a Europa e a América do Norte, os árabes “de lá”, que são vistos pelo turista paulistano como vítimas de abusos e segregação e por outras pessoas como terroristas em potencial.

Durante meu trabalho de campo junto a barracas de “salgado árabe”, mas também durante minhas visitas como cliente ao longo dos anos, dificilmente eu encontrava falafel à venda, mesmo que ele possa se enquadrar no conceito de “salgado árabe”. Na Praça XV, estrategicamente localizada em frente à saída dos passageiros da barca que chega de Niterói, funciona a única barraca que encontrei até hoje que não só mantinha um estoque de falafel à disposição de seus clientes, mas também era especializado no bolinho, que fritavam na hora. No entanto, enquanto voltava para o Rio de Janeiro após uma ida à UFF, decidi lanchar uma porção de falafels, como fazia constantemente durante minha graduação, e soube que, apesar da barraca ainda estar toda adesivada com imagens do bolinho, seu dono desistiu de vendê-lo no dia-a-dia e passou a produzir apenas por encomenda, transformando sua barraca de falafel em mais uma barraca de “salgado árabe”. Segundo o atendente, um sírio de aproximadamente vinte anos, o falafel não vendia bem ali, já que o cliente que passa pela Praça XV geralmente está interessado apenas em quibes e esfirras. Mazen, que vende falafel apenas no formato de “caxinha”, diz pedir cada vez menos unidades, pois os poucos que pedem o falafel são os vegetarianos/veganos, que já podem ser agradados com esfirras de berinjela e azeitona. Algo similar foi me dito por Toni Haddad, dono do El-Gebal, no Saara, que lamenta o fato do shawarma não ter “pego” na sua clientela usual:

“O shawarma...eu tenho uma certa teoria. O shawarma, pra ele ficar naquele espeto girando, girando e não ressecar, é um pouco gordo, né? Você bota gordura e três camadas de carne, o que não é negativo, a carne fica gostosa e tal, só que aquilo fica um pouco pesado. Se você pensar num dia quente, você parar pra comer aquele shawarma de cordeiro ou de carne, aquela gordura, é pesado! Nos dias mais quentes é uma coisa meio, é gostoso demais, mas não sei se isso tem a ver. Tem que dar uma tropicalizada! Ser o tempero um pouco mais leve. Se você apimenta as coisas muito aqui, tem gente que gosta mas tem gente que reclama um pouco. Você andar num calor de 40°, comer um negócio desse e andar no centro da cidade, vai suar!”

Logo em seguida ele também estranha o fato do falafel ser considerado sofisticado no Brasil:

“Meu pai sempre falava: ‘Quando a gente tava duro, quando era pequeno, comia falafel, juntava as moedas e comia falafel!’. E aqui não é barato! Tem um valor razoável.”

Se compararmos esses relatos com o sucesso que estabelecimentos especializados em falafel/kebab-shawarma têm tido nos últimos anos, é possível argumentar que a dificuldade que esses interlocutores têm de vender tais pratos não se dá apenas por um relativo desconhecimento do público em geral, mas principalmente por essa clivagem que há no imaginário dos clientes entre o “nosso árabe” e o “árabe de lá” . Assim como a convidada da festa de aniversário de minha prima, o consumidor usual de falafel e/ou kebab-shawarma não vê em Toni ou nos sírios que operam as barraquinhas a “autoridade” ou autenticidade necessária para produzir um bom sanduíche, pois eles são “nossos árabes”, que fazem esfirras muito boas, mas que não conseguiriam produzir comida igual àquela que encontramos em Berlim ou Paris.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Desde que comecei a escrita desta dissertação, me preocupo com o momento de fechá-la, de efetivamente ter que escolher quais palavras serão as últimas. Escolher errado, para mim, poderia afetar a unidade do trabalho, principalmente um que olha para tantos lugares ao mesmo tempo. No entanto, e como tinha dito já na introdução, o que foi escrito até aqui não se propõe a ser definitivo, mas faz parte de uma construção e serve também de convite para que outros continuem investigando a “comida árabe” e todas as suas dimensões. Por isso, decidi terminar esta dissertação com mais perguntas que conclusões e utilizar estas páginas finais para refletir um pouco sobre a pesquisa, de forma a identificar algumas dificuldades e lacunas, além de indicar possíveis caminhos futuros.

Ao longo do trabalho, fomos capazes de observar algumas facetas da “comida árabe” pela cidade do Rio de Janeiro. No Saara, vimos como o imaginário “árabe” do bairro é mantido, em partes, por uma tradição culinária (e comercial) passada não apenas entre gerações, mas também entre grupos étnicos, mostrando o Rio de Janeiro mais uma vez enquanto cidade porosa (Carvalho, 2019).

Em seguida, vimos como as “barracas de salgado” árabe se organizam enquanto um negócio de rua transnacional (Ravnboel et al., 2023), suas ferramentas físicas e discursivas. Entre elas, como os trabalhadores deste nicho utilizam (ou descartam) a popularidade da “comida árabe”, assim como do imaginário sobre o imigrante árabe e o “Mundo árabe”, como estratégias mercadológicas. Além disso, vimos também como os fluxos migratórios afetam este nicho, como chegadas e partidas de trabalhadores de/para Síria, Bahia, Europa ou outras partes do Brasil e do mundo moldam o próprio funcionamento do negócio.

Finalmente, voltamos nossos olhares para a comida em si, observando como o quibe e a esfirra, além de lanches populares, passaram também a espelhar a jornada das próprias colônias levantinas no Brasil. De imigrantes indesejados, os árabes passaram a ter acesso à elite do país, da mesma forma que estes preparos deixaram de ser “comida étnica” para se integrarem ao dia-a-dia alimentar brasileiro a partir da categoria “salgado”. Paralelamente, o falafel e o que chamo de kebab-shawarma, apesar de serem pratos com origens também no levante, não ocupam o

mesmo lugar no imaginário no Brasil, sendo relacionados a imigrantes árabes na Europa e na América do Norte e às grandes metrópoles destas regiões. Enquanto esfirras e quibes, e os árabes a quem pertencem, são “daqui”, o falafel e kebab-shawarma são “de lá”, assim como aqueles que realmente sabem fazê-los.

Seja no Saara, na Tijuca ou ao redor das barracas, o maior desafio durante o trabalho de campo, sem dúvidas, foi o acesso aos trabalhadores e proprietários dos estabelecimentos. Apesar de terem sido, no geral, bastante corteses e inicialmente abertos, as dificuldades surgiam quase sempre no momento de comunicar efetivamente a temática do trabalho. Falar da “comida árabe” enquanto uma manifestação cultural que vai além da colônia árabe não fazia sentido para a maioria, fossem árabes ou não-árabes, o que os colocavam em uma posição de “não tenho o que falar”. Da mesma forma, tratá-la enquanto comércio apenas trazia suspeitas, já que me transformava em uma espécie de espião industrial. No fim das contas, o que funcionou para fazer com que meus interlocutores se sentissem tranquilos e dispostos a falar foi misturar as duas abordagens, enquadrando a “comida árabe” como ofício. Enquanto no primeiro capítulo, os proprietários vêem no seu trabalho a responsabilidade pela manutenção de uma tradição ao mesmo tempo étnica e local, restrita e democrática, os ambulantes do segundo capítulo transformaram seu comércio de “comida árabe” em uma verdadeira profissão, com práticas e códigos compartilhados.

A questão do acesso se mostrou mais complicada no momento de buscar os donos e gerentes das fábricas que fornecem salgados para as barracas. Neste caso, não consegui nem ao menos chegar a eles. Meus interlocutores nas barracas, provavelmente pela relação delicada entre fornecedor e ambulante, não queriam arriscar chatear os fabricantes, que descreviam como reservados. Apesar desta questão não ter entrado de forma substancial no trabalho, entender melhor como funcionam as fábricas, não só no sentido operacional, mas também nas relações patrão/funcionário e árabe/não-árabe, avançaria em muito o entendimento sobre o funcionamento e a história desse nicho comercial que conhecemos como barracas de salgado árabe, considerando que possui muita rotatividade e que estes poucos fabricantes estão em ação desde o início. Mesmo não tendo conseguido acesso, ainda acredito que seja possível obtê-lo utilizando uma outra estratégia ou tendo mais tempo, como Diniz et al. (2022) nos mostrou.

Sobre discussões que acabaram não fazendo parte da dissertação, mas que merecem ser trabalhadas, vale a pena citar os “árabes da praia”, vendedores ambulantes de esfirras e quibes que tradicionalmente trabalham nas praias das zonas Sul e Oeste vestidos de roupas “árabes”, geralmente imitando vestimentas da região do Golfo Pérsico. O mais famoso deles, que também garante ser o primeiro, é Marco Antônio, conhecido também como “Árabe do Pepê”. Além da vestimenta característica, Marco sai pela Praia do Pepê, na Barra da Tijuca, vendendo seus salgados em um grande carrinho em formato de camelo e equipado com grandes caixas de som que anunciam sua chegada e tocam música. Em alguns dias, Marco também contrata uma assistente que, vestida de “odalisca”, o ajuda com as vendas.

Os “árabes da praia”, apesar de maioria não-árabe, já se utilizavam de um mundo árabe imaginado para vender seus produtos na rua décadas antes dos “Sírios do salgado” começarem suas operações. Cheguei a ter trocas com alguns deles, inclusive Marco, mas a intensificação do campo nas barracas de salgado, junto a questões climáticas (se chove sempre eles nunca trabalham), fizeram com que eu acabasse deixando estes contatos em segundo plano. Tenho certeza que quem decidir acompanhar estas pessoas encontrará muitas questões interessantes para serem trabalhadas, principalmente no que tange a relação destes vendedores com a imagem do mascote, construída ao redor do imigrante árabe dos séculos XIX e XX.

Gostaria de finalizar lembrando de um dia que conversava com Ali em Botafogo e ele me falava de seu incômodo com a falta de “grandeza” da comida árabe do Rio, dizendo que aqui era tudo simples e não se via as coisas chiques da Síria, como é em São Paulo. Se tivesse dinheiro, segundo ele, teria um negócio que bateria de frente com qualquer um. Em outro dia, o dono de uma confeitaria árabe no Leblon me contava com orgulho como seus doces são os melhores do Rio e não perdiam para nenhum de São Paulo. Já Taj Din, do Camelo’s, diz que os restaurantes do Rio não conseguem competir com os de lá. A rivalidade com a maior cidade do Brasil em população e histórico de imigrantes árabes, frequentemente tema de piadas e conversas entre cariocas, aparece no discurso destas pessoas também em um contexto culinário, seja querendo “bater de frente”, declarando derrota ou desejando independência, já que muitos dependem de fornecedores paulistanos.

Árabes da praia, sírios da esfirra e o bairro do Saara são manifestações eminentemente cariocas e estão, como observamos ao longo de todo o trabalho, relacionadas não apenas ao hábitos alimentares e de lazer da população, mas como também ao próprio Rio de Janeiro enquanto cidade: as ideias que circulam por ele, suas ruas, casas e prédios, legislações municipais e políticas de acolhimento de migrantes (ou falta de), assim como sua história de ex-capital e atual segunda maior cidade do país.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADEMA, Pauline. FESTIVE FOODSCAPES: ICONIZING FOOD AND THE SHAPING OF IDENTITY AND PLACE. Orientador: Steven D. Hoelscher. 2006. 360 p. Tese (Doutorado) - University of Texas, 2006.

ALFARO-VELCAMP, Theresa. From "Baisanos" to Billionaires: Locating Arabs in Mexico. *In*: ALSULTANY, Evelyn; SHOHAT, Ella. Between the Middle East and the Americas : the cultural politics of diaspora. 4. ed. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2016. cap. 5, p. 96-108.

ANZALDÚA, Gloria. "Within the Crossroads: Lesbian/Feminist/Spiritual Development". An Interview with Christine Weiland (1983). *IN*: KEATING, AnaLouise. Gloria Anzaldúa. Interviews/Entrevistas. New York: Routledge, 2000,

APPADURAI, Arjun. How to Make a National Cuisine: cookbooks in contemporary india. *Comparative Studies In Society And History*, Cambridge, v. 30, n. 1, p. 3-22, jan. 1988.

_____. *Modernity at large: cultural dimensions of globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996

BARBOSA, L. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. *Horizontes Antropológicos*, v. 13, n. 28, p. 87–116, 2007.

BARTH, Frederik. Grupos Étnicos e suas Fronteiras. *In*: POUTIGNAT, Phillippe; STREIFF-FENART, Jocelyne. *Teorias da Etnicidade*. São Paulo: Editora UNESP, 1998. p.185-229.

BARTHES, Roland. *Mitologias*. 11. ed. Trad. Rita Boungermino e Pedro de Souza. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2001.

CÂMARA DOS DEPUTADOS. Projeto de Lei nº 6562/2013, de 10 de outubro de 2024. Altera a Lei nº 8.313, de 23 de dezembro de 1991 - Lei Rouanet - para incluir a gastronomia brasileira como segmento beneficiário da política de incentivo fiscal. 31 out. 2024. Disponível em: <https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=596141>. Acesso em: 31 out. 2024.

CARRIÇO, Antônio. *Chapa quente: Perspectivas etnográficas sobre o trabalho em padarias*. Orientador: José Sergio Leite Lopes. 2016. Tese (Doutorado em Antropologia) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2016

CARSTEN, Janet, *Cultures of relatedness: new approaches to the study of kinship* , Cambridge, Cambridge University Press, 2000

CARVALHO, Bruno. *Cidade Porosa: Dois séculos de história cultural do Rio de Janeiro*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2019. 400 p.

CUSICANQUI, Silvia. Un mundo ch'ixi es posible: Ensayos desde un presente en crisis. 1. ed. Buenos Aires: Tinta Limón, 2018. 176 p.

CAGLAR, Ayse S. McDöner: Döner Kebab and the social positional struggle of German Turks. *In*: BAUMANN, Gary; VERTOVEC, Steven. Multiculturalism: Critical Concepts in Sociology. Nova York: Routledge, 2011. cap. 44, p. 413-431

DINIZ, G. C. da S.; GUIMARÃES, L. de O.; FALCÃO, R. P. de Q.; CRUZ, E. P. Redes de Imigração Síria no Brasil e Criação de novos Negócios. *Internext*, [S. l.], v. 17, n. 1, p. 01–21, 2022. DOI: 10.18568/internext.v17i1.624. Disponível em: <https://internext.espm.br/internext/article/view/624>. Acesso em: 10 ago. 2024.

DOLPHIJN, Rick. Foodscapes: Towards a Deleuzian Ethics of Consumption. 1. ed.: Eburon, 2005. 118 p.

DÓRIA, Carlos Alberto. Uma garota do barulho quer roubar a cena da gastronomia. *In*: E-Boca livre. [S. l.], 17 maio 2015. Disponível em: <https://ebocalivre.blogspot.com/2015/03/uma-garota-do-barulho-quer-roubar-cena.html>. Acesso em: 10 ago. 2024.

DOUGLAS, Mary. Deciphering a Meal. *Deadalus*, Cambridge, v. 101, n. 1, p. 61-81, 1972.

_____. Purity and Danger: An analysis of the concepts of pollution and taboo. Nova York: Routledge, 2001.

EL-HAJJI, Mohammed. Organização especial e resistência cultural: “Saara”, um acampamento étnico no coração do Rio de Janeiro. *In*: PAIVA, Raquel; RIBEIRO DOS SANTOS, Cristiano. (Org.) Comunidade e contra-hegemonia: rotas de comunicação alternativa. Rio de Janeiro: Mauad, 2008, p. 45-60.

FERRAZ, Thais Chaves. Halal, Haram e Possível: Senso Moral e Razão Prática entre muçulmanos sunitas No Rio De Janeiro. Orientador: Paulo Gabriel Hilu da Rocha Pinto. 2015. 144 f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2015.

FISCHLER Claude. Food, self and identity. *Soc Sci Inf*. 1988; 27:275-293.

_____. Commensality, society and culture. *Social Science Information*, n. 50, v. 3-4, p.528– 548, 2011.

FRASER, Nancy. Do neoliberalismo progressista a Trump – e além. *Política & Sociedade*, v. 17, n. 40, p. 43–64, 2019.

FRY, Peter. Para Inglês ver: Identidade e Política na Cultura Brasileira. Rio de Janeiro: Zahar, 2017. 135 p.

GARCÍA-GARZA, Domingo. Prácticas alimenticias y clasificación social. ¿Los tacos

son un alimento “popular”?. *Civitas - Revista de Ciências Sociais*, vol. 10, núm. 3, septiembre-diciembre, 2010, pp. 430-449

HANNERZ, Ulf. *Transnational Connections: Cultures, people, places*. Routledge, London and New York, 1996.

HOOKS, Bell. *Eating the other: desire and resistance*. In: HOOKS, Bell. *Black Looks: race and representation*. Nova York: Routhledge, 2015. p. 44-72.

JOHNSTON, José; BAUMANN, Shyon. *Foodies: Democracy and Distinction in the Gourmet Foodscape*. 2. ed. [S. l.]: Routledge, 2014. 276 p.

JUNGER DA SILVA, Gustavo; CAVALCANTI, Leonardo; LEMOS SILVA, Sarah; TONHATI, Tania; LIMA COSTA, Luiz Fernando. *Observatório das Migrações Internacionais*; Ministério da Justiça e Segurança Pública/ Departamento das Migrações. Brasília, DF: OBMigra, 2023.

KARAM, John Tofik. *Um outro arabesco: Etnicidade sírio-libanesa no Brasil neoliberal*. São Paulo: Martins, 2009. 330 p.

KASHDAN, Harry Eli. *Unmaking levantine cuisine: The Levant, the Mediterranean and the world*. In: GAUL, Anny; PITTS, Graham; VALOSIK, Vicki. *Making Levantine Cuisine: Modern Foodways of the Eastern Mediterranean*. 1. ed. Austin: University of Texas Press, 2021. cap. 10, p. 184-198.

LESSER, Jeffrey. *A invenção da brasilidade: Identidade Nacional , Etnicidade e Políticas de imigração*. 1. ed. São Paulo: Editora UNIFESP, 2015. 293 p

LÉVI-STRAUSS, Claude. *O cru e o cozido*. São Paulo: Brasiliense, 1991

LU, Shun; FINE, Gary Alan. *The presentation of ethnic authenticity: Chinese Food as a Social Accomplishment*. *The sociological quarterly*, v. 36, n. 3, p. 335-553, 1995.

MAGNANI, José Guilherme Cantor. *De perto e de dentro: notas para uma etnografia urbana*. *Revista brasileira de ciências sociais*, v. 17, n. 49, p. 11-29, 2002.

MALKKI, L. H. *Refugees and exile: From “refugee studies” to the national order of things*. *Annual review of anthropology*, v. 24, p. 495–523, 1995.

MARCUS, G. E. *Ethnography in/of the world system: The emergence of multi-sited ethnography*. *Annual review of anthropology*, v. 24, p. 95–117, 1995.

MENASCHE, Renata; AMON, Denise. *Comida como narrativa da memória social*. *Sociedade e Cultura, Goiânia*, v. 11, n. 1, p. 13-21, 2008.

MAUSS, Marcel -“As Técnicas Corporais”. In: Marcel Mauss, *Sociologia e Antropologia*, vol. 2. São Paulo: EPU/EDUSP, 1974.

VAN DE PORT, M.; MOL, A. *Chupar frutas in Salvador da Bahia: a case of practice-*

specific alterities. The journal of the Royal Anthropological Institute, v. 21, n. 1, p. 165–180, 2015.

MIGNOLO, W.D. 2007. *La idea de América Latina*. La herida colonial y la opción decolonial. Barcelona,. Gedisa Editorial, 241 p.

MORI, K. As condições de aceitação da culinária japonesa na cidade de São Paulo. *Estudos Japoneses*, (23), 7-22, 2003.

NAJJAR, Bruno. Entre primos e simpatizantes: a paisagem culinária árabe-brasileira em um grupo de facebook. Niterói: Universidade Federal Fluminense, 2021. (Monografia de Graduação)

PÉTONNET, C. A observação flutuante: exemplo de um cemitério parisiense. Traduzido por Soraya Silveira Simões. *Antropolítica*, n. 25, p. 99-111, 2008.

PILCHER, Jeffrey. *Planet taco: a global history of Mexican food*. 1. ed. Oxford: Oxford University Press, 2012.

PINTO, P. G. H. R.. *Árabes no Rio de Janeiro: Uma Identidade Plural*. 1. ed. Rio de Janeiro: Cidade Viva Editora, 2010.

PITTS, Graham; KABALAN, Michael. When did Kibbe became lebanese? The social origins of national food culture. *In*: GAUL, Anny; PITTS, Graham; VALOSIK, Vicki. *Making Levantine Cuisine: Modern Foodways of the Eastern Mediterranean*. 1. ed. Austin: University of Texas Press, 2021. cap. 1, p. 23-46.

PRATES, Daniele. O fio de ariadne: deslocamento, heterotopia e memória entre refugiados palestinos em Mogi das Cruzes, Brasil e Burj Al-Barajneh, Líbano. Orientador: Paulo Gabriel Hilu da Rocha Pinto. 2012. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Universidade Federal Fluminense, Niterói, 2012.

RAVNBØL, C. I.; KORSBY, T. M.; SIMONSEN, A. Introduction: Transnational street business: Migrants in the informal urban economy. *Migration and Society*, v. 6, n. 1, p. 1–15, 2023.

REVISTA EXAME. Catuaba e caipirinha: Habib's lança esfirras alcoólicas para o Carnaval. Disponível em: <<https://economia.uol.com.br/noticias/redacao/2023/02/06/catuaba-e-caipirinha-habibs-lanca-esfirras-alcoolicas-para-o-carnaval.htm>>. Acesso em: 10 ago. 2024.

REVISTA DIÁSPORA, A. Decifrando a grande tragédia síria. *Revista Diáspora*, 21 dez. 2016. Disponível em: <https://neom.uff.br/decifrando-a-grande-tragedia-siria/>. Acesso em: 10 ago. 2024.

RIBEIRO, Paula. Saara: uma paisagem singular na cidade do rio de janeiro. 2000. Monografia (Mestrado em História) - PUC-SP. São Paulo.

SAID, Edward W. *Orientalismo: o Oriente como invenção do Ocidente*. São Paulo:

Companhia das Letras, 2007

SHOHAT, Ella. The Sephardi-Moorish Atlantic:: Between Orientalism and Occidentalism. *In*: ALSULTANY, Evelyn; SHOHAT, Ella. *Between the Middle East and the Americas : the cultural politics of diaspora*. 4. ed. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 2016. cap. 2, p. 42-64.

SIMMEL, G. Sociologia da refeição. *Estudos históricos*, v. 33, p. 159–66, 2004.

TRUZZI, Oswaldo Mario Serra. *Patrícios: sírios e libaneses em São Paulo*. 1993. 269f. Tese (doutorado) - Universidade Estadual de Campinas, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Campinas

TURNER, Victor *The ritual process: structure and anti-structure*. Ithaca: Cornell University Press, 1977. 213 p.

VAN GENNEP, Arnold. *Rites of Passage*. Chicago: The University of Chicago Press, 1960. 223 p

VELHO, G. Observando o familiar. *In*: NUNES, E. de O. (Org.). *A aventura sociológica*: Rio de Janeiro, Zahar, 1978

VICTOR, Alan. Kebab Shop: um pedaço do Líbano no Centro do Rio. *Diário do Rio*, Rio de Janeiro, 8 fev. 2022. Disponível em: <https://diariodorio.com/kebab-shop-um-pedaco-do-libano-no-centro-do-rio/>. Acesso em: 10 ago. 2024.

VIEIRA DA CUNHA, Neiva. Saara: espaço público, diversidade e formas de sociabilidade numa praça de mercado no Rio de Janeiro. *In*: MENEZES, Marlucci; SMANIOTTO COSTA, Carlos. *Neighbourhood & City: Between digital and analogue perspectives*. 1. ed. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas, 2019. cap. 2.6, p. 209-221.

VOGEL, A.; MELLO, M. A. da S. Sistemas construídos e memória social: Uma arqueologia urbana? *Revista Arqueologia*, Belém, v.2, n.2, p.46-50, jul./dez. 1984.