

## Capítulo 9 - Comida de rua corpo, emoções e etnocentrismo na cidade

Denise da Costa Oliveira Siqueira

SciELO Books / SciELO Livros / SciELO Libros

SIQUEIRA, D.C.O. Comida de rua: corpo, emoções e etnocentrismo na cidade. In: BOSI, M.L.M., PRADO, S.D., And AMPARO-SANTOS, A., comps. *Cidade, corpo e alimentação: aproximações interdisciplinares* [online]. Salvador: EDUFBA, 2019, pp. 239-255. ISBN: 978-65-5630-010-8. <https://doi.org/10.7476/9786556300108.0012>.



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International license](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença [Creative Commons Atribuição 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia [Creative Commons Reconocimiento 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

## CAPÍTULO 9

# **Comida de rua** corpo, emoções e etnocentrismo na cidade

DENISE DA COSTA OLIVEIRA SIQUEIRA



### **INTRODUÇÃO**

Fenômeno social e cultural, a produção jornalística contemporânea está inserida em um complexo de mediações que também contempla, entre diversos outros aspectos, regimes de afetos e de sentimentos, mas não menos o corpo e as corporeidades. A produção de matérias em torno de temas como culinária, gastronomia e comida, de um modo geral, seus efeitos sobre o corpo e as sensações que provocam, não escapa aos afetos.

Neste capítulo, promovemos uma discussão sobre a construção das emoções em materiais jornalísticos e a condição simbólica e midiática da comida de rua, reconhecendo-as como fenômenos localizados no bojo de processos sociais potencializados no espaço urbano. Para observar

essas articulações, partimos de uma leitura do evento apelidado de Esfirraço, de apoio a um imigrante sírio-egípcio que sofreu um ataque de caráter xenofóbico em Copacabana, bairro carioca de características cosmopolitas e turísticas, no mês de julho de 2017.

Indignado com o incidente, por meio de uma rede social, um empresário brasileiro convidou pessoas para comer das esfirras de Mohamed em solidariedade ao estrangeiro. O evento em torno da comida de rua foi um sucesso midiático, com resposta de milhares de pessoas. Mas também gerou conflitos, como uma passeata de grupo contrário à presença de muçulmanos no Brasil, e desvelou a disputa por território para a venda de produtos nas calçadas de Copacabana. Buscaremos investigar a construção das emoções, os regimes de sentimentos e afetos em torno da figura de um estrangeiro e como o corpo e a comida foram fatores de aproximação e interação nesse processo.

Partimos da ideia de que, mais do que puramente alimento e nutrição para o corpo, a comida de rua produzida, comercializada e ingerida nos espaços urbanos é signo de cultura. É também elemento da interação social e, no caso estudado, marcador político e mídia. Em sua materialidade, as esfirras, quibes e outros pratos de origem árabe foram instrumentos do processo de interação social, de integração, contra o etnocentrismo e a xenofobia.

Para investigar essas articulações, estudamos matérias jornalísticas veiculadas em *sites* de publicações *on-line*, assim como no jornal carioca *O Globo*. Paralelamente, lemos comentários de leitores sobre o assunto publicados na página dedicada ao tema na rede social Facebook.

Fundamentamos teoricamente a investigação com uma abordagem da Antropologia das emoções (LE BRETON, 2009; MAUSS, 1969; REZENDE, 2002) para ler tanto o material jornalístico quanto os comentários dos usuários, compreendidos como expressão e parte de um fenômeno de ordenação da realidade social. Marcel Mauss (1974) e David Le Breton (2005) dão suporte à nossa leitura sobre corpo na cultura. Simmel (1973), Canclini (2007), Euler Siqueira e Denise Siqueira (2017) fornecem subsídios para um olhar sobre a cidade.

## CORPO, CONSTRUÇÃO SOCIAL DA EMOÇÃO E JORNALISMO

Assumindo o lugar de destaque em diversas culturas contemporâneas, a comunicação midiaticizada divulga, amplia e explora afetos, emoções e sentimentos sob o formato de textos, imagens e sons. As redes sociais eletrônicas, mas não menos os espaços jornalísticos, mesclam informação, entretenimento e expressão de emoções.

Essa dimensão do sensível se expressa sobremaneira no corpo. Refletir sobre ela, sobre a construção social das emoções, sobre o que os gregos da Antiguidade chamaram de *pathos* e sobre o corpo possibilita questionar espaços, por vezes, relacionados predominantemente a racionalidades. Entre essas questões, interessa-nos, neste texto, refletir sobre relações sociais que se configuram partindo de uma articulação entre a mídia e os afetos e sobre o papel que o corpo ocupa em um contexto que envolve um estrangeiro, a comida relativa à sua cultura e um bairro emblemático como Copacabana.

Entendida como simbólica e, paralelamente, lugar de materialidades, a noção de comunicação se abre para abarcar o corpo e observá-lo como meio de expressão de valores, transgressões, sentimentos e emoções. Em uma perspectiva socioantropológica, essa comunicação também responde ao social, ao grupo e à cultura nos quais o sujeito e seu corpo estão inseridos.

Como escreveram Le Goff e Truong (2012, p. 10), “o corpo tem uma história”. Dito de outro modo, o corpo, que alguns pensaram natural, homogêneo e universal, durante a modernidade, é também o resultado de uma classificação social e simbólica. (LE BRETON, 2009; MAUSS, 1974) A própria noção de um corpo distinto da mente e inserido na natureza é uma construção cultural, ou, parafraseando o antropólogo Roy Wagner (2010), é uma invenção.

Nessa perspectiva, o conceito de técnicas corporais – chave nos estudos de corpo e sociedade, cunhado por Marcel Mauss – explica que atitudes tão naturalizadas como andar, correr e dar à luz são, na verdade, construções históricas e culturais que marcam o corpo. São

cultura, que afeta o corpo, varia de acordo com o tempo e o lugar. Assim, tomando as técnicas corporais como aprendidas em sociedade (MAUSS, 1974), entendemos que os corpos que as praticam ocupam lugar cultural, deixam rastros que o analista social pode ler ao buscar compreender as histórias dos sujeitos e das sociedades em sua diversidade. O corpo é elemento fundamental na interação social.

O antropólogo francês David Le Breton, em seu livro *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*, desenvolve um olhar sobre o corpo como espaço para a expressão das emoções. Para o autor, as emoções são emanações sociais ligadas a circunstâncias morais e à sensibilidade particular do indivíduo. Reforçando e atualizando o pensamento de sociólogos como Émile Durkheim (2007) e Marcel Mauss (1969), Le Breton (2009) entende que as emoções não são espontâneas, mas socialmente organizadas. Assim, “Reconhecidas em si e exibidas aos outros, elas mobilizam um vocabulário e discursos: elas provêm da comunicação social”. (LE BRETON, 2009, p. 120)

O corpo, assim como a emoção, é elemento constitutivo do processo midiático de construção de representações, de reforço de imaginários, de produção de sentidos. Nos noticiários, nas coberturas jornalísticas da TV aberta, nos informativos em plataformas digitais, no rádio e nos jornais – assim como nas artes da cena, no teatro e na dança –, surpresa, ansiedade, medo, alegria, decepção, nojo ocupam um lugar importante. Tal espaço ocupado pela expressão e representação das emoções se dá em grande parte por meio da exposição simbólica de corpos, suas técnicas corporais e de estratégias profissionais. Ou seja, na comunicação midiática, a expressão das emoções acontece, muitas vezes, como recurso estratégico, profissional. O apelo ao corpo e às emoções serve de recurso para divulgação de informações de um modo para além do verbal.

No campo jornalístico, nota-se que esse emprego de corpo e emoção em grande parte se dá em segundo plano, de forma a misturar-se com os discursos e a passar despercebido. Seu efeito é fundamental, mas deve ser velado, no sentido de que corpo e emoção são usados como elementos para reforçar alguma outra mensagem. Assim, pode-se dizer que

Nos processos de comunicação, a emoção cumpre um papel fundamental porque reforça vínculos além de um modo estritamente racional/objetivo. E se a existência é afetiva, ela é, também, corporal. É o corpo, com seus gestos e palavras, que materializa a emoção. (SIQUEIRA, 2015, p. 10)

No campo das redes sociotecnológicas contemporâneas, há um outro vocabulário a dominar: o da expressão midiática. Aqui, sentir não é suficiente; é preciso expressar pelos meios de comunicação ou as redes sociais eletrônicas para parecer mais crível e gerar efervescência.

Émile Durkheim, na obra clássica *As formas elementares da vida religiosa*, destacou o conceito hoje importante para o entendimento do universo midiático contemporâneo: o de efervescência. As práticas religiosas em rituais contagiantes geram um desligar-se de si para participar de uma emoção coletiva. Essa abordagem encontra atualização em Maffesoli (2000) quando se refere a eventos que, na pós-modernidade agregam a capacidade de gerar efervescências, como *shows* musicais, eventos esportivos, campanhas caritativas midiáticas.

Para Maffesoli (2012), a importância dos afetos reside justamente em constituir o “cimento” das sociedades pós-modernas na sua unicidade – aquilo que se compartilha além das divergências. Parafraseando outro autor, Miller (1997, p. 12), em seu estudo sobre o nojo, as emoções são humanas e humanizadoras e estão na base da estruturação do sujeito, das identidades.

A expressão das emoções surge em diferentes esferas da comunicação, mesmo as que assumem discursos mais objetivantes, como o jornalismo. Nele, a emoção parece ser, na realidade, uma condição necessária – não uma contradição, como se discute, por vezes, quando se estuda a linguagem jornalística.

Para o bem ou para o mal, o jornalismo pode recorrer aos efeitos da dramatização buscando tocar o receptor, provocar nele certo estado emocional favorável à recepção dos conteúdos e sentidos da notícia. Essa estratégia faz parte claramente das atividades publicitárias, de *marketing* e de relações públicas. No entanto, também surge em certos gêneros jornalísticos, como no jornalismo classificado como

popular ou em veículos de características sensacionalistas, nos quais, por vezes, a criação das capas envolve, além de jornalistas, profissionais de outras formações.

Esse aspecto também fica claro no jornalismo esportivo e no cultural, assim como no político e no econômico – em tese, tido como menos afeito ao aspecto “entretenimento” da notícia, mas na prática tão sujeito a ele quanto os outros exemplos. A cobertura de política no Brasil em 2016 e 2017, cobertura do *impeachment* da presidente Dilma Rousseff, da Operação Lava-Jato e de outras da Polícia Federal são exemplos de temáticas do campo econômico-político brasileiro que mostram as tênues fronteiras entre jornalismo, informação, interesses e expressão de afetos e desafetos.

Ao promover a discussão sobre esse aspecto, uma questão se coloca: como retratar ou reportar o “real”, os fatos, extraíndo dele a emoção? A emoção faz parte do real, dos fatos. Excluir a emoção da perda, das tragédias, das dores do cotidiano duro seria negar uma parte do real, do fato social. Esse é um problema, talvez ontológico, da prática jornalística: porque ao assumir a emoção no texto, nas imagens, como acertar a medida sem recorrer ao contestável recurso de usar a emoção para “vender” notícia?

## **CIDADE, ETNOCENTRISMO E COMIDA**

Corpos, emoções e as representações de ambos na comunicação midiática encontram espaço privilegiado para se difundir nas cidades. Metrôpoles não se constituem somente como cenário no qual relações entre os sujeitos, interações acontecem. O espaço urbano é hoje experiência, processo construído no cotidiano. Assim, como escreveu Canclini (2007, p. 107), “Ante todo, debemos pensar en la ciudad a la vez como lugar para habitar y para ser imaginado”.

As cidades constituem-se como produtoras de vivências, narrativas, subjetividades, emoções, corpos que se articulam. “Las ciudades se construyen con casa y parques, calles, autopistas y señales de tránsito.

Pero las ciudades se configuran también con imágenes”. (CANCLINI, 2007, p. 107) Nessa articulação, espaços simbólicos de poder, de público e de privado, exclusões e inclusões sociais, xenofobia e etnocentrismo também se constituem.

Lugar de comércio, de economias que se movem e atraem trabalhadores, “as grandes cidades, suas praças públicas e monumentos constituem espaços onde se exprimem e se confrontam múltiplas culturas contemporâneas”. (SIQUEIRA, 2012, p. 51) A metrópole contemporânea é um *carrefour*, cruzamento de contradições, ideias e de corpos. E apesar de todos os ideais de descentralização que as redes informáticas permitem, a cidade ainda concentra os fatos e eventos que marcam a mídia, que constroem imaginários e estimulam o consumo. A cidade é o “centro do mundo” na medida em que estabelece com seus habitantes relações de socialidade, de interesse, de expectativa, de mobilidade social e econômica e de conflitos. (SIQUEIRA, 2012)

Desse modo, ao mesmo tempo em que abrigam a pluralidade, são local de intolerância e de disputas. Por isso, as cidades também abrigam reações ligadas ao estranhamento do outro, como a xenofobia e o etnocentrismo. Etnocentrismo é o que entendemos como uma relação hierarquizada e desigual entre dois ou mais grupos sociais. (ROCHA, 1984) “Consiste na centralidade que um grupo ou uma sociedade se atribui na comparação com outros”. (SIQUEIRA; SIQUEIRA, 2017, p. 104)

Como lugar privilegiado da produção material e simbólica, a cidade reflete a pluralidade da produção de sentidos. Essa pluralidade não “cabe” em sua totalidade nos meios de comunicação massiva. Os meios de comunicação tentam representá-la, mas na realidade selecionam alguns sentidos entre uma variedade quase infinita de significações presentes no espaço urbano. Dessa forma, a mídia oferece um ponto de vista, uma leitura – geralmente limitada ou “recortada”/editada para ser mais técnica – da cidade, de seus atores, de seus valores e suas referências.

Se os limites não são mais somente geográficos, eles nos fazem refletir que a cidade também pode estar nos corpos, na mídia, nos imaginários. Assim, a cidade é física à medida que compreende espaços e



distâncias; ela é sociológica na medida em que compreende as relações sociais; é cultural porque construída e reconstruída por pessoas inseridas em culturas; e ainda, poderíamos dizer, é psicológica porque aproxima pessoas conhecidas e desconhecidas, o estranho, estrangeiro com todos os receios que ele provoca. A cidade é uma ideia.

Dessa maneira, a cidade é física, sociológica, cultural, psicológica, como um corpo. E ela afeta os corpos: o tempo nos meios de transporte cansa as pessoas; as grandes distâncias as obrigam a grandes deslocamentos e a ficar mais tempo fora de casa, o que supõe uma adaptação dos horários de alimentação, de repouso, de higiene pessoal.

Esses exemplos mostram que os cidadãos se disciplinam ou disciplinam seus corpos para viver nas cidades, mas que a cidade, por sua vez, também se molda por seus habitantes. Cidades, então, não são somente locais de mercado, de comércio, de trocas monetárias, de arquiteturas e planejamentos urbanos; são espaços de interações, de culturas, espaços onde a cultura se exprime em corpos.

## **O ESFIRRAÇO DE COPACABANA**

A perspectiva socioantropológica que adotamos para analisar o corpo e as emoções fundamenta nosso olhar sobre a comida de rua. Assim, entendemos que o alimento não apenas nutre o corpo, mas situa-se também em uma esfera simbólica. A comida hierarquiza, distingue, reforça laços culturais, enfim, une ou separa sujeitos. Na situação que analisamos, os elementos de separação pelo etnocentrismo e de (re)união pelo evento chamado Esfirraço ficam claros. A construção das emoções em torno dos fatos narrados no jornalismo também é evidenciada.

Uma matéria publicada no *site* do jornal *O Globo* sobre o evento teve início com o seguinte trecho: “‘Posso te dar um abraço?’ foi uma das perguntas mais ouvidas pelo refugiado sírio Mohamed Ali Abdelmoatty Ilenavvy, de 33 anos, neste sábado, em Copacabana”. (RAMALHO, 2017) É com emoção, afeto e com referência a um gesto que une corpos que o texto jornalístico se inicia. A matéria segue explicando que

o sírio-egípcio foi vítima de xenofobia e agressões verbais e que uma reunião aberta, festiva, na rua – realizada no sábado, dia 12 de agosto de 2017, às 9h, na Tenda Árabe, na esquina da Av. Nossa Senhora de Copacabana com Rua Santa Clara – recebeu apoio de pessoas da cidade e de seus arredores.

Duas semanas antes, o imigrante havia sofrido ameaças físicas e agressão verbal ao instalar sua barraca na importante avenida de Copacabana. O teor dos insultos proferidos referia-se à sua religião, ao fato de ser estrangeiro: *“Sai do meu país! Eu sou brasileiro, nós somos brasileiros! Nosso país tá sendo invadido por esses homens-bomba, miseráveis, ‘esquartejados’, que mataram crianças, adolescentes. Justiça! São miseráveis”*, gritou um homem que o ameaçava com pedaços de pau, em vídeo que circulou pelas redes sociais<sup>1</sup> e depois foi reproduzido em matérias na TV.

Na realidade, como outras reportagens divulgaram posteriormente, por trás da agressão estava o fato de as calçadas do bairro terem sido “loteadas” por grupos que cobram dos camelôs e vendedores ambulantes para que possam comercializar seus produtos. (WERNECK, 2017) Assim, o elemento inicial do conflito teria sido a recusa de pagamento dessa propina ou “pedágio”. Uma razão econômica que levou à agressão e aos insultos de ordem etnocêntrica e xenofóbica. O estrangeiro aqui foi visto como ameaça (SCHÜTZ, 2003); foi estigmatizado. (GOFFMAN, 1980)

Diante desse quadro, promover o evento, comprar e consumir as esfirras e demais alimentos produzidos pelo imigrante foi, para um grupo de pessoas indignadas com a agressão, um modo criativo de apoiá-lo, de promover integração e reconhecimento. Os abraços, a aproximação física dos corpos para fotos selaram a aproximação. O evento gerou certa efervescência e um estar-junto (MAFFESOLI, 2000) em torno da comida. Pessoas se sensibilizaram, colocaram-se no lugar do estrangeiro e quiseram mostrar, para o olhar do outro, que brasileiros, cariocas, não se sentiam representados pelos agressores e suas ofensas.

---

1 Ver em: <https://www.youtube.com/watch?v=f2tXhGWh1aU>.

Matéria do portal *G1*, publicada dois dias antes do evento, já tratava do Esfirraço. (MENDONÇA, 2017) Assim, a agressão, depois a convocação nas redes sociais e, finalmente, o evento propriamente dito foram tema de matérias – repercutindo as redes sociais que iniciaram a difusão do assunto. E, em setembro, quase dois meses depois dos xingamentos, outra matéria, no jornal *O Globo*, traria reportagem sobre o “loteamento” das calçadas de Copacabana. (WERNECK, 2017)

Mohamed foi fotografado junto às pessoas, abraçou, foi abraçado e beijado, apertou mãos de desconhecidos, apareceu em inúmeras *selfies*. Corpos e emoções em evidência selaram a paz entre as diferentes culturas. A compra e o consumo da comida de origem estrangeira marcaram o apoio. Segundo a matéria do *site* do jornal, o homem afirmou se sentir, naquele momento, “a pessoa mais feliz do mundo”. (RAMALHO, 2017) Aqui, o papel das emoções extrapola a determinação de normas de comportamento social. Le Breton (2009) destaca o papel das emoções na construção das sociabilidades, representando a interpretação do aprendizado coletivo e da identificação do indivíduo com os outros.

A comida sírio-libanesa, ou parte dela, faz parte do que os brasileiros, habitantes de grandes cidades, como Rio de Janeiro, consomem. Nas festas infantis e em lanchonetes, esfirras e quibes fazem parte do cardápio em diversas versões e adaptações. O quibe, em especial, é comida de rua: é oferecido nos bares e botequins, é vendido nas feiras-livres nas barracas de pastel e caldo de cana, assim como o bolinho de aipim com carne – fritos indistintamente no mesmo tacho de óleo. Cadeias de *fast-food* como Habib’s também exploram esse menu.

Partindo desse entendimento, o sucesso do evento não se deve somente ao cardápio oferecido – já amplamente conhecido. A que se deveu o sucesso do evento viabilizado pelas redes sociais? A uma empatia com alguém que foi vítima de uma injustiça, a alguém que está em uma situação de desigualdade social – por ser estrangeiro, estar deslocado, passar por dificuldades mesmo com o idioma –, pelos alimentos servidos serem já conhecidos e apreciados por uma parcela da população

urbana. Pela oportunidade de estar-junto, de participar. Foi, provavelmente, o conjunto desses fatores que tornou o esfiraço um sucesso.

O êxito pôde ser acompanhado nas matérias publicadas nos diversos meios e veículos de comunicação, na discussão que se ampliou pelas diversas esferas da sociedade – mesmo a prefeitura, representando o Estado, se apressou para fornecer a documentação para a regularização da situação de trabalho do imigrante. Nas redes sociais, marcadamente no Facebook, os comentários dos leitores, usuários e respondentes ao apelo do evento são marca da discussão gerada. A imensa maioria dos comentários lidos diz respeito ao apoio ao vendedor, mas há também comentários contra mulçumanos, contra estrangeiros que tirariam o trabalho dos brasileiros, contra camelôs.

Na página do evento no Facebook, pode-se ler, por exemplo, um longo elogio ao evento e aos cariocas:

*Que atitude bonita de vocês, cariocas. Na próxima visita ao Rio, irei degustar essa iguaria. Fiquei revoltado quando vi aquele ambulante com dois pedaços de pau nas mãos, proferindo insultos ao sírio. Instantaneamente surgiu uma empatia em relação à defesa do Mohamed. Naquele momento, desejei tanto estar na Cidade Maravilhosa, que me recebeu de braços abertos várias vezes, para me solidarizar e apoiar a permanência dele ALI, naquele local que ele escolheu para trabalhar. Bemvindo ele sempre será... E que seja feliz em nosso país! Pelo que pude observar, a escolha dele em mudar de ponto foi muito melhor. Abraço forte a todos os cariocas e àqueles que agregaram esse sírio-brasileiro. Em homenagem a vcs cariocas sangue-bom, a música CARIOCAS, da gaúcha Adriana Calcanhoto. Quem ainda não a ouviu, é uma boa ideia. Começa assim: 'cariocas são bonitos, cariocas são bacanas...'. (Marcílio Santiago, Ceará, 13 ago. 2017)*

O autor do comentário se identifica como alguém do estado do Ceará, mas que em algum momento visitou o Rio. Seu ponto de vista é de fora, distante, contudo, de alguém que conheceu a cidade ou parte dela. O comentário mostra como, com as redes eletrônicas, o fato se ampliou para além dos limites de Copacabana e do Rio de Janeiro.

Além de comentários sobre a iniciativa de realização do evento, houve reações em relação à qualidade e ao preço dos alimentos produzidos pelo ofendido. Há elogios aos salgados oferecidos: “Gente, a esfiha dele

*é MARAVILHOSA. Massa que desmancha na boca e recheios muito bons!! E muito barato. Uma cx com 8 custa 10,00. Vale muito*". (Elizaida Diniz, 16 ago. 2017)

Contextualizando o evento e relacionando-o a outras datas importantes no calendário brasileiro, há também referências ao Dia dos Pais, celebrado no domingo seguinte ao esfirraço. Esse é um aspecto interessante, uma vez que o Dia dos Pais é uma data inventada – tanto no sentido antropológico quanto no sentido comercial –, sua comemoração não se dá na mesma data em diferentes países e nem é realizada em tantos países ocidentais ou ocidentalizados. Assim, quem deseja “feliz Dia dos Pais” para um estrangeiro, na realidade, o está inserindo, integrando ao calendário de efemérides brasileiro. De fato, este é o caso, uma vez que o usuário que faz o comentário o chama de “nosso egípcio-brasileiro”: *“Feliz Dia Dos Pais a todos, em especial o nosso egípcio brasileiro Mohamed Ali!”*. (Fabricio Rocha, 13 ago. 2017)

Se os comentários apontados até o momento mostram um ponto de vista pró-Mohamed – perspectiva reproduzida nas reportagens citadas –, essa não foi a única opinião sobre o fato. O evento e a situação do imigrante também geraram conflito e oposição. Algumas pessoas se manifestaram contra sua presença: *“Absurdo, este cidadão esta ocupando as calçadas de Copacabana, fora ele e todos os outro camelos, que vendem mercadorias roubadas sem nenhuma comprovação de procedencia”*. (Guilherme Dias Carneiro, 13 ago. 2017)

Nesse comentário, o ponto de vista é contrário à presença de camelôs ocupando/privatizando as calçadas do bairro carioca – o que dificulta a passagem de pedestres, gera “desordem urbana”, em certa perspectiva. O comentário acima gerou respostas contrárias à posição do autor:

*E como vc sabe que as mercadorias são roubadas. Afff... a calçada de Copacabana não te pertence pelo q sabemos.* (Fernanda Skm)

*Quem disse que são mercadorias roubadas? Tem como provar? São pais de família que estão tentando ganhar a vida honestamente. Se não pode ajudar senhor Guilherme, melhor não atrapalhar quem já está sofrendo demais. Pro-*

*cure um serviço voluntário pra fazer. Saia da sua zona de conforto e veja que os problemas são muito mais complexos do que imagina.* (Cristina Moraes)

Depois dos comentários postados por diferentes usuários na página do Facebook, finalmente, ao final do dia, o interessado, Mohamed Ali, se posicionou sobre o evento e se expressou na rede social. O tom que adotou foi de expressão de reconhecimento, de agradecimento pela experiência vivenciada:

*Boa noite para todos! Eu não consigo dormir de tão feliz!!!  
O que aconteceu comigo hoje, vai ficar nas minhas lembranças pra sempre!  
Com amor, nós podemos fazer esse mundo não ter guerra.  
Não vou parar de ter esperanças. Sempre soube que nesse mundo, tem pessoas amáveis e carinhosas, mas não como os brasileiros  
Amo todos vocês  
Amo o Brasil!!!  
(Mohamed Ali, 12 ago. 2019)*

A manifestação pública das emoções do homenageado fazem retornar a formulação de Mauss (1969) a respeito da comunicabilidade coletiva das expressões afetivas: a pessoa faz mais do que manifestar seus sentimentos. Ela os manifesta para os outros, ou melhor, os manifesta para si mesmo exprimindo-os aos outros.

Nem todos os veículos de comunicação de caráter jornalístico abrem espaço para comentários de usuários – poderíamos fazer um paralelo entre os comentários e as antigas cartas dos leitores enviadas para as redações. Alguns veículos, no entanto, abrem esse espaço. O vídeo de uma matéria do programa da Rede Record de televisão *Domingo espetacular*, publicado no YouTube, gerou uma interessante reação. O usuário distribui a responsabilidade pelo conflito entre prefeitura e jornalistas: “*O problema é que o prefeito dá licença de ambulante pra estrangeiro, mas não dá pra brasileiro. Esses jornalistas nunca dão a notícia por inteiro. cambada!*”. (Mario Rocha, ago. 2017)

Em todos esses comentários, desobrigados do valor informativo, as emoções ocupam espaço principal. Embora haja argumentos, são os sentimentos em relação ao fato social que prevalecem na interação.

Finalmente, retomando os textos jornalísticos, a matéria do *site* de *O Globo*, primeira citada neste artigo, termina como começou: com emoção. O texto apresenta uma fala do sírio-egípcio afirmando:

*‘Estou muito feliz. Muito mesmo. Sou a pessoa mais feliz do mundo hoje. E estou muito orgulhoso porque vivo no Brasil, amo todo mundo e fiquei muito surpreso com o movimento. Já perdoei aquele homem (o agressor)’* – disse Mohamed, que não soube estimar quantos salgados vendeu neste sábado, mas afirmou que foi o dia mais lucrativo desde que chegou ao Rio, há três anos. (RAMALHO, 2017, grifo nosso)

A expressão das emoções resulta do modo como interpretamos fatos e situações e como reagimos. A reação deriva de um repertório ao qual o indivíduo foi exposto culturalmente ao longo da vida e cujos sentidos são reconhecidos e partilhados com o grupo social.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

A difusão da notícia sobre a agressão ao vendedor ambulante estrangeiro de salgadinhos árabes, sua cobertura pela grande imprensa e propagação pelas redes sociais trouxe à tona o tema da comida de rua nas grandes cidades como uma possibilidade de abordagem interdisciplinar. Lidamos aqui com um fato social, um objeto do campo da Sociologia, da comunicação, dos estudos sobre cidade. Embora o cardápio possa parecer do campo da nutrição e da alimentação, ele expande-se para problemática de outras áreas também.

Como apontam o material jornalístico relativo à cobertura da situação estudada – os eventos de agressão, a campanha de solidariedade e a repercussão sobre um problema urbano, o loteamento ou privatização das calçadas de Copacabana por empresários informais e violentos – e os comentários dos usuários de redes sociais, as emoções ocuparam importante papel nas representações relacionadas ao caso do sírio. Defesa por parte da maioria que se expressou, ataque por parte de alguns usuários de redes sociais, abraços, beijos, *selfies* dos grupos são elementos que aparecem fartamente nos textos, fotos, comentários

tornados públicos. São emoções expressas por meio do corpo: apertos de mão, abraços, beijos, aproximação corporal que dizem tanto culturalmente quanto as palavras.

As emoções aqui têm como atributo comunicar coletivamente a forma como interpretamos perdas, conquistas. Por isso, em uma perspectiva da Antropologia, nem sempre é possível traduzir o sentido de uma emoção ou sua expressão de um grupo social para outro que não domine o mesmo repertório cultural. (LE BRETON, 2009)

A situação estudada afirma, desse modo, nosso entendimento de precisarem o corpo, a alimentação e a cidade de múltiplas abordagens para uma análise mais complexa. O corpo e a alimentação, reafirmamos, são cultural e simbolicamente construídos. Imbricam-se com as questões das cidades porque são afetados por ela e as afetam. O que as pessoas comem nas cidades vai além da simples interpretação de uma escolha individual. As pessoas vão comer o que está disponível, o que elas podem pagar, o que podem transportar – e isso vai depender de quanto tempo precisam ficar fora de casa, quanto tempo gastam em transportes e deslocamentos diversos –, além do fator da oferta.

Muito antes do violento evento de rejeição ao vendedor sírio, salgadinhos de origem “árabe” já eram comercializados e apreciados em diversos espaços e situações no Rio de Janeiro. A agressão com termos xenofóbicos e fundamentada em disputa por território apenas ressaltou o preconceito de alguns em relação ao estrangeiro, ao “estranho”, ao diferente, como Schütz aponta em seu livro *L'étranger*. O evento organizado em uma rede social, sua divulgação pela mídia e a repercussão final mostraram que a metrópole é múltipla em suas opiniões e que a comida pode integrar, pode ser elemento de aproximação no espaço urbano.

Observa-se aqui, então, a emoção como uma categoria analítica que também pode dar conta do social: raiva gerou a agressão; solidariedade, afeto buscaram compensar a violência. Nesse caso, a expressão das emoções em torno do consumo efervescente e festivo de quibes e esfirras se mostrou uma rica forma de sociabilidade nas calçadas de Copacabana.



## REFERÊNCIAS

- ATAQUE a refugiado sírio coloca em xeque a fama do brasileiro acolhedor. [S. l.: s. n.], 2017. 1 vídeo (15 min. e 49 s.). Publicado pelo canal Domingo Espetacular. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=f2tXhGWh1aU>. Acesso em: 17 nov. 2017.
- BARBOSA, L. Feijão com arroz e arroz com feijão: o Brasil no prato dos brasileiros. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, v. 13, n. 28, p. 87-116, jul./dez. 2007.
- CANCLINI, N. G. *Imagários urbanos*. 3. ed. Buenos Aires: Eudeba, 2007.
- CASCUDO, L. C. *História da alimentação no Brasil*. 2. ed. Belo Horizonte: Itatiaia, 1983.
- DURKHEIM, É. *Les formes élémentaires de la vie religieuse: le système totémique en Australie*. Paris: CNRS Editions, 2007.
- GOFFMAN, E. *Estigma: notas sobre a manipulação da identidade deteriorada*. Rio de Janeiro: Jorje Jorge Zahar, 1980.
- LE BRETON, D. *Anthropologie du corps et modernité*. 4. ed. Paris: PUF, 2005.
- LE BRETON, D. *As paixões ordinárias: antropologia das emoções*. Petrópolis: Vozes, 2009.
- LE GOFF, J.; TRUONG, N. *Uma história do corpo na Idade Média*. 4. ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2012.
- MAFFESOLI, M. *Homo eroticus: des communions émotionnelles*. Paris: CNRS Éditions, 2012.
- MAFFESOLI, M. *Le temps des tribus: le déclin de l'individualisme dans les sociétés postmodernes*. 3. ed. Paris: La Table Ronde, 2000.
- MAUSS, M. L'expression obligatoire des sentiments: rituels oraux funéraires australiens. In: MAUSS, M. *Essais de sociologie*. Paris: Ed. de Minuit, 1969. p. 81-88.
- MAUSS, M. As técnicas corporais. In: MAUSS, M. *Sociologia e antropologia*. São Paulo: EDUSP, 1974. v. 2, p. 209-233.
- MENDONÇA, A. V. Empresário faz vaquinha e convoca “esfihão” em apoio a ambulante egípcio agredido em Copacabana. *GI*, Rio de Janeiro, 10 ago 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/empresario-faz-vaquinha-e-convoca-esfihaco-em-apoio-a-ambulante-egipcio-agredido-em-copacabana.ghtml>. Acesso em: 14 nov. 2017.

MILLER, W. I. *The anatomy of disgust*. Cambridge: Harvard University Press, 1997.

RAMALHO, G. Após “esfirraço”, refugiado sírio pode ganhar food truck e fazer eventos fora do Rio. *O Globo*, Rio de Janeiro, 13 ago. 2017. Disponível em: <https://oglobo.globo.com/rio/apos-esfirraço-refugiado-sirio-pode-ganhar-food-truck-fazer-eventos-fora-do-rio-21701207#ixzz4v0Xs1dwe>. Acesso em: 12 nov. 2017.

REZENDE, C. B. Mágoas de amizade: um ensaio em antropologia das emoções. *Mana*, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 69-89, out. 2002.

ROCHA, E. P. G. *O que é etnocentrismo?* São Paulo: Brasiliense, 1984.

RODRIGUES, M. Cariocas fazem fila em “esfihaço” para apoiar refugiado sírio agredido em Copacabana. *G1*, Rio de Janeiro, 12 ago. 2017. Disponível em: <https://g1.globo.com/rio-de-janeiro/noticia/cariocas-fazem-fila-em-esfihaço-para-apoiar-refugiado-sirio-agredido-em-copacabana.ghtml>. Acesso em: 12 nov. 2017.

SCHÜTZ, A. *L'étranger: un essai de psychologie sociale: suivi de L'homme qui rentre au pays*. Paris: Allia, 2003.

SIMMEL, G. A metrópole e a vida mental. In: VELHO, O. G. (org.). *O fenômeno urbano*. 2. ed. Rio de Janeiro: Zahar, 1973. p. 11-25.

SIQUEIRA, D. C. O. Corpo, construção social das emoções e produção de sentidos na comunicação. In: SIQUEIRA, D. C. O. (org.). *A construção social das emoções: corpo e produção de sentidos na comunicação*. Porto Alegre: Sulina, 2015. p. 15-36.

SIQUEIRA, D. C. O. Juventudes e cidades no videoclipe: o corpo como foco. *Líbero*, São Paulo, v. 15, n. 29, p. 51-58, jun. 2012.

SIQUEIRA, E. D.; SIQUEIRA, D. C. O. *Destaque para a garota carioca: corpo, sociabilidade e comunicação na cidade*. Porto Alegre: Sulina, 2017.

WAGNER, R. *A invenção da cultura*. São Paulo: Cosac Naif, 2010.

WERNECK, A. Os “donos” das calçadas: “Irmãos Metralha”, suspeitos de agressão a sírio, controlam camelôs em Copacabana. *O Globo*, Rio de Janeiro, p. 9, 17 set. 2017.