



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS (UFG)

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS (FCS)

PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ANTROPOLOGIA SOCIAL (PPGAS)

GABRIEL SULINO MARTINS

**CAMINHOS DA MEMÓRIA:  
NA RUA DE SIGNIFICADOS SE ENCONTRA A COZINHA DE PIT  
DOGS**

GOIÂNIA-GO

2023



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

## TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO (TECA) PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TESES

### E DISSERTAÇÕES NA BIBLIOTECA DIGITAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio da Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD/UFG), regulamentada pela Resolução CEPEC nº 832/2007, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a [Lei 9.610/98](#), o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo das Teses e Dissertações disponibilizado na BDTD/UFG é de responsabilidade exclusiva do autor. Ao encaminhar o produto final, o autor(a) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

#### 1. Identificação do material bibliográfico

Dissertação     Tese     Outro\*: \_\_\_\_\_

\*No caso de mestrado/doutorado profissional, indique o formato do Trabalho de Conclusão de Curso, permitido no documento de área, correspondente ao programa de pós-graduação, orientado pela legislação vigente da CAPES.

Exemplos: Estudo de caso ou Revisão sistemática ou outros formatos.

#### 2. Nome completo do autor

GABRIEL SULINO MARTINS

#### 3. Título do trabalho

CAMINHOS DA MEMÓRIA: NA RUA DE SIGNIFICADOS SE ENCONTRA A COZINHA DE PIT DOGS

#### 4. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador)

Concorda com a liberação total do documento  SIM     NÃO<sup>1</sup>

**[1]** Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante:

**a)** consulta ao(a) autor(a) e ao(a) orientador(a);

**b)** novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo da tese ou dissertação.

O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;
- Publicação da dissertação/tese em livro.

**Obs. Este termo deverá ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.**



Documento assinado eletronicamente por **Gabriel Sulino Martins, Discente**, em 19/09/2023, às 08:16, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



Documento assinado eletronicamente por **Janine Helfst Leicht Collaco, Professora do Magistério Superior**, em 19/09/2023, às 20:22, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).

---



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **4047902** e o código CRC **F7728D99**.

---

GABRIEL SULINO MARTINS

**CAMINHOS DA MEMÓRIA:  
NA RUA DE SIGNIFICADOS SE ENCONTRA A COZINHA DE PIT  
DOGS**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, da Faculdade de Ciências Sociais, da Universidade Federal de Goiás (UFG), como requisito para obtenção do título de Mestre em Antropologia Social.

Mestre em Antropologia Social

Área de Concentração: Antropologia Social

Linha de Pesquisa: Etnografia dos patrimônios, memórias, paisagens e cultura material

Orientador (a): Dra. Janine Helfst Leacht Collaço

GOIÂNIA-GO

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Martins, Gabriel Sulino  
CAMINHOS DA MEMÓRIA: NA RUA DE SIGNIFICADOS SE ENCONTRA A COZINHA DE PIT DOGS [manuscrito] / Gabriel Sulino Martins. - 2023.  
140 f.

Orientador: Profa. Dra. Janine Helfst Leacht Collaço.  
Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Ciências Sociais (FCS), Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Goiânia, 2023.  
Bibliografia. Anexos. Apêndice.  
Inclui siglas, mapas, fotografias.

1. "Pit Dog". 2. cozinha. 3. identidade. 4. Goiânia. I. Collaço, Janine Helfst Leacht, orient. II. Título.

CDU 572



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS

FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS

**ATA DE DEFESA DE DISSERTAÇÃO**

Ata nº 008/23-M da sessão de Defesa de Dissertação de **GABRIEL SULINO MARTINS**, que lhe confere o título de Mestre em Antropologia Social, na área de concentração Antropologia Social.

Aos quinze dias do mês de agosto de 2023, às 14:00 horas, na sala AS-01 da Faculdade de Ciências Sociais, realizou-se a sessão de julgamento da Dissertação de Mestrado de **GABRIEL SULINO MARTINS**, intitulada *CAMINHOS DA MEMÓRIA: NA RUA DE SIGNIFICADOS SE ENCONTRA A COZINHA DE PIT DOGS*. A Banca Examinadora foi composta pelos/as seguintes Professores/as Doutores/as: Janine Helfst Leicht Collaço (PPGAS/UFG - presidente da banca e orientadora); Talita Prado Barbosa Roim (UNESP - membro externo) e Manuel Ferreira Lima Filho (PPGAS/UFG - membra interno), tendo como suplente Profa. Dra. Joana Aparecida Fernandes (PPGAS/UFG). O candidato apresentou seu trabalho, foi arguido pela Banca e respondeu às arguições. Ao final da arguição, a Banca Examinadora passou o julgamento em sessão reservada, pelo qual foi atribuído ao mestrando o seguinte resultado: **APROVADO** pelos/as seus/suas membros/as. Reabertos os trabalhos, a presidente da banca proclamou os resultados e encerrou a sessão pública, da qual foi lavrada a presente ata, que vai assinada por ela e pelos demais integrantes da Banca Examinadora.

TÍTULO SUGERIDO PELA BANCA



Documento assinado eletronicamente por **Manuel Ferreira Lima Filho, Professor do Magistério Superior**, em 28/08/2023, às 13:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Janine Helfst Leicht Collaco, Professora do Magistério Superior**, em 28/08/2023, às 20:15, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Talita Prado Barbosa Roim, Usuário Externo**, em 29/08/2023, às 09:11, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site [https://sei.ufg.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=0](https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0), informando o código verificador **3933942** e o código CRC **E7C87A79**.

Referência: Processo nº 23070.043096/2023-77

SEI nº 3933942

## **RESUMO:**

A presente dissertação visa apresentar uma análise do contexto sociocultural dos trabalhadores e consumidores interlocutores relacionados a cozinha de “Pit Dog” na Rua 10 em Goiânia. Para executar essa pesquisa qualitativa se utilizará da etnografia enquanto uma experiência vivida, se adaptando conforme a situação, para identificar as variáveis em torno dessa relação entre sujeitos e cozinha, pautando em teorias que remetem a antropologia do consumo, alimentação e urbana ao longo da dissertação. A estratégia para a pesquisa, por meio do ciberespaço e do espaço presencial, por conta do contexto atual de transição entre o período pandêmico para um endêmico em nossa sociedade. A partir disto, nesse texto se apresenta as condições para a pesquisa, fatores do campo vividos, relações entre o pesquisador e os interlocutores, informações obtidas no texto que levam a construção da noção de memória, tradição, identidade e rua. Estes aspectos são relacionados a cozinha de “Pit Dog”, como a estando na Rua 10, em Goiânia, estando em mudança e se adaptando ao movimento da cidade. Sendo assim, o principal objeto da pesquisa, a cozinha de “Pit Dog”.

**Palavras-chave:** “Pit Dog”; cozinha; identidade; Goiânia.

## **ABSTRACT:**

The present dissertation aims to present an analysis of the sociocultural context of workers and consumers who are interlocutors related to the cuisine of “Pit Dog” on Rua 10 in Goiânia. To carry out this qualitative research, ethnography will be used as a lived experience, adapting according to the situation, to identify the variables around this relationship between subjects and cuisine, based on theories that refer to the anthropology of consumption, food and urban throughout the dissertation . The research strategy, through cyberspace and face-to-face space, due to the current context of transition between the pandemic period and an endemic one in our society. From this, this text presents the conditions for the research, experienced field factors, relationships between the researcher and the interlocutors, information obtained in the text that lead to the construction of the notion of memory, tradition, identity and street. These aspects are related to the cuisine of “Pit Dog”, such as being on Rua 10, in Goiânia, changing and adapting to the movement of the city. Thus, the main object of research, the kitchen of “Pit Dog”.

Keywords: “Pit Dog”; kitchen; identity; Goiânia.

## RESUMEN:

La presente disertación tiene como objetivo presentar un análisis del contexto sociocultural de trabajadores y consumidores interlocutores relacionados con la cocina de “Pit Dog” en la Rua 10 de Goiânia. Para realizar esta investigación cualitativa, utilizarás la etnografía como experiencia vivida, adaptándose según la situación, para identificar las variables en torno a esta relación entre los sujetos y la cocina, a partir de teorías que hacen referencia a la antropología del consumo, la alimentación y lo urbano a lo largo del disertación. La estrategia de investigación, a través del ciberespacio y el espacio presencial, debido al contexto actual de transición entre el período pandémico y uno endémico en nuestra sociedad. A partir de esto, este texto presenta las condiciones para la investigación, factores del campo vivido, relaciones entre el investigador y los interlocutores, informaciones encontradas en el texto que conducen a la construcción de la noción de memoria, tradición, identidad y calle. Estos aspectos están relacionados con la cocina de “Pit Dog”, como estar en la Rua 10, en Goiânia, cambiando y adaptándose al movimiento de la ciudad. Por tanto, el principal objeto de investigación, la cocina de “Pit Dog”.

Palabras clave: “Pit Dog”; cocina; identidad; Goiânia.

## **AGRADECIMENTOS:**

Agradeço a todos(a/e) que estiveram me ajudando ao longo dessa caminhada. Primeiramente, a minha família, pois me deram todo o apoio para continuar escrevendo, em ênfase a minha companheira Kelliane. A professora e Dra. Janine Helfst Leicht Collaço, me orientando ao longo dessa caminhada. A todos(a/e) os professores que estiveram comigo nessa trajetória do mestrado. Aos meus amigos(a/e) que ouviram e contribuíram para este trabalho. Ao Programa em Pós-Graduação em Antropologia Social pela Universidade Federal de Goiás (PPGAS/UFG) e a Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás (FAPEG). A Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Goiás pelo amparo na condução da pesquisa. Por fim, a banca que avaliou a pesquisa composta pela Dra. Talita Roim e Dr. Manuel Ferreira Filho.

## SUMÁRIO

1.	Introdução.....	8
1.1.	Quando o memorial faz parte da pesquisa.....	7
1.2.	A Rua 10: questões acerca do tema.....	19
2.	Capítulo I. A entrada no campo.....	37
2.1.	A ida ao campo e os desafios apresentados no ciberespaço.....	37
2.2.	Metodologia de pesquisa escolhida e as dificuldades enfrentadas.....	51
2.3.	Entrando no campo presencialmente.....	63
3.	Capítulo 2. O campo de pesquisa: transitando pela cidade.....	71
3.1.	A cozinha de “Pit Dog” dá seu tom: a rua de significados em Goiânia...71	
3.2.	No campo de significados: quando as subjetividades aparecem.....	77
4.	Capítulo 3: Entre entradas e saídas: analisando e olhando ao redor através da experiência etnográfica.....	94
4.1.	Rua de significados: caminhando entre memória, consumo, trabalho, fome e cozinhas de “Pit Dog”.....	94
4.2.	Na transição de províncias de significados: espaços e as dificuldades de locomoção na cidade.....	108
5.	Palavras finais.....	112
6.	Referências.....	116
7.	Anexos.....	127
7.1.	Apêndice 1: glossário.....	127
7.2.	Apêndice 2: quadros dos entrevistados e depoimentos avulsos.....	128
7.3.	Apêndice 3: mapa da cidade de Goiânia.....	130
7.4.	Apêndice 4: mapa de Goiás.....	131
7.5.	Apêndice 5: Roteiros das entrevistas semiestruturado.....	132
8.	Siglas.....	136

## 1. INTRODUÇÃO

### 1.1. Quando o memorial faz parte da pesquisa.

Falar sobre o “Pit Dog” é relembrar uma parte da minha vida também, não enquanto uma autoetnografia, mas como uma experiência etnográfica, que envolve experiências biográficas, teóricas e práticas próprias sobre o assunto. Meu envolvimento com o tema da pesquisa começou na infância, quando meus pais me levavam para comer um lanche em “Pit Dogs”, sempre íamos nos momentos em que eles possuíam condições financeiras. Como é uma comida barata em relação às outras e estava, de certo modo, próximo à minha casa, se tornou uma tradição. Com isso adquiri um olhar especial para a questão relacionada à cozinha do “Pit Dog”, construindo uma memória afetiva em relação à comida, estando presente em vários momentos da minha vida.

Na minha adolescência, sempre no momento em que tinha dinheiro ou alguém da minha família me levava para comer fora de casa, preferia um sanduíche, produzido pela cozinha de “Pit Dog”, o famoso “x-salada”. Ao longo da vida tive esse ato de frequentar esses estabelecimentos sempre acompanhado por um amigo, conhecido ou parente, conversando diariamente, etc. Um lugar onde pude sair da rotina e experimentar uma nova sensação, através da comida e do ambiente. À vista disto, com o passar do tempo, um dos meus tios começou a trabalhar em um local como cozinha de “Pit Dog”. Quando saía às vinte e duas horas do colégio, em que estudava no período noturno, sempre que possível, passava por lá, para assistir televisão. Por conseguinte, parava para observar de uma maneira diferente o movimento de pessoas naquele espaço, no qual, os sujeitos consumiam os sanduíches. Seguindo, se deslocavam para outro local, mas alguns permaneciam e conversavam sobre acontecimentos da vida. O “Pit Dog” em certo ponto, era local onde diversas vidas e trajetórias se conectavam através da comida, onde o trabalhador que estava voltando para casa interligava por alguns momentos do seu dia, com o estudante que voltava para casa, com a família que estava tendo um momento de lazer, com o grupo de amigos que estava iniciando a noite em busca de entretenimento. E todos eles compartilhavam nesse momento diário a tradição e o hábito do consumo do sanduíche.

Com o passar do tempo consegui ser aprovado e classificado para o vestibular da Universidade Federal de Goiás. Na minha carreira acadêmica, tive um encontro especial com a antropologia do consumo na minha pesquisa de iniciação científica e participando

do Grupo de Estudos de Cultura, Consumo e Alimentação (GECCA), no qual, me incentivou a pensar questões relacionadas ao consumo de alimentos. No meu primeiro projeto, que foi minha entrada no campo da antropologia do consumo, pensei no consumo de cerveja nos bares ao redor da Universidade Federal de Goiás - Campus Samambaia, em que tive minha primeira experiência em campo. Percebi um novo dado construído por um viés de alteridade entre o pesquisador e o interlocutor, cujo alimento pode ser um vetor da memória. Nesse trabalho com os(as/es) interlocutores com que dialoguei, apresentei uma relação da cerveja com vários momentos em sua vida. Essa relação se repetiu na continuação desse projeto de pesquisa, por meio da inserção de um novo plano de trabalho, agora no Campus Colemar Natal e Silva da Universidade Federal de Goiás.

No local estudo, o espaço da cozinha de “Pit Dog” é pequeno, uma caixa feita de cal e metal que abre as portas e janelas no tempo em que estiver funcionando, com uma chapa, uma ou mais geladeiras, onde o cozinheiro e ajudantes preparam o molho verde, feito artesanalmente por eles, os atendentes, coloca os outros molhos no recipiente próprio; podendo ser descrito como um objeto de plástico, com uma tampa que pode ser aberta e fechada. Esses condimentos que são postos neste local são a mostarda, maionese picante, ketchup e outros. Após a devida organização, o cozinheiro limpa a chapa e apenas após isso, se inicia a preparação da comida. Além de toda uma construção do restaurante, com mesas de plástico com quatro cadeiras de plástico para atender os clientes, que se locomovem ao local, comem e conversam sobre questões relacionadas a vida de cada um ou de um grupo social que fazem parte, saboreando um sanduíche produzido naquele local. Um lugar de memória, afeto, sentimentos e trabalho. Uma cozinha que passou por diversas mudanças que unem o tradicional e o moderno. Mas sempre apresentando uma chapa e um sanduíche que o diferencia de outros.



Foto 1: Fonte: de autoria própria. 2022, em Goiânia, Brasil



*Foto 2:* Fonte: de autoria própria. 2022, em Goiânia, Brasil

As fotos apresentam o movimento nos “Pit Dogs” ao longo desses dias. Na primeira foto se nota a arquitetura da cozinha de “Pit Dog” e um movimento de dois

grupos diferentes, conversando entre si no seu naquele dia, semana ou mês. Questões que gostam de falar, e também se utilizavam como o pesquisador no campo, do celular para conversar e socializar, no mundo virtual e real, sem uma fronteira, pois as questões apareciam e se correlacionavam com o ciberespaço e suas vidas. Na segunda foto, com as cadeiras vazias, se apontava o começo do dia para os trabalhadores da cozinha de “Pit Dog” no espaço da “Pit Dog” 1. Com tráfego de carros ocorrendo do lado direito da rua, com minha posição para tirar em direção a Praça Cívica. Se identifica também que há um número maior de pessoas esperando o ônibus para se deslocar a algum ponto da cidade.

Todas essas experiências nesse campo me levaram a pensar em minha vida, que auxiliaram-me no trabalho de conclusão de curso para pensar no que eu quero trabalhar. Meu interesse sempre me levou a indagar questões de problemas de pesquisa envolvendo memória. Nesse momento, surgiu a notícia do Projeto de Lei número 104 de abril de 2018, relacionado aos “Pit Dogs” e sua patrimonialização. Me fazendo refletir na escolha do tema para o meu trabalho de conclusão de curso, onde ponderei sobre algo próximo da temática da alimentação e do consumo e que seja significativo na minha trajetória de vida. Por todas essas variáveis decidi trabalhar com a cozinha de “Pit Dog”. Então procurei minha orientadora nos trabalhos de iniciação científica. Comunicamos e deliberamos sobre o tema, e me aceitou como seu orientando neste trabalho de final de curso.

Com esses pormenores resolvidos, comecei a procurar saber qual era o meu problema de pesquisa. Procurando em sites e redes sociais, decidi trabalhar com a questão do porquê do Projeto de Lei número 104 de abril de 2018? Nesse momento notei um embate entre os donos de “Pit Dog” e a prefeitura de Goiânia, pois alguns desses estabelecimentos estavam sendo retirados na capital. Portanto, passou pela minha cabeça a seguinte frase: “como vou fazer isso?”. Neste momento, procurei a minha professora da disciplina de trabalho de conclusão de curso, no qual, em nosso diálogo surgiu a ideia de tratar desse Projeto de Lei. Resolvi seguir esse caminho. Fiz o projeto de pesquisa, e em seguida, no trabalho de conclusão de curso 2, comecei a fazer o texto, analisando tal projeto.

A pesquisa de trabalho de conclusão de curso, relatou um ato político dos donos de cozinha de “Pit Dog”, em que se inseriram em um espaço de conflito, porque seus estabelecimentos estavam sendo retirados de logradouros públicos, segundo os

interlocutores, por uma política para inserção dos *food trucks* que em português significa caminhão da comida, se apresenta como um trailer que é aberto para a venda de lanches. Tendo como característica a mobilidade da cozinha, que pode se retirar do local ao fim do expediente ou ir outro espaço, que são formas de cozinha móveis. Já o Estado de Goiás, colocava que as retiradas de algumas cozinhas de “Pit Dog”, se deu por conta da falta de regularização do comércio. Com isso, em contraproposta, muitos dos interlocutores relataram que isso não era o problema, e em conjunto com dois vereadores de Goiânia, elaboraram um projeto para patrimonializar, em uma tentativa de barrar essas retiradas e reafirmar uma cozinha como de fundamental importância para o grupo e para a cidade. Portanto, esse era um ato político em defesa desse bem cultural (MARTINS, 2019). Contudo, o Projeto de Lei número 104 de Abril de 2018, não se deu prosseguimento e outros Projetos de Leis foram a frente e transformaram a cozinha de “Pit Dogs” em patrimônio cultural imaterial local, pelo município e patrimônio cultural imaterial regional, pelo Estado de Goiás. Sendo estes o Projeto de Lei número 145 de 12 de março de 2020, é deferido em setembro de 2020, pelo Estado de Goiás e posteriormente, em 2021, pelo Projeto de Lei número 178 de 2020, em junho de 2021, pelo município de Goiânia. Por conseguinte, a cozinha de “Pit Dog” se torna patrimônio cultural imaterial regional do Estado de Goiás e local do município de Goiânia. Mesmo, Martins (2019) afirmando uma relação entre o tangível e o intangível, prezando a não separação em duas categorias, ainda assim, é feita a separação quando se defere algum bem cultural como patrimônio cultural.

Os projetos tiveram também um mesmo objetivo, proteger essa cozinha da retirada desses locais e valorizar o imaginário cultural goiano, tendo o apoio de políticos, trabalhadores e empreendedores do ramo. Como o trabalhador e interlocutor 1, coloca:

“Pesquisador – O que você acha que da ideia de ter o “Pit Dog” enquanto patrimônio”?

Trabalhador e interlocutor 1 - “Rapaz [...] maravilhosa, né!? Isso é uma conquista nossas, né!?”

Pesquisador – Sim. Você acha que trouxe algum benefício?

Trabalhador e interlocutor 1 – Aposto que trouxe uma para estabilidade pra nós, né !? [...] Uma confiança.”

Outro trabalhador e interlocutor 2 também expõe sua opinião sobre o assunto:

“Pesquisador – Como você vê um “Pit Dog” de agora e antes? O que você acha da ideia de ter o “Pit Dog” enquanto patrimônio cultural? Você falou disso na entrevista que vi também no Youtube<sup>1</sup>.

Trabalhador e interlocutor 2 - “Muito boom, rapaz [...] Bom demais, porque esse aqui é um patrimônio do Estado de Goiás e nunca vai acabar. Começou aqui e vai [...] tem vários Estados <sup>2</sup>aí que tem as imitações, mas igual ao de Goiás não existe não.”

Pesquisador – Você acha que isso trouxe algum benefício para esses estabelecimentos? Essa questão de patrimônio [...].

Trabalhador e interlocutor 2 – “Com certeza, porque isso aqui é [...] Pelo movimento que tá tendo aí de veículos, de carros, esses ‘trem’ [...] E virando patrimônio fica difícil eles arrancar os “Pit Dogs” daqui.”

Como Lima Filho (2015) afirma, há uma ação social de cidadania patrimonial; todos os Projetos de Lei para patrimonializar as cozinhas de “Pit Dog”, no qual, os cidadãos exercem uma pressão através do Sindicato dos Proprietários de Pit-Dogs (SindPit-Dog) para defender uma ideia de cozinha, por exemplo. Por conseguinte, esse movimento de cidadania patrimonial, é, de acordo com Lima Filho (2015, p.139) tem “a capacidade operativa dotada de alto poder de elasticidade de ação social por parte de grupos sociais e étnicos, em suas dimensões coletivas ou individualizadas de construir estratégias de interação”. Por isso, entendemos pelas falas dos interlocutores e das minhas análises e reflexões mostram o quão importante é a cozinha de “Pit Dog”, e os motivos por ser considerado, patrimônio cultural imaterial. Mas Martins (2019) ainda aponta que é importante pensar nas categorias: tangível e intangível. Sendo o “Pit Dog” é ligado à materialidade da cozinha que corresponde ao sanduíche e os instrumentos do fazer, e o intangível ligado a memória, sentimento e sabor. De fato, tal como, apesar de instituições apresentarem a diferenciação entre esses polos, não existe esse modelo de pensamento quando se refere a cozinha de “Pit Dog”, que deve ser repensado por estas, quando há o deferimento enquanto patrimônio.

O tema de pesquisa também me proporcionou um maior conhecimento do quanto é fundamental a cozinha de “Pit Dog” para diversos grupos, pois, produz comida barata. Em média o preço desses lanches variam no período em que estava pesquisando entre 19 reais e 30 reais em média por sanduíche, mas alguns lugares oferecem combos como no “Pit Dog” 2 da Rua 10 em 2022, que um X-tudo mais uma coca cola de 340 mililitros, custava ao todo 22 reais. Os preços acessíveis na minha perspectiva e dos

<sup>1</sup> <https://www.youtube.com/watch?v=P9Is8h2bV0I&t=382s>

<sup>2</sup> Referente a outros Estados dentro do Brasil.

interlocutores aparece em muitas entrevistas feitas e conversas informais no campo. Escolhi algumas destas, pondo minha teorização e as coteorizações trazidas por consumidores.



Foto 3: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A foto acima apresenta os preços de uma cozinha de “Pit Dog”, com seus sanduíches e ingredientes, para mostrar ao leitor um exemplo de comida barata. Sendo que, comida barata é uma comida produzida pela cozinha que pode ser consumida e tem

um preço que para os consumidores e trabalhadores de fácil acesso, segundo teorizações dos interlocutores. Como alguns interlocutores colocam em questão:

“Consumidor e interlocutor 5 - “Acredito que é assim [...] Uma fuga do [...] Principalmente da região central, dos prédios, temos ali os restaurantes e tem mais estabelecimentos chiques, muito requintados. Mas sempre tem uma fuginha ali no meio, que é a rua dez. E algo com os preços relativamente mais baixos, mas com um ambiente muito legal, muito familiar, para reunir a galera.

Trabalhador e interlocutor 1 - “Rapaz, da comida é por ser um [...] Uma janta rápida, né!? As pessoas muitas vezes chega em casa e aí [...] Comer com pressa, eles corre e liga e pede sanduíche. A refeição rápida e barata”.

No qual, enquanto vários estabelecimentos fecham em um determinado período da noite, esses locais que apresentam esse tipo de cozinha, além de proporcionar uma estética única na cidade, alimentando um mercado local, gerando empregos e etc. Apesar de não ter entrado muito na questão da memória, me fez pensar nessa questão a todo momento no meu trabalho de final de curso em 2019.

Colocando em xeque meu papel enquanto consumidor, esse tema é tão complexo com inúmeras vertentes que podem ser analisadas do ponto de vista do que é a cozinha de “Pit Dog” de diversas perspectivas por diferentes interlocutores. Minha subjetividade, mais uma vez me levou a indagar sobre esse tema e sua importância para a população da cidade de Goiânia, e como essa relação entre alimento e indivíduo ou coletividade se dá. Nesse tempo, trabalhei com o *Uber eats* de entregador, por meio de uma bicicleta. Neste momento, notei nesse vai e vem pelas ruas de Goiânia que muitas pessoas continuavam indo comer da cozinha de “Pit Dog”. Com estabelecimentos cheios, mesmo com o advento de *deliveries* de aplicativos como o *Ifood* e *Uber eats*, apresentando inúmeras opções de consumir comida pronta em casa. Alguns “Pit Dogs” que frequentei na época ainda não tinha aderido a esses aplicativos, contudo, mesmo assim se mantinham, com entregas por meio de pedidos de telefone e *whatsapp*.

Nessa constante observação, aos poucos foi surgindo uma inquietação sobre o motivo das pessoas continuarem a comer aquele alimento perante várias opções culinárias existentes em Goiânia, ainda com o incentivo dos descontos de aplicativos, no qual é oferecido por meio de cupons, em uma tentativa com sucesso, levando o consumidor a usar estes aplicativos com frequência.

À vista disso, pensando na memória e identidade social enquanto um fator fundamental para a construção da cozinha de “Pit Dog”, comecei a escrever meu pré-

projeto, que iria ser entregue para a seleção do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS). Com essa indagação, estimei tudo que vivi e o que poderia fazer para agregar e contribuir para contar um pouco da história e o atual contexto em que está inserido. Contudo, minhas ideias se voltaram para a pergunta geradora, porque através dela é que se norteia o que vai ser estudado no mestrado. Supus na seguinte questão: como se dá a construção da memória e identidade social em relação a cozinha de “Pit Dog” e sua ligação com a Rua 10 em Goiânia?

Com o passar do tempo, recebi por meio de uma rede social a informação de que o Projeto de Lei número 104 de abril de 2018 não havia sido aprovado. Contudo, com o Projeto de Lei número 145 de 12 de março de 2020, sendo aprovado, poderia continuar com a temática mais uma vez, mas agora pensando na memória, consumo e cidade e como essas variáveis se relacionam no campo. Reacendendo novamente a vontade de estudar a cozinha de “Pit Dog”. Pensando uma forma diferente de trabalho de final de curso, com o objetivo que focasse na construção da relação de memória de cidade e cozinha. Ao pensar nesse projeto, procurei colocar minha subjetividade em xeque, pois, procurava algo realmente significativo para minha pessoa e para a cidade, e também que desse um retorno, embasado em trazer à memória à tona desses estabelecimentos que proporcionam esse tipo de cozinha e dos sujeitos que consomem a comida da cozinha de “Pit Dog”. Além da questão da identidade social em volta dessa cozinha em relação à cidade, conduzindo a construção de uma identidade gastronômica para si e para outros Estados.

Com todas essas predileções, conversando com amigos para desenvolver o pré-projeto condizente com a seleção do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS) pela Universidade Federal de Goiás (UFG). Indagando em como me dirigir para dar esse passo que vai além da graduação, com o intuito de dar o retorno à cidade e enfatizar o quão é fundamental esse tipo de cozinha, resolvi prosseguir com a escrita. Mas com o início da pandemia, outra dúvida surgiu: qual o impacto dessa pandemia para esses estabelecimentos que praticam a cozinha de “Pit Dog”? Por isso, voltei ao meu trabalho para traçar esses caminhos da memória negociada, com o intuito de descobrir essas questões ao longo da história dessa cozinha. Tanto para os consumidores, quanto para os cozinheiros, microempreendedores individuais ou não, para entender esse novo cenário em que estamos vivendo.

Essa ideia surgiu pouco antes do lançamento do edital para o mestrado pelo Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS). Trazendo uma nova perspectiva em relação ao tema tratado e procurando dar um retorno para a cidade e valorizar esse tipo de cozinha, tão importante ao longo da minha vida. Com isso trago o tema: “Os caminhos da memória: uma etnografia na cidade dos “Pit Dogs”.

O projeto foi entregue para a seleção do Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social (PPGAS), com um sentimento de poder contribuir para a cidade veio à tona. Com tudo isso em jogo, esperei pelo resultado, ansioso. Quando chegou o resultado fiquei ligeiramente feliz, mas previa as etapas a seguir, que eram as provas de espanhol e oral. Depois de tudo isto, quando me chamaram, senti que podia trazer um projeto que representasse algo vivido pela minha pessoa e por outros na cidade de Goiânia, uma culinária que, como dito anteriormente, foi aprovado o Projeto de Lei número 145 de 12 de março de 2020, para tornar essa cozinha de “Pit Dog” como patrimônio cultural imaterial regional e o projeto número 178 de 2020, trazendo a cozinha de “Pit Dog” como patrimônio cultural imaterial local.

Apesar disto, o foco dessa pesquisa ser na construção da memória e identidade social. No mestrado desenvolvi esse enfoque para concluir a dissertação e produzir algo que nessa lógica de Mauss (2013) de dar, receber e retribuir para os “Pit Dogs” e a cidade.

## 1.2. A Rua 10: questões acerca do tema

A presente dissertação traz uma análise colaborativa da cozinha de “Pit Dog” e seus caminhos de memória que constroem essa cozinha e seu significado para a cidade. O erguimento do espaço na cidade é construído pela memória individual e coletiva. E com isso, uma fronteira que constrói identidades, tradição, memória e cidade. Por isso, a dissertação tem como objetivo apresentar a importância dessa cozinha para a cidade como algo que abrange esses diferentes aspectos. Identificando o processo da memória e identidade de trabalhadores e consumidores enquanto interlocutores relacionados à cozinha de “Pit Dog” ligado à Rua 10 em Goiânia. Goiânia está localizada na região centro-oeste do Brasil, sendo a capital do Estado de Goiás. Predominantemente nessa região temos como bioma o cerrado, mais conhecido como a savana brasileira, sendo reconhecida também por seu clima tropical. A cidade tem um clima chuvoso nos meses de outubro a começo de fevereiro. Mas normalmente a cidade traz o calor para os seus cidadãos, mesmo a cidade sendo arborizada. A locomoção na cidade acontece por meio do transporte público de ônibus, que é constantemente criticado pela maioria da população por conta da lotação e demora. Muitas pessoas fazem o máximo para conseguir comprar um tipo de transporte para se locomover, um carro ou uma moto, por conta de toda a situação apresentada. Com uma ideia de cidade-jardim pensada arquitetonicamente em seu início, que, de certo modo, acabaram sendo contrariadas e construídas de outro modo. Que de acordo com Silva (2007, p. 101) “as casas foram construídas com a frente para as ruas e os fundos para as áreas verdes, contrariando, por completo, os ideais de cidade-jardim pretendidos pelo urbanista”. Na cidade encontramos espaços onde árvores são plantadas, e essa ideia acabou por não ser totalmente ignorada, como no caso das casas.

A cozinha de “Pit Dog” se encontra presente em todo o Estado de Goiás, tendo uma forte relação com a população. O foco da pesquisa é entre consumidores e trabalhadores de cozinha de “Pit Dog”. Colocando em xeque o porquê da memória de alguns que se destacam mais que outros e geram discursos diferentes. Portanto, procurando identificar junto aos sujeitos memórias em comum para a construção da solução do problema de pesquisa. Porquanto, a partir desse público redigirei a pesquisa, com foco na cidade e na cozinha de “Pit Dog”, que engloba diversas

situações de conflitos, consumo, identificação enquanto patrimônio cultural, identidade, memória, entre outros. Identificando aspectos da cidade e um imaginário em torno desta construída em conjunto com sujeitos e grupos que compartilham de um mesmo ideal. Ou seja, criada a partir da cosmovisão de seus habitantes que se apropriam e criam espaços e “tradições”. A partir disso, este projeto conduzirá para entendermos o atual cenário de construção de identidade e memória na Rua 10, em Goiânia, sobre a cozinha de “Pit Dog”.



*Foto 4:* Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A quarta foto apresenta uma sanduicheria – restaurante a céu aberto – e cozinha de “Pit Dog” com seu movimento no começo da noite. No qual, já se nota que os consumidores já chegam, consomem, conversam e depois se deslocam de carro, ônibus, moto ou por meio de aplicativos de transporte da Rua 10, Setor Central, para outro local na cidade.

A caracterização do campo de pesquisa se dá na região central de Goiânia, mais precisamente na Rua 10, uma rua que perpassa o setor Leste-Universitário ao Centro, no sentido da Praça Cívica, ou ao contrário. A escolha desse local vai ao encontro a uma das ruas mais antigas de Goiânia, a Rua 10, setor central. Com cozinhas

de “Pit Dog”, notamos quando observamos o campo escolhido. É um espaço de transição muitas das vezes em que pessoas de diferentes setores se deslocam para o local para comer, trabalhar, estudar, passear, etc. O espaço pode ser definido, como Velho (2003), traz o bairro como uma província de significados, construída pela sucessão de fatos no tempo, trazendo mapas de memória – uma viagem entre o futuro e o passado da Rua 10 na construção do espaço - próprios para esse local, selecionados por grupos sociais pelo meio de uma rede de significados, por meio de compartilhamento de crenças e valores. Neste caso, dentro da cidade, caracterizada pela sua diversidade, com ruas e avenidas ligando as províncias de significados, como uma rua de significados. Por conseguinte, características de sociedades complexas, com diversos estilos de vida e visões de mundo coexistindo neste espaço.



*Foto 5:* Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A foto apresenta a Igreja Matriz de Goiânia do outro lado da rua à esquerda. A uma movimentação e estacionamentos de carros, que se estipula estarem seguindo as regras de trânsito estipulados pela sociedade. Como o sinalizador para o pedestre que está

vermelho, com isso não pode passar para o outro lado até que esteja verde; ao contrário do sinaleiro para os carros que está verde, então significa que podem prosseguir. Se reparar bem, do lado esquerdo da foto, vemos um carro passando. Os sinais coloridos são importantes para a prevenção de acidentes na capital, o sinal verde quer dizer siga, o amarelo atenção, e o sinal vermelho é o pare. Temos sinaleiros espalhados por toda a Rua 10. As regras podem ser descumpridas, por isso, muitos motoristas tendem a ter a atenção redobrada, como os pedestres e ciclistas, que circulam em suas determinadas faixas. Os carros nas ruas de asfalto, os pedestres em calçadas ou na faixa central e os ciclistas apenas na faixa central. Isso não quer dizer que os ciclistas apenas fiquem na faixa central, mas é o que se espera. Tendo ciclistas se movimentando também na rua.

A negociação dessa realidade, nesses espaços na cidade, cruzam-se trajetórias, em travessias individuais e coletivas. Criando papéis de identidade em cada província ou grupo, negociando uma realidade para o sujeito assumir um papel, que é selecionado por fronteiras no espaço (VELHO, 2003). “Os indivíduos transitam entre os domínios do trabalho, do lazer, do sagrado, etc., com passagens às vezes quase imperceptíveis” (VELHO, 2003, p. 25). Ainda ressalto que na locomoção na cidade, os indivíduos passeiam entre essas províncias de significados. Nessa transição entre os espaços, grupos param na Rua 10, para comer, pedir comida e se encontrar. Uma rua de significados pode se caracterizar como um espaço de transição entre províncias de significados. Reproduzindo sua realidade de cidade negociada com os grupos sociais e indivíduos envolvidos. Segundo Da Rocha e Eckert (2003) a imagem da cidade se dá:

“dependendo da adesão ou não dos seus habitantes aos tempos e espaços vividos, ritmados pelos movimentos incessantes das imagens de cidade que habitam seus pensamentos em constante mutação”. (ROCHA; ECKERT, p. 102-103)

A imagem em torno da província de significados que estou descrevendo engloba uma regra construída e negociada imageticamente. Por exemplo, a cozinha de “Pit Dog” e tudo que está em volta. No centro dela, temos uma grande passarela, com ciclovia e uma pista ao lado para as pessoas caminharem e andarem de bicicleta. Do lado temos as cadeiras de plásticos para os clientes sentarem e após isso atendidos por um atendente que anota seu pedido. Ou quando chegam vão perto dessa cozinha falar com um dos funcionários – no caso o atendente - para pedir seu sanduíche. Quando estão naquele ambiente são abordados consumidores por vendedores de doces, como o brigadeiro, a pé, perguntando se querem e pedindo para ajudá-los comprando suas

*commodities*<sup>3</sup>. Temos também as pessoas em situação de rua, que vão naquele lugar pedir dinheiro ou comida para os consumidores, ou compram uma comida ou bebida nos “Pit Dogs”, mas logo saem do local. Ao contrário dos consumidores que ficam naquele espaço, conversando sobre a vida. Construindo assim, uma rua de significados na cidade de Goiânia. Compreendo esse espaço sociocultural em contraste com a cozinha de “Pit Dog”, para responder ao seguinte problema: como se dá a construção da memória e identidade social em relação a cozinha de “Pit Dog” e sua ligação com a Rua 10 em Goiânia?

Mas o porquê da formulação desse problema de pesquisa nesse local? O fator intrínseco e único que constitui o centro de Goiânia, se inicia na década de 1930 em volta da praça cívica. Em um período em que a revolução de 1930 está em andamento e o cenário político de Goiás era incerto. Essa disputa se dava através da figura de Pedro Ludovico Teixeira. Nascido na Cidade de Goiás em 1891, era filho do médico e escritor João Teixeira Álvarez e Josefina Ludovico de Almeida. Saiu para estudar o curso de medicina no Rio de Janeiro e voltou quando terminou em 1916. Morou em Bela Vista e após um ano, mudou-se para Rio Verde, onde pratica uma medicina humanitária e se casou em 1981, com Gercina Borges, filha do senador estadual Antônio Martins Borges. Sob a influência do sogro ingressou na política como opositor do Caiadismo (MACHADO, 2007). O Caiadismo que é muito associado ao que autora (2007) expõe:

“O coronelismo, era uma política pautada no voto de cabresto, e segundo Machado (2007) “Apesar de valer tão pouco em Goiás, ser proprietário era garantia de prestígio e poder político. As relações entre empregado e patrão eram estabelecidas por laços de confiança mútua e de dependência. O proprietário de terras era sempre poderoso politicamente, era o “Coronel”. Em sua propriedade, viviam banqueiros seus dependentes (vaqueiros, meeiros, camaradas, jagunços ...). Exercia o mandonismo local, ou seja, tinha para si o exercício da jurisdição política.” (MACHADO, 2007, p.60)

Como oposição a Antônio Ramos Caiado que exercia a política do coronelismo, encarando “Goiás como uma grande fazenda de sua propriedade” (MACHADO, 2007, p.61). Mas nas décadas de 1920 e 1930 os rumos mudaram. Neste ano, o presidente Washington Luís apoiou para sua sucessão um paulista, rompendo assim com a política do café com leite. Uma política de alternância governamentais entre Minas e São Paulo. E para fazer frente à candidatura à presidência de Júlio Prestes, indicou o governador gaúcho Getúlio Vargas à presidência, e como vice, João Pessoa, governador da Paraíba. Isso acarretou na tomada de poder por Getúlio Vargas,

<sup>3</sup> Em inglês significa mercadorias, usado no português como um estrangeirismo no texto.

onde os revolucionários depuseram Washington Luís e impediram a posse de Júlio Prestes. Colocando Getúlio como presidente provisório. (MACHADO, 2007)

Neste momento histórico, Pedro Ludovico ingressa na política e assume a liderança do movimento revolucionário. Ao eclodir o Movimento de 30, havia passado 7 anos militando na oposição em Rio Verde e acabou preso. Recebeu a notícia da vitória dos revolucionários enquanto estava sendo levado preso por ordem de Totó Caiado. A revolução tinha triunfado. E chega o momento de pensar na descentralização do poder com a mudança de capital em Goiás (MACHADO, 2007), como a própria pesquisadora traz:

“A mudança da capital seria o caminho. Além do mais o novo governo era autônomo, não dependia do voto de eleitores, não devia favores a administrações anteriores e não precisava contar com o apoio dos partidos políticos e da Câmara, pois eles haviam sido dissolvidos pela Revolução. Essa última situação favorável era provisória, pois a pressão por eleições e pela constituição do país logo apareceria, como vimos anteriormente.”(MACHADO, 2007, p. 68-69)

Assim, pós a ruptura com a Cidade de Goiás, nasce Goiânia, apresentada com condições ambientais e desenvolvimento necessárias para a capital de Goiás. Essa trama é regida pelo interventor Pedro Ludovico com o apoio de Getúlio Vargas. Tendo sua pedra fundamental lançada com um pedaço de osso de uma ema, em 1933, no que hoje seria o poço do elevador do Palácio das Esmeraldas, residência do governador do Estado. Tendo os poderes legislativo e executivo transferidos em 1937 e seu batismo cultural em 1942. (MELLO, 2006; LIMA FILHO, 2007)

Segundo Silva (2007) o plano urbanístico da cidade, é apresentado por Atílio Correia Lima, causando admiração por princípios clássicos da concepção de cidade naquele contexto e sua formação urbanística na escola francesa. Com seu plano, propôs uma configuração de terreno, imaginando a necessidade de tráfego, zoneamento e loteamento. Esse plano, que foi a princípio clássico, no qual foram adorados como modelos os planos de remodelação e construções de capitais europeias e norte-americanas (SILVA, 2007). No decreto nº 3.547 de Julho de 1933, em que constava 14 diretrizes a serem seguidas estavam:

- “ a - sistema de logradouros públicos;
- b - indicações relativas à circulação;
- c - zoneamento ou divisão da cidade em várias zonas, cada uma com uma determinada finalidade;
- d- esquema das redes de água, esgoto, de luz e força;

e - sistemas de parques, jardins, ruas-jardins, terrenos para esportes e recreio, bem como a indicação sobre a arborização das ruas;

f - plano detalhado do centro cívico e dos principais edifícios correspondentes;

g - indicações sobre coleta, transporte e tratamento de lixo;

h - caderno das obrigações relativas aos edifícios a serem construídos nas quadras centrais;

i - relatório justificando as soluções dadas pelo plano aos diferentes problemas compreendendo:

I - legislação relativa ao plano diretor;

II - regulamentos sobre a abertura de ruas e loteamento do terreno;

III - regulamento das construções;

IV - projeto de organização administrativa;”(SILVA, 2007, p. 93-94)

Neste projeto Silva (2007) conta que a cidade foi planejada para acoplar cerca de 50 mil habitante, e no núcleo central é feito para abrigar 15 mil habitantes, fora os detalhes pensados para o centro como:

- “ 1. Palácio do Governo
2. Secretária-Geral do Estado
3. Diretoria-Geral de Segurança e Assistência Pública
4. Palácio da Justiça
5. Palácio da Instrução
6. Quartel das Forças Públicas
7. Hotel com 60 quartos
8. Prefeitura. E mais 20 casas-tipo para funcionários”. (SILVA, 2007, p.96)

Também tinha um traçado definido para a construção da praça cívica como pedra fundamental da cidade. O traçado do plano se convergia nas três principais avenidas: “Avenida Pedro Ludovico (Avenida Goiás atualmente), a Avenida Tocantins e a Avenida Araguaia” (SILVA, 2007, p.95). Nesse sentido, o entorno da praça cívica cruzava essas três avenidas, cujo ao fundo teria seu Centro Administrativo. Pondo assim como os arredores da praça cívica como o centro político administrativo da cidade e o centro comercial estabelecido no cruzamento das avenidas Anhanguera e Goiás, e suas ruas adjacentes. A partir da praça cívica se daria os sentidos dos setores sul, oeste, norte e leste da cidade.

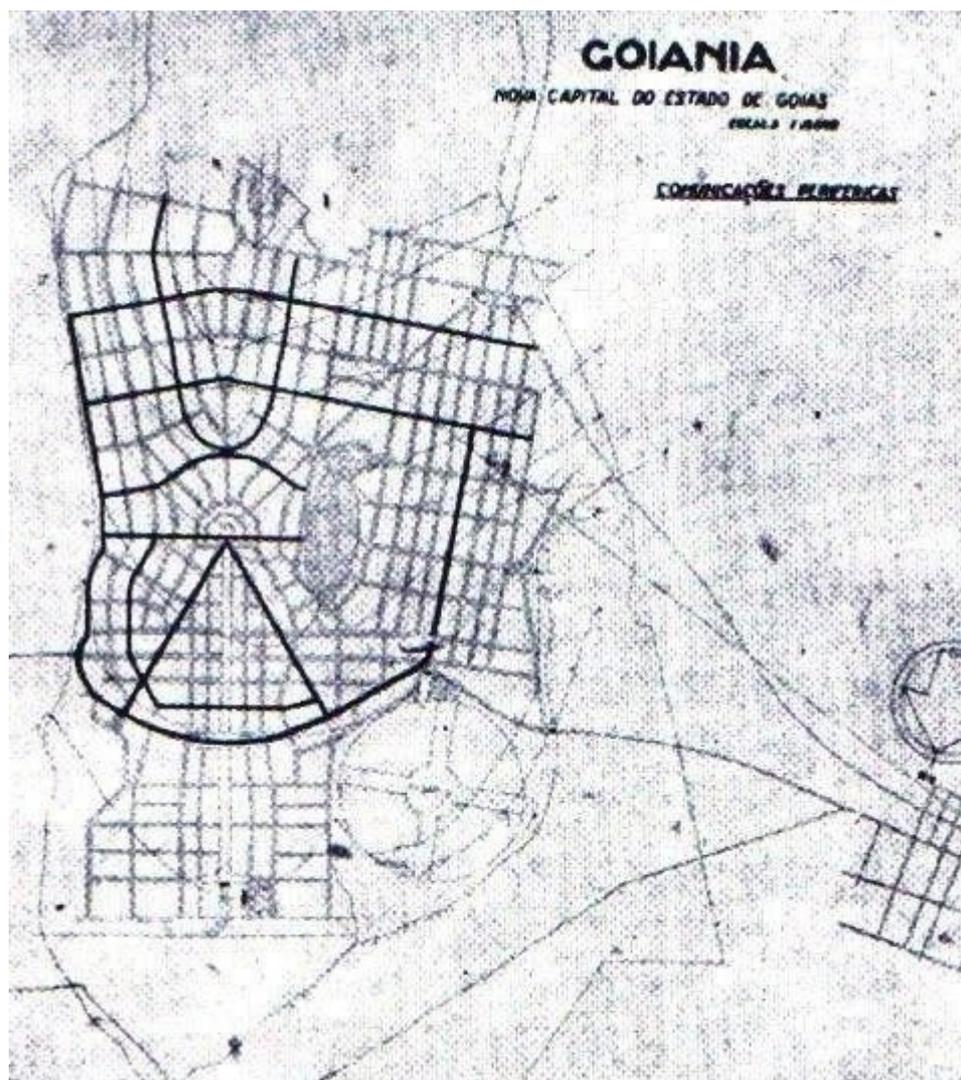


Foto 6: Foto publicada pelo Jornal Da Redação. Disponível em: < <https://www.goiania.go.leg.br/sala-de-imprensa/noticias/camara-reconhece-plano-diretor-de-atilio-correa-lima-como-o-primeiro-de-goiania-1> >. Acessado em: 19 de Janeiro de 2023

Contudo, Atílio Corrêa Lima se desliga do projeto após cumprir parte do acordo. Devido a divergências como: os longos períodos de distância da família e os poucos recursos financeiros do Estado. Dado também as divergências com a construtora Coimbra Bueno e o interventor Pedro Ludovico. Sendo que em 1935, Atílio se desliga do projeto e no início de 1936, Armando Augusto de Godoy dá continuidade ao projeto, com suas fortes influências inglesas (SILVA, 2007). Contudo Lima Filho (2007) dá ênfase em uma questão importante na construção da cidade de Goiânia, o estilo *art déco*, lançado em Paris em 1925. “No ano de 2002, o Núcleo Pioneiro de Goiânia é alvo de um processo de tombamento Federal juntamente com edifícios públicos em *art déco*” (LIMA FILHO, 2007, p. 246). A *art déco* é tida como:

“A arquitetura *art déco* é marcada por volumetria geométrica, simétrica e imponente. A ornamentação tem um papel importante no estilo, como o próprio nome - *art déco* - sugere. Os elementos decorativos incluem escalonamentos (zigzague iou zigurates), altos e baixos-relevos em massa, frisos geométricos ou figurativos em que se sobressaíam os temas florais, predomínio dos cheios sobre os vazios, janelas circulares, valorização e demarcação de acessos centralizados, iluminação feérica, sugerindo o glamour dos grandes espetáculos de néon. As composições são marcadas por linhas e planos, verticais e horizontais, fortemente definidos.”(MAHLER; SILVA, 2007. p. 120)

Na praça cívica encontramos muitos monumentos com esses traços, tirei uma foto no Museu Zoroastra Artiga e as outras foram encontradas na internet para ilustrar esse traços:



*Foto 7: Foto tirado do Jornal Curta Mais do Antigo Departamento Estadual de Informação, atual Museu Zoroastro Goiânia. Disponível em: < <https://www.curtamais.com.br/goiania/porque-goiania-e-considerada-a-capital-do-art-deco> >. Acessado em: 19 de Janeiro de 2023.*



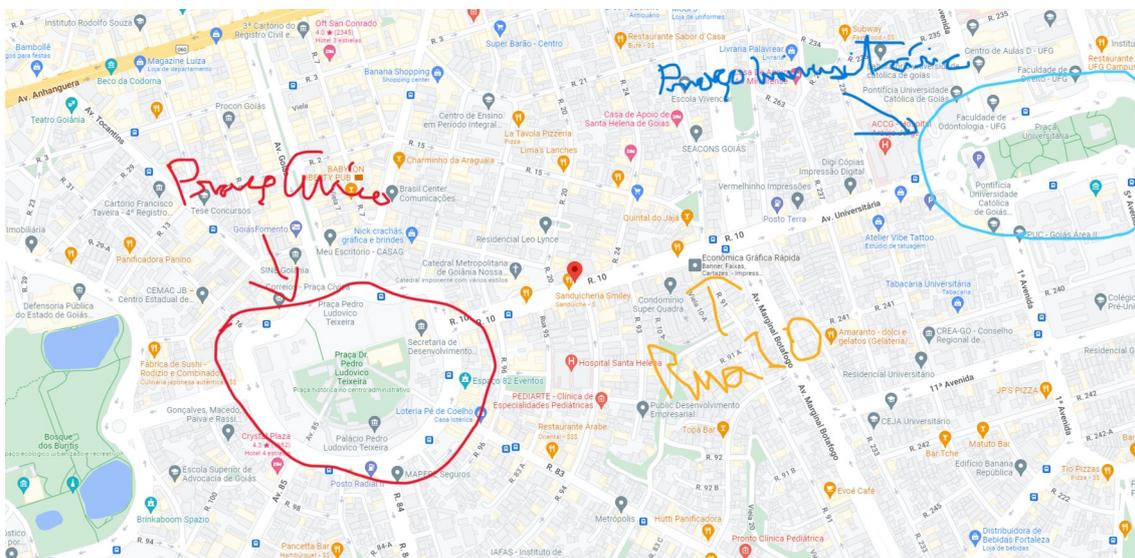
*Foto 8: Foto tirado do Jornal Curta Mais do Edifício da Antiga Secretaria Geral, atual Centro Cultural Marieta Telles Machado. Disponível em: < <https://www.curtamais.com.br/goiania/porque-goiania-e-considerada-a-capital-do-art-deco> >. Acessado em: 19 de Janeiro de 2023.*



Foto 9: Fonte: de autoria de Rodrigo Barbosa. 2022, Goiânia, Brasil

A foto tirada da minha visita a Praça Cívica foi em um passeio pelos lugares que representaram um marco fundacional da cidade. No caso, um amigo ressaltou a casa do Governador neste dia, que ficava escondida entre as árvores no centro da praça. Lá se pode notar vários monumentos de *art déco*. Com um fluxo de carros enorme, aquele lugar marcava um ponto onde se podia se deslocar pela cidade por meio do transporte público para qualquer lugar. Por isso, muitas pessoas passam por lá e pegam seu segundo ônibus para se deslocar para casa. Um local estratégico, de patrimônio cultural material e de fluxo de pessoas. Segundo Lima Filho (2007, p. 247) “o *art déco* não pode ser tomado como um ícone totalizador da identidade da cidade”. Assim, como a cozinha

de “Pit Dog”. Mas para adentrarmos nesse quesito, outras ruas acabam sendo acopladas a essa faixa central. De acordo com França (2013):



Mapa 10: Fonte: de autoria própria. Disponível no *google maps* para identificação pelo leitor(a/e)

“A Praça Universitária foi idealizada ainda em 1933, na ocasião da transferência da capital goiana para a região que hoje compreende a cidade de Goiânia, fundada neste ano. Entretanto, foi inaugurada somente em 1969, com projeto urbanístico do arquiteto Atilio Corrêa Lima, na gestão do então prefeito Íris Rezende Machado. A via de acesso principal à Praça Universitária é a Rua 10, que a liga diretamente à Praça Cívica, marco inicial da capital goiana.” (FRANÇA, 2013, p.32)

Trazendo toda essa questão histórica da cidade, notamos que ainda esse contorno da praça cívica tendo as principais ruas de Goiânia: como a Araguaia e Tocantins. Como a rua 10, como um desses braços da Praça Cívica, sendo uma das principais ruas da cidade de Goiânia, esse espaço sociocultural representa uma historicidade da cidade relacionada à população, e neste contexto encontramos diversas cozinhas de “Pit Dog” nesse espaço. Encontrando essa cozinha no canteiro central de trânsito, onde se tem uma ciclovia que serve também para os pedestres andarem. Um espaço de transição de sujeitos pela cidade.

Com isso, devido a essa relação histórica que essa cozinha, faz parte da construção da cidade. A Rua 10, veio a ser chamada por interlocutores de a Rua dos “Pit Dogs”, em referência aos cinco “Pit Dogs” existentes naquele espaço. Se tornando uma marca de consumo que é conhecida e visitada por vários sujeitos que moram em diversos bairros de Goiânia, como o Setor Garavelo, Balneário Meia Ponte, entre outros.

O campo de pesquisa se constitui em um espaço sociocultural criado por diversos sujeitos. Nisto, vou ao encontro do campo atravessando a parte a Região Norte

da cidade, sentido o Setor Central, precisamente, no espaço da Rua 10. Essa pesquisa é de caráter subjetiva e tenho um posicionamento bem definido de morador, goiano e pesquisador. O conhecimento acontece quando eu encontro as(os/es) interlocutores e me deparo com cosmovisões diferentes, no caso, quando a pesquisa é vivida por mim e os “outros”. Nesse choque cultural, devemos desnaturalizar categorias ou colocá-las em choque com outras percepções? Essas questões podem aparecer durante o trabalho, afinal, há uma relação inerente entre o pesquisador e os(a/e) interlocutores, é fundamental ressaltar isso neste trabalho. Teorização feita por mim e coteorização, causam percepções em acerca da alteridade que indicam resultados pertinentes à pesquisa. As coteorizações trago de Rappaport (2007), como concepções de cosmovisões enquanto suas vivências em relação ao que é estudado. Devendo compreender que a percepção das(o/e) interlocutores devem ser encaradas, podendo ser diferentes da minha, mas cabe a este colocar tanto minhas vivências no campo, quanto a das(o/e) “outros”.

Voltemos então, sobre o porquê da importância da escolha desse campo. No caminhar, como posto por Rocha e Eckert (2003) como algo para observar e desvendar as entrelinhas do espaço sociocultural. Nessa caminhada entre províncias de significados (VELHO, 2003), está uma rua de significados, chamada de a Rua dos “Pit Dogs”. Na Rua 10, inaugurada em 1969, pensada também como um caminho para facilitar a transição por meio de transportes público e privado pela cidade. Tida, como um lugar onde se tem uma quantidade maior que os demais espaços de “Pit Dogs”, que sejam próximos, logo, também ficando em uma distância, cerca de 1 km, da praça cívica que é tida como o marco zero da construção da capital. Por isso é feita essa escolha, tanto pela localização próxima a praça cívica, historicamente relevante, e a questão da transição de consumidores, sujeitos, interlocutores, vendedores ambulantes, pessoas em situação de rua, e da quantidade de cozinha de “Pit Dog” nesse espaço. Por exemplo, ao redor da praça cívica tem vários tipos de comércios e também prédios institucionais como o do Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN). Mas ao final do dia, vários desses estabelecimentos cessam suas atividades, e conseqüentemente, pela falta de restaurantes ou lanchonetes naquele espaço no período noturno, as cozinhas de “Pit Dog”, estando próximos uns aos outros, dão vida ao comércio no período noturno e na madrugada, fornecendo uma opção de consumo. Havendo uma disputa de público não-dita entre os “Pit Dogs”. Por fim, foi feita essa

escolha pelo pesquisador por estes motivos apresentados e deixados explícitos para o leitor.

O campo de pesquisa constitui uma lógica própria, no qual, podem surgir várias questões em torno dos(a/e) interlocutores que são os consumidores e trabalhadores nestes locais. Para adentrar melhor nesse campo que mexe comigo, especialmente, porque apesar de ter nascido no interior do Goiás, cresci aqui em Goiânia, isso me afeta, principalmente a comida da cozinha de “Pit Dog”. Até porque os sanduíches de “Pit Dog” são de certo modo uma comida democrática, no qual, qualquer classe social pode ter acesso, e na minha história de vida sempre quando sobrava algum dinheiro no mês ao longo da minha vida eu comparecia a esse local para lancha. Porquanto, essa comida enquanto uma memória biográfica afetiva em relação a comida, sensibiliza outros sujeitos. Do mesmo jeito de uma memória gustativa, que segundo Benemann (2017) que são memórias que carregamos ao longo da vida, que leva a lembrança pelos cheiros, gostos e prazeres da comida.

Neste caminho da pesquisa é que se encontra uma relação de memória e identidade por meio da cozinha de “Pit Dog”. Como a memória e a identidade caminham lado a lado, a memória através dessa cozinha se faz por meio da construção de uma identidade do Estado, no qual, se encontra a cozinha de “Pit Dog”, a pamonha, o empadão goiano, entre outros. Esses tipos de comidas são referentes a construção de uma culinária do Estado de Goiás, frente a outros Estados brasileiros, como Minas Gerais que têm como carro chefe o feijão-tropeiro e o pão de queijo. Essas diferenças culinárias marcam uma identidade do Estado construídos pelos sujeitos que a inferem por entre as memórias, a imaginação de um lugar.

A memória está vinculada a identidade, e nisto, percebo a identidade como algo fluído e que pode se adaptar de acordo com o sujeito, como Rocha e Eckert (2010) trazem em seu texto pelo meio de narrativas se constroem cenários imaginários do que foi e do que é. Através das experiências de moradores nos contextos urbanos, podemos observar como se constroem os ritmos urbanos na cidade. O tempo se torna essencial para entendermos a cidade e a rua como um espaço de fluidez e fluxos de habitantes. Transversalmente com o jogo de memórias podemos identificar como se constitui a identidade.

Na interpretação dessa cidade que se dá a identidade do Estado, como algo imaginado, o diferenciando de outros. Como uma parte dessa culinária se agrega uma

constituição de identidade de Estado, assim como a *art déco*. Se diferenciando assim de outros Estados, tido em discurso como um fator singular para os cidadãos e os(as/es) interlocutores na Rua 10. Essa incorporação como um dos símbolos de Goiânia e do Estado. A sanduicheria de rua de “Pit Dog”, como um restaurante a céu aberto, se encontra também como uma afirmação de narrativa e identidade própria.

Essa discussão entre identidade e memória se estenderá ao longo da dissertação. A identidade deverá ser encarada como algo que precede a construção deste texto, tanto quanto o de memória. Por conseguinte, se dá margem para a construção de memórias biográficas condicionando através da memória oral a transmissão de elementos históricos perpassados, postos por Halbwachs (1990), Pollack (1989; 1992) e Bosi (2003), que formam essências de memórias coletivas, contudo, nesta pesquisa, se dá no sentido que não é uma memória coletiva completamente que passa por um rito, mas uma essência; que consequentemente ajudam a formar a identidade do Estado de Goiás e do município de Goiânia. Sendo assim, revelando toda a historicidade da Rua 10 e a cozinha de “Pit Dog” nesse espaço sociocultural. Coloco já nesta introdução a preocupação do pesquisador frente a esta transição entre contexto pandêmico e o endêmico, no qual já se retirou a obrigatoriedade das máscaras. Na decisão do caminho da pesquisa, espera-se apresentar tanto o campo no ciberespaço como no presencial.

Nesse sentido, as entrevistas no campo serão feitas por via online e presencial. Apresento pelo Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), procuro dar a opção para os(as/es) interlocutores pelo uso do nome verdadeiro ou fantasia, como um mecanismo de privacidade. Isso aparecerá ao leitor no primeiro capítulo. À vista disso, devemos pensar a questão da não existência fronteira entre o online e o offline, trazidas por mim, que por conseguinte os dois se cruzam no dia a dia das pessoas, e fazem parte do entorno da cozinha de “Pit Dog”, envolvendo trabalhadores e consumidores que geram um imaginário de memórias e identidade em uma relação dialógica. Logo, realizando um estudo do contexto histórico-cultural da cozinha de “Pit Dog”, visando descobrir como a memória e a identidade influenciam essa cozinha. Dado que, as(os/es) interlocutores constroem um imaginário em torno disto, por entre a memória e identidade.

Diante disto, também temos o fator a consideração da cozinha ser “Pit Dog” ser considerado patrimônio cultural devido aos Projetos de Leis do município e do Estado e não por meio do Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

(IPHAN), pois não está registrado em nenhum dos livros. Devido isto, aprofundarei mais ao decorrer do texto da dissertação. A cozinha de “Pit Dog” é patrimônio cultural imaterial local e regional. Neste ponto, devemos colocar a cidadania patrimonial enquanto um ato político, cujo, sua ação é feita por grupos que acionam determinadas instituições para transformá-los em patrimônio.

Nesta introdução, devo acrescentar que ao longo da construção desse caminho da pesquisa, apresentou-se várias incertezas e angústias, também devido ao contexto de transição de um período pandêmico para endêmico, no qual estamos vivendo. Por fim, pelos devidos motivos apresentados no início da introdução, mas vale acrescentar que escolhi esse caminho por conta de ser um espaço com uma rua de importância histórica para a cidade, ficando próximo à Universidade Federal de Goiás - Campus Colemar Natal e Silva da Pontifícia Universidade Católica - Área 1. Um local com forte fluxo de pessoas, de consumo e de trabalho. Com isso, podem surgir questões fundamentais para responder a seguinte pergunta: como se dá a construção da memória e identidade social em relação a cozinha de “Pit Dog” e sua ligação com a Rua 10 em Goiânia?

Ao pensar essa pesquisa usei várias bibliografias centradas nas categorias: rua, alimentação, consumo, memória e identidade; com o intuito deste arcabouço teórico ajudar a responder o problema de pesquisa posto aqui, e também as teorias dos interlocutores. Alentando isto, o pesquisador e os(as/es) interlocutores adentram em questões postas ao longo da introdução, mas podendo surgir outras ao longo do texto. Porquanto, o objetivo dessa introdução é revelar alguns aspectos do campo que serão aprofundados ao longo da dissertação.

No primeiro capítulo, o pesquisador identificando o caminho sobre o tema, trazendo conceitos chaves para fazer a pesquisa, além da percepção da própria teoria vivida, trazida por Peirano (2008), no qual o pesquisador entra no campo, e entende esse meio para além de um método, mas uma ação que envolva práticas e teorias que são postos em alteridade com o “outro”. Com a ajuda dos(a/e) “outros” enquanto interlocutores para chegar a uma resposta ao problema de pesquisa. Por isso, ao pensar nesse meio adentrando com o olhar, ver, ouvir, degustar, sentir o odor, para compreender melhor o que está acontecendo nesse contexto sociocultural. Perpassando por estratégias para adentrar o campo, com o intuito de posteriormente a realização de uma análise colaborativa com os interlocutores, por meio das memórias biográficas de sujeitos transmitidas por uma memória oral para os seus. Essa colaboração se dá com a

apresentação de falas e análise em conjunto de situações da pesquisa. Além de apresentar a história da cozinha de “Pit Dog” na Rua 10 de Goiânia. Nisto, Collaço (2009) entende a cozinha como parte fundamental para a construção da cidade, criando relações de memória e identidade entre os moradores deste local. Em sua tese, traz essa questão através da cozinha italiana na cidade de São Paulo e seu papel na construção de uma identidade no Brasil dos imigrantes italianos e sua família, desvendando memórias que explicam o papel de sua culinária na história da cidade.

Trazendo as primeiras impressões do campo e a entrada, além das dificuldades e soluções para esses problemas encontrados. Assim como algumas questões do ciberespaço e seu cruzamento com o espaço presencial que dialogam com categorias fundamentais da dissertação. A entrada no campo presencial é feita por conta das dificuldades encontradas no ciberespaço nesse primeiro momento. À vista disso, tendo como objetivo apresentar o contexto sociocultural que envolve a cozinha de “Pit Dog” na Rua 10 em Goiânia. O campo pesquisado apresenta como uma das minhas escolhas frente a memória, identidade e rua, apresentar um arcabouço teórico e discussões que levam trilhar um caminho ao longo do campo.

Colocando a discussão teórica, juntando com o deslocamento dos sujeitos enquanto interlocutores. Por esse ponto, a partir da pesquisa desenvolvida sobre a cozinha de “Pit Dog”, na Rua 10 em Goiânia, poderei assim, apresentar um caminho de pesquisa diferente que possa abarcar uma perspectiva que não aflija violência aos sujeitos. Apresentarei em seguida uma discussão e o porquê de seguir o alinhamento teórico de Peirano (2008;2014) e Rappaport (2007) e como trabalhar isso em campo. Por fim, essa contextualização e teorização levará o leitor para melhor entender o que é proposto nessa dissertação do ponto de vista do caminho para se fazer essa pesquisa, e o porquê desse caminho escolhido.

No segundo capítulo, a dissertação demonstra situações do campo, onde eu e os(as/es) interlocutores em análise coletiva do campo por meio de teorizações e coteorizações para responder ao problema de pesquisa apresentado na introdução e no primeiro capítulo. É óbvio, colocando em prática a teoria vivida ao longo do caminho da pesquisa. Levando o leitor a pensar para além de uma perspectiva superficial em relação a cozinha de “Pit Dog”. Onde se apresenta mais a fundo os significados da Rua e o que ela me trouxe, em um contexto de memórias biográficas, gustativas e coletivas sobre a rua, no qual, engloba como interlocutores: trabalhadores e consumidores.

A afirmação desta cozinha como parte do imaginário da culinária do Estado de Goiás e o município de Goiânia. Essa constituição de imaginário que se dá pela criação, negociação e gestão de essências de memória coletiva dos grupos estudados. A correlação entre essa identidade construída imagetivamente e a memória tem respaldos no consumo em cozinha de “Pit Dog” para a sua manutenção no espaço. A manutenção e afirmação enquanto um dos componentes da imagem de Estado que se diferencia de outros. Criando por meio de significados e significantes esse espaço de rua de significados que é composta por consumidores, trabalhadores de cozinha de “Pit Dog”, vendedores ambulantes, e pessoas em situação de rua.

A cidadania patrimonial faz parte também dessa construção dos “Pit Dogs” enquanto patrimônio cultural, por meio de uma ação por Projetos de Leis, que foram deferidos por pressão dos cidadãos. E assim, o Estado de Goiás e os veículos de mídia para trazer toda essa questão sobre o turismo que é discutida ao longo do texto, apontando como algo tradicional de Goiás. Contudo, movido por essas questões também trago a discussão entendendo a cozinha como uma cozinha tradicional e moderna, onde um não é antônimo do outro. Pois a tradição se faz, se mantém, se refaz ou pode desaparecer. Pois, além do Estado, as subjetividades dos cidadãos podem mudar ou moldar o jeito de consumir na cidade.

No terceiro capítulo trago questões sobre o ir e vir no trânsito entre províncias de significados em Goiânia. Essa experiência etnográfica contou com a relação de alteridade entre o pesquisador, consumidores e trabalhadores de “Pit Dog”, vendedores ambulantes e pessoas em situação de rua. Muitas dessas relações se encontram entre transeuntes e não transeuntes, apresentados no capítulo em questão. A caminhada também apresentou as questões do transporte e encontros multi subjetivos na cidade, além de sua relação com as províncias de significados na cidade.

As considerações finais sobre o tema, tem por apresentar as formulações principais que surgiram ao longo do texto final. Realizando uma última análise em conjunto nesse texto sobre aspectos importantes e por fim, finalizando esse escrito. Também realizando respostas mais curtas a problemas discutidos na pesquisa, assim como o do problema de pesquisa.

### 3. CAPÍTULO I: A entrada no campo

#### 2.1. A ida ao campo e os desafios apresentados

A primeira ida ao campo aconteceu após o período em que estive esperando a aprovação no Conselho de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás. Para o cadastro e análise precisei submeter o projeto de pesquisa na Plataforma Brasil que demorou aproximadamente três meses até a aprovação. Com essa aprovação me dirigi ao campo de pesquisa online. Pesquisando sobre o tema e postando no ciberespaço o questionário, para todos que desejarem participar, depositando a mensagem no *facebook*, *whats up* e *instagram*. Navegando pela rede note neste ponto a memória se perpetuando através de essências de memória coletiva que é construída também por reportagens na internet. Nestas reportagens se deu a origem de como começou a cozinha de “Pit Dog” e também os significados e as categorias próprias do campo começaram a dar contornos a essa questão.

Ao observar as questões online em meu diário de campo, que são posteriores ao deferimento da cozinha de “Pit Dog” enquanto patrimônio cultural, em 2022. Percebendo este fato, houve um aumento dos comentários relacionados na internet pelos usuários em redes como o *Tik-Tok*, *Instagram* e *Facebook*. Com isso, se construíram memórias coletivas pela internet, ficando registradas nos comentários e também se perpassam pelas notícias. Estas sendo representadas também pela oralidade no ciberespaço dos sujeitos.

A história oral construída pelas(e/o) interlocutores é perpetuada através de fragmentos de memória coletiva. Essa memória biográfica de cada referência viva deverá nos mostrar o quão a cozinha de “Pit Dog” é central para contar parcialmente a história da cidade de Goiânia. Criando assim uma identidade de cozinha goiana de rua em relação a esses lugares. Esse contexto sociocultural da cozinha de “Pit Dog”, conduz a experiências próprias do campo.

Sendo que na capital, os locais que produzem esse alimento em um lugar de memória para os consumidores e trabalhadores. Esse espaço de disputa também envolve uma construção de identidade através da memória. A construção é feita pelos caminhos, entre aquilo que deve ser esquecido e o que deve ser lembrado, construindo espaços dentro da cidade. Sendo este lugar de memória, um lugar de

recordações, representadas por meio de memórias individuais e coletivas (NORA, 1983). Porquanto, o campo da pesquisa acontecerá na Rua 10, localizada no setor leste universitário em Goiânia. No qual, tem cinco “Pit Dogs” nesse espaço.

Presente em vários momentos na vida das pessoas que residem na região metropolitana de Goiânia, como uma opção de alimentação a partir década da 1970, Caracterizada por sua presença tangível e fixa em praças, ruas e logradouros, espalhados pela região metropolitana, com cadeiras e mesas, e um horário de funcionamento normalmente no período noturno (MARTINS, 2019), onde podemos categorizá-los como um tipo de cozinha, descrita por saberes e práticas exercidas em na rua da cidade que se configura em uma comida de rua, correspondendo a um estilo de vida, tanto para o consumidor, quanto para o trabalhador. Complementando Martins (2019), França (2014, p.71) “PIT DOG - É como são chamadas as sanduicheiras de rua em Goiânia”. Neste trabalho, coube aos interlocutores e a mim conceituá-la de uma maneira mais nítida para os leitores. Quando perguntado o quê é um “Pit Dog” para os interlocutores:

“Trabalhador e interlocutor 2 – Um “Pit Dog”, rapaz [...] um “Pit Dog” é onde a galera vem se alimentar.”

“Consumidor e interlocutor 6 – Um “Pit Dog” pra nos [...] É o “Pit Dog” que come ‘xis-salada’.”

“Consumidor e interlocutor 7 – “Pô. É caseirão, não tem jeito. Tem alguns que até colocam aquele ‘trem’ de vidro [...] Ai a gente pode ver o chapeiro, etc. [...] Montando o sanduíche e tal [...] Eu não gosto muito desses termo é ‘raíz’ e tal; mas é uma coisa antiga [...] Acho muito massa [...] Massa também é que se você chegar, por exemplo, é que tem “Pit Dog” que não funciona vinte e quatro horas e se você chegar um pouco antes de abrir você vê o povo fazendo molho verde [...] Preparando as coisas [...] Eu acho massa demais, porque eles não fazem em casa, fazem lá mesmo.”

“Trabalhador e interlocutor 1 – O “Pit Dog” é igual eu te falei mesmo [...] Tradição, aonde as pessoas reúnem amigos no final da [...] No começo da noite. Pessoas, muitas vezes estudaram juntos, tem muito tempo que e[...] Separaram. Então, vem, sai do serviço, se encontram, confraternizam, né!? É, além de ser igual ao que eu te falei [...] Um lugar que as pessoas vêm lanchar, curtir um lanche rápido, barato. E como acaba sendo um lugar que as pessoas se encontram também, né!? As pessoas saem para passear com a família.”

“Consumidora e interlocutor 4 – É [...] Você fala o que tem [...] O significado da palavra, né!?”

Pesquisador – É. O que significa para você?

Consumidora e interlocutor 4 - Eh, sei lá [...] No momento em que [...] Divertimento com amigos e família. É comodidade, praticidade.”

“Consumidor e interlocutor 5 – “O que é a cozinha de “Pit Dog”? Cara, e algo muito relativo [...] É um cenário meio caótico as vezes de se estar com a

lotação máxima no local. E ao mesmo tempo, acredito que seja algo muito divertido, algo muito legal. Você conseguir ali um alimento, e a pessoa conseguir ver a preparação daquele alimento.”

Dentre esses significados de coteorizações, o pesquisador em sua experiência etnográfica, entende que o “Pit Dog” engloba diversos significados que expressam um sentido. Como uma sanduicheria que produz o ‘xis-salada’, com uma estrutura tangível de metal, pedra e cal, que dá para ver o chapeiro fazendo o sanduíche próprio daquele local. Uma área com cadeiras onde se reúnem grupos que passam por ali e saem logo após. Com uma cozinha que envolve tanto o tradicional, quanto o moderno. De acordo com Homem (2003) o princípio de uma cozinha moderna é a racionalidade, no sentido de uma redução do espaço, para poupar o tempo e economizar a energia dos sujeitos. Tendo como três princípios principais que são: limpeza e preparo, armazenamento, conservação, cozimento e serviço. Com um equilíbrio entre os equipamentos e as janelas, instaladas em locais estratégicos. Tendo, também, uma automação destes equipamentos auxiliares na cozinha, combinando assim com uma economia de passos.

Esses equipamentos de automação – geladeiras, freezer, batedeira, etc. - nos leva a pensar em uma cozinha moderna, com o fator da industrialização. Mas Homem (2003), também em si, fomenta uma ideia de uma cozinha tradicional, onde, a cozinha era suja, abria-se em um quintal, com equipamentos manuais, como o fogão a lenha. Discordando, dessa imagem de cozinha e também se refletindo o que é tradicional, colocando AlSayyad (2004) vê a tradição como algo que pode desaparecer, manter-se ou se reinventar através de uma ação pensada por indivíduos e seus grupos em um período que a globalização e o multiculturalismo – relação de diversas culturas em um mesmo ambiente - promovê mudanças, que afetam a cidade e a cozinha. Porquanto, como a tradição é inventada na construção de uma cultura, como a do Estado-Nação, que é trazida por Anderson (2008), no qual, é imaginada por membros de um grupo que nunca se conhecerão ou encontrarão, mas todos têm uma imagem viva compartilhada. Isso se dá também quando se pensa que a cozinha de “Pit Dog” é sua tradição. Destaca-se, ao afetar essa imagem com mudanças muitas, gera um desconforto do que é tradicional, gerando uma crise de autenticidade em sua mente. Porquanto, pode desaparecer muitas das vezes ou ser repensada, para nesse caso em questão, atender as demandas do mercado, até porque é consumida, que para AlSayaad (2004, p.13, tradução nossa) “Argumentando que a tradição pode ser

entendida como tendo um valor autêntico ou intrínseco, ela afirma que as práticas de valorização associadas ao consumo valorizam a tradição”.

A tradição é transmitida de “geração em geração” quando se pensa o consumo, através de uma ideia que se apropria do objeto para se expressar e relacionar-se a sujeitos e grupos, como uma prática diária, podendo ser pensada, criticada e consumida. Nesses moldes, a cozinha pode ser identificada tanto como moderna, como tradicional. Porque o tradicional é uma invenção, uma imagem, assim como o moderno, que se expressa na prática e podem ser associados a cozinha de “Pit Dog”.



*Foto 11:* Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A imagem traz a questão do tradicional, mas também nos leva a pensar o moderno. Dentro da cozinha eu não tive a experiência de entrar, por conta de toda a correria e ser muito invasivo em relação a boa vontade dos trabalhadores e interlocutores, mas dentro tem geladeiras, a chapa, o freezer, e os locais onde se coloca o pão. Em um espaço pequeno, para poupar a energia. Uma junção entre a

imagem do moderno e tradicional. Na foto, procurei focar na estrutura e na diferença de outros “Pit Dogs” da Rua 10 que não apresentavam a televisão. Podemos notar também a organização da cozinha, com seus molhos e caixas. Além disso, eu estava em sentido praça universitária quando tirei essa foto. Há uma organização de mesas e cadeiras, além de um dos trabalhadores estava terminando o arranjo dos molhos. Contudo, podemos notar mais a frente um ponto de ônibus cheio de pessoas esperando para sair do Setor Central. Na foto temos a diferença de horário a partir da iluminação do céu, que dá contraste à imagem.

Há uma imagem de alguma sanduicheria de rua, que está literalmente no centro daquele espaço separado por duas vias. Nestes termos, Frehse (2013) entende a rua como um espaço semântico dentro da cidade, remetendo a logradouros, vias, becos e ladeiras, em um sentido irrestrito em povoamento, aludindo a traços socioculturais de uma vida social, não se restringindo a uma representação. Com isso, esse espaço com padrões de convivência localizado na Rua 10, entre os não-transeuntes e os transeuntes. Segundo a pesquisadora (2013) os não-transeuntes são aqueles que estão naquele lugar todos os dias, ou quase todos; que são os trabalhadores da cozinha de “Pit Dog”, pessoas em situação de rua e vendedores ambulantes. Diferentes dos transeuntes, que são pedestres que passam por ali, compram coisas e logo vão embora. Trabalhando com esses dois, meu foco é nos trabalhadores. Como apresentado nas fotos anteriores. Tornando-se de tamanha importância, que em alguns jornais eletrônicos noticiavam, como: Jornal Opção, Curta Mais, Da Redação, entre outros.

À vista disto, o leitor (a/e) deve se atentar ao imaginário construído no Estado. Em seu artigo, Abdala (2019) coloca em questão a culinária escolhida para representar o Estado, como algo tradicional deste. Porém, esse repertório que é deferido como patrimônio imaterial do Estado, pode omitir uma diversidade gastronômica desse espaço. Como no caso da cozinha de raiz caipira, ainda existente no município de Igarapé, Minas Gerais, que tem características de uma cozinha mineira, mas é relegada à invisibilidade. A construção desse imaginário se torna presente também nessa dissertação. Criando assim uma identidade que se diferencia de outros Estados e também pode excluir outros tipos de cozinha. Como Lima Filho (2007) aponta que não se deve ter a *art déco* como um símbolo totalizador de identidade de Goiânia.

Segundo Benemann (2017) a comida apresenta uma memória gustativa, referindo as memórias que carregamos dos cheiros, gostos e prazeres de uma vida. Para Amon e Menasche (2008) o gosto da comida mediante a memória social, é construído historicamente pelo grupo, que no caso do artigo são os judeus sefardi. Trazendo diversas receitas que são modificadas após a imigração do grupo para outros países por meio da troca de marcas de ingredientes, devido à diferenciação dos ingredientes com os produzidos em outros países, como o tomate que é substituído pelo da marca Elefante, na receita do *aroz kon domat*, no Brasil. Por meio dessas receitas, que narram histórias e vivências da comunidade, perpetuando uma memória social. De acordo com Amon e Menasche (2008, p.15) “a comida, tem uma dimensão comunicativa, como a fala, ela pode contar histórias”. Essas memórias foram construídas a partir da comida da cozinha de “Pit Dog” que é o ‘x-salada’.

Tendo ingredientes caseiros e processados na formulação de seus sanduíches. O hambúrguer in natura, moldado a mão por eles mesmo, com tomate, alface, com a união dos processados como o milho, batata palha, salsicha, bacon, presunto, muçarela e pão. Dentro outros ingredientes que podem se juntar a esses – ovo, lombo, frango - ou serem trocados de um hambúrguer para um file de frango ou lombo, ou os que são tirados de acordo com o pedido do cliente. Assim se faz um sanduíche de “Pit Dog”. Assim ao longo da minha caminhada e através do sentir os sabores e cheiros, trago algumas fotos dos sanduíches que comi e uma anatomia do “Pit Dog” para ficar mais palpável ao leitor(a/e).



Foto 12: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 13: Foto tirada do Instagram da Prefeitura de Goiânia. Disponível em: < <https://www.instagram.com/prefeituradegoiania/> >. Acessado em: 19 de Janeiro de 2023.



Foto 14: Fonte: de autoria de Kelliane Martins de Araújo. 2022, Goiânia, Brasil

Já na primeira foto, no “Pit Dog” 3 se apresenta em um dia que fui sozinho, no qual, apenas pedi um ‘x-tudo’, contudo todos os molhos vieram, mas com a substituição da maionese pela mostarda. Na última sou eu olhando para os dois sanduíches que havíamos pedido, e com um copo plástico que refrigerante antártica ao lado. Com todos os molhos que haviam na segunda foto. Mas duas coisas nos chamam a atenção nessa foto: uma farmácia do lado esquerdo e uma moto estacionada ao lado direito. As motos são usadas em entregas e normalmente ficam de um dos lados da via. Apresentando um pedido meu e da minha companheira, que é um combo da sanduicheria “Pit Dog” 1.

A cozinha de “Pit Dog” é algo que deve ser visitado e experimentado pelas pessoas que vêm a passeio na capital. Tendo o “x-salada”, nome dado ao sanduíche que é representado por muitos como o principal da cozinha de “Pit Dog”. Temos como exemplo minhas experiências etnográficas de vida, em muitos casos com meu tio, que me chamava para ir em um “Pit Dog” comer um ‘x-salada’, o que muitas das vezes não representava comer um ‘x-salada’ no sentido exato da palavra, mas um outro sanduíche. Citando caso análogo, comer um ‘x-tudo’ que era um dos principais sanduíches. No caso do consumidor e interlocutor 6:

“Pesquisador – Do que você se lembra da primeira vez em que comeu em um “Pit Dog”?”

Consumidor e interlocutor 6 – A primeira vez. Repete novamente a pergunta.

Pesquisador – Do que você se lembra da primeira vez em que comeu em um “Pit Dog”?”

Consumidor e interlocutor 6 – Cara [...] Primeira vez. Na verdade a primeira vez que eu comi um ‘x-salada’ [...] Acho que tinha uns oito anos de idade. Eu me lembro porque foi meu pai que me levou pra comer um ‘x-salada’. Desde então nunca parei.”

Esse relato do que se come, do nome dado é repassado dessa forma, quando se refere a um “Pit Dog”. Sendo trabalhadas essa percepção por meio da afirmação de diferenças de alteridades no campo de pesquisa e respeitando cada uma delas e englobando questões em comum para pensar e trazer o que é a cozinha de “Pit Dog”. O leitor poderá observar como é trazido o ponto em questão ao longo do texto.

No ciberespaço, em um primeiro momento, navegando por sites de notícias apareceu questões. Mas uma delas é emblemática quando tratamos de memória, que é a do surgimento do “Pit Dog”. Em sua monografia Martins (2019) aponta o surgimento dessa cozinha em Goiânia, ligado aos rachas que aconteciam em algumas praças de Goiânia, no qual, os sujeitos levaram trailers para a praça onde serviam o sanduíche. Por causa dessas corridas clandestinas que se chamavam rachas, os espectadores e corredores podiam desfrutar dessa comida. Consequentemente, dessa união da palavra “Pit” que vem de pit stop que é uma palavra inglesa e do “Dog” que vem de hot dog, lembrando aquelas carrocinhas que servem um pão com salsicha com molho de tomate, e que surgiu essa ideia. Essas informações e categorizações são trazidas no Projeto de Lei número 104 de 2018 que é analisado por este. Contudo, mergulhando no mundo virtual, temos uma outra história, ligada ao surgimento da cozinha de “Pit Dog”.

Iniciamos pelo dia em que comecei a experiência no campo, em primeiro lugar, certo dia me deparei com a notícia em que um dos inventores da cozinha de “Pit Dog” havia falecido, foi em um domingo. Então me compadeci e fiquei um pouco triste devido ao fato, acessei a notícia pelo Instagram do jornal *O popular*. O jornal tem grande relevância na capital goianiense, sendo um dos mais renomados. Na notícia constava que seu nome era Jacob Abdalla Rassi, falecendo aos 76 anos de idade. A matéria ainda trazia que os irmãos Rassi fundaram o primeiro “Pit Dog” de Goiânia, em 1972. Eles se mudaram de Curitiba para a capital dois anos antes.

Porventura, o “Pit Dog” foi criado na Rua 7, o estabelecimento tinha uma logomarca inspirada no animal de estimação da família, um cachorro.

Nessa parte da pesquisa, procurei observar também os comentários em relação a postagem ocorrida na página do *Instagram*. Esses comentários podem ser entendidos como uma construção da memória no ciberespaço pelos(a/e) interlocutores, cujo há um grupo que interage prestando os pêsames e agradecendo o que Jacob fez. Esse momento é importante quando pensamos na importância da cozinha para a construção da identidade de Goiânia, assim como a *art déco*. As construções imagéticas, por vez escritas por jornalistas em matérias, com títulos como o Curta Mais, enquadrando o “x-tudo” como uma comida típica goiana, em sua matéria no dia 28 de Setembro de 2021, tendo título: “Comida típica goiana: 10 pratos que representam a culinária regional: pequi, pamonha, galinhada, empadão e outras maravilhas gastronômicas que fazem parte de um verdadeiro patrimônio regional” (COMIDA, 2021). A matéria nesse sentido para corroborar a narrativa, como um marco de identidade de Goiânia; mas quando olhamos a história, em 2002, se tentou criar também uma ideia de cidade da *art déco*. Neste trabalho essa imagem se dá no título, mas existem outras representações culturais que fazem parte dessa imagem.

A fundamentação da memória por meio da escrita pelos sujeitos, no ponto em questão, comentários da foto em formato de notícia na rede social do *Instagram*. Mas para além disto, a memória se dá nas notícias em jornais que perpetuam os acontecimentos naquele contexto.

Constatando isto, me desloquei no ciberespaço, acessando o *google* e pesquisando mais sobre o ocorrido, indo no próprio site do jornal *O popular*, visto isto, Xavier (2022), traz como foi o surgimento da cozinha de “Pit Dog”, tendo o primeiro nome atribuído pelos pioneiros de ‘Petit dog’, em Goiânia. Uma junção do francês e inglês, mas Jorge ressalta na matéria que o nome ficaria confuso, por isso teve a ideia de intitular “Pit Dog” e ficou assim. O empreendimento foi um sucesso, e se instalou quatro ‘carrinhos-trailer’ nas principais praças da capital na época. Em uma outra matéria acessada, temos outras informações memórias que complementam as expostas anteriormente, Ferreira (2020) traz na sua matéria a movimentada rua 7 no centro de Goiânia, onde a marca ficou famosa. Os irmãos vieram do Paraná e tiveram a ideia de promover um serviço original e com qualidade que também tivesse um caráter popular. Por conseguinte, o sucesso da cozinha de “Pit Dog” foi instantâneo, em 1973, os

irmãos já contavam com quase oitenta funcionários em várias cozinhas de “Pit Dog” espalhadas pela cidade, contendo trailers nas praças Avião, Tamandaré, Cruzeiro e Universitárias.

Partindo disso, temos uma foto da primeira cozinha de “Pit Dog”:



Foto 15: Foto retirada do site do Jornal O popular. Disponível em: < <https://opopular.com.br/noticias/magazine/a-inven%C3%A7%C3%A3o-do-pit-dog-1.2117861> >. Acessado em: 19 de Janeiro de 2023.

Nesta foto, podemos ver uma Brasília amarela, em uma sala comercial funcionava a primeira formação de imagem de uma cozinha de “Pit Dog”. Além do nome ser “pitidog” e ter um cachorro branco como logomarca da cozinha naquele momento. Não obtive sucesso nesta tarefa de reunir mais imagens de cozinha de “Pit Dog” neste tempo. Mas houve diversas mudanças.

Com o sucesso dessa cozinha de “Pit Dog”, foram surgindo diversas sanduicherias que copiavam o nome e o formato do sanduíche. Navegando pela internet, o pesquisador nesse primeiro momento, nota outra questão, no qual, Curti (2016), conceitua o sanduíche como: “O pão espremido na chapa, o bacon suculento, o gelo no creme de morango e o extragrátis de catupiry, nós sabemos de onde vem” (CURTI, 2016, p.1). Apontando também um complemento ao mito de origem da

cozinha de “Pit Dog”, como uma similaridade a expressão “pit-stop”, que traduzindo para o português significa parada, que por conseguinte é nome usado para decretar a paradas de carros de corrida em campeonatos como o de fórmula 1, stock car, entre outros. De certo modo, o nome do “Pit Dog” é correlacionado a isso, como dito anteriormente. Antes de sair a notícia relacionada a questão da origem da cozinha de “Pit Dog” muitos acreditavam que essa era a origem, até na monografia de Martins (2019). Podemos notar, um complemento do mito de origem com isto, pois está relacionado também aos rachas que ocorriam em locais em Goiânia e estava presente essa cozinha para a venda de sanduíches.

Voltando para outro site, navegando pela internet, o pesquisador voltou seu olhar para o *Youtube*, onde localizou dois vídeos relacionados a reportagens sobre a origem da cozinha, trazido pela Só (2022), cujo seu título é: *Só Goiás que tem: sanduíche é patrimônio da cultura goiana e “Pit Dog” é reconhecido no Brasil*. Trazendo como uma cozinha da capital que se espalhou pelo interior, definindo como “Pit Dog” que apenas tem no Estado de Goiás, tido como lanche oficial do goianiense é uma invenção de Goiás. É também um lugar que as pessoas passam depois do trabalho ou balada para lanchar e saciar sua fome. Tendo isso em mente, o primeiro “Pit Dog” tem sua origem em 1970, no qual, funcionava em um restaurante, número 210, na Rua 7. Seu Jacob veio de Curitiba e não fazia ideia do que se tornaria essa cozinha. A ideia do símbolo partiu de uma firma em Curitiba que tinha um ursinho sorrindo, mas ao invés deste símbolo, trouxe o animal de estimação da família como carro chefe. Então a ideia do nome, é reprisada aqui nesta reportagem pela Record TV, trazida por Só (2022) ainda ressalta que, o grande sucesso, Goiânia tinha poucas opções gastronômicas naquele contexto, Jacob e seu irmão que entrou como sócio, e foram trazidos dois funcionários da sanduicheria de Curitiba, que vieram levando sua experiência. A loja física na Rua 7, já com fachada e logo marca, é o nome: “Pit Dog”. Jacob pensou em mandar fazer dois trailers para colocar na frente de seu estabelecimento, com 30 dias já chegaram, após posicioná-los no local definido, enquanto o marceneiro trabalhava nos trailers de dia, o local funcionava a noite, e isso chamou a atenção das pessoas. Percebendo que a ideia havia dado certo, Jacob encomendou mais quatro trailers que ficaram prontos em dois meses. Posteriormente, foram distribuídos nos pontos mais movimentados da cidade de Goiânia, que eram: praça universitária, praça do avião, avenida Tocantins e praça Tamandaré. A partir

desse momento, em 1970, começou o grande sucesso dessa cozinha, percebendo isso, recebeu uma proposta de compra do estabelecimento e o vendeu parcelando em dez vezes. Com o pagamento investiu em um negócio totalmente diferente, uma panificadora. Mas olhando para a capital, percebeu que o negócio tinha caído no gosto dos empreendedores da capital, surgindo diversas sanduicherias do mesmo tipo. Mesmo não tendo registrado a patente da cozinha de “Pit Dog”, Jacob contribuiu para a popularização dessa cozinha, sendo um dos pioneiros.

Contudo, ao longo da história dessa cozinha, temos a construção do famoso sanduíche de “Pit Dog” aqui. Primeiramente, naquele tempo havia uma dificuldade de encontrar ingredientes, talvez fosse por isso que fez com que transformasse o “Mc Donalds” pela receita, sofrendo modificações, sendo postos outros no lugar, como a alface e tomate no lugar de molhos, até no nome que era cheeseburger, sofrendo também adaptações, cujo cheese virou um “xis” e daí para “X” salada foi um passo pequeno, se tornando assim uma verdadeira cultura gastronômica do Estado de Goiás. A receita com o tempo foi modificada, com o incremento de novos ingredientes, virou o “X” salada que conhecemos. Mas temos hoje em Goiânia um movimento de high cook, traduzindo para o português significa alta culinária, que traz pequenas inovações que fazem a diferença no sanduíche, cujo, é atribuído o nome de sanduíche gourmet.

Com essas mudanças na receita, feita historicamente, no qual em minha experiência etnográfica os interlocutores não souberam me falar sobre essa questão. Contudo, há um formato de receita proeminente descrita no texto seguida pela cozinha de “Pit Dog”, podendo haver pequenas mudanças, como a adição de ingredientes. Temos o caso do ‘x-salada’ no prato ou o adicional grátis da sanduicheria Pit Dog 2, com o purê de batata. Com a mudança na receita, também houve mudanças no formato dessa cozinha, passando por uma sala comercial, depois por uma trailers sem rodas e chegou a uma caixa totalmente metálica, totalmente quadrada, que se abria para exercer essa cozinha. Dessarte, nestes dias, ao correr pela cidade, temos comércios, em salas comerciais vendendo essa receita, e tenho e muitos do que falei tem a imagem do que é o “Pit Dog”, que é aquilo que trago ao longo do texto da dissertação. Uma cozinha de metal, pedra e cal, em formato de caixa, com uma fachada e cadeiras e mesas de plástico, servindo o “x-salada”, com uma

interação nesta província de significados próprios deste local. Em minha experiência etnográfica apareceu essa questão, dado na seguinte foto:



Foto 16: Fonte: de autoria própria. 2022, em Goiânia, no Brasil

Ainda traz a questão dos “Pit Dogs” no começo de sua história, que apenas tinha o cardápio e os preços, mas atualmente, temos o cardápio digital; além do molho verde, maionese temperada, abacaxi, e outros ingredientes que foram adicionados. Com o tempo o pão do sanduíche ficou maior. Até o presente, apontando que hambúrguer tem em todos os lugares, mas a montagem do ‘x-salada’ é diferente, de um modo certo de fazer, uma ordem. Um trabalhador cita que primeiro vem a carne, depois vem o tomate, em seguida a alface, posteriormente outros ingredientes.

Ao analisar a imagem, contém o adicional grátis que é o abacaxi, fora isso, mostra os ingredientes que são usados para montar um “x-tudo”. No gourmet há uma variação de molhos maior e um maior número de ingredientes. Mais um importante adendo vale ressaltar, mesmo existindo outros hambúrgueres e sanduíches ou *fast foods* na capital, essa comida de rua resiste há mais de meio século.

Nesta primeira parte do campo que expus aqui, reflete como é feita a construção no ciberespaço da memória que afeta os internautas e cria uma comunidade afetiva. Todavia, quando trabalhamos com conceitos, conseqüentemente devem ser estranhados no processo de entrada no campo, por exemplo a definição de cozinha de “Pit Dog” de Martins (2019), que traz um conceito de acordo com o seu campo, ou o próprio pesquisador que deve levar em consideração sua trajetória que tem por sua concepção uma vivência, conforme mostrado na introdução. A partir do choque de alteridade, se podemos determinar fatos em relação às questões do campo, envolvendo teoria e coteorizações, que se desenvolvem separadamente e se deslocam para um espaço de debate sobre algo. Com isso, podem surgir outras cosmovisões relacionadas ao tema. Tendo uma perspectiva em relação ao campo diferente dos(es/as) interlocutores, e como isso se modifica de acordo com que vai adentrando em questões do próprio campo. A partir dessa construção de memória e respeitando as devidas alteridades que se fazem no campo, podemos fazer a pesquisa aqui presente.

Com isso, no próximo tópico entraremos em uma questão mais profunda acerca do caminho de pesquisa escolhido e seus porquês.

## **2.2. Metodologia de pesquisa escolhida e as dificuldades enfrentadas.**

A pesquisa desenvolvida na Pós-Graduação tem como pergunta central: como se dá a construção da memória e identidade social em relação a cozinha de “Pit Dog” e sua ligação com a Rua 10 em Goiânia? Com isso Restrepo (2016), aponta que sem perguntar não poderemos pesquisar. Por isso, um problema é fundamental para prosseguir com a pesquisa. Embasado nesta etapa, pode-se se pensar as seguintes: quando começaram a comer da comida de cozinha “Pit Dog”? Por que comem comida da cozinha de “Pit Dog”? E por que não param de comer comida da cozinha de “Pit Dog”? Como se dá a negociação da memória coletiva e identidade? Qual sua relação com a rua 10?

À vista disto, prezando uma pesquisa qualitativa, no qual Restrepo (2016) traz com que muitos estudos de cunho etnográfico, em que, podemos definir uma pesquisa qualitativa como aquele que procura entender as entrelinhas do que é estudado; desenvolvi etapas que levem em consideração o contexto de transição do período

pandêmico para o endêmico. Em um primeiro momento fiz uma revisão bibliográfica, lendo livros, artigos, teses, dissertações, entre outros. Em seguida, submeti o projeto ao Comitê de Ética em Pesquisa da UFG (CEP/UFG) para a aprovação para dar continuação à pesquisa. Posteriormente, seguindo a linha de pensamento de Peirano (2008), pensando a etnografia não como método, mas como teoria vivida. Põe ao longo da história da etnografia, nós enquanto antropólogos, com diversas etnografias feitas, produzimos também um conhecimento sobre o campo em questão, que são levados em consideração ao pesquisar. Fugindo assim da concepção clássica distinção de etnografia enquanto dados e etnologia e teoria. Segundo Peirano (2008, p. 3) “a (boa) etnografia de inspiração antropológica não é apenas uma metodologia e/ou uma prática de pesquisa, mas a própria teoria vivida”. Em que aponta “esta perspectiva, etnografia não é apenas um método, mas uma forma de ver e ouvir, uma maneira de interpretar, uma perspectiva analítica, a própria teoria em ação” (PEIRANO, 2008, p. 3). Por isso, devemos enxergar enquanto todo um contexto de vivência, envolvendo um experimento etnográfico e não apenas um método procurando investigar os fatos apresentados. Embasado nessa teoria vivida, vou empregar as técnicas de observação participante, questionários abertos e diário de campo, mas um contexto do qual se leva em consideração a vivência do pesquisador, teorias, práticas, etc. Sendo que no campo, para Cardoso de Oliveira (2006) o antropólogo tem o trabalho de olhar, ouvir e escrever. No olhar, podemos encontrar a arquitetura do local e como os sujeitos interagem naquele ambiente. Em um segundo momento o antropólogo deve ouvir o que os indivíduos dizem para entender o que está ocorrendo naquele lugar. Juntando o ouvir e o olhar, podem nos dar informações significativas para interpretar, partindo do ponto de vista de dois horizontes que através do olhar e do ouvir produzem algo novo. Essa situação é chamada de observação participante, que é uma das técnicas mais usadas por antropólogos. Restrepo (2016) vai além e apresenta outros sentidos importantes que devem ser usados para responder o problema, que são o tato e o olfato. No caso aqui apresentado, o tato é usado para sentir e degustar, determinado alimento apresentado em campo, e o olfato é usado para cheirar o alimento, para depois digeri-lo, pois quando sentimos o cheiro, nos dá vontade de comer o alimento. Com isso se dá o campo, mas o escrever é uma tarefa do estar aqui, e não do estar lá no campo. O escrever se resume a pôr em prática toda a discussão a articulação do campo e a construção do texto dentro de um ambiente de comunidade acadêmica

Com isso, proponho aqui nessa teoria vivida, referenciar o sujeito enquanto interlocutores, pois a partir disso poderei colocar suas falas na dissertação e fazer a pesquisa por meio da colaboração entre ambos. Por produzir assim uma nova conceptualização do que é o campo, por isso Rappaport (2007) vê a possibilidade de fazer uma etnografia de colaboração, consistindo em uma coleta de dados e uma análise coletiva do empreendimento, consistindo em uma coteorização no campo. Segundo Rappaport (2007, p. 204, “tradução nossa”) “Entendo a coteorização como a produção coletiva de veículos conceituais que englobam tanto um corpo de teorias antropológicas quanto os conceitos desenvolvidos por nossos interlocutores”. Esse diálogo coletivo no campo tem como intuito chegar a uma coteorização por meio teoria vivida tendo todo um caminho percorrido, a partir da experiência do antropólogo e interlocutores para chegar em uma análise em conjunto do tema de pesquisa.

Partindo das minhas vivências em colaboração com as(e/o) interlocutores, por meio de uma experiência vivida no campo dentro desse choque de alteridade próprio do campo em relação a teorização do pesquisador e a coteorizações dos(as/es) interlocutores se produziu o texto final. Deste modo, alicerçando todas as possíveis maneiras de trazer discussões para poder compreender toda essa relação de memória e identidade com a cozinha de “Pit Dog” em relação a cidade, através desses meios podemos trazer resultados significativos que contribuam para a sociedade. Partindo e entendendo a rua como um espaço de transição entre mundos ou província de significados, que desempenham seus papéis sociais (VELHO, 2003); e Freshe (2013) entende que a rua tem significado e formas de interações sociais próprias como um espaço físico com logradouros e praças, em que transeuntes e não-transeuntes fluem de acordo com seus papéis sociais.

Embasado nesse arcabouço teórico, realizarei a pesquisa usando como campo a internet e a vida cotidiana. Para Hine (2020) o campo se baseava apenas no “estar lá”, com observações diretas e um processo de engajamento com o campo. Por isso, o pesquisador na era digital continua de uma forma distinta de conhecimento no campo. Isto é, através do estar, fazer, aprender e práticas no ritmo da vida cotidiana, abrindo a possibilidade do campo no ciberespaço pelas condições apresentadas pela internet. Contendo assim, diferentes estratégias para múltiplos cenários online, como a interação entre o mundo real e o virtual que se apresenta quando o sujeito faz uma pesquisa no ciberespaço. Por isso, quando o caminho para um estudo é o Facebook, o pesquisador

desloca se olhar para as atividades que são consumidas e produzidas na plataforma, e como viajam além do online e é possível incorporar outras formas de atividades.

A internet proporcionou para teoria antropológica modos múltiplos que se movem e buscam conexões entre o online e o offline, entendendo como uma metodologia adaptativa, ou seja, que pode mudar dependendo do campo que pode adentrar. Por isso, entendendo que a internet é incorporada no dia a dia dos sujeitos, oferecendo espaços para as criações de comunidades, carregando uma expectativa de comportamento para seus participantes e proporcionando formações de identidade e assim possuindo características para a exploração etnográfica. Porquanto, a internet incorporada coloca um quadro de desafios para o pesquisador e as soluções dependerão de cada circunstância individual em cada campo de estudo. Por isso, Hine (2020) defende uma abordagem multimodal para uma etnografia da internet, pois entende que não existe fronteira entre o online e o offline para locais de campo para o antropólogo, porquanto muitas vezes se cruza essa fronteira.

A pesquisa se identifica em um contexto da vida cotidiana, pois apresenta todo um contexto de memória que diz respeito ao mundo de relações fora e nas redes sociais e como se relacionam, procurando analisar a construção de identidade e de memória relacionado a construção da cidade de Goiânia. Identificando a não existência da fronteira entre o online e o offline. Usando como uma observação participante online, por meio de redes sociais, como: *Instagram, Facebook, etc.* Para observar essa relação do consumidor e trabalhador nesse meio. Também fazendo pesquisa no campo “offline”, dependendo da vacinação da população e seu andamento, com o pesquisador abrindo espaço para o olhar, ouvir, sentir e degustar no campo. Com um adendo, o pesquisador devidamente vacinado, respeitando ainda o uso de máscara, álcool e lavando as mãos para adentrar no campo presencial. Abrindo possibilidade para desenvolver a dissertação nessas duas vertentes, podendo surgir questões múltiplas e podendo se complementar na realização dessa teoria vivida. Levando também essa questão em consideração nas entrevistas. Em um primeiro momento disponibilizei o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), e distribuirei pela internet. O primeiro plano de ação para a realização da pesquisa acontece em dois momentos distintos, após os sujeitos assinarem o termo, distribuí questionários semiestruturados pela internet pelo *google forms* (plataforma online), para a autorização deste para a efetuação da pesquisa, sendo oito consumidores e sete trabalhadores para a realização da segunda etapa, que é marcar entrevistas abertas com estas e realizar essa tarefa. A

primeira etapa durará de 5 a 20 minutos. Em seguida, elaborarei entrevistas semiestruturadas feitas pelo *google meet* ou outras plataformas digitais para trabalhadores e consumidores. No caso dos consumidores, anunciarei nas redes sociais e realizarei as escolhas destes por meio das respostas no *google forms* (plataforma online). Sendo que nesta etapa as entrevistas durarão de 15 a 30 minutos.

Primeiramente, naveguei pela rede social do *facebook* e postei em diversos grupos. Nos grupos da região do leste universitário, mas logo após a mensagem era excluída pela resolução do administrador. Então fiz a mesma postagem no grupo da UFG, pois muitos estudantes vão ao local para degustar do sanduíche. A mensagem que enviei nos grupos constava o seguinte modelo: “Boa tarde! Sou cientista social e mestrando em Antropologia Social. Gostaria de contar com sua colaboração na pesquisa que estou desenvolvendo que tem por objetivo identificar o processo da memória e identidade de grupos de trabalhadores e consumidores relacionados a cozinha de “Pit Dog” ligado a Rua 10 em Goiânia. Caso queira participar da pesquisa entre em contato pelo messenger do *facebook*”. Recebi neste momento, vários comentários de ‘up’, que é uma forma de colocar a postagem para que mais pessoas as veja. Recebendo uma mensagem de uma pessoa interessado, mas não deu certo, pois expliquei todo a minha pesquisa e enviei o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), para a assinatura via *google forms*, porém devido a duração da entrevista o interessado se declinou da proposta.

Neste momento, diminuí o tempo de duração da entrevista para até 30 minutos na hora de falar e retirei algumas perguntas retóricas do questionário semiestruturado a ser aplicado. Agora reestruturado a forma de pensar a aplicação, publiquei a seguinte frase pelo *story* do *instagram*, com uma mudança, em de: “ Caso queira participar da pesquisa entre em contato pelo messenger do facebook”; mudei para: “ Caso queira participar da pesquisa entre em contato pelo direct do instagram”. Mas foi em vão, nenhuma resposta foi obtida. Então decidi fazer uma abordagem diferente, pelo *whatsapp*, com uma mudança na mensagem, que ficou: “Boa tarde! Sou cientista social e mestrando em antropologia social. Gostaria de contar com sua colaboração na pesquisa que estou desenvolvendo que tem por objetivo identificar o processo da memória e identidade de grupos de trabalhadores e consumidores relacionados a cozinha de “Pit Dog” ligado a Rua 10 em Goiânia. Caso queira participar da pesquisa entre em contato no privado”. Essa questão do privado nesse aplicativo em uma relação social é muita das vezes reduzida ao termo ‘pv’, mas preferi neste momento manter a

palavra em sua forma padrão. Dito isto, enviei em vários grupos e obtive a resposta de duas pessoas que fizeram a entrevista comigo em duas plataformas diferentes. Uma pelo *google meet* e a outra pelo *whatsapp*. A entrevista pelo *google meet* foi feita pela gravação de um diálogo em um mecanismo da própria plataforma e a outra pelo *whatsapp*, foi feita com perguntas escritas e repostas pela referência viva por via de gravação de áudio.

Percebendo essa dificuldade de encontrar interlocutores que estejam dispostas a disponibilizar uma parte do seu tempo para a realização a entrevista por via do ciberespaço, decidi partir para uma abordagem presencial no campo. Mudando também neste momento a forma de aplicar o questionário e a forma de conseguir a entrevista. No campo presencial, sempre procurava me apresentar como pesquisador, sempre compondo uma veracidade na minha prática. Sempre com um documento da Universidade Federal de Goiás (UFG), me afirmando enquanto estudante e pesquisador para o(a/e) interlocutor. Mantendo ainda uma perspectiva de campo, entendendo que não existe fronteira entre o online e o offline. Nesse período, a maioria da população da região metropolitana da capital estava vacinada contra a COVID-19. Neste sentido fui para o campo depois de ter tomado a terceira dose da vacina, mantive os devidos cuidados, usando a todo tempo a máscara e álcool gel. Com isso, só tirava a máscara quando degustar um “x-salada” da cozinha de “Pit Dog”, aproveitando e sentindo o que o alimento pode trazer de gosto, cheiro e lembranças para o pesquisador. Tendo isso em mente nesse primeiro momento me dirigi ao campo. Na questão da Covid-19, caracterizada por:

“A Organização Mundial da Saúde (OMS) destaca que a Corona Vírus Disease 2019 (Covid-19) é uma doença respiratória, cuja forma de contaminação ocorre pelo contato pessoa-pessoa e por meio de gotículas geradas pela tosse ou espirro de um indivíduo infectado. Apesar de não haver evidências de que a contaminação ocorro por meio dos alimentos e de suas embalagens, os ambientes de manipulação, comercialização e consumo configuram-se como potenciais espaços de disseminação de vírus. Isso porque, comumente, se tratam de locais fechados, onde o fluxo de circulação do ar facilita o carregamento.”(ABRANCHES; OLIVEIRA; DE SÃO JOSÉ, 2021, p.2)

O campo, com os devidos cuidados, entendendo essa transição entre o período pandêmico para pós – pandêmico, mudado para a ida ao campo presencialmente, entendendo o caminho da pesquisa enquanto adaptativo e também como uma maneira de levar a questão da entrevista para o presencial, como uma estratégia para conseguir dialogar com os(as/es) interlocutores. Deste modo, podendo surgir dificuldades,

imprimir o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), para caso precisar fazer as entrevistas no campo.

O leitor(a/e) já deve ter percebido a importância da entrevista para quem trabalha com memória oral, pois a partir dela, as(es/os) interlocutores podem nos relatar sobre suas biografias, podemos assim relacionar e analisar como se dá a construção desse enquadramento da memória coletiva relacionada ao tema. Segundo Bosi (2003) as narrativas de história oral perpassam biografias dos sujeitos e quando se junta tudo; se torna os fragmentos da memória coletiva por meio de uma seleção e enquadramento do grupo em questão. Através dessas memórias que formam uma identidade, podemos ver a relação dos sujeitos com a cidade e como essa correlação está intrínseca com a cozinha de “Pit Dog”. Ou seja, a cozinha de “Pit Dog” é parte da história da cidade, e consequentemente, da Rua 10 e por meio desses relatos por via oral, analisaremos por meio da colaboração das(os/es) interlocutores nesse contexto sócio-histórico inerente a esse local e a cozinha.

Segundo Restrepo (2016) as entrevistas são conduzidas por um problema de pesquisa que nos mostra a direção da conversa que temos com o sujeito. Uma entrevista com um diálogo formal, com perguntas abertas, obtendo uma maior compreensão dos fatos e das interações sociais no ambiente, se diferenciando das conversas informais. Um segundo ponto é a do sentido que estabelece através da pergunta, que orienta para conhecer informações necessárias para realização do estudo, na identificação da trajetória de vida daqueles indivíduos. Se distinguindo dos questionários e dos censos. Buscando assim, na entrevista, entender as percepções das referências e também aprofundar nos conhecimentos das situações do passado e do presente, apresentadas no momento, desenhando e fluindo através do problema apresentado. Restrepo (2016) cita:

“O mais importante na execução da entrevista é ter a capacidade de estabelecer uma conversa fluente com o entrevistado. Para estabelecer essa fluência, o ideal é ter memorizado as perguntas que serão feitas durante a entrevista, embora seja importante tê-las à mão na escrita para não perder nenhuma.”(RESPRETO, 2016, p. 60, “tradução nossa”)

As entrevistas têm como objetivo, por meio da minha história de vida e pela história de vida dos(a/e) interlocutores que serão passadas por via oral para a construção da dissertação. Segundo Bosi (2003) essas narrativas de história oral perpassam as biografias dos sujeitos e quando se junta tudo, se tornando uma memória coletiva por meio de uma seleção e enquadramento do grupo em questão. Através dessas memórias que formam identidade, podemos ver a relação dos sujeitos com a cidade e como essa

correlação está intrínseca com a cozinha de “Pit Dog”. A cozinha de “Pit Dog” é parte da história da cidade, e conseqüentemente, da Rua 10.

De acordo com Rappaport (2007) a possibilidade de fazer uma etnografia de colaboração, consiste em uma coleta de dados e uma análise coletiva do empreendimento, consistindo em uma coteorização no campo. Segundo Rappaport (2007, p. 204, “tradução nossa”) “Entendo a coteorização como uma produção coletiva de veículos conceituais que abarcam tanto um corpo de teorias antropológicas quanto os conceitos desenvolvidos por nossos interlocutores”. Esse diálogo coletivo no campo tem como intuito chegar a uma coteorização por meio da etnografia enquanto uma teoria vivida tendo todo um caminho percorrido, a partir da minha experiência e da dos interlocutores para chegar em uma análise em conjunto do tema de pesquisa.

Nesse momento da pesquisa, o olhar e o ouvir se direcionam em outro molde, entendendo a etnografia enquanto adaptativa, nosso olhar se volta para o ciberespaço, onde podemos observar conseqüentemente, a presença do ciberespaço na vida cotidiana das(o/e) interlocutores, prezando a narrativa e todos os comentários e dados observados, onde há uma relação em contraste com a subjetividade do pesquisador. Quando se leva a questão do olhar e ouvir para o campo presencial, deve-se estar atento a tudo que acontece em campo: quando as referências chegam? Qual grupo chega? E formado de quem? O que conversam? De onde vem? Para onde vão? Quem trabalha lá? Fotografa? Como são organizadas as mesas? Existe uma lógica de etapas ao abrir o estabelecimento? Isso tudo nos leva a entender a lógica do campo, podendo aparecer outras questões, referentes ao ouvir e o olhar, mas também ao sentir e o degustar. Entendo sempre as diferenças de percepções do pesquisador e das(o/e) interlocutores.

Por isso, Goldman (2006) coloca a experiência etnográfica para ser pensada face a alteridade. Apontando a diferença de experiência, no caso do antropólogo e o “outro”. Citando caso análogo, Goldman (2006) ressalta que em seu campo, no qual, estudava o candomblé em Ilhéus na Bahia, aconteceu um episódio interessante relatado no texto, em um rito funerário, cujo, é realizado quando um iniciado no candomblé morre e por isso os objetos de ritual que o falecido acumulou ao longo da vida devem ser depositados no mar. Nisto, quando é depositado, os “outros” ouvem os tambores tocados pelos mortos. Escutando uns sons de instrumentos de percussão o antropólogo entra em um dilema. A partir disto, perguntaram posteriormente se Goldman (2006) escutou os tambores tocados pelos mortos. À vista disto, Goldman (2006) ressalta:

“Assim, se eu disser que não acredito ter ouvido os *tambores*, vocês ficarão mais tranquilos a meu respeito; mas, ao fazê-lo, eu estarei simplesmente deslocando a estranheza para meus amigos de Ilhéus, a quem atribuirei características exóticas, e vocês acreditarão que eles acreditam mesmo ter ouvido os mortos tocarem. Por outro lado, se eu disser que acredito que os tambores que ouvi eram tocados pelos mortos, estarei sendo fiel a meus amigos, mas provavelmente perderei não só a confiança de vocês, como os meios de dizer algo a respeito do evento que não seja uma simples repetição do que dizem meus amigos que não são antropólogos.” (GOLDMAN, 2006, p. 166)

A princípio, podemos ver a antropologia como o estudo das experiências, e é por isso que Goldman (2006) ressalta a alteridade como uma questão central para a disciplina de antropologia. Sendo assim, a noção de alteridade não propõe uma comunhão de ideias, por conta disso, foca no ato de textualizar a ‘vida’ dos agentes. Por isso trago:

“Nesse sentido, as teorias antropológicas devem ser encaradas menos como um ponto de chegada do processo da pesquisa do que como o ponto de partida e o meio de uma investigação etnográfica que as coloca sob críticas das ideias e práticas dos grupos estudados” (GOLDMAN, 2006, p. 169)

Por conseguinte, essa não comunhão de ideias nos leva a pensar que se deve respeitar as devidas cosmovisões sobre o tema. Por isso, ao abordarmos a análise coletiva neste trabalho, devemos olhar para essas múltiplas questões no campo de diversas maneiras. Porquanto, não se pode colocar uma cosmovisão acima da outra no campo relacionado ao tema, mas abrir para as duas no texto, provocando uma teorização feita pelo pesquisador sobre o campo e uma coteorização dos sujeitos pesquisados. Com isso, partindo das minhas vivências, como um sujeito que viveu desde os dois anos em Goiânia, em colaboração com as(as/os) interlocutores, por meio de uma experiência vivida antes e no próprio campo. Mas vale ressaltar um adendo, Wagner (2020) em seu livro *A invenção da cultura*, traz o antropólogo como um sujeito que “inventa” a cultura como um meio de classificação para a realização do estudo no campo, como um controle da realidade. Como um meio para a antropologia estudar o ser humano – corpo, origens, instrumentos, etc. – para identificar padrões; sendo que para enfatizar esse fato se usou o termo cultura. De fato, a cultura se torna uma invenção do antropólogo que acredita estudar uma relação real, nisto, a cultura enquanto uma abstração se torna visível. Segundo o autor (2020):

“Á medida que o antropólogo usa a noção de cultura para controlar suas experiências em campo, essas experiências, por sua vez, passam a controlar sua noção de cultura. Ele inventa “uma cultura” para as pessoas, e elas inventam “a cultura” para ele.

Uma vez que a experiência do pesquisador de campo se organiza em torno da cultura e é controlada por ela, sua invenção irá conservar uma relação

significativa com nosso próprio modo de vida e pensamento.” (WAGNER, 2020, p.37)

Por isso, Wagner (2020) entende a cultura como uma muleta para pesquisa, um acessório muito utilizado pelo antropólogo. nesse choque de alteridade entre o “eu” e o “outro”. E também o “outro” se inventa para o pesquisador em uma relação dialética; se fundando nessa lógica e que se constrói a pesquisa de campo. Contudo, essas invenções em que se constroem convenções que podem se reinventar dependendo das ações dos sujeitos frente a constituição dessa ideia de cultura. O pesquisador deve estar atento a todas essas nuances no ato de redigir o texto. Por isso, como dito anteriormente, no texto, precisamos abrir para um leque de ideias, para não correr o risco de relatar apenas uma cosmovisão em relação a outras. Devemos então tomar cuidado para não criar uma invenção cultural como um meio de ordenação para o estudo de campo diferente daquilo que é pensado pelas(os/es) interlocutores, sobrepondo a minha cosmovisão a destes. Essa relação dialética a partir do choque cultural deve ser incluída no texto, porque a partir dessas cosmovisões diferentes no texto se pode trazer sem sobrepor uma à outra, trazendo esse conflito de ideias no campo. A partir desse choque entre o pesquisador e o interlocutor e que se dá a pesquisa; pois ao abrir margem para as narrativas, se pode fazer uma boa etnografia. Esse meu posicionamento frente a problemática do choque cultural existente no campo que proporciona a alteridade, nos leva a questão que Goldman (2006) coloca, no qual, se deve entender a não comunhão de ideias como algo que devemos respeitar e trazer para a etnografia sem transpor uma ideia sobre a outra. Porquanto, quando se pensa a etnografia enquanto uma teoria vivida, coloca-se em questão uma análise colaborativa que se dá por meio da teorização e da coteorização, é óbvio, respeitando as devidas questões levantadas. Ou seja, abrindo esse espaço na etnografia poderemos fazer essa análise coletiva que traz a teorização no campo e a coteorização, com o devido controle para que fatos que causem um mal-estar no ambiente estudado não seja citado na dissertação e fique em segredo, protegendo os interlocutores.

Por tudo isso levantado anteriormente, quero ressaltar todo o arcabouço teórico lido e o planejamento estratégico para ir ao campo, e no campo se dá todo o caminho da pesquisa até chegar o momento do texto final se deve estar atento ao que é discutido ao longo deste texto. Portanto, alicerçando todas as possíveis maneiras para poder compreender toda essa relação da memória e identidade com a cozinha de “Pit Dog” e a

rua, através desses meios podemos trazer resultados significativos que contribuam para a sociedade.

Envolvido nessas questões, empreguei o diário de campo, para registro das minhas ações e das(os/es) interlocutores nas redes sociais e o que é postado naquele ambiente e como isso afeta os consumidores e trabalhadores. Nisto também relatarei minhas idas aos estabelecimentos para lancha e observar o ambiente. Devendo sempre ser transparente com minhas intenções perante visitas, entrevistas e questionários. Registrando no diário de campo dados que podem ser úteis e reflexões sobre o problema proposto, como as dificuldades e facilidades encontradas no campo. À vista disto, Restrepo (2016) trata três importantes fatos sobre o diário de campo: a) registrar tudo o que acontece no dia a dia; b) possibilita uma reflexão sobre o que acontece no trabalho de campo; c) funciona como uma agenda, podendo ver os avanços que acontecem no campo. Por isso, devemos sempre ter essa ferramenta para fazer uma pesquisa.

Partindo dessas técnicas, podemos lidar com a questão das(os/es) interlocutores e como abordá-los. Mas para isso é necessário olhar para o que está acontecendo no campo. Levando em consideração, tudo isto, em minha dissertação trabalharei com memória, identidade e cidade no próximo capítulo. À vista disto, Collaço (2009) aponta a identidade como uma construção em negociação com o outro, pois a partir de outro é que se tem essa diferença de identidades. Contudo, a memória aparece significativamente em construção de mãos dadas com a identidade, identificando a memória como uma construção social em negociação com o outro, selecionada para a composição do quadro social. Partindo desses dois pontos, temos sua relação com a cidade, que acontece em relação a identidade e a memória, por exemplo, em sua tese, Collaço (2009) em toda a história da cidade de São Paulo, se perpassa pelas cozinhas, no caso, da cozinha italiana, está intrinsecamente ligada a essa construção desse espaço da metrópole, fornecendo alimentos, empregos, etc. Pode-se dizer que em todos os momentos sempre se nota a importância da cozinha italiana, com cantinas e restaurantes, que contam histórias de vida, através da memória de proprietários e consumidores da cidade e criam identidades. Desta forma, a pesquisadora entende a cozinha como uma memória subterrânea, que por vezes é excluída sua importância pelo Estado. Portanto, pode se entender a cozinha como:

“A cozinha, então, representada nesses estabelecimentos estabelecerá diálogos não só com os comensais, mas também na forma como organiza seu abastecimento, o preparo da comida, quem a consome, como e quando; quem se encarrega de servir e limpar, mostrando que essas articulações terão

implicações profundas na maneira de pensar a posição social do restaurante, seus donos e frequentadores.”(COLLAÇO, 2009, p.9)

Nisto, Benemann (2017) coloca os atos de plantar, cozinhar e comer como o trionômio mais importante para a humanidade. E nesse processo a comida desempenha um papel central, sendo associada ao significado do que se come, como se come e com quem se come. Tanto que Wortman (2013) vê um potencial comunicativo na comida, que fala do grupo para outro grupo, através de seus modos de viver e comer, produzindo assim significados. Por isso a autora (2017) coloca:

“Nesse sentido, a literatura entende que para haver uma cozinha é preciso um sistema, um processo dividido em etapas e um conjunto de saberes, mas acaba por considerá-las questões menores ou habituais, tratando o termo cozinha aliado a um sentido de manifestação cultural sobre o alimento e não necessariamente com a atenção colocada na ação de cozinhar, na construção social do processo codificador.” (BENEMANN, 2017,p.17)

Por isso, a antropologia da alimentação tem por suas preocupações centrais nas práticas alimentares, tendo como reflexões centrais o ato de comer e a relação com a comida e tudo que os cerca. Englobando assim, diversas práticas do fazer culinário (BENEMANN, 2017). Sendo que a reflexão aqui nos leva de tudo o que certa a cozinha e sua relação com o ato de comer. Para esse processo de alimentação, voltamos à concepção de restaurante, discutida por Colaço (2009) pensa os restaurantes como um local que agrega a produção, consumo, cozinha tradicional e moderna, cozinha local e global, clientes assíduos e eventuais. Deste modo:

“O restaurante corresponde aos valores que cercam determinada cozinha, especialmente quando possuiu uma trajetória que a distingue de outras cozinhas presentes na cidade. Cabe à pesquisa tentar separar esses distintos planos e compreender os elementos relevantes dessas interações.”(COLAÇO, 2009, p.17)

Nisto, para a autora (2009) esses espaços onde são colocados mesas e cadeiras para o consumo de alimentos, expressa uma diferenciação de outros, no quesito do imaginário de um restaurante. Por isso, podemos dizer que os “Pit Dogs” são um restaurante a céu aberto, como definido pelo consumidor e interlocutor 5 em uma conversa informal. Pensar a cozinha e suas relações sociais, envolvendo questões como: identidade e memória, é necessário para compreender a cidade. Por essas questões, Frehse (2013) traz a cidade como um lugar heterogêneo, de ruas e esquinas físicas com uma população, no qual, se interagem nesse espaço. Nessas interações entre diferenças e que temos a construção da memória e identidade, como apontadas logo acima.

O objetivo de todos os recursos que vou utilizar é para entender: Por que os consumidores consomem alimentos de cozinha de “Pit Dog”? Por que não param de consumir nestes estabelecimentos? Qual sua relação com o local de memória e que lembranças trazem? Qual o significado desse patrimônio cultural para os consumidores e trabalhadores deste local? Qual o diferencial que esse tipo de cozinha traz que o indivíduo continue a consumi-la? Tendo como problema: como se dá a construção da memória e identidade social em relação a cozinha de “Pit Dog” e sua ligação com a Rua 10 em Goiânia?

### **2.3. Entrando no campo presencialmente.**

No campo é muito importante para o pesquisador entender as ações de diferentes interlocutores no campo. De Certeau (1998) em *A invenção do cotidiano: Artes do fazer*, traz a arte do fazer como um conceito para compreender as práticas cotidianas em nossa sociedade. Trazendo uma ordem ao espaço através dos papéis sociais e seu fazer. Neste ponto, o pesquisador (1998) coloca a prática observadora determinante para entender o bairro estudado, entendendo como um lugar transitório, onde se entra e sai. Tendo uma população heterogênea, em sua caminhada percebeu que “a cidade é ao mesmo tempo pensar a própria pluralidade do real e da efetividade a este pensamento do plural: é saber e poder articular” (DE CERTEAU, 1998, p. 172). Entendendo está como um lugar de transformações e apropriações de novos atributos, dando uma organização ao local. Porquanto, “Certamente, os processos do caminhar podem reportar-se em mapas urbanos de maneira a transcrever-lhes os traços (aqui denso, ali mais leves) e as trajetórias (passando por aqui e não por lá)” (DE CERTEAU, 1998, p. 176).

A caminhada nos permite ver as mudanças no espaço praticado e sua variedade de tempo, um lugar praticado por pedestres, ciclistas, motoristas, trabalhadores e pessoas em situação de rua, em seus papéis sociais. Nisto, Velho (2003) entende essa sociedade enquanto complexa, onde diferentes visões de mundo e constituições de papéis sociais diferentes, dependendo das províncias de significados e em qual estado. As mudanças da metamorfose, inspirada no poeta Ovídio, traz uma visão da teoria dos papéis. Saindo em sua caminhada se notou: “Os indivíduos transitam entre os domínios do trabalho, lazer, do sagrado, etc., com passagens às vezes quase imperceptíveis” (VELHO, 2003, p. 26). É na rua de significados, espaços de trânsitos que adentro em

minha caminhada, contudo nesse espaço de rua também apresenta um “mundo”. Como Rocha e Eckert (2003) exemplificam:

“A cidade acolhe seus passos, e la passa a existir na existência deste que vive, na instância de seu itinerário, uma traçado que encobre um sentido, algo que será desvendado ao seu final. Espaços, cheiros, barulhos, pessoas, objetos e naturezas que o caminhante experiencia em sua itinerância, não sem figuras pré-concebidas. Sua caminhada é de natureza egocêntrica, funcional, mas também poética, fabulatória e afetiva, e por que não dizer, uma caminhada cosmológica como os jogos de memória que os tempos reencontrados proustianos encenam.”(ROCHA; ECKBERT, 2003, p. 102)

A caminhada na cidade, nos possibilita passar por espaços vivos em movimentos que projetam imagens no pensamento de seus habitantes. O conhecer a cidade e as práticas de fazeres e saberes, em relação ao diferente na sociedade (ROCHA, ECKBERT, 2003). Passeando na cidade, em minha experiência etnográfica no campo presencial, saindo de ônibus da região norte de Goiânia, rumo a uma região central que perpassa a rua 10 da capital. A opção da utilização do transporte coletivo parte do ponto que não tenho acesso ao transporte por via de moto ou carro devido a não obtenção desse recurso devido a questões particulares econômicas que precedem minha vida. Um outro motivo é que a partir dessa opção posso trazer uma outra perspectiva da cidade trazendo os problemas e dificuldades vividas por mim e também uma outra forma de encarar a capital, diferente daqueles que pesquisam na cidade usando transportes privados como carro e moto. Com isso, devo alertar ao leitor(a/e), que em momentos me desloquei por via de carro por meio de aplicativos de locomoção como o *uber* e *99 pop*. Pois em alguns dias, como os “Pit Dogs” funcionam normalmente na rua 10 até das 18:00 horas até 6:00 horas ou 7:00 horas da manhã. Em alguns dias não pude usar o transporte público, ou saí tarde demais, pois acredito que seja perigoso voltar para casa e por isso também usei esse aplicativo.

Contudo, neste primeiro momento me desloquei para o campo por meio do transporte público, tudo ocorreu quando sai de casa, olhei o aplicativo de horário de ônibus da Rede Metropolitana de Transporte Coletivo (RMTC), sendo nomeado de SiM RMTC. Esse aplicativo permite ao usuário uma maior segurança na cidade, evitando assaltos, pois o sujeito pode se deslocar para o ponto no momento em que o ônibus está prestes a sair e também planejar o tempo que precisa para se deslocar na cidade. À vista disto, chegando no ponto me desloquei no espaço delimitado de Goiânia via transporte público pelo ônibus de número 263 rumo ao terminal de ônibus da praça da bíblia. Chegando no terminal me desloquei ao ponto onde passava o ônibus de número 027,

que segue a linha até o local que queria descer para sentir um pouco de como é o campo e o movimento das pessoas. Desci então na praça universitária que contém ao redor o museu antropológico, além dos campus universitários das faculdades Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC/ Goiás) e Universidade Federal de Goiás (UFG). Saindo sentido rua 10 a pé tive a visão de uma rua longa com a passagem de inúmeros carros, por volta das dezessete horas e trinta minutos.



Foto 17: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 18: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A partir disso comecei a caminhar pela rua 10 em Goiânia, tirando algumas fotos com o intuito de trazer ao leitor um exemplo visível do que foi vivido no campo até o momento. Na primeira foto nota-se a rua 10, com uma pista no meio das vias, em que as pessoas podem transitar com suas bicicletas ou a pé, com bancos de cal para sentarem e lixeiras ao longo do trajeto. Também vários comércios se encontram localizados do outro lado da via. Na segunda foto, à direita, nota-se uma visão do começo do campo, partindo do Setor Universitário via Praça Cívica. Com um fluxo de carros e um caminhão do lado entrando na rotatória da Praça Universitária. Também se identifica, dos dois lados da via, entradas para a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC-GO).

No começo da caminhada para sentir a vivência da Rua 10 que faz parte do campo de estudo. Algo me chama muita a atenção, é que havia um modelo de trailer sem rodas fechado, como uma caixa de metal e cal, o seu título era Rockfoord

hamburgueria. Pois, devido a grande concorrência na rua 10, muitas sanduicheiras não conseguem se manter.



*Foto 19:* Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A foto retratada pode representar o fim do dia e começo da noite em Goiânia, quando se olha para o céu. Com dois carros passando e algumas lojas nas duas vias da esquerda e direita. Na foto temos um banco vazio para as pessoas sentarem a alguns metros de uma sanduicheria fechada. Em minha caminhada com essa concorrência, tendo a perspectiva que ao todo cinco “Pit Dogs” posicionados nesse caminho que engloba uma ciclovia que vai da Praça Cívica até a Praça Universitária, onde muitas pessoas fazem caminhada, corrida e pedalam. Passando por lá me deparei com outro “Pit Dog” 3, localizado no caminho, que já se encontrava com todas as mesas prontas, mas ainda estavam arrumando e preparando os condimentos, que são: a maionese verde, mostarda, ketchup, maionese. Colocando estes em um pote próprio para servir aos clientes em companhia do sanduíche.

Seguindo o caminho, me deparei com as seguintes cozinhas de “Pit Dog”: 2 e 3. Ao seguir para a cozinha de “Pit Dog” centralizada, sendo a terceira saindo do universitário e também a terceira quando se sai da praça cívica. Decidi ao acaso que aquela cozinha de “Pit Dog” 1. O estabelecimento, assim como as duas mais próximas da praça cívica ficam próximas a catedral de Goiânia.



Foto 20: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 22: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 21: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A primeira foto apresenta um “Pit Dog” 3, com as cadeiras alinhadas e uma geladeira do lado de fora. Com um banco de cal perto para os indivíduos sentarem. No fundo da foto nota-se um ônibus e dois carros passando ao mesmo tempo, representando o fluxo que já estava aumentando naquele horário, por volta das 17 horas e 30 minutos. Já na segunda foto, do lado esquerdo do texto, procurei retratar o início do expediente, com as cadeiras postas do lado de fora, e o “Pit Dog” 1, aberto, se preparando ainda para a chegada dos clientes. Na terceira foto, do lado direito, procurei fotografar ao redor, sem focar em um “Pit Dog”. Lá estava um carro parado esperando o sinal de trânsito abrir e uma farmácia, além de que se olhar para cima, temos o pico da Catedral de Goiânia.

Chegando nesse estabelecimento, notei que havia próximo desse local, duas farmácias ligadas a uma grande rede. Os locais em que estão as farmácias com franquias na cidade estão localizadas em ruas movimentadas. E a rua 10 é mais um caso disto. No tempo em que fiquei no local havia um fluxo grande de carros, motos e ônibus passando por ali. Essas linhas de ônibus são muito importantes para o deslocamento das pessoas nessa rua a outros espaços na cidade, ou indo ao trabalhando e voltando, ou para a faculdade, ou no meu caso que é o deslocamento da região norte para o centro para efetuar a pesquisa de campo.

Quando me sentei no estabelecimento, esperei um pouco, pois os funcionários estavam arrumando as mesas. Passando um tempo conversei e me apresentei a um dos funcionários, o sujeito me sugeriu esperar os ‘patrões’ chegarem. A partir dessa fala nota-se uma hierarquia no “Pit Dog”, onde temos os atendentes, chapeiros, gerente e por último o empreendedor chefe desse estabelecimento. Vendo isto, voltei a sentar no local e esperar a chegada daquele que era um dos responsáveis. Como um antropólogo deve sempre estar atento ao que é falado e visto no campo, ressalto uma conversa interessante de um dos funcionários enquanto estive esperando. Nela há um comentário que vendem em média na semana entre duzentos e cinquenta e quinhentos sanduíches. Chegando a venda no final de semana, a margem é de novecentos sanduíches. Isso nos mostra o quanto as pessoas que residem na capital consomem a comida da cozinha de “Pit Dog” e como isso impacta na geração de empregos e na economia da cidade. Percebendo isso, alguns clientes começaram a chegar e fazer seus pedidos.

Os atendentes chegaram nos clientes com um cardápio, cujo é importante ressaltar, as mesas nesse momento já estavam montadas e em cima delas, continha uma cesta que contava com condimentos em sachês de ketchup, maionese e mostarda, e um

porta guardanapos. Nisto, os atendentes deixam o cliente à vontade e o mesmo chama-o para pedir. Neste ritual, os clientes esperam pelo pedido que quando chegam começam a degustar do alimento e saciam a fome. Se dirigem do trabalho, faculdade ou de sua casa para o estabelecimento. Seja para um encontro, conversar com os amigos, família ou apenas sozinho. Caracterizando assim um lugar de socialização.

No decorrer dessa caminhada observando o contexto sociocultural, um dos funcionários me assinala quem é o ‘chefe’, então sai do meu local e me deslocuei para me apresentar ao interlocutor. O meu papel é mostra a pesquisa de uma maneira que não envolva uma linguagem acadêmica com jargões científicos próprios da área e sim explicar de uma maneira palpável. Nesse sentido, me apresentei, explicando o objetivo da pesquisa e quais benefícios se pode trazer. Contudo, o sujeito não pode realizar uma conversa por meio de uma entrevista nesse dia e também assinar o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE), devido ao laboral na cozinha de “Pit Dog”, que estava movimentada naquele dia. Agradei todos os funcionários que me ajudaram na pesquisa e o gerente que era tido como um dos ‘chefes’ naquela cozinha.

A organização da cozinha de “Pit Dog” tem um rito próprio, nessa entrada no campo já se começa a perceber essa organização. Começando normalmente a ser aberta por um ou dois funcionários ou gerente às 17 horas, tirando o “Pit Dog” 2, que fica aberto 24 horas por dia. Mas, seguindo essa lógica, já se começa higienizando a cozinha, lavando também cadeiras e mesas. Em seguida temos a etapa de reposição dos ingredientes, como a chegada de alface, cebola, pão, entre outros. Reposição do ketchup, que é um nome popular dado pelas(os/es) interlocutores para o molho de tomate; a mostarda, molho verde e maionese. Também é feita a lavagem e secagem das mesas e cadeiras e a colocação destas nos devidos lugares. Conseqüentemente, primeiro é colocado as mesas e pegando de uma pilha de cadeiras formadas, se posiciona quatro cadeiras por mesas. É feito a limpeza do freezer e também a colocação de novas bebidas nestes, como: refrigerantes, cervejas e águas. Por fim, começaram a organizar os sachês em uma cesta e colocação dos porta guardanapos cheios, finalizando assim a organização das mesas.

A hierarquia dessa cozinha funciona com a distribuição de funções. Temos o proprietário que é responsável pela organização da equipe, compras de produtos e manutenção do empreendimento, podendo fazer outras funções dependendo do andamento da cozinha no dia em questão. O gerente também organiza a equipe e ajuda em questões relacionadas tanto na chefia, quanto nas outras. Em seguida temos o

chapeiro, que faz os ‘x-saladas’ de todos os tipos para serem servidos ao consumidor. Por fim, temos o atendente, que é responsável pelo recebimento do consumidor no estabelecimento e a apresentação do cardápio contendo as opções de itens de consumo que o “Pit Dog” pode oferecer. Neste momento, a partir da escolha do cliente, o atendente apenas volta para entregar os itens escolhidos pelos consumidores ou somente um item, dependendo do pedido. Essas funções podem ser fluidas dependendo do momento da cozinha. Sendo que um pode assumir a função de outro dependendo do movimento, do momento de jantar do funcionário e de outras questões que podem surgir.

As características apresentadas sobre a cozinha de “Pit Dog” nesse primeiro momento servem como uma introdução da constituição de significantes e significados em torno desta. Mas, devemos nos voltar também para o que acontece no entorno da cozinha de “Pit Dog”, a rua 10 e o movimento de sujeito ali presente. Essa relação entre os meios de transporte e a cozinha de “Pit Dog” também se põe em questão no campo. Porque muitos sujeitos a partir desses meios de transporte podem usufruir presencialmente nesse espaço da comida, ou em casa por meio de pedidos por aplicativos de *delivery*. Nesse espaço também temos a catedral de Goiânia, onde as pessoas praticam o catolicismo, no qual, pessoas frequentam e se deslocam da sua casa para a Igreja e depois param em um “Pit Dog”, para degustar um ‘x-salada’ e antes de voltar para casa. A mesma coisa acontece com os estudantes que vão de casa para a universidade e depois para o “Pit Dog” e em seguida para sua casa. Que também ocorre com o trabalhador que vai de casa para o trabalho, passa em uma cozinha de “Pit Dog” para degustar do sanduíche e posteriormente voltar, na rua em transição, no trabalho, na cozinha de “Pit Dog” e na volta para casa, no qual, socializa com diferentes indivíduos com conversas e atitudes que podem se diferenciar, ou não interage dependendo do espaço e do dia do sujeito.

Seguindo a minha entrada no campo, saindo do local notei que mesmo tarde inúmeros trabalhadores ainda esperavam o ônibus para se locomover na cidade. Dada essa transição, chegando ao terminal ainda tinha um número grande de pessoas até minha chegada em casa, na região norte de Goiânia. Em meu trajeto na cidade pode-se notar inúmeras cozinhas de “Pit Dog” em diferentes espaços na cidade seguindo a linha de ônibus do 263 e 028. Trazendo essas primeiras questões do campo, aprofundarei nos capítulos a seguir.

## Capítulo 2: o campo de pesquisa: transitando pela cidade

### 3.1. A cozinha de “Pit Dog” dá seu tom: a rua de significados em Goiânia

As cozinhas de “Pit Dog” dão o tom do nosso próximo capítulo, nessa etnografia na Rua 10. Minha caminhada começa antes de tudo em casa, na preparação para sair a campo. Sempre utilizando uma mochila de cordão, com canetas, um diário de campo para anotar questões que mais tarde poderão surgir, passe de ônibus e um celular para gravações e fotos, caso seja necessário. Ao sair de casa me deparei com inúmeras situações vividas em diferentes dias da semana. De segunda à sexta, transitava pela cidade com o ônibus lotado, enquanto no final de semana o ônibus com um menor número de pessoas.

Ao articular minha saída, espera até umas 16:00 horas para me deslocar para o local, que durava o trajeto em média uma hora. Pegando o ônibus 263, 268 ou 269. Com um adendo, toda vez que viajava dentro do 263, parava no Terminal Praça da Bíblia, e em seguida me deslocava por lá, onde se encontra incontáveis vendedores ambulantes e pessoas vendendo em locais específicos alugados no terminal de ônibus. Neste local, passando de um período do endêmico para pandêmico. Nessa passagem, o movimento neste local se deu de uma forma diferente, no qual, alguns indivíduos sem máscaras e outros com. Isso no processo em que ainda se estava aplicando a vacina contra a COVID-19. Com o tempo de campo, se diminuiu o número de pessoas com máscaras, mas ainda temos algumas que mesmo depois de vacinadas ainda a usam, porquanto, me incluo nesse grupo. Saindo deste local, procuro os ônibus que passam pela Praça Universitária, no caso o 020 ou o 021, contudo, devo alertar o leitor que estes não são os únicos ônibus.

Quando escolho um outro caminho, pela rota dos ônibus com os números 268 e 269, que fazem esse trajeto sentido Praça Cívica. Nesse trajeto nota-se no campo de pesquisa pessoas usando máscaras e outras não, mesmo com o aviso nos ônibus nesse período de transição. Com o tempo, os sujeitos foram parando de usar máscaras, mas vi outros que ainda continuam usando máscara nesse período de 5 meses que estive no campo.

Por esses dois caminhos pude me concentrar em chegar ao campo, por volta das 17:00 horas e fazer a caminhada para detectar questões que aqui estarão escritas. Ao

longo desse trajeto, fui observando atentamente o comércio e o fluxo de ônibus. O que me chamou a atenção na Rua 10, foram os comércios que fechavam pelas 19:00 horas e o trânsito de transportes – ônibus, carros e motos – que era intenso. Contudo, entre as 17:00 às 19:30, o fluxo de automóveis é ainda mais forte. Também, a Rua 10, com seus transeuntes e não-transeuntes, sendo que naquele local, os não-transeuntes em situação de rua, vejo estes com mais frequência no período noturno, além de aparecer vendedores ambulantes com doces. Os trabalhadores da cozinha de “Pit Dog” se encontram nessa categoria e chegam em horários diferentes.

Por exemplo, os atendentes e chapeiro chegam primeiro ao local. Depois chegam os trabalhadores com mais tempo de trabalho naquele local, tido como gerentes, e por último o empreendedor daquele restaurante enquanto uma sanduicheria a céu aberto. A organização da equipe é fundamental para o andamento da cozinha ao longo do dia. Sendo esta uma das características de uma cozinha moderna, a organização, limpeza e uso de espaço. Perguntando para trabalhadores e interlocutores em diferentes “Pit Dog”:

Pesquisador - O que você nota em relação à comida, à clientela, como você administra essa relação com o trabalho?

Trabalhador e interlocutor 3 – “Olha, como que [...] E porque eu sempre trabalhei doze horas por dia, sempre, então acho que quando tem determinada hora de trabalho, chega um monte que você [...] Fica cansativo e no piloto automático. Então chega um momento que acho que nem pra cliente a gente olha mais [...] Tipo, apesar de não ser certo, sim. Mas qui é muito cansativo em “Pit Dog” [...] Geralmente são uma equipe.”

Pesquisador – O que é o trabalho para você?

Trabalhador e interlocutor 2 – “O trabalho, nossa, aqui é [...] Eu acho bom, porque aqui todo mundo é como se fosse da família, né?! Aqui é [...] Nós passa mais tempo aqui do que em casa. Por conta do horário que a gente trabalha no fim de semana, dia de semana [...] É mais tempo aqui do que em casa. Então aqui [...] Nosso trabalho aqui é como se fosse [...] O pessoal aqui é como se fosse uma família.”

Todos nós levam a essa jornada de trabalho extenuante vivida por estes, que lembrando uma dessas sanduicherias funciona 24 horas, enquanto as outras das 17:00 horas até 6:00; 7:00 da manhã. Muitos dos trabalhadores que começam a prática, logo desistem. Em uma das minhas experiências pode-se notar isso. Um aprendiz começou a trabalhar naquele local, ficou em seu primeiro dia olhando como funciona, em seguida o dono faz uma chamada a ele explicando que poderia vir em dias mais vazios e depois que aprendesse determinaria os dias de trabalho. Lembrando que esses funcionários e

donos não folgam sexta-feira ou finais de semana, porque são os dias que mais recebem pedidos e de maior movimento.

Nota-se uma junção de uma cozinha moderna e tradicional no meu ponto de vista, por mais que os(as/es) interlocutores enfatizem a tradição enquanto uma categoria importante para a definição do que é essa cozinha e o lugar representam para eles (a/e). Como representa para mim, enquanto uma experiência etnográfica fundamental que estive e está sempre relacionada a minha alimentação de alguma forma. Mas entendendo, que a tradição se reinventa, podemos dizer que a cozinha de “Pit Dog” engloba esses dois fatores. Segundo os interlocutores:

“Pesquisador – O que você nota em relação à comida, à clientela, como você administra essa relação?”

Trabalhador e interlocutor 1 – Como assim [...] Você fala?

Pesquisador – Tipo [...] O que você nota em relação à comida e à clientela?

Trabalhador e interlocutor 1 – Assim, o que eu acho?

Pesquisador – Sim, da comida, da clientela e tal.

Trabalhador e interlocutor 1 – Rapaz, da comida, é por ser um [...] Uma janta rápida, né?! As pessoas muitas vezes chega em casa e aí [...] Comer com pressa, eles corre e liga e pede sanduíche. A refeição rápida e barata, né?! E vem muito aí [...] A pessoa chega do trabalho atrasado, que ir pra faculdade, já passa aqui e já janta, e né?! É um lanche rápido e muitas vezes, pessoas de fora vem [...] Porque sanduíche você sabe, né?! [...] Essa tradição nossa aqui, essa [...] Hoje essa potência aí, todo mundo vêm de longe para conhecer. Já veio gente de outros países aí, que chega [...] E as pessoas que moravam aqui e foram embora [...] Aí as pessoas vem e chega aqui. Fala rapaz, essa falava muito do sanduíche de rua, do famoso ‘x-tudo’ e falou assim que viesse aqui para o Brasil, eu queria vir comer seu “x-tudo’.”

“Pesquisador – Quais as diferenças sentidas de quando você começou a consumir em “Pit Dogs” e hoje?”

Consumidor e interlocutor 5 – Bom, acredito que estamos passando por uma gourmetização dos sanduíches e principalmente das carnes também [...] Mas acredito que os “Pit Dogs” da região central, mais especificamente da rua dez, ainda mantém muita tradicionalidade [...] Apesar de haver também uma oscilação os preços de quando eu tive minhas primeiras experiências em “Pit Dogs” [...] as eles conseguem manter uma tradicionalidade muito legal.”

Essas experiências de campo, sobre o que é tradicional, me levou a pensar também na questão patrimonial e a sua reafirmação disto, através da patrimonialização desses bens culturais. Como Lima Filho (2015) em seu artigo traz cidadania patrimonial como uma categoria de ação dos cidadãos frente a um incomodo, que no caso aqui era a retirada da cozinha de “Pit Dog”. Houve toda uma ação, desde 2018, em relação a isso,

com a tentativa de conseguir respaldo como patrimônio de Goiânia em 2018, através do Projeto de Lei número 104 de Abril de 2018. E posteriormente, pelo mesmo meio conseguindo, com a pressão também do Sindicato dos Proprietários de Pit-Dogs (SindPit-Dog), dos trabalhadores e consumidores, através do Projeto de Lei número 145 de 12 de Março de 2020, pelo Estado, e o Projeto de Lei número 178 de 2020, aprovado em Junho de 2021, pelo município. Como um mecanismo de não retirada e de afirmação de identidade do Estado e município.

Entendendo que o imaginário do tradicional se junta a discussão quando se pensa o imaginário de patrimônio cultural e quais seus impactos na cidade; mas propriamente, na Rua 10. Os dois Projetos de Leis que foram passados no âmbito Estadual e Municipal, em minha experiência etnográfica não teve um impacto muito grande no consumo de sanduíches de “Pit Dog”, pois já se afirmava, por exemplo, nos jornais eletrônicos *Opção* e *Curta Mais*, como algo próprio da culinária regional como propaganda, contudo serviu como uma afirmação dele enquanto um bem cultural que ajuda a criar um imaginário da culinária de Goiás e manutenção desse cozinha a céu aberto em lugares públicos. Se enquadrando assim, como um atrativo turístico para o Estado de Goiás e sua capital e manutenção da cozinha de rua em Goiânia, em locais onde já se instalava aquele ideal de cozinha no modelo arquitetônico apresentado logo acima na Rua 10. Também se cria visões diversas em torno desse movimento, citada por um trabalhador e interlocutores como algo positivo, dado a retirada de alguns “Pit Dogs” em Goiânia, devido a questões de licença para empreendimentos desse tipo. Pelo Estado, mas por esses é vista como uma atitude de aumentar o turismo. Alguns interlocutores também divergiam nas respostas quando perguntava sobre:

“Pesquisador – Você acha que isso trouxe algum benefício para esses estabelecimentos?”

Consumidor e interlocutor 8 – Sim, porque agora [...] Tipo assim, é nosso, né?! É cultural, não é mais: ‘Ah, Pit Dog’

Pesquisador – Como o bairro e a cidade se beneficiaram disso?

Consumidor e interlocutor 8 – Acho que sim, beneficiou muito bem, né?! Porque eu acho [...] É um lazer, né?! É, mais coisas pra fazer, mais arejado, né?!”

“Pesquisador – Você acha que trouxe algum benefício para esse tipo de estabelecimento? [...] Algum benefício, assim.

Consumidor e interlocutor 9 – Como assim?

Pesquisador – Benefício [...] Tipo assim, aumentou a clientela ou algo assim; foi reconhecido, virou um ponto turístico?

Consumidor e interlocutor 9 – Mais ou menos, né!?

Pesquisador – Como você acha que o bairro e a cidade se beneficiou disso? Ou não se beneficiou?

Consumidor e interlocutor 9 – Não acha que se beneficiou, porque acaba que é um ponto assim [...] Fácil de acesso aos cidadãos.”

“Pesquisador – Você acha que a constituição do “Pit Dog” enquanto patrimônio ampliou o hábito das pessoas comerem fora ou aumento o fluxo?

Trabalhador e interlocutor – Rapaz, não sei se aumentou tanto, né?! Mas eu acho que deve ter influenciado um pouco também. Porque pessoas devem ter visto, porque saiu no jornal, né?! Em revista [...] Pessoas que mora fora, com certeza eles viram, né?! Quando eles viram, desejaram conhecer”

A localização e o ambiente da sanduicheria de “Pit Dog” se tornam pontos importantes para a nossa discussão, enquanto para alguns e nas entrevistas via internet que fiz, se dá o benefício do aumento da procura. Mas vamos aos próprios trabalhadores e interlocutores que tem suas próprias convicções em relação a isso. Como o fator da crença na instabilidade do seu negócio, contudo, vem também pessoas de fora experimentar. Digo que não houve um aumento drástico nas vendas, mas uma divulgação da cozinha de “Pit Dog” que acaba levando pessoas de outros Estados e até de fora no Brasil a consumir lá. Um dos proprietários e interlocutor me contou uma história, mas não desenvolveu muito, contudo, acho interessante contar para o leitor esse relato. Depois que nossa entrevista de 15 minutos acabou, a gente continua conversando sobre seu trabalho. Ele me contou que tem um casal que era de Goiás e se mudaram para a Bélgica, mas quando voltam, sempre passam por lá para comer um ‘x-salada’.

Esse assunto diz muito das expectativas em torno do agora patrimônio cultural de Goiânia. Uma imagem construída da cidade, assim como outras, explicadas pelo trabalhador e interlocutor 1:

“Pesquisador – Qual sua opinião em relação aos questionamentos se os “Pit Dogs” são realmente patrimônio cultural? Porque tem pessoas que fala isso e tal. Qual é a sua opinião?

Trabalhador e interlocutor 1 – Eh [...] Eu acho que “Pit Dog” faz parte da imagem dessa cidade, né?! E as pessoas de todo canto que chega, eles conhece nos como a cidade dos “Pit Dogs” e dos bar, né?![...] Tradição mesmo, as pessoas vão [...] Eu acho que mais que merecido mesmo.”

“Pesquisador – Você vê alguma relação entre o turismo e o “Pit Dog”?

Trabalhador e interlocutor 1 – Ah, sim [...] Já falei, muitas pessoas vem aqui conhecer Goiânia, elas querem conhecer o “Pit Dog”, né?!

A imagem da cidade em parte é construída em torno disto, se apresenta como uma discussão nessa rua de significados, onde se apresenta as relações entre os não-transeuntes e transeuntes em torno da cozinha de “Pit Dog”. Convido o leitor(a/e) a pensar a cidade como um universo imaginativo e concreto ao mesmo tempo. A arquitetura, como a *art déco*, pode nos fazer pensar o concreto e o imaginário criado em torno disto. A culinária também traz essa questão, e no caso aqui citado, a cidade se torna a imagem criada pelos seus cidadãos. Mas assim, como Abdala (2019) e Lima Filho (2007) trazem a construção de um imaginário em torno de apenas uma ideia fixa é perigosa, pois pode excluir toda uma diversidade. Como no caso citado pela pesquisadora (2019) da culinária mineira que relega a cozinha de raiz caipira, embora tenha características da cozinha mineira. É importante neste trabalho apresentar e entender o Estado de Goiás e Goiânia para além da cozinha de “Pit Dog”, entendendo como uma cidade de construções imaginárias, tendo inúmeros outros objetos culturais que podem acrescentar na construção de narrativa.

Collaço (2009) ao trabalhar com a cozinha italiana, notou esse jogo de narrativas para a construção de uma identidade, assim como Pollack (1989; 1992) traz. A narrativa em constante negociação criada por memórias individuais e coletivas, se dá através de uma ideia identidade que pode estar a todo momento mudando. A gestão da memória aparece como um meio de seleção do que esquecer ou não pelos grupos, por meio de uma atualização em que se estabelece o vínculo entre o passado e o futuro, controlando estes em uma relação de poder (SEIXAS, 2001). Essa gestão deve ser feita ao escrever uma dissertação, que transforma o imaginário em material também, isto, por meio da escrita. Como no caso, da identidade italiana em sua (2009) tese. Dessarte, no caso da imagem de identidade do Estado de Goiás, essa narrativa é criada por cidadãos, publicações de matérias jornalísticas e o deferimento enquanto patrimônio cultural. O cuidado ao definir enquanto a cidade dos ‘Pit Dogs’ deve ser feito pelo pesquisador, entendendo esse jogo de memórias existente em torno da cozinha de “Pit Dog” e todo o envolvimento sentimental dos indivíduos em sociedade e que isso acarretaria a exclusão de diversidades.

### 3.2. No campo de significados: quando as subjetividades aparecem

A rua de significados se apresentou para mim como um universo de possibilidades de escolhas. Algumas dessas escolhas foram feitas, e uma delas foi a apresentação e a permissão de fazer pesquisa nesses locais. Apesar de ser aberto, todos os trabalhadores do local disseram para pedir ao dono a permissão para fazer a pesquisa. O primeiro “Pit Dog” 1, me disseram em minha primeira visita para falar com os ‘chefes’ que estariam naquele local a partir de terça-feira. Conversando com eles, consegui uma entrevista com um deles e a permissão para ficar no local. No decorrer da pesquisa, descobri que eles não eram os proprietários e sim uma mulher, que não consegui contato. Mas, eles me deram a permissão para falar com os clientes e entrevistei um deles, identificando por mim como gerentes.

Como uma surpresa etnográfica, em um vídeo do *Tik Tok*, sobre o local, a apresentadora começa com a seguinte fala: “A Maior e tradicional sanduicheria de Goiânia, famosa da 10!”. Como um “Pit Dog” que existe desde a década de 70, mudando de lugar algumas vezes, mas nunca saindo da Rua 10. Cita que o dono, se orgulha de manter os ingredientes de qualidade e estava muito bom, custando o seu ‘x-tudo’ 21 reais com os adicionais grátis. Isso causou uma descoberta frente as narrativas, por conta que era uma dona e não o dono, no momento. Agora os “donos” eram apenas administradores desse local, mas mesmo assim se construiu uma imagem a partir da cozinha por homens. Tal como na tese de Collaço (2009) que afirma que a cozinha italiana envolvia a casa como sendo mulheres cozinha e homens nos restaurantes. Essa imagem criada também se dá nos “Pit Dogs”, onde se encontra uma cozinha com trabalhadores, em sua maioria ou em todo feito por homens.

Na cozinha de “Pit Dog” 1, notou-se a maioria masculina, contudo tinha três mulheres atendendo também em alguns dias. Comia um sanduíche todas as vezes que fui a campo, como uma forma de retribuir e ser entendido também como consumidor naquele estabelecimento. Em uma dinâmica de dar, receber e retribuir trabalhada por Mauss (2013). O sanduíche naquele local é retratado na minha experiência etnográfica que envolvia o ver, ouvir, cheirar e sentir com o paladar. Todas essas questões se deram em todas as minhas visitas, ouvindo o que os consumidores conversavam e olhando o movimento de cada sanduicheria. Sentindo o cheiro e o gosto de seus sanduíches.

O sanduíche da sanduicheria Smiley tinha naquele momento, os adicionais grátis, como cebola, abacaxi e catupiry. Conversando com o atendente, falei que queria todos eles no meu ‘x-salada’ simples, que contava com pão. Hambúrguer, queijo (mussarela), alface e milho. Com molhos como: ketchup, mostarda, molho verde e barbecue. Quando comi, teve um gosto de infância na minha cabeça, como um dos clássicos da cozinha de “Pit Dog”, que todos têm a mesma receita.



Foto 23: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

Eu e minha companheira que foi a campo comigo já tínhamos alimentado com dois ‘x-tudo’, ficando na faixa de 50 reais tudo com a bebida. A forma de pagamento foi no pix. O pix é uma forma de transferência monetária instantânea sem nenhuma cobrança adicional do banco, feita por via de telefone celular. Sendo incorporado até na máquina de cartão de crédito na forma de Qr code. Também tendo a forma de pagamento no cartão de crédito ou débito, além do dinheiro. Assim como, Hine (2020) entende que não existe fronteira entre o online e o offline, temos esse exemplo em campo de formas de pagamento. Com a pandemia isso acabou ficando ainda mais comum o uso do dinheiro digital. É mudou também as formas de pagamentos em comércios, incluindo em “Pit Dogs” pesquisados.

No segundo estabelecimento que visitei, mas não consegui o contato e a entrevista ou permissão falando com o dono. Todos os trabalhadores eram homens que estive ali. Eles(a/e) no dia falaram para falar com o dono pelo Instagram. Em uma tentativa de realizar uma entrevista online, conversei com ele, e passou seu número de *whatsapp*, contudo ao passar o formulário pelo *google forms* e a questão da assinatura no termo, ele não me respondeu mais, mesmo dando a opção do presencial. Então desisti do contato e de fazer pesquisa naquele local. Mas experimentei o “x-tudo”, sendo de 24 reais um combo, com batata e refrigerante e estava também muito saboroso, mas com um tempero diferente do outro. O canal do *tik tok*, em sua experiência a apresentadora do @aproveiteacidade, descreve o ‘x-tudo’ como gosto e a batata servida é sequinha. O seu lanche ficou pronto rápido, se diferenciando de outras cozinhas de “Pit Dogs”.

Já quero discutir que em todos os “Pit Dogs” que fui tinha algo de diferente, pode ser algo grande, ou um sabor destacante, mesmo que os ingredientes do ‘x-tudo’ na receita sejam os mesmos, em minha experiência etnográfica senti diferenças. Vou continuar escrevendo sobre minha visita e conforme for, prestem atenção a este fator que envolve o tato e o olfato. Como Amon e Menasche (2008) que apontam que cada grupo sente um sabor diferente para definir o que é bom e o que não é. Classificando assim a comida. No próprio campo, aparece em uma das entrevistas essa questão do gosto na mesa de “Pit Dog”. Cujo, a esposa do entrevistado, consumidor e interlocutor 10, fala que algumas pessoas preferem um sanduíche mais sequinho – menos gorduroso – que outros, com tempero mais forte, variando de sujeito. O sentir é diferente e varia de pessoa para pessoa. Isso é uma das questões de gostos dos indivíduos em uma cozinha de “Pit Dog”. Mas há outras características como a relação entre a cozinha moderna e tradicional nessa cozinha, que envolve também a produção de ‘x-saladas’, fiscalização e consumo.

Enquanto uma cozinha moderna e tradicional, essa rapidez também é acrescida a todos os “Pit Dogs” que visitei em campo; essa característica é própria da cozinha moderna, além de organização e limpeza. Em minha experiência etnográfica, enquanto estive em campo, os proprietários de “Pit Dog”, contratavam sempre trabalhadores que limpavam as cadeiras e mesas, além de toda a cozinha todos os dias em que estive lá, antes de começar o expediente. Douglas (1976) em seu livro *Pureza e perigo: ensaios sobre a noção de poluição e tabu*, classifica o puro e impuro em uma mesa de jantar por

os sapatos em cima, tornando a mesa e tudo que está em cima impuro, ou os utensílios da cozinha no quatro, causa uma impureza, que para ela é uma desordem. Ainda em outra parte de seu livro, falando em classificações, tem em mente que a pureza e a ordem é o impuro é a desordem. Essas ordens de higienização e modernização também aparecem no caso aqui em questão por interlocutores:

“Pesquisador – Sim. Como você vê a cozinha de antes e de agora?”

Consumidora e interlocutora 4 – Em questão de cozinha, você diz?

Pesquisador – Em questão de cozinha.

Consumidora e interlocutora 4 – Então [...] Eu acredito que hoje em dia é bem mais fiscalizado, né?! E assim, é bem mais seguro [...] É um negócio. Igual aqui, quando eu vim pra cá pela primeira vez, eu sempre dou uma passa assim [...] Do uma olhada lá dentro, vejo se tá muito sujo, se tá limpinho [...] Eu sempre dou uma olhada [...] Assim, acredito que hoje em dia, por causa da vigilância sanitária ser mais rigorosa, eu acredito que hoje em dia seja mais limpo, mais organizado as coisas, né!?”

“Pesquisador – O que vê em relação ao “Pit Dog” de antes e o de hoje?”

Trabalhador e interlocutor 1 – Assim, o “Pit Dog” de antigamente e o de hoje?

Pesquisador – É.

Trabalhador e interlocutor 1 – Eu acho que o de hoje [...] O “Pit Dog” também é mais moderno também[...] Antigamente era aqueles mais antiquinhos, né?! De lata. Hoje nós temos muitos “Pit Dogs” construídos. Hoje [...] Muitas tecnologias, né!?”

O diálogo acima de teorias, logo se vê um exemplo da cozinha moderna que Homem (2003) traz, com uma organização, limpeza, tecnologias e rapidez. O tradicional na definição dela (2003) é um lugar que não é uma excelência de higienização. Lembrando que de acordo com Abranches; Oliveira e De São José (2021) que em um contexto pandêmico, a alimentação e a higiene é (re)decodificado pelas regulamentações governamentais em espaços, com equipamentos de regulamentação individual, uniformes e recursos como prover o álcool gel. Contudo, com o tempo, algumas dessas regulamentações foi se deixando de lado, mas ainda se mantém nesses espaços algumas, como o álcool gel e máscaras por alguns indivíduos, por exemplo. Ao contrário de Homem (2003), para AlSayyad (2004) o tradicional é aquele que é inventado, mantém ou se reinventa para os consumidores. Na minha perspectiva, o tradicional para o pesquisador (2004) se une ao moderno nessa cozinha, apresentando aspectos de pureza e ordem nos termos de Douglas (1976), se distanciando do impuro

por meio da fiscalização da vigilância sanitária. Garantido por meio de uma licença para a continuação do comércio que depende deste aval do Estado.

Por questões de saúde alimentar e tabus, estudados pela pesquisadora (1976) em seu livro, que procura trazer uma distinção entre as religiões “primitivas” e as “grandes religiões”. Nesse livro, um exemplo traz o tabu alimentar dos judeus europeus como uma prevenção relativas a peste bubônica, esperando assim um vida longa e uma imunidade a esta praga. Assim como a nossa sociedade que traz questões relacionadas à pureza e o meio de fiscalização usado para isso também garante a segurança para as pessoas não passarem mal, com diarreia e vômito por exemplo. Em minha experiência etnográfica, se encontrava uma preocupação das cozinhas de “Pit Dog” com a limpeza. Sendo limpo tudo, todos os dias da semana.

Seguindo para outra cozinha de “Pit Dog” mais perto da Praça Universitária, o “Pit Dog” 2. Encontrei nesse ambiente um gerente que o dono tem uma rede de “Pit Dogs” em Goiânia, mas o trabalhador e interlocutor 3, deixou eu ficar e fazer minha pesquisa com a promessa que em outro dia ele poderia conversar comigo. Notei uma pressa naquele ambiente, pois chegava o horário das 19:00 horas e nenhum dos funcionários paravam por um minuto. Naquele ambiente conversei com um casal e entrevistei um dos interlocutores nesse dia. Era meio de Junho e já estava muito frio, para quem é acostumado com o calor, pois fazia 10º graus em média na cidade. Notei que aquela cozinha de cal e metal, dispunha de aparelhos como a chapa, geladeira e freezer. Também pareciam alugar um pequeno espaço do outro lado da rua, onde pegavam alguns pães. Um estoque de gás também era colocado perto dessa cozinha. Além de um computador que estava ligado ao whatsapp para pedidos, aplicativos de *delivery* e no local também.



*Foto 24:* Fonte: foto de Kelliane Araújo. 2022, Goiânia, Brasil

Na foto podemos notar em um local mais a frente da avenida, com um movimento grande de carros dos dois lados da via e um local. Na minha experiência etnográfica nesse dia, ao longo do caminho tinha muitas pessoas com roupas para conter

o frio e esquentar seus corpos. Neste dia, o trabalhador e interlocutor 3, estava sem nenhuma roupa de frio e fizemos a entrevista. Contudo isso me aquietou, pensei que a cozinha de “Pit Dog” devia ser quente lá dentro. Como uma cozinha moderna e tradicional, tinha locais destinados à ventilação, mas mesmo assim, devia ser quente lá dentro, pois fazia 13° graus lá pelas 21:00 horas e mais cedo, na hora da entrevista contava 9° graus.

Pedi neste dia um ‘x-tudo’ como de prática quando fui a campo. Naquele local, em um momento estava uma consumidora agasalhada, demonstrando uma impaciência com a espera, por conta do frio. Por escolha, decidi não incomodá-la vendo como estava. Notando que as pessoas não ficariam por ali, por conta do clima, resolvi ir embora. Todavia, o sanduíche estava delicioso e custou apenas 19 reais, não pedi nenhuma bebida, mas faltou o diferencial dessa sanduicheria das outras, que é o purê de batata. Em um vídeo encontrado no *Tik Tok*, em uma série sobre os sanduíches da Rua 10 que o canal, fazia, acionou também a singularidades dessa sanduicheria, o funcionamento 24 horas por dia, podendo oferecer ao consumidor um ‘x-tudo’ como café da manhã, almoço e janta. Por fim, relata que o sanduíche é recheado com purê de batata, que não tive o prazer de experimentar, pois estava em falta.

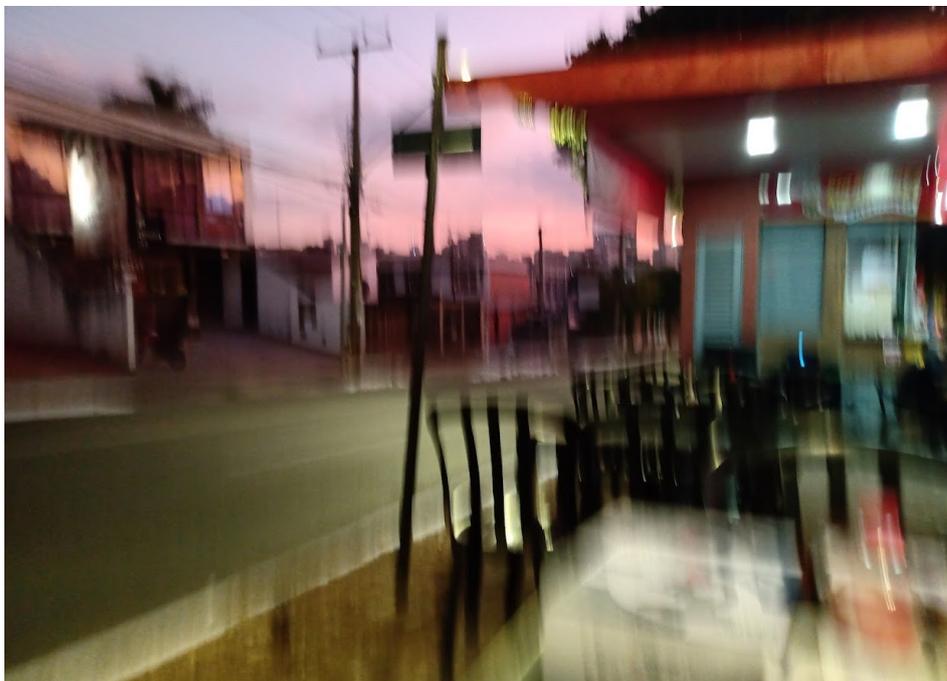


Foto 25: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 26: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 27: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A primeira foto é tirada desta forma por conta da minha falta de habilidade, mas apesar disto, podemos observar a arquitetura de um “Pit Dog”, com suas formas geométricas em contraste com a rua. A segunda foto mostra o começo do expediente noturno neste local, com carros passando pelos dois lados da via e o trabalhador e interlocutor preparando algumas coisas para o expediente noturno. Como a instalação do computador e os dispositivos periféricos, como a impressora, onde saem os pedidos a serem feitos. Na terceira foto apresenta a mesma dinâmica da segunda foto, com a prática da organização e o fluxo de carros intenso na rua de significados.

No quarto “Pit Dog” visitado, é escolhido o mais próximo da Praça Cívica. Neste espaço, cheguei por volta das 17:00 horas para falar com um dos funcionários, já que me recebeu. Perguntei se podia pesquisar lá sobre e entrevistá-lo, o atendente falou que podia, mas ficou receoso ao apresentar um documento para a assinatura e falando do tempo que levaria ali, o sujeito disse então que podíamos deixar para outra semana. Então resolvi permanecer naquele local, observar o movimento das pessoas e como se dava naquele local. Onde se encontrava um maior número de pessoas próximas a Praça Cívica pedindo dinheiro para comer, passando lá no “Pit Dog” e os vendedores ambulantes passavam por lá, vendendo doces.



Foto 28: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 29: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A primeira foto apresenta uma visão diferente de outro “Pit Dog” visto daquele que estava. Mostrando como é um trânsito e os pedestres respeitam as regras de caminhada pela Rua 10. Além de todas as mesas da cozinha de “Pit Dog”, onde há um

maior movimento na madrugada. Nessa imagem dá para o leitor(a/e) uma imagem de todas as mesas sendo ocupadas no pico de movimento, que segundo o atendente é ocupada todas. A segunda foto, mostra a mochila de cordão e o chapéu usado por mim e pessoas no ponto de ônibus esperando para ir a algum lugar na cidade. Abrindo assim margem para pensar a rua de significados como espaço de transição entre províncias de significados pelos indivíduos.

Neste momento, olhando o cardápio, revolvi pedir um ‘x-tudo’ que custou 22 reais. Ao comer, senti um tempero diferente de todos os outros, a alface mais fresca. Seguindo essa lógica como nesse e em todos os outros, adotei uma abordagem para chegar aos consumidores, que é quando eles se sentam e fazem o pedido. Nesse tempo, até sair o pedido, pedia permissão para me apresentar, em seguida contava sobre a pesquisa e apresentava o Termo de Consentimento Livre Esclarecido (TCLE). Muitos disseram que não, mas teve pessoas que aceitaram, então, pedi permissão para sentar na mesa e iniciar a entrevista. A atitude essencial de educação e de permissão em regras construídas e negociadas no campo pelo dito e não-dito na rua de significados.



Foto 30: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 31: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A primeira foto tirada apresenta o ‘x-tudo’, com todos os adicionais grátis, acompanhado dos molhos como o molho verde, mostarda, ketchup e barbecue. Na segunda foto já apresenta duas embalagens que é posto sanduíche. Uma de plástico por dentro e cobrindo está uma de papel.

Seguindo essa lógica, voltei a este estabelecimento uma semana depois, bebi um café oferecido pelos funcionários e observei eles conversando sobre a vida antes do expediente. A não aceitação do café, na minha experiência etnográfica pode apresentar uma falta de educação. A aceitação do café pode abrir portas para outras questões. As conversas em outros “Pit Dogs” também se apresentaram e a pressa ao fazer seu trabalho. Em um episódio em um “Pit Dog” – não vou citar nomes de comércios ou pessoas – o funcionário citava sua preocupação e não parar de trabalhar para fazer uma entrevista comigo, perguntei se podia outro dia ou através de aplicativos, mas se declinou do convite. Contudo, pode-se observar nessa situação de vida do trabalhador, como uma gestão de tempo trabalhado, lazer e trânsito até o local.

As conversas informais, não gravadas, pode-se notar uma vida corrida própria do sistema capitalista em que estamos envolvidos. São parecidas como no filme o *Preço do amanhã*, do diretor Andrew Niccol, onde o tempo é a própria moeda. O tempo é um divisor de classes sociais nesse filme, no qual, aqueles que tem mais são os bilionários

de tempo e os que têm menos, lutam, trabalham e procuram aproveitar o máximo do seu tempo e sobreviver. Resumidamente, os tempos são diferentes para cada indivíduo ou grupo. No campo, vemos uma questão de pressa e tempo entre os trabalhadores de “Pit Dog”, um tempo diferente. Por isso Shove (2009) apresenta os espaços sócio-temporais na cidade, onde vários trajetos e indivíduos exercem práticas de consumo, como consumir um café da manhã em uma lanchonete, ir para academia, a um restaurante, etc. “O significado de cada forma e a relação entre eles indiscutivelmente depende da soma total de perfis de tempo e prática dentro de qualquer sociedade, e na maneira pela qual elas se cruzam” (SHOVE, 2009, p. 27, tradução nossa.).

Para Shove (2009) os contextos sócio-temporais de cada indivíduo ou grupo pode mudar o seu tempo de consumo na cidade. Usando assim seu tempo livre para sanar necessidades como a alimentação e o sono, por exemplo. Os tempos são diferentes para os trabalhadores de cozinha de “Pit Dog”, o de dormir o de almoçar e o de jantar. Por exemplo, seus contextos de espaços sócio-temporais, vão ao trabalho que vai das 17:00 horas até às 8:00 da manhã em média, dependendo do funcionário. No “Pit Dog” 2, a rotina pode variar dependendo do horário que o funcionário pode entrar e sair daquele espaço. Eles vão para casa, comem e dormem, tem suas atividades de lazer e voltam ao trabalho. Uma rotina que é vista como “puxada” e muitos não aguentam e saem do trabalho.

Os trabalhadores acabam relatando que vêm de regiões diversas, como o Setor Garavelo, por exemplo. Até chegar ao trabalho, no Setor Central da cidade, leva algum tempo. Isso reforça o cansaço dessa rotina. Em minha experiência etnográfica, quando voltei não encontrei o trabalhador que se dispunha a fazer a entrevista, mas outros estavam lá e relataram que havia trocado o dia de folga com outro. As folgas sendo alternadas, os trabalhadores as vezes fazem isso nesse local. Mas decidi ficar lá e esperar o proprietário do estabelecimento. Que no caso, são dois donos. Como o próprio canal do *tik tok* do @aproveiteacidade que os donos estão trabalhando neste local à duas décadas, e são um baiano e um maranhense e já foram funcionários deste local. O “Pit Dog” 4, fecha apenas 2 vezes ao ano. Nos dias 24 de Dezembro e 1 de Janeiro.

Nesse estabelecimento conversei com um dos donos sobre a pesquisa e uma entrevista. Ele me deu uma dica para falar com o presidente do sindicato dos proprietários de “Pit Dogs” (SindPit-Dog). Foi revelado a mim seu nome e o de seu “Pit

Dog”. Falou para voltar outro dia para a gente conversar. Dessarte, também aproveitei para falar com os consumidores e conseguir algumas entrevistas.

Sabendo dessa informação, em outro dia, parti em direção ao “Pit Dog” do presidente do sindicato. Neste dia, encontrei o lugar em uma sexta-feira, mas foi informado a mim que estava sobre uma nova direção. Porquanto, a parti desse momento para a tentativa de contato pela rede social do *Instagram*, porém não fui respondido. Entendendo que o campo é feito de escolhas e que levavam a algum lugar, nota-se que cabe a pesquisa dar as respostas a esses caminhos. Vendo, essas questões, voltei aquele lugar mais cedo, como uma tentativa de conseguir as entrevistas e ter uma experiência etnográfica naquele espaço.



Foto 32: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 33: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil



Foto 34: Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A primeira foto nos mostra como é o começo da noite neste espaço de “Pit Dog”, como toda a sua dinâmica nota-se que já tinha comido o sanduíche e estava sendo reproduzido em sua televisão um jogo de futebol. Na segunda foto temos um ‘x-tudo’ que havia pedido, acompanhado de molho verde, ketchup e barbecue, com sachês de maionese e maionese picante. Na terceira foto vemos a interação dos sujeitos que estão esperando o pedido e os que já comeram continuam no local conversando sobre a vida. Enquanto os trabalhadores se encontram perto da cozinha de “Pit Dog”.

Naquele espaço, em uma entrevista deve-se perceber os limites de até onde ir; esses limites não-ditos, são um momento que tive em um dos “Pit Dogs” em que estava pesquisando, acompanhando de perto um trabalhador, entretanto, percebi que o sujeito se sentiu desconfortável com a situação e me distanciei e também me abstive de perguntar se podia tirar foto de dentro da cozinha. Pois, enquanto uma cozinha pequena e muitos funcionários transitando por ali, geraria uma incomodidade. Outro fator também as poucas fotos tiradas das pessoas, por causa de um desconforto, como uma invasão de privacidade dos interlocutores. Enquanto uma experiência etnográfica, mantive atento a esses pormenores.

Seguindo para a última sanduicheria que seria pesquisada na Rua 10, me encontrei com um dono que estava organizando e limpando seu “Pit Dog”. Conversamos sobre uma possível entrevista na parte da manhã e em seguida pedi o *whatsapp* dele e me concedeu seu número para conversarmos. Depois disto, no horário que marcamos teve como por imprevisto falado pelo trabalhador na rede social. Conversei sobre outro horário e não teve como fazê-la novamente, então percebi que ele não poderia ceder o tempo para a entrevista. Mas continuei indo lá, e com a permissão deste consegui entrevistas com consumidores.

Ao consumir neste local e observá-lo notei a mesma lógica de interação entre sujeitos. Um espaço com um lanche rápido e barato, onde as pessoas pediam e conversavam, comiam e podiam ficar ali proseando sobre questões de suas vidas nas províncias de significados que frequentavam. Senti uma diferença no tempero para os outros locais. O canal do *tik tok*, @aproveiteacidade, descreveu como um dos maiores sanduíches que já viu na vida, bem temperado e com os adicionais grátis: abacaxi, cebola e catupiry, dando um total de 22 reais. É óbvio, essa série de vídeos sempre exaltou potenciais qualidade e diferenças de cada sanduicheria.

Nota-se que todas essas questões de alteridades são vivenciadas pelos interlocutores de diferentes formas, até no ritmo de viver esse espaço sócio-temporal da cidade. Enquanto muitos dos consumidores veem aquele lugar como lazer, os trabalhadores enquanto um laboral, assim como eu vi como um trabalho em minha pesquisa, são diferentes. Como a locomoção para ir e sair do campo de pesquisa.

#### **4. Capítulo 3: Entre entradas e saídas: analisando e olhando ao redor através da experiência etnográfica.**

##### **4.1. Rua de significados: caminhando entre memória, consumo, trabalho, fome e cozinhas de “Pit Dog”.**

A memória enquanto uma negociação envolve sentimento na rua de significados, e uma gestão é feita nesse quesito. Segundo Rocha e Eckert (2003) o ato do caminhar cosmológico, encena jogos de memória e tempos diferentes, vivências de espaços cheiros, barulhos e pessoas são sentidos pelo caminhante em sua experiência. Esses sentimentos se confundem pelo imaginário de rua que se constrói. Como em minha experiência etnográfica, que se encontrou os pedestres, trabalhadores, consumidores, ciclistas e pessoas em situação de rua. Me mostrou um código próprio da rua de significados, no qual, nos termos de Wagner (2020) o antropólogo inventa a noção de cultura de um espaço e os “outros”, inventam sua cultura para ele. As alteridades se encontravam nesse campo e se inventavam naquele espaço e criavam suas regras por meio de negociações.

Em uma de experiências de campo que tive, ao sentar em um “Pit Dog” próximo à Praça Cívica, enquanto consumidor era recebido melhor do que quando não consumia nada. Sentia essa questão, e neste momento percebi que a lógica de Mauss (2013) de dar, receber e retribuir se aplicava ali. Entendo essa questão e todo o impacto na alimentação em um cenário de crise, no campo senti mais pessoas em situações de ruas pedindo comida em minha trajetória, das duas vezes que me dirigi pela Rua 10 antes do campo, não percebi. Lembrando que “O Inquérito Nacional sobre Insegurança Alimentar no projeto VigiSAN (PENSSAN, 2021), mostra que 55,2% da população brasileira apresenta algum grau de IAN (leve, moderada ou grave)”(GUERRA, 2022, p. 3). Nesse sentido, o Insegurança Alimentar Nutricional (IAN) é uma violação aos direitos humanos fundamentais, assim como saúde, moradia, educação, trabalho e seguridade social, que muitos desses problemas se relacionam com a não garantia de políticas públicas de Segurança Alimentar e Nutricional (SAN) e a garantia do Direito Humano à Alimentação Adequada (DHAA) foram desfeitas.

Em 2007, foram instituídas a nível federal, na Câmara Intersetorial de Segurança Alimentar e Nutricional (CAISAN) e o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA). Em 2019, Bolsonaro, por meio da Medida Provisória nº 870, de 2019, extinguiu o CONSEA, tendo que sua função é de extrema

importância no monitoramento e articulação de políticas públicas de Segurança Alimentar Nacional (SAN) e zelar pelo Direito Humano à Alimentação Adequada (DHHA). Na pandemia enfrentada pela população, sobre o governo Bolsonaro, se viu a falta de ação e política na questão da alimentação e vacinação da população. Na vacinação, foi a demora, e na alimentação também houve uma demora, piorando e dando sinais de políticas públicas emergenciais para garantir a alimentação adequada aos seus cidadãos, gerando um aumento da Insegurança Alimentar Nutricional (IAN), caracterizado por:

“Por sua vez, situações de Insegurança Alimentar e Nutricional (IAN) podem ser identificadas a partir da “fome, obesidade, doenças associadas à alimentação adequada, consumo de alimentos de qualidade duvidosa ou prejudicial à saúde, estrutura de produção de alimentos predatória em relação ao ambiente, bens essenciais com preços abusivos e imposição de padrões alimentares que não respeitem a diversidade cultural”(GUERRA, 2022)

Mas, no atual governo Lula, já houve a volta do Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA), para exercer sua função e ajudar no combate Insegurança Alimentar Nacional (IAN) no Brasil. Neste contexto que se deu o campo, entre o período pandêmico e pós, e já no em minha caminhada pude notar que no centro da Rua 10, as(os/es) em situação de rua fizeram uma tenda e dormiam debaixo de um cano grande onde se passava água. Pude notar que a maioria das pessoas em situação de rua que me pediam comida eram negras(o/e) e estavam em situação de Insegurança Alimentar (IA). Via as pessoas em situação de rua, pedindo comida em semáforos e passando em “Pit Dogs” pedindo aos atendentes em diversas situações. Quiça, esses não-transeuntes apresentam um código de permanência curtas em estabelecimentos em comparação as vias e calçadas da Rua 10, que se deslocam livremente.

A maioria das(os/es) pessoas em situação de rua que pediam dinheiro para comprar comida, eu ia com eles(a/x) para comprar comida ou dividia um sanduíche. Alguns deixavam um pouco de suas histórias de vida enquanto iam ou recebiam comida. Eram muito educados nessa fase. Na pesquisa, identifiquei que as pessoas em situação de rua costumavam a pedir comida em “Pit Dogs” próximos a praça cívica. Como a cadeirante negra que estava pedindo dinheiro no trânsito, veio pedir um sanduíche em um “Pit Dog”, perguntando o preço ao funcionário e se fazia pelo tanto que tinha em mãos, mas ele disse que o patrão não estava lá no momento e não podia fazer. Então ele comprou um copo de água e foi embora. Neste dia, estava com o

dinheiro contado para passar o mês e não pude ajudá-la. Em outro dia, um homem negro, cego de um olho apareceu pedindo comida, então me dispus a pagar uma jantinha, em um local que servia, espetinho e pizza, que ficava próximo a onde o “Pit Dog” que estava ficava. A jantinha é um prato com arroz, salada, feijão tropeiro, mandioca e um espeto a escolha. O espeto é caracterizado por pedaços de carne espetados em um espeto de madeira, no qual as pessoas comem a carne.

No caminho ele me contou um pouco de sua história de vida e que vivia em situação de rua com sua tia. Então vendo essa situação, paguei duas jantinha e uma coca para comerem. Ele disse que queria para levar, então deixei pago e conversado para entregar a comida a ele. Em outra ocasião, uma travesti negra e outra branca apareceram para pedir comida, como meu teto de orçamentos tinha estourado no mês, paguei um sanduíche e dei a metade do meu mais a coca para elas dividirem. Em outro dia, uma pessoa branca me parou pedindo para comprar um doce para ajudar na comida, era por volta das 20 horas e não tinha dinheiro para dar para ele, então o convidei para irmos a uma sanduicheria aqui perto. Paguei um sanduíche de “Pit Dog” e ele insistia para ficar com alguns doces como uma forma de retribuição, aceitei a oferta.

Em todas essas situações de experiência etnográfica de fome me fez sentir um mal-estar. Com todo o descaso do Estado de Goiás em relação a esse controle da fome, que no caso citado acima, é desfeito o Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional (CONSEA) e com a pandemia de Covid-19, no campo que fiz, essa questão se agravou. Por tudo isso, e como em minha história de vida minha família me ensinou a nunca negar um prato de comida a ninguém, e ver uma pessoa passando fome ou passar fome é uma das piores coisas que se pode acontecer. Isso me afetou tanto, que passou pela minha cabeça: nunca mais quero voltar a aquele campo novamente.

A rua de significado é sentida pelos não-transeuntes diferentemente dos transeuntes. Como no caso dos trabalhadores em “Pit Dogs” e suas trajetórias de vida até aquele lugar. Os trabalhadores que entrevistei mostraram entusiasmo e falta de tempo com a pesquisa. Em alguns lugares perguntaram se eu era jornalista, outros se estava procurando um emprego. Mas em todos, me deram a oportunidade de estar lá e entrevistar, com algumas ressalvas de algumas possíveis interlocutores que se declinaram a participar.

As histórias de vida dos trabalhadores interlocutores em busca de uma melhora de vida através da cozinha de “Pit Dog”, tendo esse lugar de memória, também como

um lugar de esperanças, sonhos, objetivos e sustento de famílias. Temos a memória biográfica de um trabalhador e interlocutor de 42 anos, migrantes que traz:

“Pesquisador – Você trabalha aqui faz quanto tempo?

Trabalhador e interlocutor 1 – Eu tô aqui desde dois mil e um [...] Faz vinte e um anos..

Pesquisador – Fale um pouco de sua trajetória aqui.

Trabalhador e interlocutor 1 – Rapaz pra mim foi uma oportunidade que eu achei, né?! Eu cheguei aqui em dois mil e um [...] Eu cheguei do maranhão, não tinha nenhuma perspectiva de vida. Ai eu conheci um colega meu que ele já era proprietário daqui [...] Ai hoje eu trabalhei com ele, fui e comecei a trabalhar com ele [...] Em dois mil e onze, eu virei sócio dele. Então até, em onze anos que eu sou sócio aí e graças a Deus, tudo que eu tenho foi tirado daqui. Cheguei aqui em dois mil e um procurando serviço e hoje, através dessa oportunidade, através dessa oportunidade, cinco pessoas, cinco famílias sobrevive daqui, né?! Cinco família [...] Pra mim cara, é, eu não sei fazer outra coisa não, a não ser isso daqui.

Pesquisador – Qual a sua relação com esse bairro e região?

Trabalhador e interlocutor 1 – Rapaz [...] A relação que tenho aqui mesmo é só o conhecimento com os clientes aqui, né?! Porque tem uns clientes aqui que tem vinte anos que eu conheço [...] Conheci eles aqui, vindo com seus filhos pequenos. Hoje, esses filhos pequenos que vinha com eles, hoje já vem com os filhos deles. Conheci pessoas aqui estudantes, hoje eles volta aqui como juiz, outros delegados de polícia federal. Muitos pessoas aqui [...] Vi acontecer muitas coisas boas aqui.”

O segundo trabalhador e interlocutor 2 já traz uma visão diferente:

“Pesquisador – Qual a sua trajetória em relação ao “Pit Dog”?

Trabalhador e interlocutor 2 – Rapaz assim [...] Tem muitos anos que eu trabalho. Tem 25 anos de experiência que trabalho na chapa [...] Rapaz, minha trajetória é montar um pra mim daqui uns três, quatro anos.

Pesquisador – Esse daqui não é seu não?

Trabalhador e interlocutor 2 – Não, rapaz se fossse meu eu só vinha pra busca o dinheiro é só. Sou funcionário só.

Pesquisador – Qual sua relação com esse bairro ou com a região?

Trabalhador e interlocutor 2 – O bairro e a região, acho muito boa, muito tranquila [...] Apesar que é uma roda de festa, mas vem todo mundo animado, muito animado mesmo. Tem uma galera que vem pra cá.”

Ao trabalhador o espaço é tudo como uma passagem e sonho, onde consumidores como uns transeuntes depois de suas atividades sócio-temporais passam para comer. A construção do imaginário do lugar de memórias, criadas e pensadas através de categorias que podem expressar sentimento e códigos culturais. Como a disputa não-dita pelo melhor ‘x-tudo’ de Goiânia. Em todos os lugares que estive pesquisando e em redes sociais desses estabelecimentos temos a afirmação dos melhores sanduíches de cozinha de “Pit Dog” feitos em Goiânia. Uma construção imaginária de melhor, pois como dito no texto de Amon e Menasche (2008) da criação de gosto e discutido em uma das entrevistas. O gosto é construído pela história de vida

do indivíduo e o grupo que pertence. Porquanto, não tem como dizer que um é melhor que o outro, pois cada um tem seus gostos e seus preferidos e construídos socialmente.



*Foto 35:* Fonte: de autoria própria. 2022, Goiânia, Brasil

A foto apresenta a rua e transeuntes atravessando a cidade de carro, enquanto uma pedestre caminha pela faixa central da Rua 10. A memória biográfica dos consumidores nessa rua de significados é fundamental para entendermos esse lugar de memória e de transeuntes. A memória liga consumidores muitas vezes ao consumo de um alimento, como o sanduíche feito pela cozinha de “Pit Dogs” e a volta a comida e a lembrança gustativa dessa, por exemplo; mesmo tendo outras questões como a região Central de Goiânia, ser um local de festas, boates, encontros, qualidade da comida, futebol e trabalho. Isso é uma das construções imaginárias que compõe a imagem do Setor Central da capital. Em suas biográficas, cidade e bairro, ativa a lembrança dessa cozinha e de outras coisas relacionadas, fazendo ir a esses locais saindo de outras regiões. Como os próprios consumidores e interlocutores trazem:

“Pesquisador – Qual a sua trajetória?”

Consumidor e interlocutor 5 – Bom, são 10 anos em Goiânia, residi no interior, residi em Brasília [...] Minha trajetória em Goiânia é muito fixa, somente um bairro, realmente de residência, que é o Residencial dos Ipês.

Pesquisador – Qual a sua relação com o bairro? Assim, o centro e sua região?

Consumidor e interlocutor 5 – Bom, a minha região é muito propriamente residencial, e algo para morar, frequentar alguns eventos, alguns estabelecimentos do meu setor, da minha região [...] E no centro, minha frequência é constante, eu faço estágio atualmente no centro e frequento alguns bares, alguns restaurantes, alguns “Pit Dogs” da região central de Goiânia.”

“Pesquisador - Qual é a sua trajetória? Isso relacionado a cozinha de “Pit Dog”?”

Consumidor e interlocutor 7 – Então, eu acho que a primeira coisa que tenho que falar é que sanduíche a minha comida favorita. Não é disparado, mas é de longe [...] A primeira coisa que comi depois que sai do hospital foi comprar um ‘x-tudo’. Infelizmente, os perto daqui de casa são ruins, então tenho que comer dos outros bairros [...] Eu fui muito acostumado a comer no Setor Leste Vila Nova ou no centro mesmo. Então, o “Pit Dog” faz muito parte da minha vida.

Pesquisador – Qual é a sua relação com o bairro e a região?

Consumidor e interlocutor 7 – Tipo, eu falei da sanduicheiria, mas não era só sanduicheiria, mas existem dois “Pit Dogs” do lado direito dela, dois no meio e uma da esquerda. O da esquerda é o mais famoso, o Corino, e também o mais gostoso e também o mais caro. Meu tio me levava bastante para lá [...] Eu tinha um tio que tinha, não, tenho uma grande amizade, até porque meu tio não mora mais aqui no Brasil. A gente perdeu um pouco de contato, mas a gente tinha uma grande amizade [...] A gente, eu, minha família frequentava muita das vezes o “Pit Dog”. Principalmente, porque é minha comida favorita, e a comida favorita do meu tio, e é uma comida que minha família come bastante.

Pesquisador – Sim, você mora na região central?

Consumidor e interlocutor 7 – Eu moro no Crimeia Leste faz quase três anos, só que eu sou bastante cria do Leste Vila Nova. Porque eu morei lá um época para falar a verdade [...] Uma quando era menorzinho e outra quando cresci. Meus pais se separaram. Ai morrei lá um tempo. Também por conta das minhas tias. Então tenho bastante costume com a Vila Nova [...] O Crimeia Leste, os que tem no meu bairro e os Anhanguera 2, Marista, etc. Prefiro deste que tem uma fala melhor [...] Como tenho bastante costume de comer na Vila Nova, no Setor Leste-Universitário, Vila Nova, etc. Eu costume só passar lá, porque já sou acostumado e são locais perto da minha casa, então não vou gastar tanto de gasolina, porque tenho certeza que a comida é boa.”

“Pesquisador – Qual a sua trajetória em relação ao “Pit Dog”?”

Consumidor e interlocutor 8 - Eu como sanduíche desde que tenho cinco anos de idade [...] Em “Pit Dog”.

Pesquisador – Qual a sua relação com o bairro e a região?

Consumidor e interlocutor 8 – Aqui. Eu estudo aqui, né?! Não vinha muito pra cá não, mas eu comecei a estudar aqui, né?!”

Os discursos acima e interlocutores trazidos, são questões que aparecem em outras entrevistas com os consumidores. Em minha experiência etnográfica, alguns consumidores mudaram para Goiânia por causa de algum tratamento e como prosseguiram em hospitais como o Hospital das Clínicas, por exemplo. Além de uma locomoção para o Setor Central, por conta do sabor do sanduíche, local de fácil acesso depois do trabalho e outras práticas de lazer, como ir em boates ali perto. Como uma rua de significados que permite o trânsito entre locais em vários pontos na cidade, por ser uma das ruas ligadas a Praça Cívica. Um espaço que tem como comércios os “Pit Dogs”, mas também pode se encontrar um lugar onde fazem jantinha e pizza. Como dito anteriormente, esse espaço se encontra aberto no centro da capital quando muitos estão fechados, por isso um dos motivos para a locomoção de muitas pessoas para esse local. Os constates da cidade e da Rua 10 são visíveis para quem olhar, mas e quando se forma a memória e isso tem a ver com o consumo e suas escolhas. Isso os consumidores e interlocutores expõe:

“Pesquisador - Do que você se lembra da primeira vez que comeu em um “Pit Dog”?”

Consumidor e interlocutor 11 – Eu lembro da história que te falei. Foi quando a gente passava de ano. Minha mãe levava a gente pra comer.

Pesquisador – Quais estabelecimentos ou um “Pit Dog” na Rua 10 que você consome? Tem algum critério de escolha?

Consumidor e interlocutor 11 – Só aqui no “Pit Dog” 1.

Pesquisador – Tem algum critério?

Consumidor e interlocutor 11 – Não sei, eu acho que gosto mais daqui. Na verdade eu nunca comi nos outros. Só que sempre, eu comecei a comer aqui e aí eu gostei e continuei a vida toda.

Pesquisador – O que te faz comer em um “Pit Dog”? A quanto tempo você frequenta esses estabelecimentos?

Consumidor e interlocutor 11 – Esse aqui em especial?

Pesquisador – Sim.

Consumidor e interlocutor 11 – Desde que eu mudei para Goiânia. Desde 2019. Mas o que faz eu [...] Tipo, eu vim aqui hoje, por acaso estava passando, aí deu vontade de comer e a gente parou. Mas geralmente é quando a gente sai da balada, ai, aqui é perto, né?! Ai a gente vem de manhã e come.”

“ Pesquisador – Do que você se lembra da primeira vez em que comeu em um “Pit Dog”?”

Consumidor e interlocutor 12 – Hum, felicidade, alegria.

Pesquisador – Quais estabelecimentos ou um “Pit Dog” na Rua 10 que você consome? Tem algum critério de escolha?

Consumidor e interlocutor 12 – Critério de escolha? É o mais próximo da minha casa, assim.

Pesquisador – O que te faz comer aqui e a quanto tempo você frequenta esse estabelecimento?

Consumidor e interlocutor 12 – O que me faz comer aqui? É que acho que o preço, um preço bom do lanche, e um lanche aonde me deixa saciado. E eu frequento aqui desde de [...] Acho, que outubro de dois mil e vinte um.”

Vemos colocado uma questão de consumo aqui. Tem uma coisa em comércios que constatei, é muito mais difícil conquistar o cliente que mantê-lo, até por conta de um código moral. Temos o exemplo de uma piada sobre a vida no Brasil do comediante francês Paul Cabannes, que conta sobre o cabelereiro que cortou o cabelo uma vez. Em um outro dia esse mesmo cabelereiro ficava olhando com a cara feia porque ele cortou com outro profissional. Havendo esse código cultural, quando ele passava por lá sentia vergonha pelo feito. Isso de lealdade comercial é algo a ser levado em consideração. Em minha experiência etnográfica e de vida, quando comia em outro lugar, passava por um lugar e parece que me olhava e ficava mal com isso. Mesmo o consumidor tendo o direito de escolha, há um código nisto. Muitos consumidores, apenas diziam que só comiam naquele lugar da Rua 10, mas em momentos que não encontravam de longe, lugar para sentar, escolhiam outro.

Outro ponto importante, é a questão do que a comida de cozinha de “Pit Dog” representa. Os sentimentos e a gestão desses sentimentos e memória é importante ressaltar. Essa felicidade na lembrança do gosto ou de uma memória de infância ainda é lembrada por conto do sanduíche. A memória gustativa, recente ou não, traz os consumidores também e é um dos fatores que mantêm eles(a/x) consumindo naquele estabelecimento. Mas isso também vai de encontro a um imaginário de diferenças entre os restaurantes a céu aberto de “Pit Dog”, como expõem:

“Pesquisador – Quais as diferenças sentidas de quando você começou a consumir em “Pit Dogs” e hoje?

Consumidor e interlocutor 6 – Não, eu acho que a diferença depende do lugar, sabe [...] Cada lugar tem um sabor diferente. Depende da qualidade do produto também, você consegue perceber. Por exemplo, igual, tem um lugar

que a gente come no nosso setor que não é legal [...] Pelo menos que eu acho legal. O bacon é mais pastoso, meio gorduroso; a carne você vê que na qualidade; salsicha também, o gosto diferente. E, varia.”

“Pesquisador – Quais as diferenças sentidas de quando você começou a consumir em “Pit Dogs” e hoje?”

Consumidor e interlocutor 10 – Ah, acredito que o preparo. Tem muitos “Pit Dogs” que acaba trabalhando com uma receita própria e acaba diferenciando o gosto, acredito nisso...”

A variação de receita citada, está no acréscimo de alguns ingredientes como no caso do “Pit Dog” 2, como adicional grátis oferece purê de batata e o tempero do sanduíche, e como é feito, se é mais gorduroso ou mais sequinho. Também mudou a questão dos preços em muitos relatos; alguns interlocutores falaram que consumiam por conta de uma comida barata e gostosa, construindo uma memória gustativa e uma imagem do que é comer em um “Pit Dog”. Essas construções de sentimentos nós leva a questão também dos preços. Como a imagem de um passado e o presente em comparação às suas memórias. Uma expressão de sentimento de pessimismo em relação ao aumento, que impacta em outras questões como a qualidade de vida relacionada à questão do comer fora ou a comida dentro de casa. A comida de fora de casa é feita por qualquer restaurante; se diferenciando no comer fora, que é comer na “porta” ou calçada dos “Pit Dogs” do de dentro de outros restaurantes. Quando pensamos nas coteirizações postas, o aumento muita das vezes se dá pelo mau governo ou reajustes devido ao salário da população. Essa construção imaginativa nós levou a questão da pandemia e a surpresas que isto trouxe, como apontam:

“Pesquisador – Qual o impacto da pandemia no estabelecimento? O que mudou com o advento dos aplicativos de *delivery*?”

Consumidor e interlocutor 7 – Então [...] Para nós e para eles foi horrível, porquê a gente não pode, não podia comer mais na porta, só por isso mesmo. A gente não sentava naquela cadeirinha de bar que a gente sentava para comer [...] Aí ficou só no *delivery*, porque querendo ou não, agora a gente depende [...] Depende não, sacanagem te falar isso. Fica refém do aplicativo, né?! O aplicativo é um pouco mais caro, porque tem taxa de entrega e etc. Mas também tem a questão do entregador, porque sofre também, porque querendo ou não é uma profissão mais fudidas que tem.”

“Pesquisador – Agora vou fazer a última. Qual o impacto da pandemia nos “Pit Dogs”? O que mudou com o advento dos aplicativos de *delivery*?”

Consumidor e interlocutor 8 – Nossa, eu acho que “Pit Dogs” perderam, né?! Seu público presencial e ganharam muito público [...] Tipo, para comer em casa. Tanto que agora no pós – pandemia mesmo as pessoas querendo sair muito de casa. Eu acho que “Pit Dog” ganhou muita força nesse quesito de *delivery*, né?! Porque agora se pensa assim: “Ah, pra que que eu vou lá se seu pedido vai chegar; sanduíche igualzinho do “Pit Dog”. Só que também você

não tem aquele sentimento de ir, lazer, contato com o atendente, né?! Acho que é isso.”

“Pesquisador – Qual o impacto da pandemia nesses estabelecimentos? O que mudou com o advento dos aplicativos?”

Trabalhador e interlocutor 3 – Eu acho que a mudança foi o crescimento para o *delivery*. Cresceu bastante na pandemia, apesar de ter todo um *lockdown*. Então eu acho que, só que depois e deu uma maneirada [...] E as pessoas estavam cada vez mais sedentas pra voltar no local. Então, depois que acabou, vinheram todo mundo pra cá.”

A pesquisa então me impactou. Nenhuma diferença de consumo de sanduíches foi abaixo na Rua 10. Mesmo com um *lockdown*, que é uma palavra que no contexto pandêmico foi incorporada no nosso português como um estrangeirismo, dado que algo relacionado ao fechamento total de vários comércios e proibição de locomoção para outras províncias de significado longínquas, para medidas de proteção e impedimento de propagação do vírus. Sendo que no literal do inglês significa confinamento, que está relacionada a toda a situação descrita acima. Porquanto, em Goiânia, o *delivery* no contexto pandêmico, é incorporado como um meio das pessoas receberem suas comidas sem sair de casa e se por ao risco de se infectar com a Covid-19. Alguns profissionais como policiais, pessoas da saúde, postos e supermercados e relacionados, como os entregadores, trabalhavam como serviços essenciais de modo que as pessoas evitassem a propagação até a solução. Pode-se notar nesta pesquisa que falo de um contexto pandêmico e de passagem para um pós-pandêmico.

A aprovação enquanto patrimônio cultural do Estado de Goiás e município de Goiânia, se deu nessa passagem em 2021, quando a população estava sendo vacinada contra o vírus. Dito isto, essa política atuou em várias frentes como favorecendo os comerciantes do ramo e dando margem a uma negociação de identidade imaginária de Goiânia e sua culinária, se incorporando assim. Neste ponto, queria indagar e pensar como os interlocutores pensariam o impacto desta ação de cidadania patrimonial efetivada em Goiânia. Pondo isto na mesa, escutei e quero colocar aqui no texto a cozinha de “Pit Dog” frente o turismo, como pertencimento identitário e impacto da patrimonialização. Como os interlocutores falam ao serem perguntados com questionamentos direcionados para a resposta desta pergunta:

“Pesquisador – Qual sua opinião, você acha que o “Pit Dog” influenciou na construção de um senso de pertencimento goiano? Tipo, assim, uma coisa só de Goiás, do goiano e tal.

Trabalhador e interlocutor 1 – Claro, claro, existe sim. Que a maioria dos lugares que tem “Pit Dog” hoje foi copiado daqui, né?! Foi copiado daqui. Eu conheço muitas pessoas aqui que trabalharam em “Pit Dogs” [...] Aqui mesmo na Rua 10 e hoje tem “Pit Dog” em Vancouver, Cuiabá. Tudo é trabalho daqui, é.

Pesquisador – O que acha dos “Pit Dogs” hoje em Goiânia?

Trabalhador e interlocutor 1 – Acha do “Pit Dog”.

Pesquisador – Sim.

Trabalhador e interlocutor 1 – Aqui, igual eu falei, né?! É, gera economia, gera ai [...] Hoje eu acho que é essencial aí. Com essa pandemia, mesmo que fecho aí. Pessoas ai tudo louco, quando abriu as portas aí, as pessoas correram para os “Pit Dogs”. Sentava, comia, conversava.

Pesquisador – Você vê alguma relação entre o turismo e o “Pit Dog”?

Trabalhador e interlocutor 1 – Ah, sim. Já falei, muitas pessoas vem aqui conhecer Goiânia, elas querem conhecer o “Pit Dog”, né?!

Pesquisador – Você acha que a constituição do “Pit Dog” enquanto patrimônio cultural ampliou o hábito das pessoas comerem fora? Ou aumentou o fluxo?

Trabalhador e interlocutor 1 – Rapaz, não sei se aumentou tanto, né?! Mas eu acho que deve ter influenciado um pouco também. Porque pessoas deve ter visto, porque saiu no jornal, né?! Em revista [...] Pessoas que mora fora, com certeza, eles viram né!? Quando eles viram, desejaram conhecer”

“Pesquisador – O que você acha da ideia de ter o “Pit Dog” enquanto patrimônio cultural?

Consumidor e interlocutor 5 – Acho excelente, muito relevante e importante também [...] E é um sinônimo de Goiânia também. Em qualquer lugar que você vá, você vai ver uma concentração melhor, uma certa fama dos “Pit Dogs” de Goiânia.”

“Pesquisador – Você acha que isso trouxe algum benefício para esses estabelecimentos?

Consumidor e interlocutor 7 – Não tenho ideia. Acho que deram mais respaldo para os donos, mas para o público geral, eu acho que deve ter mudado. Não, não sei te responder. Porque eu acho, na minha visão, que os goianos em geral respeitam bastante e entendem a importância [...] Se mudou algo no cotidiano deles, estão mais confiantes. Acho que deu para entender.

Pesquisador – Como o bairro e a cidade se beneficiou disso?

Consumidor e interlocutor 7 – Primeiro vou responder a segunda: como a cidade se beneficiou disso? Primeiro, que as pessoas vão consumindo, os “Pit Dogs” tem funcionários. Então, isso já é um ponto [...] Eu acho que respondi certo. E com o bairro [...] Cara, você chama muitas pessoas por conta de “Pit Dog”, quantas e quantas pessoas que saem lá no São Judas para comer lá na rua de “Pit Dogs”, porque gostam. Quantas e quantas pessoas saem de longe. Por exemplo, tem um amigo meu que mora lá em Aparecida de Goiânia, então diversas vezes no pós jogo do Goiás, a gente ao invés de ir para casa, pegava, pô, caminho contrário, longe pra caramba [...] E também eu acho, da

mesma visibilidade que as pessoas observam mais o bairro [...] Eu acho que é nesse sentido.”

“Pesquisador – O que você vê em relação ao questionamento se os “Pit Dogs” são realmente patrimônio cultural? Qual a sua opinião?”

Consumidor e interlocutor 10 – Ah, eu particularmente, assim, nunca tinha, nem sequer pensado nessa ideia. Mas hoje, eu vejo de alguma forma [...] Ele é tanto, como posso dizer, beneficente, como de uma forma [...] Um local de visibilidade, acredito que é bom.”

Pesquisador - Na sua opinião, você acha que a cozinha de “Pit Dog” influência na construção de um senso de pertencimento goiano?

Consumidor e interlocutor 8 – Acho que sim.

Pesquisador – O que você acha dos “Pit Dogs” hoje em Goiânia?

Consumidor e interlocutor 8 – Bom. Eu acho que são bons.

Pesquisador – Você vê relação entre o turismo e o “Pit Dog”?

Consumidor e interlocutor 8 – Sim, muita gente vem só pra ir no “Pit Dog”. Tipo, gente que mora no exterior, por exemplo, meu irmão, ele mora no exterior, quando ele vem, ele fica doído para ir em um “Pit Dog” [...] Tipo assim, né?!

Pesquisador – Você vê a constituição dos “Pit Dogs” enquanto patrimônio cultural ampliou o hábito de comer fora?

Consumidor e interlocutor 8 – Sim, com certeza. É mais prático, né?! Benefício, várias coisas, né?!

O(a/e) leitor(a/e) cabe ressaltar que foram respostas subjetivas em relações as questões. Tudo o que foi relatado é de importância da construção do senso de pertencimento e identidade construída por um imaginário em Goiânia através dessas falas que foram replicadas de várias formas nas entrevistas e experiências de campo por trabalhadores e consumidores interlocutores. Nisto, coloca a cozinha de “Pit Dog” como uma marca da cidade de Goiânia, e a Rua 10, como uma rua de “Pit Dogs”. Ao observamos atentamente nas palavras e em minha experiência etnográfica, o consumo foi pouco afetado com um aumento muito pequeno pela constituição enquanto patrimônio cultural. Já se pensava anteriormente como um ícone cultural da cidade, então podemos colocá-lo como algo que não afetou muito.

A partir disso, vemos a questão patrimonial, mais como uma afirmação de identidade e efetivação de uma ação de cidadania patrimonial para não retirada dos “Pit Dogs”. Contudo, o consumo, nos leva a pensar nas muitas subjetividades dos sujeitos que os levam a consumir em cozinhas de “Pit Dog” da Rua 10. Em minha experiência

etnográfica, esses significados apresentados ao longo do texto me fizeram refletir, como tudo isto refletia em uma construção de Estado de Goiás, no quesito culinário.

Os “Pit Dogs” que sofreram modificações, sendo representado na imagem dos indivíduos de inúmeras formas. Uma construção de um imaginário do que é a cozinha de “Pit Dog” para Goiânia e para o Estado de Goiás, que se dá pelo conflito entre os diferentes sanduíches produzidos em outros lugares, se dando como algo diferente na composição da própria receita, ingredientes, jeitos de fazer, como postos pelos interlocutores em entrevistas. Isso me levou a pensar em outras cozinhas, tida por muitas como ‘iguais’ por outras pessoas de outros Estados, contudo, podemos ver pelas falas, que não é bem assim:

“Pesquisador – Curiosidade mesmo, e tipo assim, como era a construção do sanduíche daqui e os de lá de Natal, vamos dizer o “x-salada” daqui?”

Trabalhador e interlocutor 2 – Porque aqui o pão nosso é prensado na chapa e lá não [...] Lá eles põe o pão na chapa e lá não, eles põe na chapa cheio de óleo, tanto que o sanduíche sai meio encharcado. Ai tem um lugar lá que eles nem esquentam o pão, o pão vai frio mesmo do jeito que tirou do caso, só coloca a carne lá dentro e já leva. Não tem um saquinho de papel e só na sacolinha.”

“Pesquisador – Você sente diferença dos ‘x-saladas’ produzidos aqui e os sanduíches de outros Estados ou o próprio hambúrguer?”

Trabalhador e interlocutor 3 – Eu acho que aqui eles investi mais em tudo que é daqui. Então, com certeza que há diferença, até porque, como aqui muito tempo trabalhando na mesma ‘coisa’, investiram muito nisso [...] Então eu acho que aqui é muito mais, sei lá, suculento, grande e muito mais feito na hora.”

“Pesquisador – Você falou da diferença do sanduíche pro gourmet, você vê alguma diferença entre eles?”

Trabalhador e interlocutor 1 – Rapaz, como eu vou falar aqui, eles não é a nossa concorrência, né?! Porque a concorrência nossa mesmo [...] Tem vários sanduíches de rua, o negócio é o sanduíche de rua, que é o ‘X-tudo’, sanduíche de rua. E, ‘caba’ chega aqui, igual nós temos cliente aqui que ele lancha todos os dias aqui. De segunda a segunda, falha um dia a gente já sente falta dele. E muitas vezes o gourmet, as pessoas vai lá, come um hoje, uma vez na semana, né?! Eo nosso não, as pessoas vêm praticamente, acho que o povo é mais ‘serri’, pessoas mais tocante, as pessoas vêm mesmo.

Pesquisador – Você vê a diferença do sanduíche de “Pit Dog” como o ‘X-tudo’ para outros sanduíches, assim, no modelo, na forma de fazer de outros Estados?

Trabalhador e interlocutor 1 – Muda, porque o ‘x-tudo’ é mais completão, né?! As pessoas gostam mais do completo, aí vem um mais simples, uns que vai menos coisa, né?! Mas geralmente mesmo, o ‘x-tudo’ é o carro-chefe do “Pit Dog”, o ‘x-tudo’ é o carro-chefe.”

“Pesquisador – Você sente alguma diferença dos sanduíches feitos em outros lugares e o feito aqui em Goiás? Se tem diferença entre o hambúrguer e o sanduíche na sua concepção?”

Consumidor e interlocutor 7 - Primeiramente, vou começar com o Rio Grande do Norte, é a pior comida que já comi na minha vida. E, o sanduíche é totalmente diferente, parece que tudo é industrializado, e é uma coisa que não acontece apenas no Rio Grande do Sul, mas em outros Estados também. Porque Rio Grande do Sul é uma coisa sem lógica, indo para os outros Estados, eles gostam muito dos industrializados [...] Muito, e, aqueles gourmet, etc. É claro, eles são mais, carne caseira e etc. Agora esses ‘podrões’ de outros Estados assim, é tudo sadia [...] Pô, se eu for comer carne sadia, eu vou comer na minha casa, faço meu sanduíche e como na minha casa, o sanduíche. E completamente diferente, todos são industrializados, o gosto é diferente, tudo é diferente.”

Posto esta forma de fazer, se vê uma questão de construção de imaginário frente a outros Estados. Com isso, também se tem, em algumas entrevistas nota-se em algumas uma questão de sentimento envolvendo a respostas e através dessa sensação também se constrói memórias e uma identidade na constituição da cozinha de “Pit Dog”. Uma nostalgia daquilo que se foi, e volta ao futuro quando estão comendo aquele tipo de sanduíche. Assim como uma mulher, consumidora e interlocutora, que traz o serviço da mãe em uma cozinha de “Pit Dog” como uma memória marcante em sua história. Ou o trabalhador e interlocutor que aprendeu a trabalhar nesse serviço e não saber fazer outra coisa. Essas são memórias nostálgicas geridas por seus sujeitos e coletivamente também, porquê trazem uma questão do sanduíche de “Pit Dog” e suas diferenciações através da memória gustativa. Quero acrescentar, que existem outros tipos de sanduíches que tem suas receitas próprias e jeitos de fazer, assim como o hambúrguer e o sanduíche gourmet.

Citado acima, temos os sanduíches gourmet, que são alguns sanduíches com alguns ingredientes mais diversos que podem ser acrescentados. A questão da comida gourmet, também é retratada por Rodrigues (2021) traz a comida gourmet em sua dissertação, como algo com novos temperos e embalagens, no caso da pipoca; já da carocinha, um novo visual e remodelagem. Além dos churros, com novos recheios. Com ingredientes de melhor qualidade. Trazendo uma elevação de preço de 100% a 200%, dependendo do caso. Ao ver isso em sua dissertação e na construção desse imaginário, indivíduos passaram a consumir naqueles locais por conta daquela inovação. No meu trabalho sobre as cozinhas de “Pit Dogs” nenhuma apresentou essa questão, embora falassem do movimento gourmet e das hamburguerias, como algo que não afetou em nada a venda de seus sanduíches. Não os tratando como concorrência,

mas como opção uma opção de alimentação para os sujeitos que moram em Goiânia, assim como a culinária italiana, entre outros.

Também se identificou que a nostalgia em minha experiência etnográfica como uma forma de construção de sentimento de memórias que realçam a cozinha de “Pit Dog” enquanto uma parte da identidade do Estado de Goiás, enquanto uma construção imaginativa. Esses sentimentos de nostalgia se fazem como uma parte importante para o consumo deste negócio. Como o pai que leva o filho ao “Pit Dog” e isso vai sendo passado de geração em geração como posto pelo trabalhador e interlocutor 1. Temos os exemplos de lembranças de tempos que quando iam nessa cozinhas os interlocutores lembram de momentos marcantes que constituirão em comemorações ou lembranças de uma pessoa ou pessoas queridas que se encontravam neste local. Um lugar de memória, uma rua de significados que contribui para a formação desse imaginário.

#### **4.2. Na transição de províncias de significados: espaços e as dificuldades de locomoção na cidade**

Minha experiência etnográfica, envolveu muito de planejamento na locomoção e o tempo gasto programado. Ao ir ao campo encontramos muitas dificuldades e uma delas é o transporte público da capital. Quando é preciso sair final de semana que os ônibus demoram de 1 hora a 1 hora e 30 minutos ou em qualquer dia que tenha jogo de futebol, alguns trabalhadores se veem acompanhado de torcedores indo ao estádio. É isso não foge quando se faz trabalho de campo na cidade. Normalmente os dias de jogos na semana são quarta e domingo, mas também pode acontecer segunda, terça, quinta e sábado. Entendo que muitos torcedores também utilizam desse meio de locomoção assim como os trabalhadores, incluindo o pesquisador que é um trabalhador também.

A cidade proporciona atravessar províncias de significado diferentes, procurei me informar sobre horários de ônibus e dia de jogos. Procurava sair mais cedo nestes dias no campo. Entendendo o futebol como parte do dia a dia dos sujeitos de uma forma ou de outra. Por este meio, quando saía a campo pesquisava sobre os jogos que iam acontecer. Tendo como os times principais em Goiânia: o Vila Nova Futebol Clube, Goiás Esporte Clube e Atlético Goianiense. Ainda era preciso verificar o horário dos ônibus e calcular quanto tempo é preciso ficar no campo e quando voltar para casa.

Devido aos perigos que podem trazer essas questões no centro da cidade, como o perigo de assalto, de ser agredido, entre outros. Todas essas variáveis podem acontecer.

Como no dia em que, como ônibus PC Campus/Centro, que são o 268 e 269, tendo tempo de demora de uma hora de segundo a sexta, podendo demorar de duas horas a duas horas e meia em final de semana. O 263, que é um ônibus que tem a rota, PC campus a Praça da Bíblia, demora de 20 minutos a 40 minutos dependendo do horário de segundo a sexta, mas no final de semana a um tempo maior de espera. Isso é um problema para trabalhadores que trabalhavam precisam se deslocar no final de semana, que estão cansado e se deparam com torcidas organizadas. Contudo, ainda posso escolher os horários de saída e entrada no campo, mas os trabalhadores não. Mas já no campo se notava um clima diferente no “Pit Dog” em que estive naquele dia. Dias de jogo não são dias quaisquer.

Chegando um grupo de amigos e uma família, cujo eram dois homens e uma mulher. Me aproximei da mesa e estava passando o jogo do Goiás e Fluminense. Perguntei se podia entrevistá-los, a mulher disse que sim, mas os outros dois homens não fizeram questão, pois eram esmeraldinos e queriam ver seu time jogar. Neste momento, podemos ver como o futebol, seja ele no estádio ou não, tirava a atenção das pessoas de outras questões e por alguns minutos se prendiam aquele momento ligado a sentimentos de pertencimento na maioria das vezes, quando se trata de futebol brasileiro. Um dos comentários me chamou a atenção, era sobre o time rival, o Vila Nova Futebol Clube, que havia ganhado do Vasco da Gama, time do Rio de Janeiro. Isso, causou um certo descontentamento. Mesmo assim, em plena entrevista se pode notar momentos de êxtase quando o time do Goiás tinha feito gol, e descontentamento quando tinha levado.

Para se deslocar pela cidade, essas pessoas contaram que vieram de outro, foram no Serra Dourada ver o Vasco da Gama jogar. Então de certo modo, estavam mais frustradas ainda com o resultado que procedeu o jogo, pois o Goiás tinha perdido o jogo para o Fluminense por 3x2. Mesmo tendo momento de êxtase, seus dois times haviam perdido naquele momento, podendo afetar toda uma semana dos torcedores. Entretanto, o futebol serviu de refúgio para todas as questões que afligem os sujeitos em seu dia a dia.

Identities do torcer, como uma invenção negociada perpassa pela imagem de si para o outro. Em Goiânia, acontece do Vila Nova para o Goiás, e vice e versa. Mesmo

não sendo de torcidas organizadas, isso se apresenta entre os torcedores. Galeano (2004) cita que não é eles quem jogam hoje, e sim, nós jogamos hoje. Isto aparece muito em torcedores em toda a cidade, não apenas aqueles que vão em todas as partidas do seu time, mas também aquele que assistem pela Tv e outros.

Ao voltar do campo naquele dia, olhei pelo aplicativo de ônibus e nem sinal do 268 ou 269, e estava ficando cada vez mais tarde. Com isso, me surgiu a ideia de pegar outro ônibus e me deslocar para a Praça da Bíblia. Chegando no local esperei pelo 263 que foi passar às 21:30 da noite. Apenas tinham pessoas que saiam do serviço ou para passear naquele momento. Com o decorrer da viagem o ônibus parou em outro ponto, onde diversos torcedores da torcida organizada entraram. Nessa experiência etnográfica, uma pessoa mais velha da torcida soltou o seguinte recado: “não mexe com o trabalhador, trabalhador tá cansado, sem encostar”. Mas antes desse acontecimento, uma pessoa disse a seguinte frase: “ Ah não, lá vem o pessoal da bagunça”, em referência aos integrantes da torcida organizada que estavam prestes a entrar no ônibus.

Nesse dia, notei que mesmo com essa ordem os trabalhadores se sentiam incomodados. Mas não se manteve a ordem por muito tempo, os membros da torcida organizada estavam tomando cerveja e comemorando a vitória do time depois de muito tempo, ganhando de 1x0. Aí um membro fala a seguinte frase em resposta a anterior: “ai tem que comemorar”.

A comemoração é feita por cânticos de oposição a torcida organizada torcida rival. Também surgiu cânticos exaltando sua torcida frente a outras. Chegando a um setor no lado norte da cidade, dito ter mais torcedores da torcida rival, uma pessoa solta: “aqui tem que cantar”. Então começa a batucada no ônibus, mesmo assim uma pessoa mais velha adverte: “sem destruir o baú”, que é uma gíria referente ao transporte que estávamos utilizando.

Nesta situação vivenciada, notamos que mesmo pedindo para não agitar, nada disto foi feito, e incomodou os trabalhadores que nada podiam se queixar depois que a torcida organizada entrou no ônibus. Esse descontentamento se dá devido a esse fato. Depois de um dia cansativo se deparar com essa situação é estressante para o trabalhador, tanto devido a diminuição na lotação e ao comportamento da torcida, que por meio de um rito tende a determinados comportamento em dia de jogo para extravasar o que acontece no dia a dia na cidade.

Entendo o futebol como uma válvula de escape para as pessoas, mas também de frustração, até com pessoas que não vivam o seu time tão intensamente quanto outros, ou nem gostem de futebol. Afetando assim, grande parte da sociedade.

Outra dificuldade, já ressaltada anteriormente é o transporte público em finais de semana. Às vezes, ficava na dúvida a que horas passaria e quando; até tomar a decisão de usar aplicativos de transporte privado para locomoção, como o *Uber* e o *99 pop*. Isso afetou muito meu campo de maneira, que mesmo sendo um lugar de grande movimento, havia uma dificuldade de locomoção na cidade. Aí minha atenção se dirigiu para saber como era trajeto entre os bairros de significados pelos interlocutores.

A maioria que conversei dos trabalhadores se movia para casa, depois de um dia estressante. Atravessando províncias de significados, como a torcida organizada que na travessia na cidade. Como no caso da territorialização do local do imaginário, como um espaço que tem maior torcida de tal time. Temos o exemplo de consumidores atravessaram a cidade e pararam na Rua 10 para comer um sanduíche depois de assistir a um jogo. Quiçá, um trabalhador que se movimenta por um carro próprio, *uber* ou ônibus para estar naquele local. Mas vai embora logo no horário que os ônibus passam. Cada um desses têm sóciotemporais diversos de organizar sua vida na cidade, e assim a partir de uma negociação de imaginários que se dá as ruas e províncias de significados.

Imaginários, no sentido de tempo e de como a cidade molda o mesmo para a realização de atividades de lazer, trabalho, política, etc. Na experiência etnográfica a programação de uma roteiro ida a campo, minha saída de ônibus era programada para antes da 22 horas para chegar em casa quase 23 horas e 30 minutos em média. Contando que o transporte público da capital tem um maior número de ônibus em períodos específicos, como das 6 da manhã até as 9 horas e das 17 horas até as 19 horas e 30 minutos. Isso é uma das dificuldades enfrentadas, com a maior variável de tempo entre ônibus que passam.

Dentro do ônibus não tem ar-condicionado, as janelas são abertas quase o tempo todo. Em horário de picos, como o que tem um maior fluxo de sujeitos e ônibus e mesmo assim são exprimidas ao entrar, quando estão no terminal Praça da Bíblia. Também em compensação, dependendo de uma variável de imprevisibilidade, pode-se ocorrer também em outros horários. Por isso, deixo aqui minha dificuldade no campo com o transporte público de Goiânia.

## 5. Palavras finais:

Ao longo deste trabalho o leitor teve questões respondidas sobre quando se criou a cozinha de “Pit Dog” e se constituiu seus carros-chefes, o famoso ‘x-salada’ e o ‘x-tudo’. Com um mito de origem relacionada a falta de ingredientes para a composição do sanduíche. Da cozinha que se modifica e que se adequa ao contexto histórico e se modifica com o tempo, como mostrado ao longo do texto em que começa em uma sala comercial e começa uma mudança com trailers sem rodas que ficavam na frente do estabelecimento, funcionando à noite. Depois houve multiplicação dessas cozinhas, com os famosos trailers estacionados em Praças famosas de Goiânia, onde os ditos ‘playbloys’ disputavam rachas. Esses garotos brincalhões traduzindo do inglês, são entendidos em minha experiência etnográfica como um tipo de mauricinho, como um comportamento pertencente a uma classe elevada na sociedade.

Depois disso, houve muitas mudanças até chegar ao que é hoje, não sendo mais uma caixa de metal quente onde as pessoas cozinham, mas uma construção de cal, pedra e metal, em uma caixa quadrada, com uma área coberta perto da cozinha, unindo o tradicional enquanto uma invenção que se renova, e o moderno, com seus aparelhos eletrônicos que facilitam a produção de sanduíches, com uma chapa de metal, locais de ventilação e freezer e geladeiras, em um espaço pequeno. Algo típico de uma cozinha moderna.

Ao longo do texto, vivi experiência na Rua 10 que não esperava, como há situações de fome e insegurança alimentar dos sujeitos em situação de rua, não esperava que me afetasse tanto quanto me afetou. Fazendo-me assim me recordar de várias situações em minha história de vida e ensinamento ligados a alimentação. Ao próprio caminho para ao campo e volta, e o quanto o futebol para o bem ou para o mal, muda o ritmo e humor dos sujeitos. Indo de ônibus entre trabalhadores e torcedores em um mesmo transporte e observando quando as diferentes cosmovisões se chocam na cidade. E também como essa transição entre as ruas de Goiânia em espaços temporais se chocam por conta do horário de ônibus e por ser um lugar compartilhado.

O intervalo de horário entre as passagens de ônibus, contribuindo para um aumento das pessoas em um pequeno espaço. Onde, independente do horário, nos ônibus que andei tinha pessoas em pé, e em horários de pico, lotava tanto que tinha pessoas por todo o ônibus e até na escada perto da porta para entrar. Isso é um sintoma de uma má qualidade do transporte em Goiânia. Isso também me fez pensar em

estratégias de locomoção na cidade, evitando lugares em que os ônibus chegavam a essa lotação como o terminal Praça da Bíblia. Mas, como o leitor(a/e) deve ter lido, as vezes isso não foi possível, na ida a cozinha de “Pit Dog” e voltar para a minha casa.

Outra questão fundamental levantada enquanto estive em campo. Sobre o “Pit Dog” como um restaurante de rua e o sentimento das pessoas para a construção desse espaço. Em alguns momentos da dissertação, nota-se as palavras como; familiar, amigos, encontros, entre outros. Essas palavras remetem a sentimento de encontro em situações sociais diversas, como o pós trabalho, ou em uma roda de amigos de faculdade, se tornando um lugar de sentimentos, um lugar de memórias. As pessoas comem o alimento nessa cozinha, ou por estar com fome e é o lugar mais perto, ou porque é um lugar onde costuma comer e frequenta desde sempre e não quer mudar, ou é um lugar de memória, onde a comida e a composição do lugar – cadeiras, mesa, arquitetura da cozinha - o faz lembrar de um tempo bom, que era feliz, de uma pessoa ou um conjunto de amigos que marcou sua vida; os membros de sua família que não vê a tempos. A localização também ajuda nessa questão da conquista do cliente, por ser um local do Setor Central, de fácil locomoção de qualquer lugar da cidade.

Esses sentimentos, a localização e a comida boa fazem os clientes voltarem a esses locais. Ao leitor cabe isso entender, mas também devemos pensar na questão de como isso chega na constituição imaginativa do Estado de Goiás. A memória coletiva construída através da cozinha de “Pit Dog” como um dos componentes dessa formação de identidade do imaginário. Essa afirmação enquanto algo próprio do Estado de Goiás e do município de Goiânia, se afirma devido a patrimonialização com os seguintes deferimentos: Projeto de Lei número 145 de 12 de Março de 2020, pelo Estado de Goiás, e Projeto de Lei número 178 de 2020, em Junho de 2021, pelo município. À vista, a afirmação enquanto uma cidade dos “Pit Dogs”, dos bares ou da *art déco*, podia se fazer apenas uma identidade, mas seria tolice afirmar tal coisa, até porque Goiânia se apresenta como uma cidade diversa, cheia de províncias e ruas de significados, de transeuntes e não – transeuntes, cada sujeito e grupo vivendo nessa sociedade complexa, com várias cosmovisões sobre o mundo, que traz outras questões culturais, como o movimento hip-hop, samba, etc.

Uma cidade diversa que na Rua 10, encontramos um espaço que é chamada pelos interlocutores como a rua dos “Pit Dogs”. Ao entendermos o espaço como um lugar perto de onde passam vários ônibus e onde se transita diversos carros, que passam por lá em direção a algum lugar da cidade. Esse espaço, nos direciona a pensar o

consumo de sanduíches de “Pit Dog” naquela rua, onde tem cinco sanduícherias desse tipo, fica perto de lugares onde as pessoas vão para atividades de lazer, como a balada, que muitas vezes é captada no discurso de locomoção até o “Pit Dog”. Postado como um lugar de passagem pós balada em *Instagrams* de sanduicherias de rua. Isso nos levou a pensar a relação como um espaço de transição entre províncias de significado e parada, produzindo assim significados próprios com a própria rua.

Na interação e criação de sentimentos e códigos próprios do lugar. Essas questões de formação de códigos de conduta, se dá pelo fato de permanência no lugar. Como dos vendedores ambulantes e pessoas em situação de rua que procuram ficar o menor tempo possível no local, enquanto os consumidores podem ficar lá o tempo que quiser, proseando sobre a vida. Assim como os trabalhadores neste local, que não sentam quando está funcionando em lotação máxima pelo número de pedidos a serem atendidos. Para mostrarem serviço só param às vezes quando estão muito cansados. Mas procuraram mostrar a mim que a relação entre trabalhadores e consumidores, como um lugar de construções de sentimentos, onde se sente falta do cliente – pelo menos de alguns clientes que frequentam mais o local ou que marcam a memória biográfica do trabalhador – e do que comiam. Tanto do cliente para o trabalhador, que se mantêm apegado aquele “Pit Dog” por uma questão sentimental e porque foi o primeiro que consumiu ali e como é tratado bem, por lá fica.

O atendimento ao cliente é fundamental nessa questão de manutenção de um público. A ligação, que por muitas vezes se torna sentimental com o lugar de memória é efetivada pelas pequenas coisas que são construídas e negociadas pelos sujeitos, que em seus devidos contextos sócio-temporais se encontram para viver e construir novas memórias. Muitas vezes a visitação nestes lugares se dá pela memória gustativa, quando se está lembrando de algum lugar, sem ser este, mas com um mesmo modelo de sanduíche, levando o interlocutor a navegar em direção a um passado e voltar para o presente. Assim, acaba conquistando por muitas pela memória gustativa o cliente, e assim é negociada como administrar pelo grupo que não deseja o desaparecimento dessa cozinha, com o intuito de levar seus filhos, netos ou bisnetos. Essa ação dessa cozinha se perpetua através também da cidadania patrimonial, com o intuito de lutar para manter essa restaurante a céu aberto ainda na Rua 10, dando aquele tom onde se encontra a cozinha tradicional e moderna.

Por fim, a cozinha de “Pit Dog” e a Rua 10, dão margem para pensar muitas questões escritas ao longo deste texto, como a vivência de sujeitos em situação de rua,

vendedores ambulantes, trabalhadores e consumidores. No caso, que na experiência etnográfica se deu entre minhas teorias antropológicas desenvolvidas na academia e vivência de memórias biográficas em contrapartida com coteorizações de trabalhadores e consumidores que assinaram o Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE). Por minha escolha para responder a seguinte pergunta: como se dá a construção da memória e identidade social em relação a cozinha de “Pit Dog” e sua ligação com a Rua 10 em Goiânia? Respondida, com a ligação da memória e identidade para a construção de um imaginário de uma cozinha de “Pit Dog”, como uma parte da identidade da cidade e do Estado de Goiás, dentro de uma perspectiva da Rua 10. Sendo este um espaço transitório e de significados entre os sujeitos que passam e frequentam essa rua, em um espaço de tempo que pode ser curto ou grande. Esses sujeitos e interlocutores que dão a resposta à problemática fazendo parte da pesquisa, dão seu devido tempo para consumir ou trabalhar, em sua devido vidas organizadas sócio-temporalmente de acordo com as escolhas destes interlocutores.

## 6. REFERÊNCIAS:

ABDALA, Mônica Chaves Abdala. Práticas sustentáveis temperadas por memórias e experiências. **Revista Ingesta**, São Paulo, v.1, n.1, p. 159 – 171, mar., 2019. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/revistaingesta/article/view/152324/151746> >. Acessado em: 10 de Outubro de 2022.

ABRANCHES, Monise Viana; OLIVEIRA, Tatiana Coura; DE SÃO JOSÉ, Jackline Freitas Brilhante. A alimentação coletiva como espaço de saúde pública: os riscos sanitários e os desafios trazidos pela pandemia de Covid-19. **Interface**, Botucatu, p. 1-11, 2021. Disponível em: < <https://www.scielo.br/j/icse/a/KYwfk6z4ZmXvQhRcY3VPgCf/> >. Acessado em 29 de Novembro de 2022.

AMON, Denise; MENASCHE, Renata. Comida como narrativa da memória social. **Sociedade e Cultura**, v.11, n.1, p.13-21, jan/jun, 2008. Disponível em: < <https://revistas.ufg.br/fcs//article/view/4467#:~:text=Desenvolvem%20o%20argumento%20de%20que,mem%C3%B3ria%20social%20de%20uma%20comunidade> >. Acessado em: 10 de Outubro de 2022.

ANDERSON. Benedict. **Comunidades imaginadas: reflexões sobre a origem e a difusão do nacionalismo**. São Paulo, SP: Companhia das Letras, 2008.

ALSAYYAD, Nezar. The end of tradition, or the tradition of endings?. **The end of tradition**. Nezar AlSayyad (Orgs.). NY, New York: Taylor & Francis e-Library, 2004, p. 14 – 28.

BARBOSA, Felipe Augusto Couto; COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. Do encontro de patrimônios alimentares em Goiás: formação cultural da cozinha vilaboense e seu consumo turístico contemporâneo. **A cozinha brasileira e o patrimônio cultural: história, hospitalidade e turismo**. Matia do Carmo Pires, Sônia Maria Magalhães (Orgs.). Curitiba: Editora Prismas, 2018. p. 251-282.

BENEMANN, Nicole Weber. **Histórias de cozinha: uma etnografia gastronômica**. Dissertação (Mestrado em Antropologia) - Programa de Pós-Graduação em Antropologia, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de Pelotas, Pelotas, 2017.

BOSI, Éclea. **O tempo vivo da memória: ensaios de psicologia social**. São Paulo: Ateliê Editorial, 2003.

CARDOSO DE OLIVEIRA, Roberto O trabalho do antropólogo: olhar, ouvir e escrever. **O trabalho do antropólogo**. São Paulo: UNESP, 2006. p.17-35.

COLLAÇO, Janine Helfst Leicht. **Sabores e memórias: cozinha italiana e construção identitária em São Paulo**. Tese (Doutorado em Antropologia Social) - Faculdade de Filosofia, Letras e Ciências Humanas, Departamento de Antropologia, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

CLIFFORD, James. Introdução: Verdades parciais. CLIFFORD, J; MARCUS, G. (Orgs.). **A Escrita da Cultura: poética e política da Etnografia**. Rio de Janeiro: Papéis Selvagens & Editora UERJ, 2016, p. 31 – 61.

COMIDA típica goiana: 10 pratos que representam a culinária regional: Pequi, pamonha, galinhada, empadão e outras maravilhas gastronômicas que fazem parte de um verdadeiro patrimônio regional. **Curta Mais**, Goiás, Goiânia, 28 de Setembro de 2021. Disponível em: < <https://www.curtamais.com.br/goiania/comida-tipica-goiana-10-pratos-que-representam-a-culinaria-regional> >. Acessado em 19 de Janeiro de 2023.

CUSTÓDIO, Osmar Lúcio. **Das Flores da campininha ao concreto de Goiânia: dinâmicas urbanas, memória, tradição e consumo**. Dissertação (Mestrado em

Antropologia Social) - Faculdade de Ciências Sociais, Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2017.

CURTI, Carmem. Entenda: De onde vem o nome Pit-Dog?. **O popular**, Goiás, Goiânia, 29 de Abril de 2016. Disponível em: <<https://www.opopular.com.br/editorias/cidades/entenda-de-onde-vem-o-nome-pit-dog-1.1077802>>. Acessado em: 19 de Novembro de 2018.

DE autoria da vereadora Sabrina Garcez declara pit-dogs como patrimônio cultural imaterial. **Da Redação**, Goiás, Goiânia, 9 de Junho de 2021. Disponível e: <<https://www.goiania.go.leg.br/sala-de-imprensa/noticias/de-autoria-da-vereadora-sabrina-garcez-goiania-declara-pit-dogs-da-capital-como-patrimonio-cultural-imaterial>>. Acessado em: 12 de Junho de 2021.

DUARTE, Alice. A antropologia e o estudo do consumo: revisão crítica das suas relações e possibilidade. **Etnográfica**, Lisboa, v. 14, n.2, p.363-393, junho de 2010,. Disponível em:<[http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci\\_abstract&pid=S0873-65612010000200007](http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S0873-65612010000200007)>. Acessado em: 15 de Setembro de 2019.

DOUGLAS, Mary; ISHERWOOD, Baron. **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Editora UFRK, 2004.

DOUGLAS, Mary. **Pureza e perigo: ensaio sobre a noção de poluição e tabu**. Rio de Janeiro: Editora 70. 1976.

DE CERTEAU, Michel. **Artes de fazer: a invenção do cotidiano**. Petrópolis: Editora Vozes Ltda, 1998.

DEMO, Pedro. Pesquisa Qualitativa. **Metodologia da Investigação em educação**. Curitiba: Ibpex, 2005. p. 103- 136.

FERREIRA, Clenon. A invenção do pit dog: Na então movimentada Rua 7, no centro, os irmãos Jorge e Jacob abriram uma sanduicheira, com uma curiosa logomarca inspirada no animal de estimação da família. **O popular**, Goiás, Goiânia, 11 de Setembro de 2020. Disponível em: < <https://opopular.com.br/noticias/magazine/a-inven%C3%A7%C3%A3o-do-pit-dog-1.2117861> >. Acessado em: 09 de Junho de 2022.

FRANÇA, Matheus Gonçalves. A Praça Universitária e suas sociabilidades: gritos urbanos de jovens em Goiânia/GO. **Revista Geração Z**, Goiás, Goiânia, v. 1, p. 37-42, 2014. Disponível em: < [https://www.academia.edu/10903138/A\\_Pra%C3%A7a\\_Universit%C3%A1ria\\_e\\_suas\\_sociabilidades\\_gritos\\_urbanos\\_de\\_jovens\\_em\\_Goi%C3%A2nia\\_GO?email\\_work\\_card=title](https://www.academia.edu/10903138/A_Pra%C3%A7a_Universit%C3%A1ria_e_suas_sociabilidades_gritos_urbanos_de_jovens_em_Goi%C3%A2nia_GO?email_work_card=title) >. Acessado em: 11 de Janeiro de 2023.

\_\_\_\_\_. **“Vai pra praça hoje?”: sociabilidades juvenis na praça universitária em Goiânia/GO**. Monografia (Graduação em Ciências Sociais – Bacharelado em Políticas Públicas) – Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, 2013.

FREHSE, Fraya. A rua no Brasil em questão (etnográfica). **Anuário Antropológico**, v. 38, n.2, p. 99-129 2013. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/aa/572>>. Acessado em: 30 de Abril de 2021.

GALEANO, Eduardo. **Futebol ao sol e à sombra**. Porto Alegre: L&PM, 2004.

GEERTZ, Clifford. **A interpretação da cultura**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

GUERRA, Lúcia Dias da Silva. ComiDHAA de verdade para todos: desafios para a efetivação do direito humano à alimentação adequada no cenário de crises no Brasil. **Saúde Soc.** São Paulo, v.31, n. 2, p. 1 - 13, 2022. Disponível em:

<https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/biblio-1377343> >. Acessado em: 26 de Novembro de 2022.

GUTTERRES, Anelise. A etnografia de rua na construção do objeto de pesquisa em antropologia: onde um percurso pela rua, vira um percurso pela morada. In: ECERT, C e ROCHA, A.L.C. **Etnografia de rua – Estudos de Antropologia Urbana**. Editora da UFRGS e Editora Deriva: Porto Alegre, p. 273-293, 2013. Disponível em: < [https://www.academia.edu/4442234/2013.\\_A\\_etnografia\\_de\\_rua\\_na\\_constru%C3%A7%C3%A3o\\_do\\_objeto\\_de\\_pesquisa\\_em\\_antropologia\\_onde\\_um\\_percurso\\_pela\\_rua\\_vira\\_um\\_percurso\\_pela\\_morada](https://www.academia.edu/4442234/2013._A_etnografia_de_rua_na_constru%C3%A7%C3%A3o_do_objeto_de_pesquisa_em_antropologia_onde_um_percurso_pela_rua_vira_um_percurso_pela_morada) >. Acessado em: 16 de Janeiro de 2023.

GOIÂNIA 88 anos: 24 curiosidades sobre nossa capital. Goiás, Goiânia, 24 de Outubro de 2021. **Prefeitura de Goiânia**. Disponível em: < <https://www.goiania.go.gov.br/dez-comidas-que-o-goianiense-adora/> >. Acessado em: 19 de Janeiro de 2023.

GOLDMAN, Márcio. Alteridade e experiência: antropologia e teoria etnográfica. **Etnográfica**, Portugal, Lisboa, vol. 10, n.1, p. 161-173, Maio, 2006,. Disponível em: < <https://www.redalyc.org/pdf/3723/372339147008.pdf> >. Acessado em: 05 de Junho de 2022.

LEMOS, Carlos. **O que é patrimônio histórico**. São Paulo: Brasiliense, 2006.

LIMA FILHO, Manuel Ferreira. Cidadania patrimonial. **Revista antropológicas**, Ano 19, 26 (2): 134-155, 2015. Disponível em: < <https://periodicos.ufpe.br/revistas/revistaantropologicas/article/view/23972> >. Acessado em 19 de Janeiro de 2023.

\_\_\_\_\_. Trilhas patrimoniais de Goiânia. **Formas e tempos da cidade**. Manuel Ferreira Lima Filho e Laís Aparecida Machado (Orgs.). Goiânia: Cãnone Editorial, 2007. p. 243 – 258.

HALBWACHS, Maurice. **A memória coletiva**. São Paulo: Editora revista dos tribunais ltda,, 1990.

HINE, Christine. 2020. A internet 3E. Uma internet incorporada, corporificada e cotidiana. **Cadernos de Campo**, vol. 29, n.2, p. 01-42, 2020. Disponível em: < <https://www.revistas.usp.br/cadernosdecampo/article/view/181370> >. Acessado em: 23 de Setembro de 2021.

MACHADO, Laís Aparecida Machado. Uma cidade no sertão. **Formas e tempos da cidade**. Manuel Ferreira Lima Filho e Laís Aparecida Machado (Orgs.). Goiânia: Cãnone Editorial, 2007. p. 49 – 90.

MAHLER, Christine Ramos; SILVA, Ciro Augusto de Oliveira e. Conceitos, estilos e formas arquitetônicas. **Formas e tempos da cidade**. Manuel Ferreira Lima Filho e Laís Aparecida Machado (Orgs.). Goiânia: Cãnone Editorial, 2007. p. 109 – 124.

MARTINS, Gabriel Sulino. **PIT-DOG: uma análise do processo de reconhecimento patrimonial através do projeto de lei número 104 de Abril de 2018**. Monografia (Graduação em Ciências Sociais - Licenciatura) – Faculdade de Ciências Sociais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Goiás, 2019.

MAUSS, Marcel. **Ensaio sobre a dádiva: forma e razão da troca nas sociedades arcaicas**. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

MELLO, Márcia Metran. **Goiânia: cidade de pedras e palavras**. Goiânia: Editora da UFG, 2006.

MINTIZ, Sidney. Comida e antropologia: uma breve revisão. *Rev. Bra. Ci. Soc.*, São Paulo, v. 16, n. 47, p.31-42, Oct. 2001. Disponível em: <  
[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010269092001000300002&script=sci\\_abstract&lng=pt](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S010269092001000300002&script=sci_abstract&lng=pt)>. Acessado em: 14 de Agosto de 2019.

MORAIS, Luciana Patricia. Comida, identidade e patrimônio: articulações possíveis. **História: Questões & Debates**, Curitiba, n.54, jan/jun., 227 – 254, 2011. Disponível em: <<https://revistas.ufpr.br/historia/article/view/25749>>. Acessado em: 24 de Setembro de 2020.

NORA, Pierre. Entre memória e história: a problemática dos lugares. Revista do programa de Pós-graduados e do departamento de história da PUC-USP. **Proj. História**, São Paulo: Dez., n.10, p.7-28 1983. Disponível em:<<https://revistas.pucsp.br/index.php/revph/article/view/12101>>. Acessado em: 23 de Setembro de 2020.

HOMEM, Maria Cecília Naclério. O princípio da racionalidade na cozinha e a gênese da cozinha moderna. **PosFAUUSP**, v. 13, p, 124 – 154, 2003. Disponível em: <<https://www.revistas.usp.br/posfau/article/view/47751> >.Acessado em: 19 de Janeiro de 2023.

O PREÇO DO AMANHÃ. Direção: Andrew Niccol. Produção de Andrew Niccol, Eric Newman e Marc Abraham. Estados Unidos: *Century Fox*, 2011. 1. DVD. (1 h 41 min).

OTNER, Sherry. Teoria na antropologia desde os anos 60. **Mana**, n. 17, v.2, p. 419-466, 2011 (1984). Disponível em: <

<https://www.scielo.br/j/mana/a/vW6R7nthts99kDJjSR79Qcp/?lang=pt> >. Acessado em: 05 de Junho de 2022.

PEIRANO, Mariza. Etnografia ou a teoria vivida. **Ponto Urbe**, v. 2, p. 1 – 11, 2008. fevereiro de 2008. Disponível em: <<https://journals.openedition.org/pontourbe/1890>>. Acesso em: 02 de Fevereiro de 2019.

\_\_\_\_\_. Etnografia não é método. **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, ano 20, n. 42, p.377-391, jul/dez. 2014. Disponível em: <<http://www.scielo.br/pdf/ha/v20n42/15.pdf>>. Acessado em: 16 de Março de 2021.

PERTILE, Krisciê. **Em pratos limpos: as comidas de rua do brique da redenção**. Dissertação (Mestrado Acadêmico em Turismo e Hospitalidade) - Universidade de Caxias do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, 2014.

POLLACK, Michael. Memória, esquecimento e silêncio. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol. 2, n. 3, p. 3-15, 1989. Disponível em: <[http://www.uel.br/cch/cdph/arqtxt/Memoria\\_esquecimento\\_silencio.pdf](http://www.uel.br/cch/cdph/arqtxt/Memoria_esquecimento_silencio.pdf)>. Acessado em: 12 de Abril de 2021.

\_\_\_\_\_. Memória e identidade social. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, vol.5, n. 10, p. 200-212, 1992. Disponível em: <<http://www.pgedf.ufpr.br/memoria%20e%20identidadesocial%20A%20capraro%202.pdf>>. Acessado em: 12 de Abril de 2021.

RAPPAPORT, J. Más allá de la escritura. La epistemología de la etnografía em colaboración. *Revista Colombiana de Antropología*, enero-diciembre, vol. 43, p. 197-229, 2007. Disponível em: <[https://www.humanas.unal.edu.co/colantropos/files/9114/7414/9089/Mas\\_alla\\_de\\_la\\_escritura\\_Rappaport.pdf](https://www.humanas.unal.edu.co/colantropos/files/9114/7414/9089/Mas_alla_de_la_escritura_Rappaport.pdf)>. Acessado em: 01 de Outubro de 2021.

RESTREPO, Eduardo. **Etnografia: alcances, técnicas y éticas**. Bogotá: Envión editores, 2016.

ROCHA, Ana Luiza Carvalho da; ECERT, Cornelia. Etnografia de rua: estudo de antropologia urbana. **RUA**, Campinas, SP, N.9, p. 101-127, mar. 2003,. Disponível em: < <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/187458> >. Acessado em 16 de Janeiro de 2023.

\_\_\_\_\_. Cidade narrada, tempo vivido: estudos de etnografias da duração. **RUA**, Campinas, SP, v. 16, n. 1, p. 121-145, 2010. Disponível em: < <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rua/article/view/8638850> >. Acessado em 16 de Janeiro de 2023.

RODRIGUES, Guilherme Rodrigues de. **Se essa rua fosse minha: uma etnografia sobre comida de rua na cidade de Pelotas**. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social com linha de formação em Antropologia Social e Cultural) – Departamento de Antropologia e Arqueologia, Instituto de Ciências Humanas, Universidade Federal de : Pelotas, Pelotas, 2021.

SANCIONADA lei de Adriana Accorsi que torna pit dog patrimônio cultural imaterial de Goiás. **Agência Assembleia de Notícias**, Goiás, Goiânia, 08 de Outubro de 2020. Disponível em: <<https://portal.al.go.leg.br/noticias/113063/sancionada-lei-de-adriana-accorsi-que-torna-pit-dog-patrimonio-cultural-imaterial-de-goias>>. Acessado em: 13 de Outubro de 2022.

SEIXAS, Jacy Alves de. Percursos de memórias em terras de histórias: problemáticas atuais. **Memória e (res)sentimento: indagações sobre uma questão sensível** . Stella Bresciani e Márcia Naxara (Orgs.). Campinas, SP: Editora da Unicamp, 2001. p. 37 – 58.

SHOVE, Elizabeth. *Everyday Practice and the Production and Consumption of Time. Time, Consumption and Everyday Life: Practice, Materiality and Culture*. London: Berg, 2009. p.17-33.

SILVA, Ciro Augusto de Oliveira e. Primeiros traços e formas urbanas de Goiânia. **Formas e tempos da cidade**. Manuel Ferreira Lima Filho e Laís Aparecida Machado (Orgs.). Goiânia: Cãnone Editorial, 2007. p. 91 – 108.

SÓ Goiás que tem: sanduíche é patrimônio da cultura goiana e “Pit Dog” é reconhecido no Brasil. **Record Tv Goiás**, Goiás, Goiânia, 11 de Fevereiro de 2022. Disponível em: < [https://www.youtube.com/watch?v=JuV-kjDazpg&ab\\_channel=RecordTVGoi%C3%A1s](https://www.youtube.com/watch?v=JuV-kjDazpg&ab_channel=RecordTVGoi%C3%A1s) >. Acessado em: 19 de Janeiro de 2023.

VIEIRA, P. Di Almeida. Attilio Corrêa Lima e o planejamento de Goiânia – um marco moderno na conquista do sertão brasileiro. **URBANA: Revista Eletrônica do Centro Interdisciplinar de Estudos sobre a Cidade**, Campinas, SP, v. 4, n.1, p. 52-66, 2012. Disponível em: < <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/urbana/article/view/8635150/2963> >. Acessado em: 29 de Novembro de 2021.

XAVIER, Lucas. Morre Jacob Abdalla Rassi, um dos criadores do primeiro pit-dog de Goiânia: Empreendimento que viria a se tornar patrimônio cultural de Goiás foi idealizado pelos irmãos Jacob e Jorge Rassi. **Jornal O popular**. Dia 09 de Junho de 2022. Disponível em: < <https://opopular.com.br/noticias/cidades/morre-jacob-abdalla-rassi-um-dos-criadores-do-primeiro-pit-dog-de-goi%C3%A2nia-1.2439667> >. Acessado em 09 de Junho de 2022.

VELHO, Gilberto. *O desafio da cidade: novas perspectivas da antropologia brasileira. O antropólogo pesquisando em sua cidade: sobre conhecimento e heresia*. Rio de Janeiro: Editora Campus Ltda, 1980. p. 13 – 20.

\_\_\_\_\_.Introdução. **Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. p. 7 – 10.

\_\_\_\_\_.Unidade e fragmentação em sociedade complexas. **Projeto e metamorfose: antropologia das sociedades complexas**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003. p. 11 – 30

WAGNER, Roy. **A invenção da cultura**. São Paulo: Unu Editora, 2020.

WOORTMANN, Ellen F. A comida como linguagem. *Habitus*. Goiânia, v. 11, n.2, p. 13-34, jan./jun. 2013. Disponível em: <<http://seer.pucgoias.edu.br/index.php/habitus/article/view/2844/1737>>. Acessado em: 12 de Agosto de 2022.

ZUKIN, Sharon. The social production of urban cultural heritage: identity and ecosystem on an Amsterdam shopping street. *City, Culture and Society*, vol. 3, Issue 4, December 2012, p. 281-291. Disponível em: <<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1877916612000525>>. Acessado em: 12 de Maio de 2021.

## **7. ANEXOS:**

### **7.1. APÊNDICE 1:**

#### **GLOSSÁRIO**

TREM – Palavra utilizada dando sentido de dar nome a alguma coisa que não se lembra a nomenclatura.

TORCIDA ORGANIZADA – Movimento normalmente uniformizado de torcedores de um time que catam e vibram a todo momento e competem com outros grupos ou um grupo específico.

Né?! - Expressão usada como uma afirmação em conjunto com quem está conversando.

JANTINHA – Um estabelecimento que serve uma janta com arroz, feijão-tropeiro, mandioca, salada e um espeto adicional.

BAÚ – Ônibus de transporte público

ESPETO – Pedacos de carne espetados em um espeto de madeira.

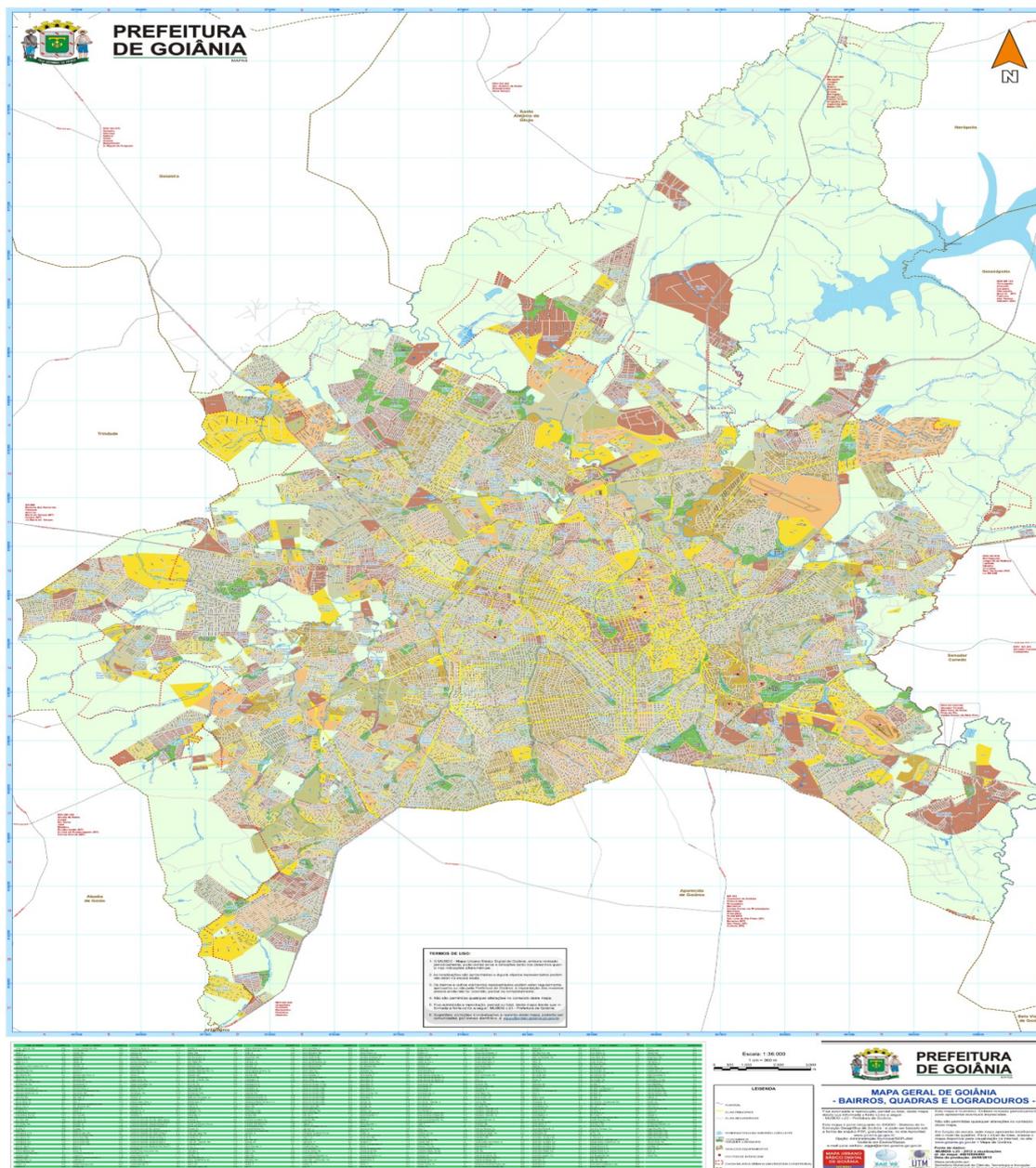
**7.2 APÊNDICE 2:**  
**QUADROS OS ENTREVISTADOS**  
**DEPOIMENTOS AVULSOS**

<b>Nome:</b>	<b>Atividade:</b>	<b>Região ou cidade:</b>	<b>Data:</b>	<b>Idade no dia da entrevista:</b>
Consumidor e interlocutor 5	Estudante	Norte	Maio de 2022	23 anos
Consumidor e interlocutor 7	Estudante	Central	Maio de 2022	23 anos
Consumidor e interlocutor 10	Médico veterinário	Não é a Central	Outubro de 2022	23 anos
Consumidora e interlocutora 8	Estudante	Central	Novembro de 2022	18 anos
Consumidor e interlocutor 6	?	Central	Outubro de 2022	?
Consumidora e interlocutora 11	Esteticista	Norte	Novembro de 2022	26 anos
Consumidor e interlocutor 12	?	Central	Outubro de 2022	20 anos
Consumidora e interlocutora 4	Analista de controle de qualidade na indústria farmacêutica	Anápolis	Outubro de 2022	26 anos
Consumidora e interlocutor	?	Não é a Central	Setembro de 2022	?

ra 9				
Trabalhadore interlocutor 1	Empresário	Sudoeste	Dezembro de 2022	42 anos
Trabalhadore interlocutor 2	Gerente	?	Setembro de 2022	?
Trabalhadore interlocutor 3	Gerente	?	Novembro de 2022	?

### APÊNDICE 3

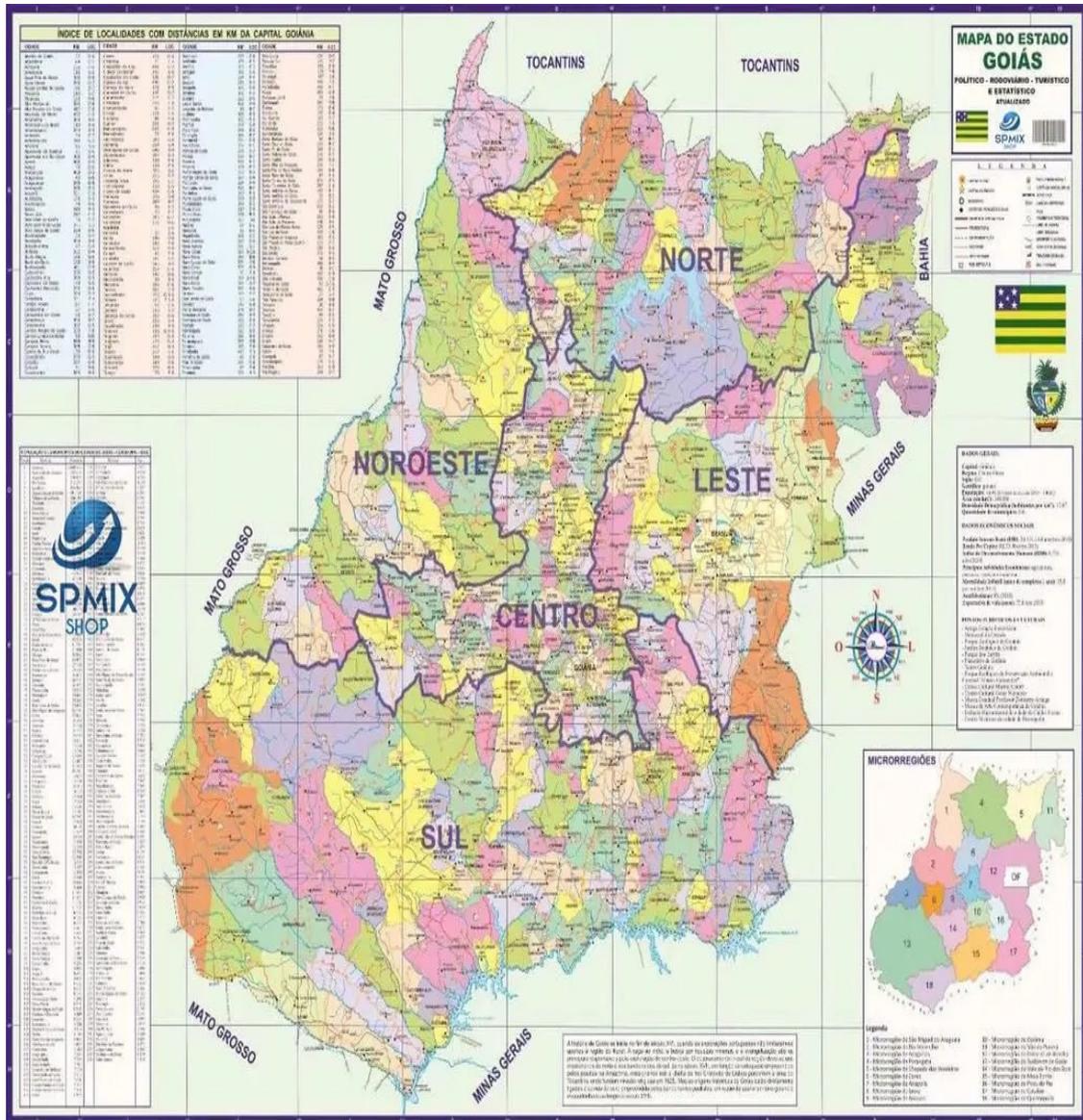
#### Mapa da cidade de Goiânia e seus bairros



Mapa 36: Fonte: Administração Municipal/ SEPLAM/ Goiânia em Dados/Mapas. Disponível em: < [https://www.goiania.go.gov.br/shtml/seplam/anuario2013/mapas/bairros\\_quadras\\_logradouros.pdf](https://www.goiania.go.gov.br/shtml/seplam/anuario2013/mapas/bairros_quadras_logradouros.pdf) >. Acessado em 08 de Fevereiro de 2023.

APÊNDICE 4

Mapa do Estado de Goiás e suas cidades



Mapa 37: Fonte: SPMIX SHOP. Disponível em: < <https://www.magazineluiza.com.br/mapa-estado-de-goias-edicao-atualizada-120cm-x-90cm-gigante/p/jje8a5b42k/li/otli/> >. Acessado em: 08 de Fevereiro de 2023.

**APÊNDICE 5****Roteiro das entrevistas semiestruturado para os consumidores – entrevistas abertas mestrado:**

Nome:

---

Gênero: \_\_\_\_\_

Idade: \_\_\_\_\_

Profissão: \_\_\_\_\_

- 1) Qual é a sua trajetória?
- 2) Qual é a sua relação com o bairro? E a região?
- 3) Como surgiu o “Pit Dog”?
- 4) Do que você se lembra da primeira vez que comeu em um “Pit Dog”?
- 5) Quais estabelecimentos ou um “Pit Dog” na Rua 10 que você consome? Tem algum critério de escolha?
- 6) O que te faz comer em “Pit Dogs” da Rua 10? Há quanto tempo você frequenta os estabelecimentos desse local?
- 7) Quais as diferenças sentidas de quando você começou a consumir em “Pit Dogs” e hoje?
- 8) O que é a cozinha de “Pit Dog”?
- 9) Como você vê a cozinha de antes e de agora?

- 10) O que você acha da ideia de ter o “Pit Dog” enquanto patrimônio cultural?
- 11) Você acha que isso trouxe algum benefício para esses estabelecimentos?
- 12) Como o bairro e a cidade se beneficiou disto?
- 13) O que você em relação ao questionamento se os “Pit Dogs” são realmente patrimônio cultural? Qual sua opinião?
- 14) Na sua opinião, você acha que a cozinha de “Pit Dog” influencia a construção de um senso de pertencimento goiano?
- 15) O que você acha dos “Pit Dogs” hoje em Goiânia?
- 16) Você vê relação entre o turismo e essa cozinha?
- 17) Você acha que a constituição dos “Pit Dogs” enquanto patrimônio cultural ampliou o hábito de comer fora?
- 18) Sobre nostalgia, tem saudade de algo, os pais ou alguém comentam sobre coisas do passado? O que os “Pit Dogs” trazem em relação a isso?
- 19) Quando você come um sanduíche em um “Pit Dog”, quais lembranças te traz? O que você sente em relação a isso?
- 20) Sobre os “Pit Dogs”, o que pensa, como o vê, no que ajudou para a construção da cidade?
- 21) Qual o impacto da pandemia no estabelecimento? O que mudou com o advento dos aplicativos de *delivery*?

**Roteiro das entrevistas semiestruturado para os trabalhadores – entrevistas abertas mestrado:**

Nome:

---

—

Genêro: \_\_\_\_\_

Idade:

---

Profissão:

---

Local

de

trabalho:

---

Tempo de trabalho: \_\_\_\_\_

- 1) Qual é a sua trajetória?
- 2) Qual é a sua relação com o bairro? E a região?
- 3) Como surgiu o “Pit Dog”?
- 4) Do que você se lembra dos primeiros tempos que começou a trabalhar nesse local?
- 5) Quais eram as diferenças sentidas entre o hoje e naquela época?
- 7) O que você nota em relação à comida? À clientela? Como você administra a relação sua relação com o trabalho?
- 8) O que é o trabalho para você?
- 9) Qual o sentido de prosperar nesse trabalho?
- 10) O que é a cozinha de “Pit Dog”?

- 11) Como você vê a cozinha de antes e de agora?
- 12) O que você acha da ideia de ter o “Pit Dog” enquanto patrimônio cultural?
- 13) Você acha que isso trouxe algum benefício para o estabelecimento?
- 14) Como o bairro e a cidade se beneficiou disto?
- 15) O que você em relação ao questionamento se os “Pit Dogs” são realmente patrimônio cultural? Qual sua opinião?
- 16) Na sua opinião, você acha que a cozinha de “Pit Dog” influencia a construção de um senso de pertencimento goiano?
- 17) O que você acha dos “Pit Dogs” hoje em Goiânia?
- 18) Você vê relação entre o turismo e essa cozinha?
- 19) Você acha que a constituição dos “Pit Dogs” enquanto patrimônio cultural ampliou o hábito de comer fora?
- 20) Sobre nostalgia, tem saudade de algo, os pais ou alguém comentam sobre coisas do passado? O que os “Pit Dogs” trazem em relação a isso?
- 21) Sobre os “Pit Dogs”, o que pensa, como o vê, no que ajudou para a construção da cidade?
- 22) Qual o impacto da pandemia no estabelecimento? O que mudou com o advento dos aplicativos de *delivery*?

## 8. SIGLAS

CAISAN - Câmara Intersectorial de Segurança Alimentar e Nutricional

CONSEA - Conselho Nacional de Segurança Alimentar e Nutricional

CEP/UFG - Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal de Goiás

DHAA - Direito Humano à Alimentação Adequada

GECCA - Grupo de Estudos de Cultura, Consumo e Alimentação

IA – Insegurança Alimentar

IAN – Insegurança Alimentar Nacional

IPHAN - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional

PPGAS - Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social

SAN – Segurança Alimentar Nacional

SindPit-Dog - Sindicato dos Proprietários de Pit-Dogs

TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

UFG - Universidade Federal de Goiás

VigiSAN - Vigilância da Segurança Alimentar e Nutricional