

**DEPARTAMENTO DA ÁREA DE SERVIÇOS
CURSO DE BACHARELADO EM TURISMO**

IZABEL CRISTINA MOREIRA SILVA

**GASTRONOMIA E TURISMO: UMA ANÁLISE DOS ESTABELECIMENTOS DE A
& B DO MERCADO DO PORTO EM CUIABÁ-MT**

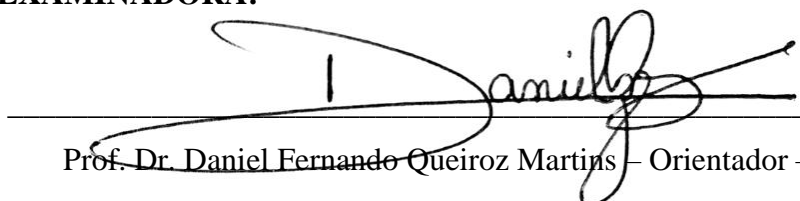
**CUIABÁ-MT
2022**

FOLHA DE APROVAÇÃO


GASTRONOMIA E TURISMO: UMA ANÁLISE DOS ESTABELECIMENTOS DE A & B DO MERCADO DO PORTO EM CUIABÁ-MT

Artigo apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá - como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Turismo.

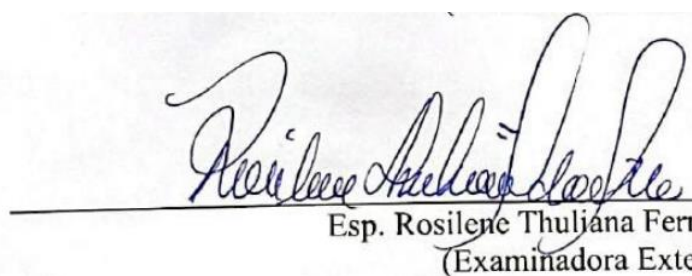
BANCA EXAMINADORA:



Prof. Dr. Daniel Fernando Queiroz Martins – Orientador – IFMT



Profa. M.a. Milene Maria Motta Lima – Convidada



Esp. Rosilene Thuliana Ferreira da Silva
(Examinadora Externa)

Data: 20 /06 / 2022

Resultado: Aprovada

GASTRONOMIA E TURISMO: UMA ANÁLISE DOS ESTABELECIMENTOS DE A & B DO MERCADO DO PORTO EM CUIABÁ-MT

Izabel Cristina Moreira Silva¹

Orientador: Prof. Dr. Daniel Fernando Queiroz Martins ²

RESUMO

O Mercado do Porto em Cuiabá é um importante entreposto comercial composto por uma estrutura que abriga bancas para comercialização de variados produtos, especialmente de alimentos como carnes, frutas e verduras. Além disso conta com uma praça de alimentação que está funcionando temporariamente anexa à estrutura principal, visto que o local está passando por ampliações para abrigar o novo local dos restaurantes e lanchonetes. No Mercado a população cuiabana se encontra, em busca de temperos, ingredientes e alimentos em geral, que também serve aos restaurantes da cidade. O local tem se tornando estratégico para as experiências de turistas que visitam Mato Grosso, sobretudo por meio do contato com a gastronomia tradicional e popular que pode ser apreciada nos estabelecimentos de A & B presentes no local. O objetivo deste estudo é relacionar a oferta dos estabelecimentos de A & B com os aspectos socioculturais locais e suas possíveis conexões com a Gastronomia e o Turismo. Trata-se de uma pesquisa de natureza qualitativa e de caráter descritivo. As técnicas utilizadas para o levantamento de dados foi a de aplicação de questionário do Inventário da Oferta Turística, referente aos estabelecimentos de alimentação – proposto pelo Ministério do Turismo. Além disso, por meio das visitas in loco utilizou-se de observação sistemática e registro fotográfico para apresentar as principais características dos estabelecimentos bem como a dinâmica de consumo de Alimentos e Bebidas no local. Constatou-se que há uma diversidade de oferta gastronômica que mesclam elementos gerais do Brasil, com os tipicamente regionais. O local deve ser considerado cada vez mais nos planos e ações de gestores, empreendedores e trade turístico como um ponto importante para o encontro da Gastronomia com a Cultura e o Turismo.

Palavras-chave: Alimentos e Bebidas. Turismo. Mercado do Porto. Cuiabá-MT.

RESUMEN

El Mercado do Porto en Cuiabá es un importante almacén comercial compuesto por una estructura que alberga puestos para la comercialización de diversos productos, especialmente alimentos como carnes, frutas y verduras. Además, cuenta con un patio de comidas que se adjunta temporalmente a la estructura principal, ya que el lugar está experimentando ampliaciones para albergar la nueva ubicación de restaurantes y cafeterías. En el Mercado se reúne la población de Cuiabá, en busca de especias, ingredientes y alimentos en general, que

¹ Graduanda do Curso de Bacharelado em Turismo do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá. E-mail: izaabelcristinaa2@gmail.com

² Professor Orientador. Bacharel em Turismo, mestre e doutor em Geografia, docente do Instituto Federal de Mato Grosso – Campus Cuiabá do Curso de Bacharelado em Turismo e Eventos Integrado. E-mail: daniel.fernando@ifmt.edu.br

também serve a los restaurantes de la ciudad. El lugar se volvió estratégico para las experiencias de los turistas que visitan Mato Grosso, especialmente a través del contacto con la cocina tradicional y popular que se puede disfrutar en los establecimientos de A&B presentes en el lugar. El objetivo de este estudio es relacionar la oferta de establecimientos de A&B con los aspectos socioculturales locales y sus posibles conexiones con la Gastronomía y el Turismo. Se trata de una investigación cualitativa y descriptiva. Las técnicas utilizadas para la recolección de datos fueron la aplicación de un cuestionario del Inventario de Oferta Turística, referente a establecimientos de comida - propuesto por el Ministerio de Turismo. Además, mediante visitas in situ, observación sistemática y registros fotográficos se dieron a conocer las principales características de los establecimientos, así como la dinámica de consumo de alimentos y bebidas en el lugar. Se constató que existe una diversidad de oferta gastronómica que mezcla elementos generales de Brasil con los típicamente regionales. El lugar debe ser considerado cada vez más en los planes y acciones de los gestores, empresarios y el gremio turístico como un punto importante para el encuentro de la Gastronomía con la Cultura y el Turismo.

Palabras clave: Alimentos y Bebidas. Turismo. Mercado del Puerto. Cuiabá-MT.

INTRODUÇÃO

No Brasil, o Turismo representa uma importante atividade econômica e prática social, seja por conta dos atrativos naturais e culturais de cada estado ou também por uma demanda de brasileiros que buscam nas viagens a prática de lazer. Nesse contexto, está Mato Grosso que pauta o desenvolvimento do Turismo, sobretudo, por meio dos atrativos naturais, mas, o aspecto sociocultural também vem sendo importante a ser considerado – de forma especial na região metropolitana de Cuiabá³. Isso porque a região concentra um contexto histórico e cultural de relevância para a compreensão da vida dos Mato-grossenses, sejam eles de nascimento ou dos que escolheram o estado para viver.

Além da história, das danças e religiosidade há, por exemplo, espaços ou atrativos que se baseiam em questões sociais e expressam possibilidades de melhor aproveitamento para o Turismo, como é o caso do Mercado do Porto em Cuiabá.

O Mercado do Porto é um símbolo cultural e econômico de Cuiabá e surgiu como uma pequena feira livre no largo em frente ao Arsenal de Guerra, onde funciona hoje o SESC Arsenal⁴. No início de sua estruturação os comerciantes e pescadores da baixada cuiabana⁵

³ A região metropolitana (RM) do Vale do Rio Cuiabá, constituída pela Lei Complementar (LC) no 359, de 27 de maio de 2009, abrange quatro municípios: Cuiabá, Várzea Grande, Nossa Senhora do Livramento e Santo Antônio do Leverger (BRASIL, 2015a)

⁴ Importante atrativo turístico de Cuiabá localizado no antigo Arsenal de Guerra, restaurado para abrigar atividades e espaços culturais. Mais informações em: <https://www.sescmt.com.br/index.php/sesc-arsenal/>

⁵ É composta por 14 municípios: Acorizal, Barão de Melgaço, Campo Verde, Chapada dos Guimarães, Cuiabá, Jangada, Nobres, Nossa Senhora do Livramento, Nova Brasilândia, Planalto da Serra, Poconé, Rosário Oeste, Santo Antônio do Leverger e Várzea Grande (BRASIL, 2015b)

levavam seus produtos e os ofereciam sobre lonas esticadas no chão, assim era a marca da antiga feira livre, que posteriormente passou a ter um local próprio onde hoje é o Museu do Rio e Aquário Municipal e no ano de 1995 passou a funcionar no local onde hoje se localiza, ainda no Bairro do Porto – um dos mais antigos de Cuiabá, nas margens do Rio Cuiabá (FERNANDES, 2020).

O espaço hoje é administrado pela Prefeitura e pela Organização do Mercado Porto, uma associação dos comerciantes que de forma organizada estruturaram sua representação. O Mercado do Porto é um dos entrepostos comerciais de alimentos mais importantes de Mato Grosso que oferece produtos regionais, sobretudo frutas, legumes, carnes, peixes, temperos e diversos produtos que alimentam as famílias cuiabanas, além de fornecer matéria-prima para diversos estabelecimentos de Alimentos e Bebidas (A & B) que comercializam pratos e iguarias locais. Além disso, faz parte da sua estrutura alguns restaurantes, neste estudo caracterizado como estabelecimentos de A & B, de pequeno porte que atendem aos feirantes, consumidores, pessoas que trabalham no comércio das proximidades além de turistas e população local, por conta da variedade de produtos e pelo ambiente associado ao mercado.

A gastronomia cada vez mais é provada como um dos principais atrativos de uma região, sendo muito importante para as experiências de quem visita uma localidade como Cuiabá. Os mercados possuem uma dinâmica ligada à gastronomia e comercialização de produtos, e como local de consumo de alimentos muitas vezes revelam aspectos expressivos sobre hábitos e costumes alimentares de um povo.

Diante disso, há a hipótese de que o Mercado do Porto em Cuiabá, por meio de seus estabelecimentos de A & B se estrutura como um local estratégico para a Gastronomia, a Cultura e o Turismo. Essas três áreas estão correlacionadas e são importantes para a estruturação de um atrativo turístico. Logo, o Mercado do Porto em Cuiabá pode ser considerado um ponto de interesse turístico que ressalta os valores culturais e produtivos locais e oferece serviços de alimentos e bebidas para moradores e visitantes. Além disso, julga-se que a maior parte dos visitantes passam pelo Mercado do Porto para conhecer e saborear a gastronomia local.

Desse modo, a fim de comprovar as hipóteses levantadas, este estudo tem como objetivo geral: relacionar a oferta dos estabelecimentos de A & B com os aspectos socioculturais locais e suas possíveis conexões com a Gastronomia e o Turismo.

Os objetivos específicos são:

- Descrever as estruturas dos estabelecimentos de A & B do Mercado do Porto em Cuiabá.
- Caracterizar os estabelecimentos de A & B, no que se refere à organização, funcionamento e oferta de produtos.
- Descrever os aspectos importantes sobre o consumo de Alimentos e Bebidas no local, sobretudo perfil dos consumidores e seu comportamento no local.

Justifica-se a realização desta pesquisa por conta da importância do Mercado do Porto como um ponto onde a gastronomia se conecta com a Cultura e o Turismo em Cuiabá. Os estabelecimentos de A & B do Mercado do Porto são estratégicos como oferta gastronômica e atratividade turística, pois sendo possível conhecer o que eles comercializam e quem consome os produtos será plausível estabelecer estratégias de melhor uso turístico do espaço e identificar como a gastronomia pode ser reveladora de diversas características de Cuiabá e região, além de se estruturar como um local para a integração entre população local e visitantes.

Esta pesquisa é de natureza qualitativa, pois investigou como os estabelecimentos de A & B do Mercado do Porto de Cuiabá se estruturam e podem se conectar com o Turismo. Segundo Denzin e Lincoln (2006), a pesquisa qualitativa envolve uma abordagem interpretativa do mundo, o que significa que seus pesquisadores estudam as coisas em seus cenários naturais, tentando entender, ou interpretar, os fenômenos em termos dos significados que as pessoas a eles confere. Neste sentido, o que foi estudado é a conexão entre Gastronomia e Turismo, por meio dos estabelecimentos de A & B presentes no Mercado do Porto de Cuiabá.

Seguindo essa linha de raciocínio, Vieira e Zouain (2005) afirmam que a pesquisa qualitativa atribui importância fundamental aos depoimentos dos atores sociais envolvidos, aos discursos e aos significados transmitidos por eles. Creswel (2007, p.186) chama atenção para o fato de que, na perspectiva qualitativa, o ambiente natural é a fonte direta de dados e o pesquisador, o principal instrumento, sendo coletados são principalmente descritos. E o que foi descrito é a estrutura e funcionamento dos estabelecimentos de A & B, e os significados percebidos por meio da observação sistemática das estruturas e dinamicidade do local.

De acordo com os objetivos esta pesquisa é classificada como descritiva, pois segundo Gil (2008), este tipo de pesquisa visa descrever as características de determinadas populações ou fenômenos. Uma de suas peculiaridades está na utilização de técnicas padronizadas de coleta de dados, tais como o questionário e a observação sistemática. A descrição foi feita em dois

eixos principais: a) a estrutura e funcionamento dos restaurantes, e b) O perfil e padrão de consumo dos frequentadores do local.

Para a coleta de dados, foram feitas 05 incursões no local para verificação da estrutura e dinâmica de funcionamento em diferentes horários e dias da semana, objetivando compreender como o espaço é estruturado e outras questões pertinentes. O levantamento se deu entre nos meses de abril e maio de 2022, período em que o local está passando por ampliações. Para isso, foi utilizado um dos formulários de inventariação da Oferta Turística do Ministério do Turismo específico para esse tipo de estabelecimentos, ou seja, o formulário base para o levantamento das informações foi o B2 que se refere à Serviços e Equipamentos de Alimentos e Bebidas⁶. Para facilitar a caracterização também foram utilizados registros fotográficos e observação sistemática, orientada por um roteiro de observação (Apêndice I) aplicado nos mesmos dias da inventariação dos estabelecimentos.

A observação se deu em um contexto geral sobre o perfil dos frequentadores e modo de consumo no local, não sendo especificado por estabelecimento. Os dados foram organizados e interpretados a fim de que os objetivos fossem alcançados.

2. A GASTRONOMIA COMO PARTE DA IDENTIDADE DE UM POVO

Cada cultura tem uma combinação de hábitos alimentares diferentes, que privilegia alguns alimentos estimulando a sua utilização em detrimento de outros. A característica própria dos alimentos e das práticas alimentares distingue profundamente cada cultura. Esta diferença deriva de vários fatores como o geográfico, o ambiental, o econômico e o histórico, que caracterizam cada cultura.

Através da alimentação cada grupo social diferencia-se dos demais, reconhece-se e por isso é reconhecido, a partir de cada peculiaridade, tanto em relação ao uso de ingredientes específicos quanto aos hábitos alimentares.

A identidade é única, sublime e completa é um ato próprio de todas as pessoas, compartilhado por todas as culturas, reforçando os valores e sentidos de determinados locais, além de ser parte fundamental da vida de cada indivíduo. A cultura exerce um papel para traçar as diversas personalidades, modelos de conduta características próprias de cada grupo humano. Deste modo, Freitas (2003, p. 56) argumenta que:

⁶ Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-/publicacoes/inventario-da-oferta-turistica/formulario-categoria-b/b-2-servicos-e-equipamentos-para-alimentos-e-bebidas.pdf>

Em torno da mesa – e do alimento – que identidades e, portanto, as diferenças com relação aos demais são expressas. Ao seu redor, se definem práticas, estilos, relações e subjetividades que se estabelecem a partir da intermediação entre alimento/comida e os sujeitos que ali estão envolvidos.

Soja (1993), completa reafirmando que a uma produção histórica, espacial e política conferem a identidade a seus habitantes. A semelhança cultural entre pessoas de um mesmo grupo é o que se denomina de identidade cultural. No Brasil, quando se refere aos habitantes das regiões norte, sul, nordeste, sudeste e centro oeste, vêm à memória um conjunto de símbolos, costumes usos e valores comuns entre indivíduos daquela região.

O regionalismo culinário forma a identidade cultural de um povo e pode ser tido como patrimônio histórico-cultural imaterial, transmitido de uma pessoa a outra com o passar do tempo. A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO, 2003) define como patrimônio imaterial "as práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – com os instrumentos, objetos, artefatos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos os indivíduos, reconhecem como parte integrante de seu patrimônio cultural”.

Com isso, reafirma-se que a gastronomia faz parte da identidade de um povo e compõe a riqueza herdada como bens culturais, pois ela conserva a memória e expressa o resultado de uma construção de conhecimento e consciência como comunidade ao longo do tempo.

A cultura é um produto da história de cada sociedade, é uma dimensão do processo social, da vida em sociedade. Não diz respeito apenas a um conjunto de práticas e concepções ou apenas uma parte da vida social, independente da mesma. Ou seja, cultura diz respeito a todos os aspectos da vida social (SANTOS, 1994, p.44-45).

A gastronomia do Mato Grosso é um símbolo da cultura do seu povo, e expõe muito sobre a identidade cultural do estado e principalmente da população da Baixada Cuiabana, pois possui um sabor muito próprio, com receitas típicas que realçam o modo de preparo dos ingredientes. Tem suas raízes de cozinhas, indígenas, africanas dos colonizadores, tornando assim uma miscelânea de diversidades e de sabores com combinações e modos de preparo originais que lhe asseguram cheiros e aspectos que podem significar experiências estimulantes ao paladar, ao olfato e aos olhos dos visitantes.

O peixe é predominante na culinária regional e está presente nas mais variadas formas em quase todas as receitas tradicionais. “Comer peixe é um hábito indígena que foi incorporado

à tradição ribeirinha, diz a culinária e pesquisadora Tanâne Carreira”, em entrevista ao jornal Diário de Cuiabá (2008).

Comida cuiabana é repleta de influências, entre as mais perceptíveis, a indígena, portuguesa e africana. Com o peixe como principal ingrediente, a forma de preparo varia por meio de temperos, verduras e molhos, que ajudam a dar um sabor especial às várias receitas (DUARTE, 2018 s/p).

A presença do peixe na mesa dos cuiabanos (natos e adotados) é uma tradição que vem sendo cultivada ao longo dos 300 anos da região e por isso pode-se afirmar que este é um importante elemento da identidade gastronômica local e por isso, está cada vez mais sendo aproveitado enquanto um atrativo turístico complementar ao processo de visitação em Mato Grosso, sobretudo na Baixada Cuiabana.

3. A RELAÇÃO E IMPORTÂNCIA DOS ALIMENTOS E BEBIDAS PARA A CULTURA E PARA O TURISMO: UMA REFLEXÃO PARA CUIABÁ

A alimentação e bebida podem assumir diversos papéis para um turista, o ato de comer durante a viagem é rotineiro, no sentido de que em algum momento será necessário fazer uma refeição, assumindo um papel exclusivamente funcional. Entretanto, para outros, a alimentação e bebida tem adquirido importância, tornando-se um momento especial, no qual o turista busca experimentar pratos e bebidas típicas da culinária local e frequentar empreendimento gastronômicos onde a refeição será diferenciada, resultando em uma experiência turística (FAGLIARI, 2005).

Os alimentos e bebidas, associados ao conjunto de atratividade de uma região tendem a ampliar as experiências dos visitantes, como é o caso do que acontece em Mato Grosso já que a maior parcela dos visitantes que viajam ao estado são motivados inicialmente pelos atrativos naturais para a prática do Ecoturismo ou do Turismo de Pesca e outros para a participação em Eventos e realização de Negócios. Ainda que a motivação das viagens para Mato Grosso não se baseiem em aspectos culturais, a gastronomia exerce uma forte influência na hospitalidade regional, pois são vários os depoimentos informais de turistas que confessam que a comida regional é marcante. Nesse sentido, abre-se uma oportunidade de futuros estudos científicos e mercadológicos para investigar como a gastronomia regional sobretudo a tradicional influencia positivamente na estada dos visitantes de Mato Grosso.

Mesmo que a alimentação seja considerada por uma parcela maior de turistas como uma oferta técnica, observa-se um crescente interesse pelos gêneros alimentícios típicos de

regiões. Em se tratando de mato grosso há uma diversidade de oferta gastronômica, sobretudo na região metropolitana, seja a mais tradicional, baseada em elementos como o peixe e a banana, ou mesmo a gastronomia moderna ou globalizada, também presente nos estabelecimentos locais.

Goeldner (*apud* FAGLIARI, 2005, p.10) declara que “parte da diversão dos turistas consiste em experimentar pratos locais, ou seja, a alimentação em alguns momentos é percebida como um atrativo da viagem”. Comer e beber faz parte da experiência turística e pode estar conectada ao conhecimento sobre aspectos da economia, geografia, história e tradições de uma localidade. Em muitos lugares a gastronomia é um atrativo turístico estruturado, e em outros, como em Cuiabá faz parte da atratividade complementar aos interesses do visitante. Independente se a gastronomia é um apelo principal ou complementar das experiências dos visitantes é necessário que seja considerada no conjunto das ofertas de atrativos em qualquer localidade visitada. Assim,

Atrativo gastronômico consiste em todo lugar, iguaria (comida e bebida), modo de preparo, produção ou serviço, acontecimento programado, estabelecimento destinado aos serviços de alimentação fora de casa ou qualquer outro empreendimento vinculado á alimentação que tenha interesse turístico e gere deslocamento de grupos humanos com objetivo de conhecê-los (GIMENES-MINASSE, 2014, p.4).

A oferta gastronômica de Cuiabá e região é cheia de elementos que podem ser melhor aproveitados para o encantamento ao visitante. Atualmente, está presente nos restaurantes tradicionais, conhecidos como peixarias, nas comunidades ribeirinhas, nas comidas mais populares e de rua ou mesmo nos estabelecimentos mais sofisticados.

Em se tratando da gastronomia tradicional da baixada cuiabana a maioria dos pratos são compostos de ingredientes simples e locais, que vão se transformando ao longo do tempo dando origem a pratos a base de peixe como o Mojica de Pintado (peixe local), o Pacu assado ou sua ventrecha frita (peixe típico dos rios do Pantanal). Há também a farofa de banana, a carne com banana verde, além de doces como o de caju ou o Furrundu (uma espécie de geleia à base de caule de mamão ralado, rapadura e outros ingredientes), complementar a isso há o bolo de arroz ou mesmo o Baguncinha, como é conhecido o sanduíche de rua em Mato Grosso. Além desses elementos há muitos outros, passando por locais que ofertam gastronomia internacional (italiana, japonês ou árabe), ou mesmo locais com comidas de boteco – quase sempre associados à cerveja gelada, para amenizar o calor cuiabano. Por fim, a oferta gastronômica local também se dá por meio dos restaurantes sofisticados com prato modernos e criativos.

Segundo Fagliari (2005), na sociedade contemporânea, a alimentação devida à sua atratividade e importância se articulam ao Turismo, principalmente, por meio do uso turístico de elementos gastronômicos como rotas e festas gastronômicas, restaurantes, locais de produção, museus, mercados e pratos típicos regionais.

Associar a gastronomia à outros elementos culturais pode fortalecer a atratividade de localidades como Cuiabá, e uma dessas possibilidades são os Mercados, já famosos pontos de visitação em muitos destinos brasileiros e internacionais. Dessa maneira, o Mercado do Porto em Cuiabá pode também receber maior visibilidade por conta da oferta de ingredientes e espaços que possam ampliar as vivências dos turistas com os elementos gastronômicos locais – tanto para conhecer o que se vende ou mesmo para degustar alimentos e bebidas. O mercado do Porto pode então ser melhor aproveitado como um local de interesse turístico onde a gastronomia se encontra com a cultura e com o Turismo.

O Mercado do Porto em Cuiabá-MT é um espaço de grande importância para a vida social e cultural dos Mato-grossenses, resiste ao longo dos tempos e, com a ampliação que estão sendo feitas no local, tende a ser melhor aproveitado pelo e para o Turismo.

Os mercados públicos são espaços para troca de produtos, com origem na antiguidade, e sua continuidade, na atualidade, se mantém devido à articulação e adoção de outras formas comerciais modernas, inclusive vinculando-se fortemente à visitação turística. O mercado é onde as pessoas se encontram, é o local onde as cores e aromas de uma localidade se misturam, as pessoas se conectam dando mais vida à dinâmica das cidades.

Os mercados públicos, que se criaram a partir da informalidade das feiras livres, foram se reproduzindo e se transformando em construções sólidas, pois para a população que viviam em cidades nas quais as feiras não seriam constantes, era necessário um contínuo abastecimento de insumos para a sua sobrevivência (PINTAUDI, apud GEISS, GASTAL, 2007, p 4).

Variados mercados públicos no mundo e no Brasil são atrativos apontados e são visitados por milhares de turistas, tais como Mercado Municipal de São Paulo/SP, Mercado Central de Belo Horizonte- MG, Mercado ver-o-peso em Belém-PA, Mercado de San Miguel em Madri, entre outros. Para muitos visitantes é impossível visitar um destino sem antes conhecer um mercado local pois em um único espaço é possível ter várias experiências sensoriais, principalmente a do paladar, pois é quase impossível um turista estar em um mercado e não saborear algo.

Além disso, a economia se torna mais dinâmica por meio dos mercados, pois muitos deles é que ofertam ingredientes para os estabelecimentos gastronômicos de um destino e para

as casas das pessoas. Fagliari (2005) destaca a importância do envolvimento dos pequenos produtores locais na produção e venda de alimentos regionais. Para a autora, se pode denominar de alimentos regionais a categoria alimentícia que se desenvolvem bem em uma região que são incorporados á alimentação local e que, muitas vezes, adquirem um caráter simbólico pela sociedade.

Os principais elementos regionais podem ser vistos, comprados e saboreados no Mercado do Porto em Cuiabá, sejam eles de origem animal, como peixes, carnes brancas e vermelhas, derivados do leite ou o mel. Além disso, há as frutas, raízes, verduras que encontram seus lugares especiais na dieta regional, como a banana, o pequi ou mesmo a farinha de mandioca.

Em um mercado como o do Porto, a oferta tradicional se mescla com a moderna, o simples com o elaborado, o caro com o barato, o corriqueiro com o exótico e assim se forma o dia-dia e a dinâmica do mercado. Estar no mercado do Porto pode significar uma experiência marcante ao visitante, requerendo estrutura de qualidade, qualidade dos elementos ofertados, informações e orientações além de locais em que as pessoas possam consumir os produtos.

Assim, a existência de restaurantes, bares e lanchonetes fortalecem a dinâmica do Mercado do Porto, sobretudo para o turista, que muitas vezes pode preferir consumir pratos, iguarias ou elementos no próprio local do que adquirir para viagem – que requer um pouco mais de preparo.

4. O MERCADO DO PORTO EM CUIABÁ

O mercado varejista Antônio Moisés Nadaf ou conhecido popularmente, como Mercado do Porto, entregue em fevereiro de 1995, pelo então prefeito José Meirelles, encontra-se hoje no bairro mais antigo de Cuiabá: o Bairro do Porto, mais precisamente na Avenida Oito de Abril, nº 143, próximo ao Rio Cuiabá, à três quilômetros do centro da cidade, conforme Figura 1. Possui fácil acesso de automóvel, como também com o uso de transporte público, dispondo sanitários e estacionamento gratuito para os visitantes.

A sua área é de 26.480m² em um local popularmente conhecido como Campo do Bode com uma cobertura de 6.182m². Até o início de década de 1970, a feira que deu origem ao Mercado do Porto ficava no largo em frente ao Arsenal de Guerra (hoje SESC Arsenal), mas com a enchente de 1974 a feira foi transferida para onde hoje é o Museu do Rio e finalmente em 1995 passou a ter uma estrutura ampla e melhorada (local atual) nas proximidades de dois

outros locais turísticos importantes: o Museu do Rio, o Aquário Municipal e a Orla do Porto (Figura 1).

Figura 1– Localização do Mercado do Porto



Fonte: Google Earth, 2022, adaptado pela autora.

Na atualidade o Mercado do Porto é uma das maiores feiras livres da capital, sendo um dos locais mais visitados por turistas que buscam conhecer os produtos regionais.

ESTRUTURA: O Mercado, atualmente, é composto por 375 boxes em 26.40m² (Figura 2), que atendem um público de aproximadamente mil pessoas ao dia⁷. É um espaço grandioso, que abriga diferentes tipos de mercadorias, são sete setores, sendo eles de hortifrútis (Figura 3), lanchonetes, farinha regional, doces e queijos, açougue, peixes e confecções, como apresentado nas Figuras 3 e 4. Sua estrutura é em um galpão grande coberto, onde são distribuídas as bancas (Figura 5).

⁷ Informações cedidas pelo atual administrador (2022), por meio de conversas informais.

Figura 2 – Fachada do Mercado do Porto



Fonte: A autora, 2021.

Figura 3 – O espaço popular dos hortifrúteis



Fonte: A autora, 2021.

Figura 4 – Bancas com produtos regionais



Fonte: A autora, 2021.

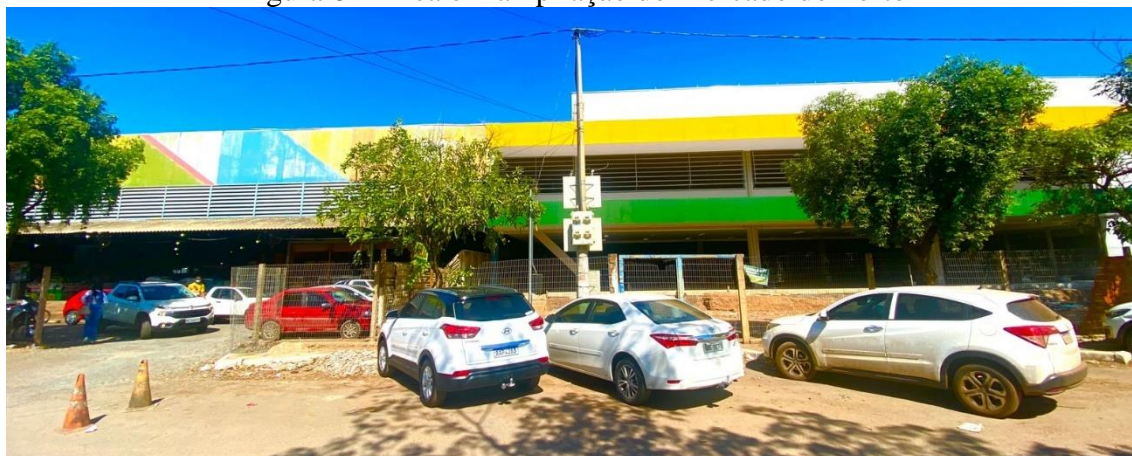
Figura 5 – Espaço da feira com as bancas abrigadas por cobertura



Fonte: A autora, 2021.

Em 2022, o Mercado do Porto vem passando por uma ampliação que irá atender melhor toda a comunidade, que visa preservar o patrimônio da cidade e adequá-lo às novas necessidades dos feirantes e seu público. Na figura 6 é possível perceber a área em ampliação (a direita da foto), que pretende ampliar em 1/3 a capacidade do mercado.

Figura 6 – Área em ampliação do Mercado do Porto



Fonte: A autora, 2021.

FUNCIONAMENTO: Seu horário de funcionamento é de segunda-feira a sábado, das 05:00h às 18:00h e domingo das 05:00h às 12:00h.

ADMINISTRAÇÃO: Para manter toda a estrutura em pleno funcionamento o Mercado é administrado pela Prefeitura, juntamente com uma equipe representada por um presidente eleito pelos próprios feirantes.

4.1 Espaço de Alimentos e Bebidas do Mercado do Porto em Cuiabá

Além dos boxes na área coberta o Mercado possui estacionamento não coberto e um espaço de A & B composto de lanchonetes e pequenos restaurantes, que servem pratos e lanches locais (Figura 4).

Figura 7 – O espaço de Alimentos e Bebidas



Fonte: A autora, 2022.

Os estabelecimentos de A & B se caracterizam como foco deste estudo, pois apresentam potencialidades para ser melhor aproveitados enquanto atrativo turístico de Cuiabá, junto a todo o complexo do Mercado.

Os estabelecimentos de A e B atualmente estão do lado externo no mercado por conta da ampliação que está sendo feita, mas não deixa de ser atrativo aos turistas e para a toda a população Mato-grossense. A previsão de entrega dos espaços ampliados está prevista para setembro de 2022 (Figura 8), mas até o término da pesquisa (maio de 2022), constatou-se que ainda há muitas adequações a serem feitas, podendo se estender por pelo menos mais 6 meses.

Figura 8 – Placa indicativa da ampliação do Mercado do Porto

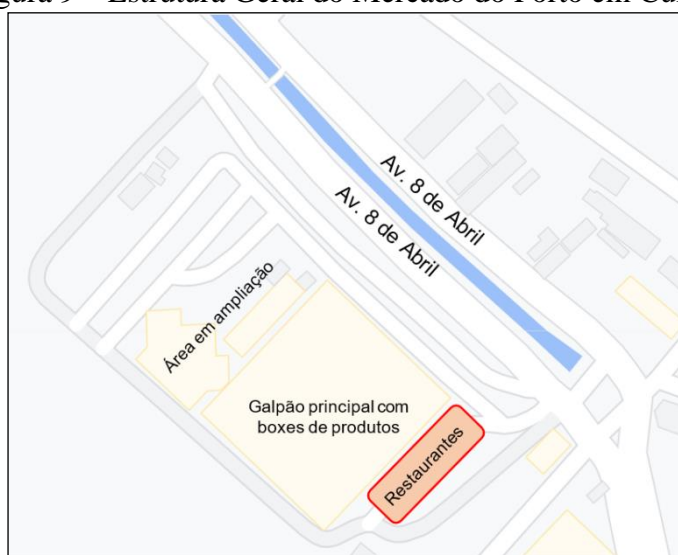


Fonte: A autora, 2022.

No local, os visitantes podem apreciar pratos, lanches, café da manhã, salgados, doces e iguarias, açaí, sorvetes, cervejas, drinks e outras bebidas como sucos, cafés e chás gelados, todas essas opções servidas de forma organizada e, as vezes improvisada, embaixo de tendas com mesas e cadeiras para os clientes.

O Mercado oferta à população e aos turistas uma variedade de produtos tipicamente regionais. Entre estes boxes está a estrutura dos estabelecimentos de Alimentos e Bebidas localizada em uma aérea anexa ao galpão principal, conforme é esboçado na Figura 5.

Figura 9 – Estrutura Geral do Mercado do Porto em Cuiabá



Fonte: Google Maps, adaptado pela autora 2021.

Por meio do levantamento in loco contatou-se que até maio de 2022, o Mercado do Porto conta com 5 lanchonetes e 5 Restaurantes, que são um dos principais atrativos do Mercado aos turistas e da população cuiabana. A Figura 10 apresenta a distribuição dos Boxes dos Estabelecimentos de A & B, que estão em local improvisado. Estes serão transferidos para o local em ampliação, dando mais espaço para estacionamentos e outras estruturas do Mercado.

Figura 10 – Distribuição dos equipamentos de A & B no Mercado do Porto

Box	1 e 2	3	4	5	6, 7 e 8	9	10	11	12	13	14
Nome do empreendimento	Pastelaria do Japonês	Lanchonete do Salvador	Lanchonete Dona Márcia	Porto Grill Restaurante	Rei do Mocotó	Restaurante Prato Cheio	Tapiocaria e lanchonete da Nágila	Lanchonete Tio Pedro	Vazio	Restaurante Santo Antônio	Cantinho da Leska
Classificação									-----		

Legenda:

Restaurante:	
Lanchonete:	

Fonte: Elaborado pela autora, 2022.

A estrutura dos estabelecimentos no Mercado do Porto é semelhante, quanto ao tamanho dos empreendimentos, funcionamento, serviços e colaboradores. O que diferencia são os elementos servidos, já que os restaurantes se caracterizam pela oferta de pratos prontos – todos com o serviço de prato feito ou *à la carte* – não foram contatados serviços tipo buffet – isso porque a estrutura do local é provisória, podendo ser alterada e melhorada com a finalização da ampliação, que segundo o projeto terá uma praça de alimentação mais ampla e equipada.

Em geral, os frequentadores podem apreciar lanches, salgados, cafés e sucos, como também pratos elaborados. A bebida alcoólica mais comercializada é a cerveja já a muito tempo incorporada na cultura gastronômica local e que harmonia muito bem com os alimentos ofertados no local. Não foi detectada a venda de cervejas artesanais nos locais – uma oportunidade que se abre para novos empreendimentos, já que Mato Grosso possui mais de 14 cervejarias artesanais e seu consumo está cada vez mais associado aos pratos típicos e aos hábitos dos moradores.

As refeições servidas são simples, de preparo rápido – levando entre 5 e 30 minutos. Há uma mistura de ingredientes ofertados, desde pasteis com caldo de cana e pratos à base de carnes e peixes, acompanhados por saladas tradicionais.

O Quadro 1, apresenta as principais características dos estabelecimentos de A & B que foram levantadas. Utilizou-se o formulário do Inventário da Oferta Turística - B2 que se refere à Serviços e Equipamentos de Alimentos e Bebidas, proposto pelo Ministério do Turismo. Salienta-se que o formulário é generalista e nem todos os dados constantes no formulário puderam ser preenchidos pois não condizem com a realidade dos estabelecimentos. As imagens dos estabelecimentos encontram-se no Apêndice II.

Quadro 1 – Breve caracterização dos Restaurantes do Mercado do Porto.

Estabelecimento	Tempo de existência em 2022	Principais produtos oferecidos	Funcionamento	Número de funcionários	Cadastur	Análise da estrutura	Diferencial observado
Box 1 e 2: Pastelaria do Japonês	40 anos	Pastel, pão de queijo, bolo de queijo, café, leite, chá e salgados, sucos e refrigerantes.	Terça à sexta das 05h00 às 12h00.	03 permanentes 02 temporários nos finais de semana	Não	Organizado, limpo e algumas estruturas desgastadas.	Rapidez no atendimento e possui pager para avisar que o pedido está pronto.
Box 3: Lanchonete do Salvador	7 anos	Café, leite, pão, salgados e sucos e refrigerantes.	Segunda à sábado das 08h00 às 18h00 e domingos das 05h00 às 12h00	03 permanentes 02 temporários nos finais de semana	Não	Espaço pequeno Organizado e limpo	Abre todos os dias e possui atendimento cordial.
Box 4: Lanchonete Dona Márcia	14 anos	Salgados, bolo, café, leite e suco de laranja e refrigerantes, bolo de arroz.	Todos os dias (exceto terças feiras), das 06h00 às 17h00. Domingo das 06h00 às 12h00.	03 permanentes	Não	O mais simples dos estabelecimentos, organizado e limpo.	Preço mais baixo que os demais da mesma categoria. Todos os colaboradores da mesma família.
Box 5: Porto Grill Restaurante	4 anos	Comida simples como arroz, feijão, saladas, batata frita, mandioca, carnes, sucos, refrigerantes e cervejas.	Todos os dias das 07h00 às 13h00. Domingos até as 12h00.	04 permanentes 01 temporário nos finais de semana	Não	Espaço novo e limpo, porém, requer mais organização.	Possui serviço de entrega (delivery).
Box 6, 7 e 8: Rei do Mocotó	6 anos	Peixes, mocotó, buchada de boi, rabada, carne seca e sarapatel, sucos, refrigerantes e cervejas.	Terça à domingo das 07h00 às 19h00. Domingos até as 12h00.	05 permanentes 08 temporários nos finais de semana	Não	A maior estrutura, com espaço limpo e organizado.	Cardápio diversificado (comida nordestina) e mesas melhor organizadas que a dos demais.
Box 9: Prato Cheio Restaurante	4 anos	Arroz, feijão, frango ao molho, farofa de cenoura, sucos, refrigerantes e cervejas.	Segunda à sábado das 07h00 às 14h00 e domingos das 07h00 às 12h00	03 permanentes 05 temporários nos finais de semana	Não	Espaço limpo, e organizado, mas precisa melhorar a cordialidade.	Sem diferencial competitivo.

Box 10:Tapiocaria & Lanchonete da Nágila	7 anos	Biscoito de polvilho, salgados, sucos e café com leite.	Segunda à sábado das 07h00 às 17h00 e domingos das 07h00 às 15h00.	02 permanentes 05 temporários nos finais de semana	Não	Simple, pouco estruturado e limpo	Produtos frescos – preparados instantaneamente.
Box 11: Lanchonete Tio Pedro	35 anos	Chipa, pastel, bolo de arroz, pão de queijo, empada, kibe, bolo de carne, rissole chipa doce. Caldo de Cana e sucos.	Todos os dias (exceto segundas-feiras), das 05h00 às 14h00	03 permanentes 05 temporários nos finais de semana	Não	Espaço simples, limpo, organizado, com área restrita para manipulação dos alimentos.	Receitas tradicionais, manipulação própria e prioridade por elementos frescos.
Box 13: Restaurante Santo Antônio	20 anos	Comida caseira, a base de peixe, peixe frito, peixada. Arroz, feijão farofa de banana, bife acebolado. Cada dia um cardápio diferente.	Todos os dias (exceto segundas-feiras), das 11h00 às 14h00	03 permanentes 05 temporários nos finais de semana	Não	Espaço simples, limpo, organizado, com área restrita para manipulação dos alimentos.	Cada dia um cardápio diferente: comidas regionais nas sextas-feiras.
Box 14: Cantinho da Leska	9 anos	Picanha na chapa, peixes, macaxeira, dobradinha, carne suína e Maria Izabel.	Segunda à sábado das 08h00 às 18h00 e domingos das 05h00 às 12h00	02 permanentes 05 temporários nos finais de semana	Não	Espaço simples, limpo, organizado, com área restrita para manipulação dos alimentos.	Diversificação no cardápio e serve comida regional.

Fonte: Organizado pela autora, 2022.

Em Cuiabá-MT, a gastronomia Regional é uma mescla das várias influências étnicas e culturais que contribuíram para o território Mato-grossense, que se reflete na composição de alimentos e temperos, nas técnicas e formas de preparo. Assim os restaurantes e lanchonetes oferecem uma variedade de cardápios com elementos regionais e brasileiros.

Desde um cafezinho até *happy hour* o Mercado do Porto é uma parada obrigatória. Muitos frequentadores buscam o local para o café da manhã com a oferta de bolos, biscoitos ou mesmo caldos, muito apreciado por aqueles que encerram a noite após as boates da Capital. Além do café da manhã o local oferece refeições para almoço e jantar, além de petiscos e cerveja gelada.

As lanchonetes e restaurantes ali distribuídos, possuem preço acessível, e em geral não oferecem nada emblemático, ou seja, nada além do convencional do que é encontrado em diversos outros lugares. Mas o que chama a atenção dos frequentadores é a localização do espaço e concentração da oferta de A & B. A simplicidade é a principal marca do local e cada estabelecimento tenta se diferenciar com seu estilo na forração das mesas, no uniforme dos colaboradores ou em algum elemento extra para acompanhar os pedidos, como molhos e pimenta, por exemplo.

O Mercado do Porto em si é um espaço para todos os tipos de culturas, além de oferecer oportunidade para os pequenos negócios, também serve para atrair diferentes públicos e diversificar os frequentadores do local. Prova disso é que os comerciantes comentam sobre a importância histórica que o local agrega para a cidade.

A especialidade de comercialização do mercado está voltada para o ramo das frutas, carnes, peixes, temperos e outros produtos alimentícios. A grande diversidade dos alimentos é o que chama atenção dos clientes no mercado. Mas tudo isso é complementado com a estrutura da área de alimentação que possibilita o encontro de turistas com moradores locais, revelando um pouco sobre os aspectos sociais locais.

Todos os estabelecimentos estão funcionando a mais de 4 anos, com destaque para alguns que ofertam seus serviços há mais de 30 anos. Rosimeire Takinami, da Pastelaria do Japonês, disse, por meio de conversa informal que a Pastelaria existe há mais de 40 anos, vem passada de geração a geração, e conta: “as pessoas vêm pra cá depois de grandes eventos, como show, ao amanhecer tomar café da manhã”.

Já a atual proprietária do Restaurante Santo Antônio comentou que o empreendimento está passando entre as gerações, pois quem administrava o negócio eram seus pais e que agora ela quem está a frente do empreendimento, envolvendo também alguns familiares. Segundo ela,

o restaurante existe há mais de 35 anos, e funcionava desde a época em que o mercado estava localizado no Museu do Rio.

Os espaços da atual área de alimentação ainda é restrito e tem capacidade para atender em média 350 pessoas sentadas. Os dias de maior frequência são os sábados e domingos para café da manhã e almoço. Todos os proprietários afirmaram que contratam funcionários temporários para reforçar o atendimentos nos finais de semana. A média de pessoas empregadas em cada estabelecimento é de 3 colaboradores, podendo chegar a 5 ou mais nos finais de semana. Assim a média de empregos diretos gerados nos estabelecimentos de A & B é de 42 nos dias de semana e 115 nos finais de semana (entre regulares e temporários). A maioria dos estabelecimentos empregam familiares e amigos, por meio de contratos informais sendo poucos com registros formais – o que possibilita ações de orientação aos proprietários para sua segurança operacional.

Foi identificado como ponto positivo a qualidade dos alimentos, verificou-se também que poderia melhorar a qualidade dos estabelecimentos, pois muitos estão limitados pelo espaço. As mesas e cadeiras são de uso comum e cada estabelecimento tenta se diferenciar as mesas da frente dos estabelecimentos com toalhas variadas. Segundo os administradores é uma forma de chamar a atenção dos frequentadores, mas de orientar os colaboradores no atendimento aos seus clientes. Foi afirmado também que com a nova área de alimentação o sistema a ser implantado por todos os estabelecimentos será de pagar antes de retirar os pedidos, visto que há a previsão de aumento significativo de frequentadores na nova praça de alimentação.

O atendimento é cordial em todos os estabelecimento, alguns necessitando de um refinamento na postura e em técnicas de serviços, mas a gentileza dos colaboradores supera algumas deficiências dos serviços. Ainda assim, é possível que seja desenvolvida ação para cursos de atendimento e serviços em estabelecimentos de A & B, podendo nascer da necessidade dos próprios administradores dos estabelecimentos ou mesmo dos administradores do mercado do Porto que poderão estabelecer parcerias com instituições como o Instituto Federal de Mato Grosso, SENAC ou mesmo SEBRAE.

A respeito do uso do local e do comportamento dos consumidores foi possível observar que a maior frequência se dá realmente nos finais de semana e nos períodos de café da manhã e almoço, como já haviam afirmado os gestores dos estabelecimentos por meio de conversas informais. Salienta-se que a temperatura influencia na frequência do local, pois os dias de maior calor são os de mais movimento. Em uma das visitas em que a temperatura estava na média dos

18 graus foi observado que havia poucos consumidores. Esse comportamento é típico da população cuiabana, que prefere frequentar locais públicos em dias de calor – ou seja, a maior parte do ano.

A ocupação dos lugares sempre foi mediana, mas há picos de frequência nos finais de semana e pode faltar lugares aos consumidores especialmente no horário de almoço. Foi observado também que o atendimento se dá nas mesas e é ágil, tanto para os pedidos como no serviço dos pratos ou nos pagamentos. Não foi detectada fila ou aglomerações nos estabelecimentos – indicando assim agilidade no processo de atendimento.

Constatou-se que os estabelecimentos possuem dias e horários de funcionamento diferentes, mas em sua maioria operam todos os dias e alguns fecham nas segundas-feiras: dia de menor frequência no local.

Em todos os estabelecimentos os atendentes estão uniformizados, facilitando o contato com os consumidores. Além disso, é possível ver a área de manipulação dos alimentos na maioria dos estabelecimentos e, em todos, as pessoas estavam portando avental e toca de proteção. Há um equilíbrio entre trabalhadores do sexo masculino e feminino.

Sobre os frequentadores, a hegemonia é de grupos, sejam famílias, amigos ou mesmo casais, sendo mais raro verificar frequentadores sozinhos nas mesas. Em geral são pessoas com idade superior a 20 anos, sendo mais rara a presença de jovens exceto quando famílias. Em todas as visitas foi observada a presença de crianças, apesar de que não foi detectado em nenhum estabelecimento algum apelo específico a este público seja nos pratos ou mesmo na ambientação – o que pode sugerir melhorias.

As pessoas frequentam vestindo-se de maneira simples e confortável – a maioria com bermudas, chinelos e camisetas (homens), e short, vestido leve, jeans, camiseta e sandálias (mulheres). O poder aquisitivo dos frequentadores não é possível ser identificado de imediato, pois todos aparentemente possuem características semelhantes, mas reconhece-se que o poder de compra de quem frequenta é médio-alto por conta da quantidade de veículos e marcas dos mesmos presentes no estacionamento.

De forma pontual foi observada a presença de turistas, que se destacavam entre os consumidores, seja pelo comportamento curioso ou forma de portar e vestir – que destoa um pouco dos moradores locais. Espera-se que guias de turismo, agência, hotéis e outros estabelecimentos possam reforçar o interesse dos visitantes em conhecer o Mercado do Porto – uma outra oportunidade de planejamento de ações para melhorar o uso turístico do local – sobretudo após a finalização da ampliação das estruturas.

Por fim, constatou-se que o consumo de elementos é variado entre petiscos, cerveja e pratos prontos. Não há uma predominância de elementos regionais, comprovando o que foi levantado nos restaurantes, pois apenas 3 deles servem comidas que são mais tradicionais da região. As lanchonetes de alguma forma também servem elementos regionais como bolo de arroz, bolo de queijo e chipa – que são igualmente apreciadas como os salgados abasileirados como coxinha, empada e kibe. Não se espera que os estabelecimento deva priorizar apenas elementos ou pratos típicos e tradicionais, pois o mercado é dinâmico e é onde acontece o encontro de todos com tudo – ou seja é no Mercado do Porto que os elementos locais se misturam, são comercializados ou consumidos.

Assim, a dinamicidade do Mercado do Porto atrelado a oferta de Alimentos e Bebidas possuem capacidade de ampliar as experiências turísticas e estabelecer maiores conexões com a cultura e elementos locais. Essas conectividades só poderão continuar com a valorização de espaços como o Mercado do Porto, sua estruturação adequada e ações que possam cada vez mais evidenciar os aspectos positivos e a representatividade do local para os Mato-grossenses e para os turistas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente artigo cumpriu com seus objetivos de relacionar a oferta dos estabelecimentos de A & B com os aspectos socioculturais locais e suas possíveis conexões com a Gastronomia e o Turismo. Em primeiro lugar descreveu-se as características gerais do Mercado do Porto, com sua estrutura e dinâmica de funcionamento apontando a sua importância para o contexto social, econômico e até cultural para Cuiabá e região, visto que os produtos ali comercializados formam parte da base gastronômica da população local, além de servir como importante fornecedor para os restaurantes de Cuiabá e Várzea Grande.

Foi dada ênfase em algumas descrições das configurações e estruturas dos estabelecimentos de A & B do Mercado do Porto em Cuiabá, identificando 10 empreendimentos presentes na área gastronômica do Mercado, que está funcionando de maneira relativamente restrita e improvisada, enquanto aguardam a finalização da ampliação do Mercado – com término previsto para setembro de 2022. A nova área abrigará os restaurantes com maior e melhor infraestrutura aumentando a capacidade de oferta. Por meio do quadro 1, os empreendimentos foram descritos segundo o seu tempo de funcionamento, estrutura, oferta de alimentos e bebidas, número de funcionários além de evidenciar o diferencial competitivo de

cada um deles. A caracterização se deu por meio de aplicação de um formulário de pesquisa, baseado no modelo do inventário da Oferta Turística (B2) proposto pelo ministério do Turismo.

Por fim, foi possível perceber como os estabelecimentos são utilizados, ou seja, como é o consumo dos elementos comercializados, que se dá especialmente por meio das lanchonetes e restaurantes presentes. Os consumidores se caracterizam por grupos e famílias em busca de um local simples e agradável para o consumo de lanches e pratos populares, quase sempre associado às compras de produtos que o Mercado oferece. A sua localização estratégica e produtos oferecidos fazem do Mercado um dos maiores entrepostos de alimentos da Baixada Cuiabana, o que amplia de maneira significativa suas potencialidades para maior frequência de turistas.

Turisticamente o Mercado do Porto e seus restaurantes pode ser melhor aproveitado à medida que Guias de Turismo e Agências de Receptivo incluam em seus roteiros o Mercado do Porto como um ponto importante para que os visitantes possam ter contato com os ingredientes, produtos e população local. A receptividade no Mercado do Porto é marcante, por parte dos feirantes e dos empreendedores de estabelecimentos de alimentos e bebidas, sempre dispostos a tirar dúvidas, orientar ou mesmo travar uma boa conversa sobre como os produtos são feitos, preparados e servidos. Evidencia-se um orgulho em cada um dos empreendimentos sobre o que é vendido, visto que cada local tenta evidenciar seus diferenciais, seja na variedade ou na qualidade de seus produtos.

A simplicidade estrutural não compromete a oferta de A & dos estabelecimentos, pelo contrário, revelam traços importantes sobre como a população local vive, come e se importam com a gastronomia, pois comer bem faz parte da tradição cuiabana. Os negócios são familiares e emprega um bom número de colaboradores, mas com capacidade de ampliação e diversificação do que é ofertado, sobretudo pensando nos aspectos de pratos e ingredientes regionais. Não são todos os restaurantes e lanchonetes que se dedicam aos elementos locais, mas não é uma exigência, pois há que respeitar a dinamicidade de cada local. Assim esperar que todos os lugares vendam apenas pratos regionais é restringir a multiculturalidade presente em Cuiabá e região. Assim, os pratos populares como o arroz, feijão e bife acebolado se misturam com a comida nordestina ou com o pastel e caldo de cana, tornando os estabelecimentos ainda mais atrativos e diversificados.

Não há um prato ou produto mais emblemático, como se observa em alguns mercados e, talvez o processo turístico, ao longo do tempo contribua com um possível destaque, mas isso deve se dar de forma natural congregando a vontade dos visitantes com a necessidade e

possibilidades dos empreendedores dos estabelecimentos de A & B do Mercado. O atendimento familiar faz com que os estabelecimentos sejam ao mesmo tempo carentes de qualificação, mas ao mesmo tempo mais intimistas e receptivos – um equilíbrio que precisa ser mantido em qualquer projeto e ação que se possa planejar para o local.

Por fim, conclui-se que os restaurantes e lanchonetes do Mercado do Porto em Cuiabá figuram-se como um importante ponto de encontro e consumo da população local, espaços estes estratégicos para que turistas e visitantes conheçam algumas nuances do modo de vida, dos temperos, aromas e sabores de Mato Grosso. Assim, os estabelecimentos e o próprio Mercado merecem novos olhares de planejadores de roteiros, gestores públicos e todo o trade turístico para que possa continuar sendo significativo para a economia, cultura e para o Turismo de Cuiabá e região.

REFERÊNCIAS

BRAUNE, R. e FRANCO, S. **O que é Gastronomia**. São Paulo (SP): Brasiliense, Col. 322, primeiros passos, 1ª edição, 2007.

BRASIL – Secretaria de Assuntos Estratégicos da Presidência da República / Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA). **Governança Metropolitana no Brasil**. Rio de Janeiro, 2015a.

BRASIL - Ministério do Desenvolvimento Agrário (MDA) / Instituto Nacional Colonização e Reforma Agrária (INCRA). **Perfil Territorial: Baixada Cuiabana**. Elaboração: CGMA, maio/2015b.

CRESWELL, J. W. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

DENZIN, N. K; LINCOLN, I. **O planejamento da pesquisa qualitativa: teorias e abordagens**. Porto Alegre: Artmed, 2006.

DIÁRIO DE CUIABÁ. Peixe é o prato mais popular nas mesas. **Jornal**. Edição 12083 de 08 de abril de 2008. Disponível em: <http://www.diariodecuiaba.com.br/detalhe.php?cod=313861>. Acesso em outubro de 2022.

DUARTE, M. Comida cuiabana harmoniza influência de indígenas, imigrantes e pantaneiros. Final de Semana: Gastronomia. **Rd News (jornal eletrônico)**. 07 de abril de 2018. Disponível em: <https://www.rdnews.com.br/final-de-semana/gastronomia/conteudos/97953>. Acesso em: outubro de 2021.

FAGLIARI, Gabriela. **Turismo e Alimentação: análises introdutórias**. São Paulo: Roca, 2005.

FERNANDES, E. Mercado do Porto carrega mais de 40 anos de histórias de cuiabanos (reportagem). **Gazeta Digital**, mar. 2020. Disponível em: <https://www.gazetadigital.com.br/editorias/cidades/mercado-do-porto-carrega-mais-de-40-anos-de-histrias-de-cuiabanos/608854> . Acesso em outubro de 2021.

FREITAS, M. do C. S. de. **Agonia da fome. Salvador**, Edufba: 2003

GEISS; L.; GASTAL, S. Turismo Cultural Sob o Olhar Pós-Moderno: Os Mercados Públicos em questão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. **VIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Região Sul**. Passo Fundo/ RS, 2007.

GIMENES-MINASSE, M. H. Atrativos gastronômicos da cidade de São Paulo (SP): análise preliminar. **XI Seminário da Associação Nacional Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo**. Set. 2014.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). **Convenção para Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial**. Paris, 2003.
SANTOS, J. L. **O que é cultura**. São Paulo: Brasiliense, 1994.

VIEIRA, M. M. F. e ZOUAIN, D. M. **Pesquisa qualitativa em administração: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

SOJA, E. **Geografias Pós-modernas: A Reafirmação do Espaço na Teoria Social Crítica**. Rio de Janeiro: Editora Jorge Zanhari, 1993.

APÊNDICE I: Roteiro de observação - pesquisa de Campo

1. Data:

2. Horário de chegada:

3. Horário de saída:

4. Ocupação da praça de alimentação (mesas e cadeiras):

() pouca ocupação () média ocupação () alta ocupação

5. Há lugares livres? () Sim () Não

6. Há filas nos estabelecimentos? () Sim () Não

7. Todos os estabelecimentos estão funcionando?

() Sim () Não Qual? _____

8. Os atendentes dos estabelecimentos estão uniformizados?

() Sim () Não

9. Os trabalhadores identificados em sua maioria são:

() mulheres () homens () equilibrado

10. Em geral como se caracterizam os frequentadores? Observar a maioria.

a) () Famílias () Amigos () Casais () Pessoas sozinhas

b) () Jovens () meia idade () melhor idade () equilibrado entre todas as idades

c) Há a presença de crianças? () sim apontar se muito ou poucas () Não) Como as pessoas estão se vestindo? () de forma simples e confortável () de maneira formal

e) É possível identificar algum turista? Observar vestimenta, comportamento, língua falada ou outro aspecto. () Sim () não

f) O que a maioria das pessoas está consumindo?

() lanches () pratos elaborados () guarnições/tira gosto () outros

g) Quais as bebidas mais comuns presentes nas mesas? Pode marcar mais de uma e observar a maioria também.

() Água () Refrigerante (X) Suco () Cerveja () outros

h) é possível identificar algum consumo de produto regional, que faça parte da gastronomia tradicional de Cuiabá? Quais?

Observações:

APÊNDICE II: Fotos dos estabelecimentos de A & B no Mercado do Porto em Cuiabá

Figura 11 – Box 1 e 2: Pastelaria do Japonês



Fonte: A autora, 2022.

Figura 12 – Box 3: Lanchonete do Salvador



Fonte: A autora, 2022.

Figura 13 – Box 4: Lanchonete Dona Maria



Fonte: A autora, 2022.

Figura 14 – Box 5: Porto Grill Restaurante



Fonte: A autora, 2022.

Figura 15 - Box 6, 7 e 8: Rei do Mocotó



Fonte: A autora, 2022.

Figura 16 – Box 9: Prato Cheio Restaurante



Fonte: A autora, 2022.

Figura 17 – Box 10:Tapiocaria & Lanchonete da Nágila



Fonte: A autora, 2022.

Figura 18 – Box 11: Lanchonete Tio Pedro



Fonte: A autora, 2022.

Figura 19 – Box 13: Restaurante Santo Antônio



Fonte: A autora, 2022.

Figura 20 – Box 14: Cantinho da Leska



Fonte: A autora, 2022.

Figura 21 – Área de ampliação do Mercado



Fonte: A autora, 2022.