Tradição e cosmopolitismo na culinária popular em Cuiabá: uma abordagem folkcomunicacional[1]

Yuji GUSHIKEN[2]
Lawrenberg Advíncula da SILVA[3]
Adoniram Judson A. de MAGALHÃES[4]

Resumo
Neste artigo, analisa-se a relação da culinária popular cuiabana com outras culinárias populares, de outras regiões do país e de outros países, na convivência traçada na feira de comidas típicas realizada na Vila Boa Esperança, em Cuiabá. Considera-se a capital de Mato Grosso numa condição multiétnica e multicultural, apontando a caracterização cosmopolita da capital mato-grossense em suas relações interculturais cotidianas. Metodologicamente, o artigo baseia-se na perspectiva da folkcomunicação, pontuando os modos como as culturas populares são reinventadas em nível comunitário e trocam informações no espaço urbano subjetivado pelas diferenças culturais. De modo específico, busca interpretar dois aspectos: a representação da culinária tradicional cuiabana na tessitura social e as virtudes da vida cotidiana tecida na cidade em meio à sua própria diversidade cultural.
Palavras-chave: folkcomunicação; culinária; Cuiabá; cosmopolitismo.

Uma cidade, várias receitas

Cidade de Cuiabá, centro geodésico da América do Sul, eqüidistante do litoral brasileiro no Oceano Atlântico e do litoral hispânico no Oceano Pacífico: entre Bogotá e São Paulo, entre Lima e Rio de Janeiro. Oeste brasileiro, entre a Bolívia e o estado de Goiás, ao norte de Mato Grosso do Sul, abaixo de Amazonas e Pará, tendo a noroeste Rondônia e a nordeste o Tocantins. Entremeio do perto e do distante, Cuiabá, capital do Estado de Mato Grosso, produziu ao longo de seus quase três séculos de fundação, entre

[1] Artigo apresentado na XIII Conferência Brasileira de Folkcomunicação (Folkcom), realizada pela Cátedra Unesco/Umesp de Comunicação para o Desenvolvimento Regional e Rede de Estudos e Pesquisa em Folkcomunicação (Folkcom) na Universidade Estadual de Santa Cruz (Uesc), de 11 a 14 de novembro de 2010 em Ilhéus, Bahia, Brasil. Artigo desenvolvido no âmbito do projeto de pesquisa "Modernização tecnológica e midiática: Imagens da cidade e mediações do cosmopolitismo" (Propeq/UFMT).

[2] Professor do Mestrado em Estudos de Cultura Contemporânea (Linha de Pesquisa em Comunicação e Mediações Culturais) da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT). Líder do Núcleo de Estudos do Contemporâneo (NEC-UFMT), em Cuiabá, Mato Grosso, Brasil. E-mail: yug@uol.com.br.

[3] Publicitário e designer gráfico. Mestre pelo Programa de Pós-Graduação em Estudos de Cultura Contemporânea da Universidade Federal de Mato Grosso (ECCO-UFMT). Membro do Núcleo de Estudos do Contemporâneo (NEC-UFMT) e professor da Universidade do Estado de Mato Grosso (Unemat/Alto Araguaia). E-mail: lawrenberg@gmail.com

[44] Aluno de Comunicação Social (Jornalismo) na Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT/Cuiabá) e bolsista de Iniciação Científica (Pibic/CNPq). E-mail: adoniramjudson@hotmail.com.

aproximações e isolamento histórico com a nação do litoral, suas singularidades culturais em meio ao cerrado do Centro-Oeste brasileiro.

Singularidades – no plural – apontam para os muitos modos de fazer populares inventados em quase trezentos anos de existência e insistência socioeconômica e cultural. O conhecimento popular em Cuiabá, propriamente invenções de saberes ao modo de astúcias do dia-a-dia, se espraia pelas mais diversas áreas: artesanato, pesca, pecuária, música, dança, vocabulários, sotaques, sociabilidade e culinária.

No caso da culinária, a variedade também é marca dos múltiplos processos de invenção que caracterizam o que hoje, no mundo globalizado, caracteriza-se como comida regional: aquela que, apontada como desvio de rota da comida mundializada, torna-se uma imagem ligada diretamente a uma cidade, uma região, um país. No caso de Cuiabá, num recorte mais precisamente local, a culinária é ela própria uma espécie de distintivo socioeconômico e cultural local, na medida em que, suplementada por outros saberes populares, o que evidentemente inclui as conseqüentes práticas da sociabilidade gastronômica, dão cor e sabor a uma idéia de cidade e seus dotes inventados ao longo da história.[5]

Uma série de reportagens especiais produzidas e publicadas pelo *Diário de Cuiabá*, o mais antigo jornal da mídia impressa local em atividade, sugeriu por ocasião dos 281 anos de fundação do município, comemorados no ano 2000, realizar uma pesquisa de opinião junto aos moradores da cidade para saber quais eram os principais símbolos da cultura cuiabana. A pesquisa, realizada pelo Instituto UP (Unidade de Pesquisa), entrevistou 990 pessoas entre os dias 20 e 22 de março de 2000. Entre doze itens culturais, a pesquisa perguntou: "Que comida tem a cara de Cuiabá?". As respostas ao questionário apontaram os seguintes pratos mais citados: mojica de pintado (28%), maria-isabel (23,7%), farofa de banana (19,8%) e ventrecha de pacu (18,9%).[6]

O prato mais citado pelos entrevistados – mojica de pintado – é feito à base de filé de pintado (*Pseudoplatystoma corrucans*), peixe de couro e carne branca, nativo de rios da Bacia do Paraguai que cortam a Baixada Cuiabana e correm para o Pantanal Mato-Grossense. A carne de pintado é muito apreciada por cuiabanos e turistas pela leveza, textura e sabor. O teor nutritivo, concebido na modernidade do conhecimento

[5] Culinária, termo dicionarizado no Aurélio, é a "arte e ciência do preparo de alimentos para a mesa, em geral pelo aquecimento, até modificar seu sabor, consistência, aparência e composição química".
[6] Diário de Cuiabá. Especial "A cara de Cuiabá". Disponível em www.diariodecuiaba.com.br. Acesso em 19 jun. 2010.

científico, torna-se o "algo a mais" que se adiciona aos prazeres das experiências gastronômicas populares. Na forma de mojica, o filé de pintado, cortado em cubos, é cozido com mandioca[7], e o caldo é engrossado com farinha de mandioca. O tempero leva sal, salsinha e coentro, acompanhado em geral de arroz branco e outros suplementos também à base de peixe de rio, como o pirão.

Se a pesquisa em questão considerasse apenas as práticas socioeconômicas da culinária, a proposta de distinção cultural para os cuiabanos seria atravessada de várias possibilidades, mesmo se os critérios de escolha se reduzissem aos pratos mais populares da cidade e da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá. Aos pratos mais citados na pesquisa, acrescentam-se outros, tão importantes simbolicamente quanto os mais lembrados pelos entrevistados: pacu assado com farofa de couve, galinha com arroz, arroz com pequi, piraputanga[8] assada, lambari frito, paçoca de pilão, bolo de queijo, banana-da-terra frita, escaldado, pirão de peixe, escabeche de pintado, caldo de peixe, cozidão cuiabano.

No caso dos doces, a variedade é acrescida de receitas à base de matéria-prima em geral local, mas às vezes importada: doces de caju, leite, mamão com côco, figo, cocada, puxa-puxa (espécie de caramelo), pixé (paçoca de amendoim com açúcar), bolo de arroz, francisquito, rapaduras (de cana, de leite, misturadas com côco, abóbora, mamão). Licores: de pequi, caju, lima, figo. Refrescos de frutas produzidas na região, em escala comercial ou nos quintais de residências: caju, limão (rosa, menos ácido e apreciado em sucos), manga (principalmente da variedade Bourbon), lima, cajá, seriguela, além do guaraná em pó trazido do Norte do país e "cuiabanizado" pelo hábito do consumo. As aguardentes são consumidas com ervas e outros produtos vegetais: nó-de-cachorro, barbatimão, canela, arnica. A culinária popular, em Cuiabá, extrapola, e muito, a eleição reducionista de um único símbolo, quando se caracteriza exatamente pela variedade e fartura.

A culinária tradicional na cidade contemporânea se apresenta em meio a um processo de hibridação cultural próprio das condições históricas que formataram as sociedades latino-americanas, incluindo a brasileira, no desenvolvimento do capitalismo

[7] Aipim ou macaxeira também são denominações usadas em outras regiões do país. Em Cuiabá, a raiz dessa planta arbustiva é mais conhecida pelo nome popular de "mandioca"

[8] Peixe de escamas, cuja característica física principal é a nadadeira traseira em tom laranja, muito apreciado na pesca esportiva, pela luta quando fisgado no anzol, e na mesa, em receitas variadas. O nome científico é *Brycon hilarii*.

histórico. Toda a produção da culinária tradicional local divide espaço nos dias de hoje com a chamada comida mundializada, produzida tanto em sofisticadas lojas de redes de franquia quanto em modestos equipamentos montados nos populares lanches de rua: cachorro-quente, hambúrguer, cheese-burger, pizza, pastel, sushi, caneloni, espagueti, muffin, cookie, taco, churro, baguete, quibe, esfiha, pão de queijo, chipa, estrogonofe, batata frita, batata assada com recheio.

Não por acaso, o jornalismo econômico local noticia na mesma época a expansão das cadeias de refeições rápidas (enquadráveis na categoria do chamado fast-food) na cidade. Em 2010, três empresas americanas – McDonald's , Subway e Bob's – ampliavam suas redes de lojas em número de franquias em Cuiabá e no interior de Mato Grosso.[9] A instalação e a expansão das redes de refeições rápidas indicam as transformações por que passam os hábitos alimentares da população que se torna eminentemente urbana nesta primeira década do século XXI. Simultaneamente, a Nestlé, multinacional da área de laticínios, anuncia sua entrada com mais vigor no mercado consumidor das classes C, D e E em Cuiabá e posteriormente no interior de Mato Grosso, na medida em que consolida na cidade o que se chama de "sociedade de consumo".[10]

No processo de globalização da economia e da mundialização da cultura (ORTIZ, 2006) é que as culinárias regionais passaram mais enfaticamente apenas do valor-de-uso, produzidas para o deleite dos rituais de sociabilidade cotidiana, ao valor-de-troca, já na condição de mercadoria. A maior presença da comida típica da região no próprio cardápio cotidiano tem relações diretas com o crescimento populacional da cidade, na medida em que o hábito de comer fora de casa torna-se hábito inventado pelo estilo de vida urbano que se instala no tempo presente. O peixe, por exemplo, consumido tradicionalmente em eventos gastronômicos, ou seja, momentos especiais da sociabilidade cuiabana como os almoços de finais de semana, tornou-se mais comum na alimentação cotidiana, encontrável com mais freqüência no cotidiano em restaurantes do tipo a la carte ou self-service.

Entre os fatores que contribuíram para a maior presença da comida regional no cotidiano em Cuiabá está, além do hábito cada vez mais acentuado de se fazer refeições

[9] BAZANI, Silvana. Grandes marcas começam a se consolidar no Estado. Folha do Estado, Economia, pp. 23, 20 jun. 2010.
[10] DALMAGRO, Josiane. Projeto da Nestlé chega a MT. Folha do Estado, Economia, p. 25, 20 jun. 2010.

fora de casa, o turismo em escala regional, nacional e global. Comer fora de casa, próprio do estilo metropolitano de vida, equivale a pagar não apenas pelo produto, mas pelo serviço embutido na alimentação e as horas de descanso do consumidor quando paga pela prestação do serviço de outros trabalhadores. O turismo, em diferentes escalas, contribui para induzir uma demanda pelas singularidades culturais locais. A globalização, no desenvolvimento do capitalismo histórico, ao invés de apenas massificar gostos e costumes, também demanda a produção da diferença, que se torna atrativa como marca das singularidades locais.

Não por acaso, no caso da culinária cuiabana, o número de restaurantes típicos tem aumentado substancialmente na economia local na primeira década do século XXI. Ao enredar saberes culinários tradicionais como especialidade, os restaurantes típicos têm se tornado pontos de referência para moradores da cidade e visitantes de passagem.

Em meio à diversidade da culinária local, principalmente as casas especializadas em peixes – chamadas pela população cuiabana de "peixarias" – ganharam novos espaços em número e variedade: *à la carte*, rodízio, sistema sirva-se à vontade, petiscos, em espaços climatizados, ao ar livre, ambientes familiares (onde constam itens como playgrounds e lan houses para crianças e adolescentes), apropriados para rodadas de negócios ou para o almoço banal do dia-a-dia do trabalhador comum na forma do popular "prato feito".

O peixe – matéria-prima dos pratos mais apreciados pela população – é originário de duas fontes principais: dos rios ainda piscosos da região e dos crescentes projetos de piscicultura desenvolvidos no entorno de Cuiabá-Várzea Grande e nos municípios da Região Metropolitana do Vale do Rio Cuiabá. Além da capacidade de oferta da natureza, a técnica de reprodução de peixes em cativeiro, que vem sendo desenvolvida desde a década de 1990, oferece uma variedade já considerável de espécies artificialmente produzidas: pacu, tambacu, piraputanga, pintado, cachara, considerados os mais nobres peixes servidos à mesa em variadas receitas de assados, fritos e cozidos.

O aumento do número de restaurantes especializados em peixes de água doce se suplementa com os demais que servem as outras variedades da culinária local: comida pantaneira à base de carne-seca, carnes de aves e suínos, cafeterias que servem o "chá-

com-bolo"[11], sorveterias que experimentam novos sabores com frutos da região (de bocaiúva, coletada nas matas de cerrado, por exemplo)[12], além dos restaurantes que se propõem reinventar a culinária local em experimentações que conferem um tom contemporâneo, quando sugerem peixe de água doce grelhado com calda de laranja ou carne-seca temperada com vinho tinto.

À fartura que se insinua na oferta de comida regional se suplementa ainda uma variedade mercadologicamente crescente de restaurantes de comida internacional (árabe, italiana, japonesa, americana, mexicana, chinesa, francesa) e brasileira (nordestina, mineira, goiana, gaúcha, paraense), com oferta igualmente crescente de bebidas que se incorporam ao cotidiano local através de supermercados, a maioria de redes locais, alguns dos quais funcionando 24 horas: cartas de vinhos (chilenos, argentinos, portugueses, italianos, franceses, australianos, sul-africanos, brasileiros), cervejas (alemãs, irlandesas, uruguaias, escocesas, bolivianas, belgas), destilados (poloneses, russos, ingleses, americanos, escoceses).

Identidades e identificações na Feira Gastronômica da Boa Esperança

Na medida do desenvolvimento do mercado de alimentação, no qual os saberes da culinária permitem às pessoas uma vasta experiência gastronômica, há também um movimento simultâneo, que inclui a participação não apenas dos restaurantes sofisticados, dirigidos mercadologicamente para a classe média alta, mas simultaneamente a emergência de um sistema gastronômico popular. No processo de transformar-se num espaço de fluxos, a cidade de Cuiabá simultaneamente testemunha e propicia as condições de emergência de uma gastronomia calcada não apenas nos saberes locais, mas também em saberes populares de outros locais, outras terras, que fizeram da cidade não seu lugar de passagem, mas seu lugar de permanência e existência econômica e simbólica.

A feira é desses lugares de comércio e degustação de iguarias que os setores populares inventam como modo de vida simultaneamente econômico e cultural. Na Idade Média e no Renascimento, feira equivalia ao tempo datado que as culturas

[11] Os conhecidos cafés ou chás servidos como refeição verspertina país afora ganha em Cuiabá o popular nome de "chá-com-bolo", pronunciado "chá-*co*-bolo" no linguajar local.
[12] Em Cuiabá, conhecida por ser a terra das bocaiúvas, uma das primeiras empresas a produzir e oferecer sorvete à base dessa fruta do cerrado foi a Natura Sorvetes, pequena empresa em funcionamento na Praça Alencastro, centro da cidade, criada por descentes de japoneses. Anos depois vieram outras empresas do ramo que também passaram a produzir sorvetes à base da fruta.

populares imprimiam às praças com as festas dos homens comuns. "Em tempo de feiras, um tipo especial de comunicação humana dominava então: o comércio livre e familiar" (BAHKTIN, 1996: 133).

As cidades contemporâneas, em que pese o desenvolvimento de espaços para práticas gastronômicas, o que inclui shopping centers e bairros especializados nesse tipo de comércio, também possuem suas feiras, necessariamente partes constituintes das culturas populares urbanas. As feiras adensam em seu interior não apenas elementos folclóricos, mas também elementos sincréticos da produção cultural que hoje tornam indistintas fronteiras entre as identidades. Cada cidade tem lá sua feira, de modo mais ou menos institucionalizado na paisagem urbana. Consideramos aqui, com base na pespectiva teórica de Luiz Beltrão (2001), a feira como um espaço folkcomunicacional, onde as informações circulam na forma de conversas informais ou de produtos culturais, não apenas entre os nascidos no local, mas também entre os que fazem da feira um lugar de travessia, por motivos vários.

Na Vila Boa Esperança, bairro de classe média localizado no Coxipó, região Sul de Cuiabá, passou a funcionar discretamente em 2008 uma pequena feira com cerca de dez barracas de diferentes famílias que oferecem comidas tradicionais da cidade, de outras regiões do país e de também de outros países. A feira de culinária tradicional, em sua ambiência popular, produz um espaço de circulação e consumo de produtos culturais. Propicia, assim, múltiplas experiências no espaço urbano: o hábito de comer na rua, o reconhecimento das diferenças culturais que habitam a cidade e a prática da comunicação intercultural.

A Boa Esperança localiza-se entre o campus da Universidade Federal de Mato Grosso (UFMT) e o rio Coxipó, tendo nos arredores outros bairros de classe média. O bairro foi estruturado urbanisticamente na década de 1970 para acomodar membros do 9º (BEC) Batalhão de Engenharia e Construção, instalado em Cuiabá pelo Exército nacional para construir rodovias que ligariam a cidade a outras regiões do país.

Na feira, que com o tempo vem demarcando um território simbólico e econômico, as barracas oferecem comidas típicas na modalidade do popular "prato feito". Dispostas em semicírculo, numa diminuta praça triangular, as barracas oferecem variedade de comidas: pastel e estrogonofe típicos de ítalo-paulistas, kebab (tipo de sanduíche difundido na Turquia, Grécia e mundo árabe), tapioca nordestina, yakissoba e sushi entre os típicos pratos japoneses, cachorro-quente do popular fast-food americano.

E, de modo igualmente presente nessa feirinha-mundo, encontram-se alguns dos pratos da tradicional e popular culinária cuiabana: mojica de pintado e ventrechas de pacu frito.

Mojica de pintado e ventrecha de pacu são o primeiro e o quarto pratos mais citados na pesquisa do *Diário de Cuiabá* sobre símbolos da culinária cuiabana. Mojica de pintado é um prato no qual filés do peixe são cortados em cubos e cozidos com pedaços de mandioca (chamado de aipim, em outros estados brasileiros). O caldo é engrossado com farinha de mandioca e temperado com cheiro verde e sal. Os cubos do filé de pintado chegam à mesa em pedaços brancos e tenros, constituindo um prato leve e muito apreciado por cuiabanos e visitantes.

Ventrecha e costela são os nomes que os cuiabanos usam para designar a posta lateral de espécies como o pacu (*Piaractus mesopotamicus*), peixe de escama apreciado na pesca esportiva e servido à mesa em diversos modos de preparo. Usa-se o nome de "costela" de pacu pelo fato de essa parte do peixe ser constituída de espinhas grandes que se assemelham a uma estrutura óssea das costelas de mamíferos. Em formato maior, as espinhas (ventrechas, costelas) facilitam o corte e principalmente a degustação. O sabor e a textura da carne, associados às facilidades de manuseio à mesa, fazem da ventrecha de pacu um dos pratos mais requisitados na culinária cuiabana.

A mojica de pintado e a ventrecha de pacu podem ser servidas, como sugere o costume cuiabano, com farofa de couve, arroz branco e outros acompanhamentos. Em ocasiões especiais, ou no mais ordinário hábito alimentar cotidiano, a mojica de pintado e a ventrecha de pacu têm suas imagens associadas tanto à culinária banal do dia-a-dia quanto aos rituais da degustação gastronômica, sendo servidas em restaurantes dos mais populares aos mais sofisticados.

Na Feira da Boa Esperança, a mojica de pintado e a ventrecha de pacu são vendidas em porções servidas também com outros pratos tradicionais da culinária cuiabana: maria-isabel (arroz de sequeiro cozido com carne de sol), galinha com arroz (arroz de sequeiro cozido com pedaços de frango) e farofa de banana (farinha de granulação fina, passada na frigideira ao óleo, margarina ou manteiga, com banana-da-terra o mais madura possível).

Essa combinação pode variar conforme a disponibilidade de matéria-prima na época do ano ou demanda produzida pela clientela. Simbolicamente, no plano interativo que constitui com modos de representação de outras culturas populares, a ventrecha de

pacu, vendida em forma de prato feito, instala no próprio território cuiabano um modo de a cultura tradicional local se fazer presente em meio à diversidade de pratos conhecidos da comida globalizada, de outras regiões brasileiras e de outros países que fizeram de Cuiabá não o lugar de estranhamento, mas o espaço de sua existência simbólica e econômica.

A culinária cuiabana – entre outras formas, texturas e aromas populares – reflete a constituição histórica de uma cidade que, em seus quase trezentos anos de fundação, agrega povos de várias etnias. Árabes de várias procedências (libaneses e sírios), turcos e judeus atualizam em Cuiabá a diáspora desses povos do Oriente pelo planeta. Italianos chegaram na década de 1920. Japoneses, a partir da década de 1950. Nordestinos, fugindo da guerra dos coronéis ou da seca, já estavam presentes desde o começo do século XX. Internamente, o fluxo de descendentes de europeus e orientais, de modo geral, se deu a partir de 1970, com a alteração estrutural na produção agrícola nacional, que deslocou amplas massas populacionais do Sul e do Sudeste para o Centro-Oeste, tendo Cuiabá como "nó" que liga as diversas regiões do país.

Em meio a essa condição multiétnica, a população cuiabana produziu ao longo de quase trezentos anos de história um singular e vasto repertório nas práticas culinárias, tendo como condição ambiental a oferta abundante de peixes e frutos da natureza do cerrado e do Pantanal. À oferta generosa da natureza do Oeste brasileiro acrescenta-se a pecuária de corte que atualmente responde pela primeira colocação de Mato Grosso no *ranking* dos produtores de carne bovina do país, com ênfase na criação de gado nelore, e a existência de uma agricultura familiar na região da então chamada Baixada Cuiabana, de onde saem produtos relevantes que compõem alguns pratos tidos como exemplares da gastronomia cuiabana: mandioca e farinha de mandioca, arroz de sequeiro, banana (nanica e da terra, principalmente), e nos dias de hoje uma horticultura em desenvolvimento com seus muitos temperos.

Entre a fartura da matéria-prima disponível e a diversidade cultural existente no mesmo espaço urbano, a feira da Boa Esperança atualiza os modos como a culinária típica cuiabana se representa econômica e simbolicamente entre as demais culturas populares que povoam a cidade que se transforma em metrópole. Em meio a tantas diásporas populacionais que atravessaram o país e aportaram em Cuiabá, a diversidade culinária na cidade revela também as relações existentes entre culturas populares e as

condições subalternas das tradições, onde quer que sejam produzidas e seja lá quais forem suas origens.

Representações do cosmopolitismo na cidade

Numa perspectiva folkcomunicacional (BELTRÃO: 2001), ou seja, considerando a dimensão comunicacional dos modos como o folclore se representa ou é representado na dinâmica da vida moderna, consideramos que o atravessamento de distintas culturas populares numa feira de culinária sugere a constituição de um ambiente multiétnico e multicultural, marcado por uma experiência de tolerância no trato com a diferença. Os movimentos constituintes da cultura cosmopolita, até mesmo pela grande plasticidade cultural, são ecléticos e ambivalentes. (BECK: 2005)

A identidade cultural, portanto, ao fornecer saberes culinários de origens étnicas diversas, torna-se a ambiência sígnica no qual são produzidas a vida simultaneamente simbólica e econômica desse segmento de trabalhadores. A feira da Boa Esperança emerge, em sua discreta condição no espaço urbano, como o que os geógrafos chamam de "nova raridade" (CARLOS in DAMIANI, CARLOS; SEABRA1999: p. 64), na medida em que a praça, sendo espaço público, passa a agregar as diferenças culturais a partir de uma demanda pela reinvenção do mundo do trabalho coletivo e colaborativo entre os feirantes.

Na feira da Boa Esperança, as referências culturais tornam-se difusas, numa cidade multiétnica onde as capturas econômicas de distintos repertórios culinários tornam-se populares mais pelo uso generalizado do que pela relação direta entre produto cultural e sua suposta origem étnica ou geográfica. A contaminação de uma cultura a outra torna difuso o conceito de comida tradicional segundo um rótulo identitário estável. A descendente de japoneses, que prepara yakissoba e sushis, tem a típica sociabilidade dos cuiabanos tradicionais. Na barraca de outro trabalhador nissei, o prato preparado é estrogonofe com arroz branco, prato ligado à culinária italiana. A família que veio do Sul para Cuiabá prepara kebabes ligados ao imaginário da culinária turca, grega e árabe. Outra cuiabana, a quem sempre perguntam se é baiana, faz tapiocas nordestinas e escondidinho de mandioca com carne-seca. Um casal prepara ventrechas de pacu e mojica de pintado da típica culinária cuiabana, e os serve com pirão de peixe.

Como é próprio das culturas populares tradicionais, a invenção desses saberes não é da ordem da autoria. A autoria é um conceito moderno que designa a assinatura

como propriedade intelectual e impõe direitos sobre usos do conhecimento produzido. É próprio dos saberes populares, principalmente quando se trata de saberes folclóricos, simplesmente circular no sistema social e ser de domínio público. Saberes populares são constituídos enfaticamente pelas redes de solidariedade mecânica: de pais a filhos, mas cujo aprendizado se amplia nas redes de parentesco, de vizinhança, de amizade, num circuito espacialmente circunscrito aos laços simbólicos que sugerem a idéia de uma "comunidade".

Os saberes colunários populares são epistemes que se propagam na relação típica de mestre e aprendiz: é informal, não remunerada, baseada num imaginário que antecede as relações mercantis típicas do capitalismo. O fato de estarem em seu pleno vitalismo supõe que esses saberes simplesmente circulam verticalmente, como informações passadas de geração a geração, e também horizontalmente, num circuito de relações comunitárias. A culinária popular, embora seja de domínio público, tem lá seus segredos que incluem distintos modos de preparo da comida. Nos grupos sociais concretos, "aquilo de que o homem se apropria são habilidades necessárias para a vida cotidiana" (HELLER, 1999, p. 70).

A Vila Boa Esperança, segundo o jornalista Ailton José Segura (2005), é um bairro de "paus-rodados que vieram construir a Amazônia". Pau-rodado é o apelido dado a imigrantes que chegaram de outras regiões do país a partir da década de 1970 em Cuiabá. Metaforicamente, refere-se a troncos e galhos de árvores que rodam rio abaixo em época de cheia e invariavelmente enroscam-se nas margens. Ao enroscarem-se nas matas ciliares, simplesmente maquinam-se com o ambiente local E, ao invés de prosseguirem, permanecem. Fazem do lugar de passagem um espaço de permanência duradoura. No plano social, o que inclui a produção histórica do espaço urbano, equivale ao imigrante fazer da cidade, que hipoteticamente seria apenas um mero lugar de passagem, com o possível retorno à terra natal, um espaço de permanência. Portanto, de convivência.

Embora a última grande leva migratória tenha sido interna, na década de 1970, a história de Cuiabá é marcada por outras marcas subjetivas de processos migratórios internacionais. Italianos, árabes e japoneses, entre outros grupos étnicos, chegaram – e permaneceram – ao longo do século XX. Esses grupos, juntando-se à população local, já mestiça, constituíram o que posteriormente foi designado de "cuiabania". Não raro, encontravam-se nas casas "cuiabanas" o atravessamento da condição multicultural nas

práticas culinárias: charutos de folhas de uva com farofa de banana, sushis e rapaduras de sobremesa. O espaço urbano em Cuiabá, portanto, já vinha marcado pelos processos de subjetivação das identidades e das relações interculturais.

A feira na Boa Esperança, como desdobramento da interculturalidade já vivencida historicamente na cidade, torna-se também um espaço de circulação de informações. No caso, informações culturais, em especial da culinária tradicional, da própria cidade e de outras regiões do país e do mundo.

A cidade como espaço de fluxos – de informações, capitais, tecnologias e outros saberes – compreende também os fluxos de pessoas e suas demandas socioeconômicas, que trazem ainda repertórios de culturas populares urbanas, aprendidas em viagens, livros de receitas ou programas de culinária na TV aberta. A feira e a praça, ou a feira na praça, adensam o fluxo de informações sobre saberes culinários que passam a constituir uma paisagem singular no espaço urbano.

Considerações finais

O cientista social brasileiro Renato Ortiz designa o folclore como o âmbito das manifestações de cunho tradicional, enquanto a noção de cultura popular é definida em termos exclusivos de transformação (ORTIZ, 2006: 71). A folkcomunicação, ao relacionar folclore e comunicação (BELTRÃO, 2001), sugere também considerar o processo socioeconômico de transformação do folclore, na medida em que se enreda em outros sistemas de produção de sentido, o que inclui os ambientes eruditos, a mídia de massa e nos últimos anos as práticas da cibercultura. Em outras palavras, a relação entre folclore, cultura popular e folkcomunicação passa pela caracterização performativa do processo modernizador que a tudo transforma, especialmente em sua versão capitalista.

A modernização dos sistemas de comunicação e de transportes permitiu maior circulação de informações, produtos e pessoas no mundo globalizado. É nessa circulação, que conecta locais os mais extraordinários ao global hoje em dia mais ordinário, que se produzem os estranhamentos possíveis na vida cotidiana marcada cada vez mais pela convivência com linguagens as mais diversas, povos os mais distintos, saberes os mais variados. A cidade, quando se torna um espaço de fluxos, tende a aprender a lidar cada vez mais com a alteridade que lhe bate a porta.

Enquanto a Europa se pergunta se é possível conviver com a diferença, tema hoje tão caro a um continente atravessado por fluxos migratórios, no Brasil o mesmo

tema tende a fornecer uma variedade de casos em que a convivência pacífica é não apenas experimentada pela população, mas também desejada. Em Cuiabá, a experiência do estranhamento é histórica na cidade habitada por diversos grupos étnicos, sendo algo da ordem do cotidiano. Na cidade de quase trezentos anos, a própria população, a partir da base étnica nacional – branco-negro-índio – miscigenou-se a partir dos muitos fluxos migratórios, internos ao Estado-nação e externos, que aportaram na cidade ao longo do século XX.

A cidade multiétnica demanda um cosmopolitismo no qual, como sugere Ulrich Beck, "todos padecem de algum modo um destino de minoria" (BECK, 2005). Na relação entre folkcomunicação e a virtualidade dos diálogos interculturais emerge a semelhança das experiências culturais, ou seja, a experiência comum a todas as diferenças que é a experiência do estranhamento, o estar exposto ao Outro. O estranhamento como o lugar comum da convivência entre as diferenças no cotidiano.

Na unidade de cada barraca que se instala na feira da Boa Esperança afirma-se a existência de conjuntos culturais que se reconhecem uns aos outros, cada qual em suas já difusas identidades, que possuem especificidades e lógicas próprias. A diferença cultural, no caso, não torna as unidades alheias uma às outras. Pelo contrário, a diversidade é reconhecida ali e produz a existência de todos os registros culturais numa condição minoritária. Essa condição minoritária, no plano econômico e identitário, é o que há de comum entre os trabalhadores da feira gastronomômica da Boa Esperança: pequenos comerciantes em busca da reinvenção do mundo do trabalho. Mais que atribuição de valor econômico ao espaço, reinventam a vida simbólica no espaço urbano que passa a ser espaço de convivência e sociabilidade.

O que é novo na cultura contemporânea não é a "mistura forçada", mas a percepção, a auto-consciência, a reflexão, a imposição política e o reconhecimento público mundial da mistura (BECK, 2005). Na discreta feira gastronômica da Boa Esperança há a percepção de que a pequena comunidade que se forma em torno do trabalho coletivo exige não apenas a lida com a diferença cultural, mas a percepção também da consciência de que constituir uma comunidade e reinventar os espaços de sociabilidade na cidade conjuga-se com produção simultânea da existência simbólica e econômica.

Referências bibliográficas

BAKHTIN, Mikhail. **A cultura popular na Idade Média e no Renascimento: O contexto de François Rabelais**. Trad. Yara Frateschi. Brasília: EdUnB, 1996.

BARROZO, João Carlos. **Em busca da pedra que brilha como estrela: Garimpos e garimpeiros do Alto Paraguai-Diamantino**. Cuiabá: EdUFMT, 2007.

BECK, Ulrich. **La mirada cosmopolita o la guerra es la paz**. Trad. Bernardo Moreno Carillo. Barcelona: Paidós, 2005.

BELTRAO, Luiz. Folkcomunicação: **Um estudo dos agentes e dos meios populares de informação de fatos e expressão de idéias**. Porto Alegre: EdiPUCRS, 2001.

BURKE, Peter. **Hibridismo cultural**. Trad. Leila Souza Mendes. São Leopoldo: Editora Unisinos, 2006.

CANCLINI, Néstor Garcia. **As culturas populares no capitalismo**. São Paulo: Editora Brasiliense, s/d.

CERTAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: Artes de fazer**. Trad. Ephraim, Ferreira Alves. Petrópolis: Editora Vozes, 1996.

COSTA, Maria de Fatima; DIENER, Pablo. **Cuiabá: Rio, Porto, Cidade**. Cuiabá: Secretaria Municipal de Cultura, 2000.

DAMATTA, Roberto. **A casa & a rua: Espaço, cidadania, mulher e morte no Brasil**. Rio de Janeiro: Rocco, 1997.

DAMIANI, Amélia Luisa; CARLOS, Ana Fani Alessandri; SEABRA, Odette Carvalho de Lima. **O espaço no fim de século: A nora raridade**. São Paulo: Contexto, 1999.

HELLER, Ágnes. **Sociologia de la vida cotidiana**. Trad. J. F. Vargas e E. Pérez Nardal. Barcelona: Ediciones Península, 1994.

HILL, Telenia. **Homem, cultura e sociedade**. Rio de Janeiro: Editora Lucerna, 2006.

MONTANARI, Massimo. **Comida como cultura**. Trad. Letícia Martins de Andrade. São Paulo: Editora Senac, 2008.

ORTIZ, Renato. **Cultura brasileira e identidade nacional**. São Paulo: Editora Brasiliense, 2006.

SEGURA, Ailton José. **Boa Esperança: Bairro dos paus-rodados que vieram construir a Amazônia**. Cuiabá: Secretaria de Estado de Cultura, 2005.

Artigos de jornal

BAZANI, Silvana. Grandes marcas começam a se consolidar no Estado. **Folha do Estado**, Economia, pp. 23, 20 jun. 2010.

DALMAGRO, Josiane. Projeto da Nestlé chega a MT. **Folha do Estado**, Economia, p. 25, 20 jun. 2010

DIÁRIO DE CUIABÁ. Especial "A cara de Cuiabá". Disponível em www.diariodecuiaba.com.br.